



RIO

PUC

Tese de Doutorado

Café Society à brasileira

Colunismo social, consumo e elite no Rio de Janeiro (1940-1970)

Marianna Caldas Mariano

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Centro de Ciências Sociais

Departamento de Comunicação

Rio de Janeiro, 15 de dezembro de 2025



Pontifícia
Universidade
Católica do
Rio de Janeiro

Tese de Doutorado

Café Society à brasileira

Colunismo social, consumo e elite no Rio de Janeiro (1940-1970)

Marianna Caldas Mariano

Orientação: Professora Bruna Sant Ana Aucar

Coorientação: Professor Everardo Pereira Guimarães Rocha

Tese apresentada como requisito parcial para a obtenção do grau de Doutora em Comunicação pelo programa de Pós-Graduação em Comunicação, no Departamento de Comunicação.

Rio de Janeiro, 15 de dezembro de 2025



Pontifícia
Universidade
Católica do
Rio de Janeiro

Café Society à brasileira

Colunismo social, consumo e elite no Rio de Janeiro (1940-1970)

Marianna Caldas Mariano

Tese apresentada como requisito parcial para a obtenção do grau de Doutora em Comunicação Aprovada pela Comissão examinadora abaixo:

Professora Bruna Sant Ana Aucar

Orientadora

Departamento de Comunicação — PUC-Rio

Professor Everardo Pereira Guimarães Rocha

Co-Orientador

Departamento Comunicação — PUC-Rio

Professor William de Almeida Corbo

Universidade Federal do Rio de Janeiro — UFRJ

Professora Marina de Castro Frid

University College Dublin -UCD

Professor Isabel Cristina Feix

Universidade Católica Portuguesa — UCP

Professor Thaís Dias Delfino Cabral

Departamento de Comunicação Social — PUC-Rio

Rio de janeiro, 15 de dezembro de 2025



Pontifícia
Universidade
Católica do
Rio de Janeiro

Todos os direitos reservados. A reprodução, total ou parcial, do trabalho é proibida sem autorização da universidade, da autora e da orientadora.

Marianna Caldas Mariano

Graduou-se em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda e Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), em 2016 e 2018. Mestre em Comunicação pela PUC-Rio. Pesquisadora do LAC — Laboratório de Antropologia do Consumo —, grupo de pesquisa vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio, dedicado a estudos sobre consumo e narrativa publicitária.

Ficha Catalográfica

Mariano, Marianna Caldas

Café Society à brasileira : colunismo social, consumo e elite no Rio de Janeiro (1940-1970) / Marianna Caldas Mariano ; orientação: Bruna Sant'Ana Aucar ; coorientação: Everardo Pereira Guimarães Rocha. – 2025.

226 f. : il. color. ; 30 cm

Tese (doutorado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, 2025.

Inclui bibliografia

1. Comunicação Social – Teses. 2. Coluna social. 3. Colunista social. 4. Café Society. 5. Gossip Column. 6. Consumo de Elite. I. Aucar, Bruna Sant'Ana Aucar. II. Rocha, Everardo Pereira Guimarães. III. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Comunicação Social. IV. Título.

CDD: 302.23

Para meus pais, Edson e Maristela.

Agradecimentos

Primeiramente, agradeço à Deus, à Jesus e à Nossa Senhora, que me guiam e me protegem hoje e sempre.

Ao meu pai, Edson Santos José Mariano, por ser o melhor pai do mundo. Meu amor por você é infinito!

A minha mãe, Maristela Caldas, por todo o apoio em todos os anos da minha vida, principalmente por ter me acompanhado e me ajudado ao longo da minha formação acadêmica, da graduação ao doutorado.

À minha orientadora, Prof^a. Dra. Bruna Aucar, por toda a generosidade, paciência, ajuda, ensinamentos até aqui. Sou muito grata por todas as trocas que tivemos no desenvolvimento dessa tese.

Ao meu coorientador, Prof. Dr. Everardo Pereira Guimarães Rocha, pela confiança e pelas valiosas contribuições ao longo desses anos.

À CAPES, pela bolsa-auxílio concedida, sem a qual esse trabalho não poderia ser realizado.

Ao Departamento de Comunicação da PUC-Rio e à Marise, sempre tão prestativa e carinhosa.

Ao meu noivo, Leandro, por tudo. Você é essencial na minha trajetória! Quem me deu força, apoiou, me motivou e esteve ao meu lado em momentos difíceis. Para sempre terá a minha admiração!

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

Resumo

Mariano, Marianna Caldas; Aucar, Sant Ana Bruna. **Café society à brasileira: colonismo social, consumo e elite no Rio de Janeiro (1940-1970)**. Rio de Janeiro, 2025. 226p. Tese de Doutorado – Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Este estudo investiga como os hábitos e experiências da elite carioca foram noticiados por colunistas sociais entre as décadas de 1940 e 1970 nos principais jornais e revistas do Rio de Janeiro. Parte-se da hipótese de que a veiculação de notas sobre o calendário da alta sociedade contribuía para a manutenção de hierarquias sociais e para a legitimação de um imaginário de consumo e lazer na cidade. Colunistas como Jacinto de Thormes, Ibrahim Sued e Zózimo Barrozo do Amaral são alguns dos nomes centrais desta análise, que considera como o estilo da *gossip column*, criado pelo nova-iorquino Walter Winchell, foi adaptado e incorporado pela imprensa brasileira. Por meio de análise textual, o estudo observa de que forma as narrativas jornalísticas representaram práticas, gostos e estilos de vida da elite, consolidando-a não apenas como modelo de distinção entre seus pares, mas também como referência aspiracional para outras camadas sociais. Parte-se do entendimento de que o consumo é um fenômeno cultural que produz significados por meio da posse, uso e troca de bens, funcionando como sistema de classificação social. A pesquisa dialoga com perspectivas teóricas propostas por Weber (1982 [1946]), Sombart (1958), Mills (1981 [1956]) e Bourdieu (2007 [1979]), articulando conceitos de distinção, prestígio, classe e espetáculo social na imprensa.

Palavras-chave

Coluna Social; Colunista Social; *Café Society*; *Gossip Column*; Consumo de Elite.

Abstract

Mariano, Marianna Caldas; Aucar, Sant Ana Bruna (Advisor) **Brazilian-Style Café Society: Social Columns, Consumption, and Elites in Rio de Janeiro (1940–1970)**. Rio de Janeiro, 2025. 226p. Tese de Doutorado – Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

This study investigates how the habits and experiences of Rio de Janeiro's elite were reported by social columnists between the 1940s and 1970s in the city's main newspapers and magazines. It is based on the hypothesis that the publication of notes about the high society calendar contributed to the maintenance of social hierarchies and to the legitimization of an imaginary centered on consumption and leisure in the city. Columnists such as Jacinto de Thormes, Ibrahim Sued, and Zózimo Barrozo do Amaral are central to this analysis, which examines how the gossip column style—originally created by New Yorker Walter Winchell—was adapted and incorporated into Brazilian journalism. Through textual analysis, the study explores how journalistic narratives represented the practices, tastes, and lifestyles of the elite, establishing them not only as a model of distinction among their peers, but also as an aspirational reference for other social classes. It draws on the understanding that consumption is a cultural phenomenon that produces meaning through the possession, use, and exchange of goods, functioning as a system of social classification. The research is based on theoretical perspectives proposed by Weber (1982 [1946]), Sombart (1958), Mills (1981 [1956]), and Bourdieu (2007 [1979]), articulating concepts of distinction, prestige, class, and social spectacle in the press.

Keywords

Social Column; Social Columnist; Café Society; Gossip Column; Elite Consumption.

Sumário

1.	Considerações Iniciais.....	12
2.	Elites: teoria, conceitos e abordagens	20
3.	As antecessoras das colunas sociais: a crônica social na imprensa brasileira	43
4.	Walter Winchell e as <i>Gossip Columns</i>	56
5.	Vozes do prestígio: o colunismo social no Brasil	92
6.	Arquivos da visibilidade: as colunas sociais como formas de legitimação da elite carioca (1940-1960).....	121
6.1.	Análise das notas das colunas	134
6.2.	Mulher e Elegância: As Listas das “Dez Mais Elegantes” nos Anos 1950 e 1960.....	179
6.	Considerações finais e perspectivas futuras	211
7.	Referências Bibliográficas	220

Lista de figuras

Figura 1: Figura 1 - Thormes com seu cachimbo em reportagem para O Cruzeiro	97
Figura 2: Jacinto com seu cachorro em reportagem em O Cruzeiro	103
Figura 3: Preparativos do casamento de Ibrahim Sued	109
Figura 4: Primeira coluna de Thormes no Diário Carioca	135
Figura 5: Capa da reportagem em que Thormes anuncia seu retorno	142
Figura 6: Reportagem de estreia de Ibrahim Sued em O Cruzeiro	156
Figura 7: Mangabeira beijando a mão do general Eisenhower	157
Figura 8: Anúncio da camisa “Vip Maranjó” com Ibrahim Sued ...	165
Figura 9: Estreia da coluna Zózimo no Jornal do Brasil	174
Figura 10: Capa do Diário Carioca estampando.....	180
Figura 11: Nero Moura, Sra. Álvaro Catão e Ibrahim Sued tomavam conhecimento da lista das "10 MAIS" por Jacinto de Thormes	183
Figura 12: Lourdes Catão na capa da Manchete	185
Figura 13: Carmen Mayrink Veiga na capa da Reportagem das “Dez Mais” de 1961 da Manchete.....	193
Figura 14: Ana Luísa Capanema para Manchete com o carro Willys-Itamaraty 1966	199
Figura 15: Carmen Mayrink Veiga posa em seu apartamento para reportagem de Ibraim Sued	201
Figura 16: Detalhes da residência do casal Roberto Marinho.....	204

Aparência e poder são inseparáveis, pois o exercício deste é uma prática de sedução, a sedução realizada de um – daquele que se mostra competente na sua condição alcançada de outro – sobre alguém que, mirando-o, tanto reconhece sua competência quanto deseja também ser esse outro. A sociedade que constitui sujeitos de parecer não pode produzir campos de influência desprezando a dimensão que a rege.

1. Considerações Iniciais

Esta tese tem como objetivo inicial compreender como os hábitos e experiências da elite carioca foram noticiados por colunistas sociais entre as décadas de 1940 e 1970, com base em documentos originais publicados nos principais jornais e revistas do Rio de Janeiro. Parte-se da hipótese de que a veiculação sistemática de notas sobre o calendário social, os modos de vida e as preferências dessa camada privilegiada da população contribuía para a reprodução de hierarquias sociais e para a legitimação de um imaginário específico de consumo, lazer e prestígio simbólico na cidade. Colunistas como Jacinto de Thormes, Ibrahim Sued e Zózimo Barroso do Amaral são figuras centrais nesta análise, cuja atuação foi decisiva para consolidar um modelo de jornalismo social ancorado na disseminação de valores, gostos e estilos que conferiam visibilidade e distinção a certos sujeitos e espaços urbanos. A pesquisa considera, ainda, como o estilo da *gossip column*, criado por Walter Winchell nos Estados Unidos, foi adaptado à realidade carioca, incorporando elementos locais e modulando os discursos de distinção conforme as transformações da sociedade brasileira no período.

Embora o recorte empírico desta pesquisa se encerre em 1969, o período é apresentado como 1940-1970, em consonância com uma convenção historiográfica amplamente adotada. Tal opção permite assinalar o encerramento de um ciclo histórico ao final da década de 1960, evitando cortes artificiais e conferindo maior coerência temporal ao recorte analítico. Nesse sentido, o marco de 1970 opera menos como um limite factual e mais como um ponto de fechamento simbólico do período investigado.

Nesse contexto, a teoria da distinção proposta por Bourdieu (2007 [1979]) oferece um arcabouço conceitual valioso para a análise das colunas sociais, na medida em que permite compreender como os gostos, estilos e preferências noticiados por esses espaços midiáticos não eram neutros, mas profundamente relacionados a estratégias de diferenciação simbólica. Elas operavam como vitrines de estilos de vida legitimados, em que certos objetos, práticas e comportamentos

ganhavam valor não apenas por sua materialidade ou utilidade, mas por sua capacidade de representar um capital simbólico compartilhado entre os membros da elite. Ao publicarem detalhes sobre festas, viagens, vestuário, gastronomia, decoração e até mesmo modos de falar e comportar-se, os colunistas reforçavam códigos específicos de consumo e sociabilidade, alinhando-os à posição de seus protagonistas no espaço social. Assim, tais colunas não apenas refletiam as preferências da elite carioca, mas ajudavam a produzi-las, tornando visível, e desejável, um sistema de gostos que atuava como marcador de distinção.

Dessa forma, ao considerar os conceitos de “capital cultural objetivado” e “incorporado”¹ (Bourdieu, 2007 [1979]), torna-se possível interpretar as colunas sociais como dispositivos de mediação entre os bens simbólicos e os sujeitos que os consomem ou aspiram consumi-los. O capital cultural objetivado aparece nos objetos destacados nas notas, tais como obras de arte, casas decoradas, vestuário refinado, espaços sociais consagrados, enquanto o capital incorporado se manifesta nas formas de aparecer e conviver, características constantemente elogiadas ou implicitamente valorizadas nas colunas. A visibilidade concedida por esses textos contribui, portanto, para a legitimação pública desses capitais, funcionando como uma espécie de certificação social daquilo que é “de bom gosto”, “moderno” ou “elegante”. Nesse sentido, a distinção não é apenas uma consequência da posse econômica, mas um resultado do domínio das regras do jogo simbólico, onde a mídia (e especialmente os colunistas sociais) atuam como árbitros, consagradores e difusores dessas hierarquias culturais.

Cabe destacar que esta pesquisa não surgiu de forma repentina, tampouco desvinculada do percurso acadêmico construído ao longo do doutorado. Seu ponto de partida remonta ao ano de 2021, no contexto da disciplina “Seminários Avançados”, ofertada pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Na ocasião, sob

¹ Bourdieu (2007 [1979]) nos indica os conceitos de capital cultural objetivado e capital cultural incorporado. O primeiro refere-se à cultura material acumulada historicamente sob a forma de objetos, documentos, instrumentos, obras e bens simbólicos que possuem autonomia relativa e circulam socialmente com diferentes valores. Já o capital cultural incorporado diz respeito aos saberes, disposições e competências que os indivíduos adquirem ao longo da vida, como hábitos de fala, modos de vestir, preferências estéticas e estilos de vida. Esses dois tipos de capital cultural se relacionam intimamente, uma vez que a apropriação dos objetos culturais (capital objetivado) depende da capacidade incorporada dos sujeitos para compreendê-los, utilizá-los e legitimá-los em contextos específicos. (Bourdieu, 2007 [1979])

orientação do professor e antropólogo Everardo Rocha - docente da disciplina e, posteriormente, coorientador desta tese -, foi desenvolvido um artigo de final de curso com o título *Café Society carioca: fofoca e entretenimento nas colunas sociais (1940–1960)*. A proposta original indagava como os códigos culturais, os hábitos e as experiências da elite carioca eram noticiados nas colunas sociais do período, considerando-as como espaços de visibilidade e construção simbólica de prestígio e distinção.

Nos semestres seguintes, o trabalho foi aprofundado. Em diálogo com a professora e orientadora Prof^a Dr^a Bruna Aucar, também docente do Departamento de Comunicação e do Programa de Pós-graduação da PUC-Rio, o artigo originalmente elaborado foi revisto e ampliado. O resultado desse processo foi a publicação do trabalho² intitulado “Café Society carioca: glamour e distinção nas colunas sociais do Rio de Janeiro (1940–1960)”³ na *Revista E-Compós*, periódico vinculado à Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), em sua edição de 2023. Posteriormente, a cada nova disciplina cursada, novos debates, leituras e interlocuções permitiram que a pesquisa ganhasse contornos mais definidos, até que se consolidasse como tema definitivo desta tese de doutorado.

Assim, o desenvolvimento deste trabalho está diretamente ligado à minha trajetória acadêmica, que ajudou a moldar as perguntas, o objeto e os conceitos centrais da pesquisa. Trata-se de um percurso que começou a ser traçado ainda durante a graduação, com experiências que, ao longo do tempo, contribuíram para

² AUCAR, B. et al. *Café Society Carioca: glamour e distinção nas colunas sociais do Rio de Janeiro (1940-1960)*. *E-Compós*, [S. l.], v. 26, 2023. DOI: 10.30962/ec.2888. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2888>. Acesso em: 3 set. 2025.

³ Nesse artigo, indicou-se que os colunistas sociais Jacinto de Thormes, Ibrahim Sued e Zózimo Barroso do Amaral atuaram simultaneamente entre 1953 e 1961. Entretanto, a partir de uma análise mais detalhada das fontes primárias para a elaboração desta tese, observou-se que suas atividades não se restringiram a esse período. Zózimo iniciou sua atuação como colunista no *O Globo* apenas em 1965, enquanto Jacinto de Thormes ainda escrevia sobre a elite carioca em 1964 (*Última Hora*). Dessa forma, o período de atividade conjunta foi mais amplo do que o presumido na pesquisa anterior, que se baseava em dados ainda insuficientes para uma análise completa e em algumas fontes com imprecisões quanto às datas. Optou-se, portanto, por abordar a atuação dos três colunistas de forma mais abrangente neste trabalho, sem delimitar estritamente a coincidência de suas carreiras. Nesse sentido, como será argumentado e exemplificado ao longo deste texto, Jacinto de Thormes lançou as bases do colunismo social brasileiro a partir da década de 1940, Sued contribuiu para a consolidação do gênero na década de 1950, e Zózimo destacou-se pela escrita irreverente a partir de meados da década de 1960.

o amadurecimento do olhar investigativo sobre os fenômenos da comunicação. Meu interesse por esse tema, assim como pelo consumo teve início durante os cursos de graduação em publicidade (concluído em 2016) e em jornalismo (concluído em 2018), ambos cursados na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio).

Durante a graduação em publicidade, tive a oportunidade de participar do PECC – Programa de Estudos em Comunicação e Consumo –, uma parceria entre a PUC-Rio e o Infoglobo. Foi ali que tive meus primeiros contatos com textos e debates voltados à compreensão do consumo como fenômeno cultural e simbólico. Essa experiência, embora introdutória, despertou o desejo de aprofundar esse campo de investigação e contribuiu para a consolidação de um olhar mais atento às práticas comunicacionais e seus desdobramentos sociais. No fim de 2018, ao concluir a graduação em Jornalismo, esse interesse amadureceu e transformou-se no desejo de seguir no meio acadêmico, não por orientação externa, mas por curiosidade intelectual e vontade de aprofundar as questões que me instigavam.

Na época, desenvolvi meu projeto de conclusão de curso com orientação do professor Everardo Rocha, cuja abordagem antropológica da comunicação oferecia caminhos férteis para pensar o consumo e a cultura como construções sociais. A partir dessa experiência, decidi me candidatar ao processo seletivo do mestrado em Comunicação da PUC-Rio, para o qual fui aprovada e iniciei em 2019.

No mestrado, meus interesses se aprofundaram não apenas na temática do consumo, dentro da linha de pesquisa em Comunicação e Representação, mas também no estudo do luxo, motivada pelo desejo de compreender os significados culturais e simbólicos associados a esse conceito. A pesquisa desenvolvida, intitulada *Luxo, Consumo e Cidade: O VillageMall e as mulheres da Barra da Tijuca*, buscou entender como o luxo é percebido e vivido por mulheres consumidoras de alto poder aquisitivo naquele bairro, por meio da experiência em um shopping que se destaca no imaginário carioca como símbolo desse universo. Por meio de entrevistas com moradores da região, a pesquisa procurou compreender as associações simbólicas ligadas ao luxo, tais como exclusividade, prestígio, distinção social e experiência emocional, e discutir como essas percepções refletem e tensionam as hierarquias sociais presentes no contexto carioca, especialmente quando comparadas a outras regiões da cidade

Já no doutorado, iniciado em 2021, o tema do luxo permaneceu presente em algumas pesquisas. Nessa tese, ele está em uma abordagem mais ampla que o articula aos processos de distinção, à formação das hierarquias simbólicas e à constituição das elites. A análise recai sobre as colunas sociais cariocas publicadas entre as décadas de 1940 e 1970, período marcado por intensas transformações urbanas, pela projeção internacional do Rio de Janeiro e seus chamados “anos dourados”. Nesse contexto, a elite não apenas consolidava sua posição na estrutura social, como também se apresentava como modelo aspiracional de comportamento e estilo de vida. Ao dar visibilidade a esse grupo, esses espaços nos veículos jornalísticos contribuía para a reafirmação de valores como exclusividade, prestígio e refinamento, fundamentais para a manutenção de um imaginário de distinção. Assim, esta pesquisa propõe examinar como tais representações contribuíram para sustentar os mecanismos de legitimação social naquele momento histórico, tomando essas colunas como documentos-chave na leitura das dinâmicas simbólicas da cidade.

Desse modo, o primeiro capítulo dedica-se à fundamentação teórica do conceito de elite. O objetivo não é encerrar o debate ou propor uma definição definitiva do termo, mas evidenciar de que maneira esse grupo social tem sido analisado, descrito e compreendido por distintas tradições teóricas. Recorremos às formulações de autores clássicos que permanecem fundamentais para entender as dinâmicas de poder e influência, como Mosca (1966), Pareto (1966), Michels (1966), Mills (1981 [1956]) e Weber (1982 [1946]), que oferecem contribuições decisivas sobre como as elites se formam, se consolidam e exercem domínio social.

Já o capítulo 2 tem como objetivo apresentar as práticas discursivas que antecederam o colunismo social no Brasil, com ênfase na crônica social, também chamada de crônica de salão ou mundana. Ao resgatar esse gênero híbrido entre jornalismo e literatura, destacamos sua contribuição para a construção simbólica da elite urbana, especialmente carioca, ao longo do século XIX e início do XX. A crônica social, precursora das colunas sociais profissionalizadas, tinha como função registrar os eventos e rituais da alta sociedade, usando frequentemente um tom de bajulação e humor que exaltava a elite sem comprometer suas reputações. Dessa forma, operava como instrumento de visibilidade e ordenamento simbólico, antecipando estratégias que seriam consolidadas posteriormente.

No terceiro capítulo, busca-se analisar a origem das “*gossip columns*”, criadas pelo jornalista nova-iorquino Walter Winchell. Esse modelo editorial, que combinava relatos sobre a vida privada da elite com ironia e sarcasmo, teve grande sucesso na indústria cinematográfica de Hollywood e influenciou jornalistas ao redor do mundo. Assim, utilizamos como principal referência a obra *Winchell: Gossip, Power and the Culture of Celebrity* (1994), de Neil Gabler, uma das biografias mais completas sobre o jornalista, que explora sua carreira, vida pessoal e o contexto social que o influenciou. A importância de abordarmos a infância e a origem familiar de Winchell reside na compreensão das motivações que o impulsionaram. O temor do fracasso, refletido em parte pelas experiências vividas por membros de sua família, esteve presente em seu inconsciente e constituiu um dos motores centrais de sua busca incessante por sucesso e reconhecimento. Assim, sua trajetória pessoal é inseparável da formação de sua identidade pública e de sua influência no jornalismo.

Para compreender o surgimento e a consolidação desse tipo de coluna, também serão abordadas algumas características do jornalismo norte-americano do século XIX, destacando os movimentos que promoveram mudanças nos padrões noticiosos dos Estados Unidos e que prepararam o terreno para a mistura entre entretenimento e jornalismo. O capítulo ainda discute o termo *Café Society*, criado em 1919 pelo colunista Maury Paul, conhecido como Cholly Knickerbocker, que designava um grupo exclusivo formado por políticos, herdeiros americanos, latino-americanos e europeus, empresários, artistas e celebridades que frequentavam casas noturnas icônicas como o *Stork Club* e o *Josephson's Cabaret*.

O quarto capítulo tem como objetivo analisar os principais colunistas sociais do Rio de Janeiro entre o final da década de 1940 e meados da década de 1960, com destaque para Jacinto de Thormes, Ibrahim Sued e Zózimo Barrozo do Amaral. Conforme aponta Sant’Anna (2014, p. 208), esses profissionais desenvolveram estilos próprios e buscaram formas de se destacar, embora compartilhassem o objetivo comum de tornarem-se “(...) tão novos e consumíveis como os eventos que noticiam.” Além de registrar os acontecimentos sociais da elite carioca, como festas, coquetéis, chás beneficentes, jantares, recepções privadas, bailes e concursos, essas narrativas também mapearam festas, locais e hábitos de consumo que se tornaram referência para os leitores, constituindo o calendário social da elite.

Construído pelos próprios grupos privilegiados e retratado pelos colunistas, esse calendário organizava visibilidade, estabelecia hierarquias e definia normas de etiqueta e comportamento, consolidando as colunas sociais como instrumentos de prestígio, distinção e referência cultural, além de funcionarem como guias para a classe média que consumia os principais jornais da cidade. Dessa forma, também será apresentado um panorama desse cronograma social, ressaltando sua importância para a organização e visibilidade dos grupos elitizados.

O quinto capítulo, intitulado “Arquivos da visibilidade: as colunas sociais como formas de legitimação da elite carioca (1940-1970)”, tem como objetivo realizar uma análise empírica das colunas sociais, a partir de fontes primárias, especialmente jornais da época disponíveis na Hemeroteca Digital Brasileira e no Acervo Digital de *O Globo*. A partir desse material, busca-se demonstrar como essas colunas funcionavam como espaços de legitimação dos comportamentos, práticas de consumo e sistemas de distinção social da elite carioca. A análise detalha a forma como a visibilidade promovida por esses veículos reforçava hierarquias sociais, estabelecendo padrões culturais e normativos que orientavam a vida pública e privada dos grupos dominantes.

Como um desdobramento desse debate, o capítulo ainda inclui um subcapítulo dedicado à análise das listas das “Dez Mais Elegantes do Brasil”, publicadas entre as décadas de 1950 e 1960 por colunistas como Jacinto de Thormes e Ibrahim Sued. Embora o foco central desta pesquisa recaia sobre o “Café Society” carioca e sua representação nas colunas dos chamados “anos dourados”, a inclusão dessas listas se justifica pela relevância que elas assumiram como instrumentos de consagração simbólica e de difusão de um ideal nacional de elegância. As primeiras edições concentravam-se majoritariamente em mulheres do Rio de Janeiro, mas, com o passar dos anos, o recorte geográfico se ampliou, incorporando paulistas, sulistas e, posteriormente, figuras de Brasília. Essa expansão refletia não apenas as transformações do cenário político e social brasileiro, mas também o alargamento do imaginário de distinção e visibilidade feminina para além do eixo Rio-São Paulo.

Nesse contexto, no período compreendido entre o final da década de 1940 e o início dos anos 1960, o país ajustava seu ritmo produtivo e se alinhava a modelos internacionais modernos, atravessando profundas transformações em diversos setores. Esse processo fundamentou-se no projeto de ser – ou aparentar ser –

moderno, configurando uma “poética do parecer” que deu origem a “seres de parecer”, capazes de acumular e administrar um capital-aparência essencial para sua legitimação social (Sant’Anna, 2014). Inseridas nesse contexto, as colunas sociais exerceram papel estratégico na construção e na manutenção dessas dinâmicas, configurando-se como espaços privilegiados para a legitimação dos estilos, práticas e hierarquias das elites urbanas. Sob essa perspectiva, o presente estudo propõe-se a aprofundar a análise dessas narrativas midiáticas e suas representações e implicações nas relações sociais do Rio de Janeiro durante o que ficou conhecido como os “anos dourados cariocas”.

2. Elites: teoria, conceitos e abordagens

A noção de elite é antiga, plural e complexa. De Platão ao “elitismo clássico”, representado por Gaetano Mosca⁴, Vilfredo Pareto⁵ e Robert Michels⁶; dos que beberam nessa fonte - Joseph Schumpeter⁷, Tom Bottomore⁸ (1974) e C. Wright Mills (1981 [1956]) -, e até pensadores que aprofundaram a análise do termo em suas dimensões simbólicas e culturais, como Pierre Bourdieu (2007 [1979]), esse percurso revela as múltiplas facetas do poder e da distinção social ao longo da história. A ideia de que certas camadas sociais concentram poder, prestígio e influência e, dessa forma, controlam os principais processos da sociedade - econômicos, políticos, culturais e ideológicos, fundamenta grande parte das teorias sobre elites. No entanto, embora se complementem em muitos pontos, as diversas correntes teóricas não chegam a um consenso, expressando disputas epistemológicas em torno da sua definição e das formas de manifestações das elites em diferentes contextos.

Diante disso, esse capítulo apresenta algumas das principais elaborações conceituais desenvolvidas em torno da noção de elite. A partir dessa revisão, busca-se construir um referencial teórico ajustado às especificidades da pesquisa, que será aprofundada nos capítulos seguintes. Não se trata de esgotar o debate nem estabelecer uma definição única ou definitiva do termo, mas de evidenciar como esse grupo social tem sido observado, descrito e interpretado por diferentes tradições teóricas. Como mencionado anteriormente, o foco recai sobre o universo do *café society* carioca, especialmente entre as décadas de 1940 e 1960. Nesse contexto, serão examinados o papel das colunas sociais e a função que

⁴ Sua obra essencial foi *Elementi di Scienza Politica*, publicada pela primeira vez em 1896.

⁵ PARETO, V. *Trattato di Sociologia Generale*. Firenze: G. Barbèra, 1916.

⁶ Seu trabalho mais notório foi *Zur Soziologie des Parteiwesens in der modernen Demokratie*, publicado pela primeira vez em 1911. Em português, uma versão conhecida foi traduzida como “*Sociologia dos Partidos Políticos*”, pela Editora Universidade de Brasília (Brasília, 1982 [1914]).

⁷ SCHUMPETER, J. A. *Capitalismo, socialismo e democracia*. Tradução de Ruy Jungmann. Rio de Janeiro: Editora Fundo de Cultura, 1961.

⁸ BOTTOMORE, T. *As elites e a sociedade*. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1974.

desempenhavam ao tornar esses grupos visíveis e socialmente reconhecidos como integrantes da elite.

Mais do que fixar fronteiras rígidas sobre o que são ou deixam de ser, pretende-se aqui iluminar a complexidade desse tema, sobretudo quando se observa esse grupo não apenas por sua posição nas estruturas de poder, mas também por seus estilos de vida, suas formas de autorrepresentação e os espaços simbólicos em que se tornam socialmente visíveis.

Antes de adentrarmos as principais formulações clássicas sobre a teoria das elites, é importante observar como esse debate tem se consolidado e se diversificado na produção acadêmica brasileira recente. No artigo “Estudos sobre as elites: uma leitura da produção em periódicos – 1998-2017”, Setton (2021) realizou um levantamento criterioso de artigos publicados em periódicos indexados pela *Scielo* e no *Portal de Periódicos da CAPES*, identificando mais de 600 trabalhos sobre elites, dos quais 109 abordavam especificamente elites brasileiras dos séculos XX e XXI, com foco empírico nas formas materiais e simbólicas de dominação.

A autora construiu categorias de acordo com os próprios objetos e sujeitos de estudos anunciados pelos autores dos respectivos documentos, como aspectos teóricos; trama simbólica; elites intelectuais; elites jurídicas; elites parlamentares; e elites empresariais. Dentro desse conjunto, ela identifica duas grandes orientações teóricas predominantes: uma “tendência weberiana”, centrada na análise dos recursos e do poder exercido pelas elites; e uma “tendência marxista”, que vê as elites como grupos estruturalmente posicionados nas relações de dominação, reproduzindo e consolidando as desigualdades sociais.

Também se observa, nos estudos analisados, um esforço de articulação entre as teorias clássicas das elites, como Mosca (1992), Pareto (1989) e Mills (1975), e as proposições marxistas, com destaque para a defesa de um ecletismo teórico. Dessa forma, se avançaria na discussão de conceitos entre grupos e frações das classes dominantes, uma vez que o uso dessas categorias permitiria operacionalizar melhor a análise empírica das representações simbólicas e das formas de dominação, articulando tanto os pontos de vista estrutural da teoria marxista quanto o estratégico – “(...) aquele que se ocupa das formas de domínio para além do econômico. (...)” (Setton, 2021, p.6).

Por fim, para a autora, estudar elites é analisar o poder, a desigualdade e o domínio sobre a distribuição desses recursos. Essa perspectiva contemporânea ressalta a necessidade de revisitar as teorias clássicas das elites, que oferecem fundamentos essenciais para compreendermos como elas seguem sendo retomadas e como o poder se organiza e se mantém em sociedades hierarquizadas.

Nesse sentido, para compreender os fundamentos que sustentam as formulações clássicas sobre as elites, é necessário retornar às origens do pensamento político, onde as primeiras críticas à igualdade política já se faziam presentes. Sob essa perspectiva, a formulação de uma teoria das elites surgiu da crítica de Sócrates às rotinas da vida pública na antiga Atenas (século V a.C). Naquele tempo, os homens assumiram a cidade e aboliram a vontade dos deuses como a legítima origem da organização social. “Nesse movimento duplo nasceram, juntas, democracia e política.” (Hollanda, 2011, p.7).

No mundo ateniense, os homens eram livres no sentido de constituírem uma vida pública plena: todos tinham chances iguais de ocupar postos na administração pública, onde as leis, desde sua criação até a execução, eram desempenhadas diretamente pelo povo, sem distinção de origem social. Os interesses coletivos eram mais importantes do que os individuais. A desigualdade era vista no ambiente doméstico (*oikos*) entre relações assimétricas de pais e filhos e cônjuges, enquanto na *polis* havia oportunidades iguais para participação política. (Hollanda, 2011)

Assim, em *A República*, Platão condena a pólis ateniense pela premissa de igualdade política, uma vez que a harmonia social só seria alcançada com o reconhecimento das desigualdades intrínsecas à convivência nos espaços sociais entre os homens. Desse modo, propôs um modelo de cidade, a qual seria governada por uma “elite” de sábios que tinham acesso privilegiado ao conhecimento e à moral. A subversão dessa “hierarquia natural” aos homens ameaçaria a justiça e ao que eles deveriam cumprir na sociedade. (Hollanda, 2011)

Nesse contexto, para Sócrates, o voto, além de uma ação, é uma habilidade que precisa ser ensinada. “(...) A filosofia política platônica nasce, portanto, contra uma injustiça da pólis incapaz de reconhecer a sabedoria socrática.(...)” (Hollanda, 2011, p.8).

Ainda assim, na concepção liberal, inaugurada pelo filósofo inglês John Locke no século XVII, homens livres são os que se afastam da cena pública e

entregam-se ao privado, sendo a representação⁹ uma condição necessária da política, o que libera os indivíduos para a vida privada. Ao instituírem representantes, a cidade passa a existir em função do homem e não o contrário. Dessa forma, há uma inversão do paradigma grego, na qual todos estão autorizados a desfrutar de liberdade privada e sujeito a um mínimo de interferência política. (Hollanda, 2011).

Até meados do século XIX, liberalismo e democracia eram noções políticas conflitantes. Mediadas pelo princípio representativo, acomodaram-se numa fórmula de democracia liberal, que organiza diversas sociedades na contemporaneidade. Essa arquitetura política foi objeto de crítica de Gaetano Mosca (1858-1941), Vilfredo Pareto (1848-1923) e Robert Michels (1876-1936), autores que constituem o cânone do que se denomina “teoria das elites”.

Apesar das nuances e até importantes de instâncias nas visões políticas desses 3 pensadores, todos convergem na descrição da democracia liberal como regime utópico cuja rotina institucional não guarda vínculos com sua motivação ideal. Nessa perspectiva, as ideias de soberania popular, igualdade política e sufrágio universal compõem um universo abstrato de discurso, sem sustentação real. Na percepção elitista, todo exercício da política, alheio às suas justificativas formais, está fadado à formação de pequenos grupos que subordinem a maior parte da população. (Hollanda, 2011, p. 9-10).

Essa crítica compartilhada por diversos pensadores evidencia a distância entre o ideal democrático e a prática política, revelando que o poder tende a se concentrar nas mãos de poucos.

Nesse contexto, surge a teoria das elites no final do século XIX, em um contexto marcado pela Revolução Industrial e pela ascensão dos movimentos operários que reivindicavam maior participação política. Essa mudança despertou receios nas elites tradicionais – aristocracia e burguesia emergente – que buscavam

⁹ O conceito de representação aqui refere-se à “representação política”, assinalando delegação de poder, em que determinados indivíduos ou grupos atuam em nome de outros nas esferas decisórias institucionais, como nos parlamentos ou governos. O conceito está ancorado em princípios como mandato, legitimidade e *accountability*. Já a “representação simbólica”, que usamos muito nesta pesquisa, diz respeito à maneira como sujeitos, grupos sociais, identidades e valores são figurados e significados no campo da cultura, da linguagem e dos meios de comunicação. Enquanto a primeira lida com a mediação do poder e da vontade política, a segunda opera no plano das imagens, discursos e sentidos que moldam o imaginário social. Embora distintas, ambas podem se articular na produção de visibilidade e reconhecimento de determinados sujeitos na esfera pública.

manter o poder concentrado. A ideia de que a democracia defendida pelos trabalhadores levaria a sociedade ao comunismo assustava essas classes, que viam seu poder ameaçado pelo avanço das indústrias e do mercado liberal. Muitos intelectuais da época também eram céticos quanto ao objetivo democrático, acreditando que a inserção das massas na vida política poderia gerar efeitos contrários, tornando os indivíduos, ao se agruparem, irracionais e passíveis de se deixarem levar pelas paixões, perdendo de vista o bem comum. (Schmökel et al., 2014)

A partir dos anos 1940, uma segunda geração de pensadores – os elitistas democráticos, como Schumpeter (1961) e Bottomore (1974) –, passou a defender que a presença de elites no poder não contraria a democracia, desde que o acesso a essas elites seja aberto e as eleições livres e competitivas. Para eles, a democracia é o resultado da disputa eleitoral entre grupos que buscam conquistar o apoio popular, processo comparado a um mercado em que os eleitores escolhem entre opções políticas disponíveis. Nesse modelo, as elites moldam as alternativas oferecidas e a participação popular se dá pela escolha entre essas opções. No entanto, “(...) os elitistas democráticos parecem basear sua análise da democracia apenas na ideia de igualdade de voto e de ampla concorrência pelo poder de decisão. (...)” (Schmökel et al., 2014, p. 12).

Essa visão deixa de lado outras dimensões fundamentais da democracia, como o imaginário de igualdades econômica, social e cultural. Essas desigualdades, pouco tratadas nessa perspectiva, limitam o acesso efetivo de amplos setores da população ao poder e à participação real, característica marcante das democracias neoliberais contemporâneas. Por isso, essa abordagem pode superestimar a democracia enquanto sistema inclusivo, restringindo sua análise à mera disputa eleitoral.

Neste estudo, adotaremos a perspectiva da primeira geração de elitistas porque ela é mais adequada para compreender como essas elites mantinham seu prestígio e influência restritos a círculos selecionados, diferentemente da abordagem da segunda geração, que entende as elites como renováveis e funcionais dentro de uma democracia mais ampla. Apesar das diferenças entre essas abordagens, a “teoria das elites” parte da premissa comum de que a igualdade social plena é inviável, pois sempre haverá um grupo mais capacitado para exercer

liderança e controlar as hierarquias de poder. Assim, a originalidade do termo advém da explicação de que a classe dirigente é mais organizada, dotada de competências e talentos específicos para controlar a sociedade.

Entre os autores que compõem essa primeira geração da teoria das elites, destaca-se Gaetano Mosca, considerado um dos precursores mais influentes da reflexão moderna sobre o tema. Em sua obra seminal *Elementi di Scienza Politica* (1896), Mosca introduz o conceito de “classe dirigente”, ou classe política, como chave para compreender a organização do poder nas sociedades. Para o autor, independentemente da forma de governo adotada, a autoridade jamais é amplamente distribuída: ela está sempre concentrada nas mãos de uma minoria organizada que governa sobre a maioria desorganizada.

Desse modo, Mosca analisa um fato encontrado de maneira constante em todos os organismos políticos. Ele analisa que em todas as sociedades, desde as pouco desenvolvidas até as mais complexas, se encontram duas classes: a que dirige e a que é dirigida. A primeira, menos numerosa, exerceria as funções políticas e monopolizaria o poder enquanto goza das vantagens que esse carrega consigo, como superioridade intelectual, moral ou material, sendo herdeiros ou não dos que também possuíam tais qualidades. Já a segunda é mais numerosa, a qual é controlada pela primeira de modo arbitrário, violento e legal ao mesmo tempo. Além disso, a classe que dirige supriria de certa forma a que é dirigida, fornecendo meios materiais de subsistência e com “(...) o instrumental necessário a vitalidade do organismo político. (...)” (Mosca, 1966, p.51).

Essa elite dirigente não se sustenta exclusivamente pelo uso da força, mas também por meios de mecanismos de legitimação simbólica, como ideologias, tradições e sistemas de crenças, que tornam natural e aceitável sua posição de autoridade. Esses instrumentos permitem que o domínio dessa minoria seja aceito ou, ao menos, tolerado pela maioria, garantindo a estabilidade do sistema político. Trata-se, portanto, de um princípio estrutural da vida política, presente em diferentes formas de governo e fundamental para o funcionamento real das instituições sociais.

Mosca também discorre sobre a questão de que, em todo o organismo político, existe uma pessoa que é classificada como o “chefe dos chefes”. Esse líder nem sempre é o mesmo que detém um poder supremo de acordo com a lei, mas

aquele que mantém uma influência maior sobre tudo e todos. Além disso, uma outra questão é que essa pessoa não teria tanto poder sem o apoio de uma numerosa classe que garante que suas ordens sejam respeitadas. Sem o apoio popular e um possível descontentamento das massas, a ação da classe dirigente se tornaria obsoleta e, suas ações, paralisadas. Logo, seria necessária a criação de uma minoria dirigente dentro desse grupo, para que as ações fossem executadas e a estrutura social fosse mantida. Sem isso, a organização da sociedade desmoronaria.

O autor ainda ressalta “(...) que ainda se encontram nos primeiros estágios de organização(...)” (Mosca, 1966, p. 54) o valor militar, que também tem peso no acesso à classe dirigente. Nessas sociedades marcadas por conflitos constantes, a supremacia é conquistada por aqueles que demonstram maior habilidade nas batalhas, o que consolida suas posições como líderes naturais. Já nas mais avançadas, onde a guerra se torna uma condição excepcional, outros critérios passam a definir a ascensão social, deslocando a importância do valor militar para outras formas de poder, como riqueza e influência política.

Com o avanço da civilização, a produção agrícola cresce e a riqueza gerada por ela aumenta, o que permite o desenvolvimento de cidades e mercado, e não apenas pequenas comunidades agrícolas isoladas. Assim, centros de consumo também se formam. E quando a organização social se transforma a tal ponto no qual a proteção oferecida pela lei ou autoridade pública é mais eficaz que a oferecida pela propriedade privada – como no processo de transição do Estado feudal para o Estado burocrático – e se há uma transformação dos costumes e da moral, ocorre uma mudança social importante: a riqueza se torna uma condição característica da classe dominante e não mais o valor militar. “(...) Uma vez completa essa transformação, a riqueza produz poder político assim como o poder político vinha produzindo riqueza.(...)” (Mosca, 1966, p.58). Por essa configuração, ser rico significa, frequentemente, tornar-se poderoso.

Por fim, Mosca observa que a história das sociedades pode ser entendida como um processo contínuo de tensão entre duas tendências: de um lado, uma elite dominante tentando manter e herdar o monopólio do poder político; de outro, a emergência de grupos que desafiam essa ordem e buscam a renovação. Esse movimento contínuo entre as camadas “inferiores” e “superiores” revela que a classe dirigente tende a entrar em declínio quando deixa de atingir às exigências do

contexto histórico ou quando os seus talentos ou atributos que antes justificavam sua posição perdem relevância social. Essa dinâmica de substituição e adaptação nas elites também será uma questão central nas contribuições de Vilfredo Pareto (1916), pela qual aprofunda o conceito de circulação das elites como fator determinante da estabilidade ou ruptura da ordem.

Nesse contexto, em seu *Tratado de Sociologia Geral* (1916), Pareto busca compreender os mecanismos pelos quais as elites se renovam, revelando as tensões que definem a continuidade ou a transformação do poder político. A partir dessa reflexão, é possível avançar na análise dos elementos que sustentam ou ameaçam a perenidade das estruturas de poder, abrindo caminho para uma compreensão mais profunda sobre o papel das elites na manutenção da ordem social.

Para isso, Pareto define a elite como um grupo social que reúne indivíduos com os mais altos índices de habilidade e prestígio em seus respectivos pontos de atuação. Em seu estudo sobre o “equilíbrio social”, ele dividiu essa elite em duas partes: a “elite governante” e a “não-governante”. A primeira seria uma que compreende indivíduos que participam direta ou indiretamente de forma considerável do governo, enquanto a última compreenderia todas as demais.

Pareto destaca que os indivíduos são identificados por “rótulos” para diferenciá-los entre si como profissões – advogados, engenheiros, físicos – ou cargos políticos, como ministros, juízes, generais, deputados, entre outros. Contudo, há os “rótulos hereditários”, como a riqueza, que, embora tenham perdido força direta ao longo do tempo – como no caso do título de rei – ainda mantêm grande influência na perpetuação do status elite. A influência da família, o patrimônio acumulado e as redes de relacionamento continuam a garantir que certos indivíduos sejam reconhecidos como parte da camada social dominante, mesmo sem possuírem as qualificações originais que justificaram essa posição. “(...) Em sociedades onde a unidade social é a família, o rótulo usado pelo chefe da família beneficia também os demais membros. (...)” (Pareto, 1966, p. 74).

A partir dessa perspectiva, Pareto desenvolve o conceito de “circulação das elites”, ou circulação das classes, o qual se refere ao movimento constante de grupos sociais entre diferentes posições na hierarquia. Esse processo envolve a transição de indivíduos entre estratos sociais, carregando consigo atitudes, inclinações e valores que influenciam a composição da elite. Nesse contexto, outro termo

elaborado pelo sociólogo é a “velocidade da circulação”, que designa a intensidade e os modos pelas quais essas transições ocorrem, cuja dinâmica interfere diretamente a estabilidade social.

Pareto observa ainda que as aristocracias e plutocracias, inicialmente compostas por indivíduos com qualidades superiores, tendem com o tempo a perder seu vigor e aptidão, degenerando em números e qualidades. Esse declínio impulsiona a necessidade da ascensão de novos grupos – frequentemente provenientes das camadas sociais inferiores – que revitalizam a elite, trazendo “resíduos” (que convém chamar também de qualidades ou capitais) renovados para o poder. Tal movimentação é essencial para a renovação da liderança e a manutenção do equilíbrio social.

Segundo Pareto, a ausência de circulação das elites gera desequilíbrios e tensões sociais que podem culminar em revoluções. Esses eventos ocorrem quando uma elite decadente permanece no poder sem reunir mais as qualidades necessárias para governar, enquanto, simultaneamente, emergem grupos sociais com maior capacidade e disposição para exercer funções de liderança.

Assim, as revoluções seriam a expressão do confronto entre a deterioração da antiga elite e o surgimento de uma nova liderança, frequentemente marcada pela combinação entre qualidades intelectuais e força combativa. Nesse processo, a classe dominante tende a ser revigorada pela ascensão de famílias oriundas das camadas inferiores, que trazem consigo o vigor e os “resíduos” necessários à manutenção do poder, ao mesmo tempo em que os elementos mais degenerados da elite anterior são excluídos.

(...) Geralmente, em revoluções, os membros dos estratos inferiores são comandados por líderes dos estratos superiores, porque os últimos possuem as qualidades intelectuais necessárias para o delineamento de uma tática, enquanto sentem falta dos resíduos combativos fornecidos pelos indivíduos dos estratos inferiores.(...) (Pareto, 1966, p. 78).

Ainda assim, para o autor, todos os governos usam a força e afirmam ser baseados na razão, tanto para preservar a ordem vigente quanto para estabelecer novas normas. Os governos, mesmo aqueles que se legitimam pelo sufrágio

universal, na prática permanecem oligarquias, nas quais uma minoria detém o controle efetivo e direciona a vontade popular conforme seus interesses.

Logo, para assegurar a estabilidade social, é comum que as elites adotem ideias e crenças que legitimem sua autoridade, ainda que envolvam concessões e a aceitação de certas desvantagens momentâneas. Consequentemente, em momentos de enfraquecimento, elas podem adotar estratégias de manutenção do poder que não envolvem imediatamente o uso da força. Barganhas, concessões e o uso de capital simbólico – como respeito, honra e tradição – tornam-se instrumentos centrais para adiar o declínio. Ao acreditarem que tais mecanismos podem ser sustentados indefinidamente, as elites tendem a se iludir quanto à estabilidade de sua posição. Exemplos históricos evidenciam que, quando os recursos simbólicos de legitimidade se esgotam, a ruptura torna-se inevitável. Nessas circunstâncias, a força, ainda que latente, é acionada como último recurso para preservar a ordem estabelecida, revelando seu papel estrutural no exercício do poder.

Os movimentos violentos acontecem aos trancos e barrancos, e seus efeitos não seguem imediatamente suas causas. Depois que uma classe governante, ou uma nação, se manteve forte por longos períodos de tempo e adquiriu grande riqueza, pode subsistir por algum tempo ainda sem usar a força, comprando seus adversários e pagando não só em ouro, mas também em termos de dignidade e respeito que antes gozava e que constituía um capital. Nos primeiros estágios de declínio, o poder é mantido por barganhas e concessões, e as pessoas se enganam de tal maneira que chegam a pensar que tal política pode ser levada avante indefinidamente. Assim o Império Romano decadente comprou a paz dos bárbaros com dinheiro e honrarias. Assim, Luís XV na França, esbanjando em muito pouco tempo uma herança ancestral de amor, respeito e reverência quase religiosa pela monarquia, conseguiu, fazendo repetidas concessões, ser o Rei da Revolução. Assim, a aristocracia inglesa conseguiu prolongar seu prazo de poder na segunda metade do século XIX até o alvorecer de sua decadência, anunciada pelo *Parliament Bill* nos primeiros anos do século XX. (Pareto, 1966, p.78-79)

Portanto, enquanto Vilfredo Pareto apresenta a ideia da circulação das elites, que destaca a renovação contínua dos grupos dominantes, Robert Michels (1966) amplia essa visão ao destacar que, mesmo em organizações que se propõem a ser

democráticas, nelas também há a tendência de se formar uma classe dirigente. Logo, não ocorreria apenas uma substituição de uma elite por outra, mas um contínuo processo de recomposição, em que antigos elementos se atraem, absorvem e assimilam os novos.

Assim, o sociólogo e economista alemão desenvolve uma de suas contribuições mais influentes à teoria das elites: a “Lei de Ferro das Oligarquias”. Dialogando com Pareto no que tange ao reconhecimento do caráter inevitável das elites na condução do poder social, sua perspectiva se diferencia ao focar nas organizações políticas modernas.

Ao observar instituições criadas para representar os interesses das massas, percebeu que elas acabam desenvolvendo estruturas internas hierarquizadas, resultando na consolidação de uma elite dentro delas. Logo, por mais democrática que se pretenda ser, toda organização tende inevitavelmente à dominação de uma minoria. À medida que crescem, elas tornam-se mais complexas, o que exige especialização técnica, divisão do trabalho e delegação de funções. Isso levaria à ascensão de um grupo de líderes que concentra o poder e resiste à renovação, afastando-se, assim, dos princípios que o originou.

Mesmo em partidos revolucionários ou socialistas, essa dinâmica persiste, pois o autor observou ao longo de vários anos a liderança de algumas organizações que pouco se renovaram. E os dirigentes que se mantiveram buscaram perpetuar-se no poder, passando a agir em benefício próprio. Assim, em sua visão, desenvolvida principalmente na obra *Os Partidos Políticos* (1911), Michels demonstra como a democracia direta se torna inviável, já que o aparato organizacional adota uma postura elitista contrária àquilo que acreditavam:

O partido é criado como um meio de se atingir um fim. Quando, entretanto, se transforma em um fim em si mesmo, visando interesses e vantagens próprios, processa-se sob o ponto de vista teleológico um desligamento da classe que representa. Não é nada óbvio que os interesses das massas, que se haviam combinado para formar o partido, coincidam com os interesses da burocracia no qual veio o partido a se personificar. Os interesses do corpo de empregados são sempre conservadores, e em uma dada situação política poderão esses interesses ditar uma política defensiva e até reacionária, enquanto os interesses da classe trabalhadora requeiram uma política resoluta e agressiva; em outros casos, embora sejam mais raros, os papéis podem ser invertidos. De acordo com uma lei social de aplicação universal, todo órgão da coletividade, feito existir em decorrência da divisão do trabalho, cria para si mesmo, tão logo se ache consolidado, interesses

próprios a si mesmo. A existência desses interesses específicos redundaria em necessário conflito com os interesses da coletividade. E mais, existe uma tendência que leva estratos sociais no desempenho de funções específicas a se isolarem, a produzirem órgãos apropriados para a defesa de seus próprios interesses específicos. A longo prazo tenderiam a sofrer uma transformação em classes distintas. (Michels, 1966, p. 101-102).

Logo, ao deixar de ser um instrumento puramente para representar as massas, atuando também em função da sua burocracia interna, o partido afasta-se gradualmente dos objetivos coletivos fixados inicialmente. O processo evidencia o conflito permanente entre interesses particulares e coletivos.

Michels também critica o marxismo, principalmente em relação à crença na eliminação do Estado e das classes sociais. Para ele, mesmo que o proletariado conquiste o poder político, na chamada “ditadura do proletariado”, ainda existiria uma ditadura nas mãos de líderes que foram suficientemente poderosos para agarrar “(...) o centro da dominação(...)” (Michels, 1966, p. 96). Logo, em seu pensamento, uma nova oligarquia surgiria, repetindo os mesmos mecanismos de dominação outrora criticados. “(...) Cedo ou tarde, a competição entre as várias facções das classes dominantes resulta numa conciliação, que se efetua em acordo com o desejo instintivo de manter a dominação das massas (...)” (idem, 1966, p. 61), dividindo entre si os espaços de poder e os privilégios inerentes. Assim, o sociólogo defende que as oligarquias são formas inevitáveis de organização da vida coletiva em grandes sociedades. Mesmo a “ditadura do proletariado”, vista como etapa de transição para o comunismo, tenderia a se consolidar como uma nova forma de dominação, perpetuada por líderes que se considerariam indispensáveis.

Dessa forma, ainda que não seja o autor mais central do elitismo clássico, Michels aprofunda o debate sobre a inevitabilidade das elites, a partir de uma crítica contundente às promessas democráticas e igualitárias. Sua contribuição permite compreender a dinâmica que favorece a permanência desses grupos no poder, mesmo em contextos de aparente participação coletiva. Como ele afirma, é “(...) extremamente provável que um grupo social, que se tenha assegurado o controle dos instrumentos do poder coletivo, fará todo o possível para reter esse controle.” (Michels, 1966, p. 97).

Enquanto Michels dedicou atenção às estruturas internas das organizações e partidos, Mills (1981 [1956]) enfatizou a interconexão entre diferentes setores do poder e sua composição social restrita, revelando como o poder real está nas mãos de uma pequena camada que molda decisivamente a direção do país.

Na obra *A elite do poder* (1956), o sociólogo Charles Wright Mills apresenta uma crítica contundente ao sistema democrático dos Estados Unidos, argumentando que o país era comandado por uma minoria influente formada por líderes do Estado, das Forças Armadas e das grandes corporações, enquanto a maioria da população permanecia excluída das decisões centrais. Ele defendia que essa situação não era resultado de falhas individuais, mas das transformações políticas e sociais ocorridas no século XX. Para ele, a saída estaria no fortalecimento da participação popular e no empoderamento do "homem médio" (ou o cidadão comum), alheio às grandes estruturas de poder, mas essencial para a renovação democrática. A elite, segundo o autor, é definida pelas posições de comando que ocupa em instituições centrais da sociedade, o que torna sua caracterização posicional e institucional. (Gimenes, 2014)

Assim, Mills propôs quatro passos metodológicos para identificar a elite do poder no país norte-americano. O primeiro foi reconhecer as três ordens institucionais centrais da sociedade: Estado, exército e grandes empresas, instâncias que concentram o poder político, militar e econômico. Em seguida, descreveu como essas instituições se expandiram e concentraram suas decisões nas cúpulas ao longo do século XX. O terceiro passo foi analisar a forte interrelação entre as elites desses três setores, que passaram a formar um grupo pequeno, coeso e com grande capacidade de decisão nacional. Por fim, o autor delimitou esse grupo dominante, destacando não só sua proximidade institucional, mas "(...) sua coesão, baseada em sua unidade psicológica, de partilhamento dos mesmos valores e visão de mundo, de interesses, por conta das relações cada vez mais estreitas entre as três ordens institucionais (...)". (Gimenes, 2014, p. 141). Como seus membros compartilham estilos de vida, formações semelhantes e objetivos convergentes, isso favorece ações coordenadas e a manutenção do poder nas mãos de poucos.

Ainda no contexto norte-americano no início do século passado, a elite, como classe social, era constituída não apenas por famílias tradicionais e indivíduos ligados à pirâmide do poder, mas também pela "(...) escola secundária "bem" e o

clube metropolitano.” (Mills, 1981 [1956], p. 24-25). Desse modo, esse grupo se formaria a partir de um conjunto de altas rodas cujos membros são selecionados e comprovados, uma vez que é necessário que se permita o acesso, de alguma forma, ao que comanda as hierarquias institucionais impessoais da sociedade moderna: em um sentido estrutural, um “triângulo de poder” (Mills, 1981 [1956], p. 16) é a fonte das diretorias interligadas.

Na cúpula de cada um desses três domínios ampliados e centralizados surgiram as altas rodas que constituem as elites econômica, política e militar. No alto da economia, entre as grandes empresas, estão os principais executivos; no alto da ordem política, os membros dos diretórios políticos; no alto da organização militar, a elite dos soldados-estadistas se comprime em torno dos Estados-Maiores e do escalão superior. À medida que esses domínios coincidem entre si, as decisões passam a ser totais em suas consequências, e os líderes desses três domínios do poder – os senhores da guerra, os chefes de empresas e o diretório político – se reúnem para formar a elite do poder da América. (Mills, 1981 [1956], p. 17)

Ademais, fariam parte dessa elite conselheiros, consultores, políticos e promotores de opinião, assim como novas e antigas classes sociais de grandes metrópoles e cidades pequenas. Como novos personagens, as celebridades viveriam sendo exibidas enquanto permanecem como tal. E mesmo que não pertencessem exatamente a uma hierarquia dominante, teriam a função de distrair a atenção do público ou proporcionar diferentes sensações às massas. De certa forma, talvez como “(...) porta-vozes de Deus e criadores da sensibilidade em massa, tais celebridades e consultores fazem parte do cenário imediato no qual o drama da elite é representado.(...)” (Mills, 1981 [1956], p. 12). Contudo, o drama em si estaria centralizado nos postos de comando das principais hierarquias institucionais.

Desse modo, alguém que pertence a uma classe superior é definido por suas relações com pessoas semelhantes a ele, como uma série de grupos íntimos. Além de prestígio, poder e dinheiro, bem como os modos de vida que esses proporcionam, a elite constitui, ela própria, o principal meio de exercer influência, graças às posições que determinados grupos têm direta ou indiretamente às grandes instituições.

Portanto, para pertencer à elite, um indivíduo deve estar ligado às instituições de poder, pois isso é o que legitima sua posição. Ter apenas dinheiro ou cultura não são requisitos ou valores suficientes para ser associado às altas rodas. Isso porque a riqueza não se centraliza apenas na pessoa rica, nem a celebridade é inerente a qualquer personalidade. Ser célebre, rico e ter poder “(...) exige o acesso às principais instituições, pois as posições institucionais determinam em grande parte as oportunidades de ter e conservar essas experiências a que se atribui tanto valor.(...)” (Mills, 1981 [1956], p. 19).

Ainda assim, existiria uma “(...) natureza cumulativa do prestígio (...)” (Mills, 1981 [1956], p. 19), pela qual um homem poderia iniciar suas ações pertencendo à elite nas funções militares, para em seguida ser colocado para uma instituição educacional ou econômica e, posteriormente, ter algum posto de comando ou algum tipo de desfrute na ordem política.

Portanto, como “(...) a riqueza e o poder, o prestígio é cumulativo: quanto mais temos, mais podemos conseguir.(...)” (Mills, 1981 [1956], p. 19). Isso também explicaria um fato de que, para o rico, verifica-se que é mais fácil conseguir poder e reconhecimento do que uma pessoa pobre. Assim, os que já têm algum *status*, influência ou associação a alguma pessoa ou empresa de renome, as oportunidades apareceriam mais rápido ou mais facilmente do que para aqueles que pertencem às classes mais baixas.

Com gostos parecidos e oportunidades semelhantes, percebe-se que um “capital cultural” (Bourdieu, 2007 [1979]) da elite constitui uma forma de ser percebido, pertencer e se diferenciar. Assim, seus artefatos culturais, bem como hábitos e práticas de consumo, garantem tanto a distinção quanto legitimidade para um indivíduo, grupo ou classe social.

A elite, segundo esse conceito, se considera, e é considerada pelos outros, como o círculo íntimo das “classes sociais superiores”. Forma uma entidade social e psicológica mais ou menos compacta; seus componentes tornaram-se membros conscientes de uma classe social. As pessoas são ou não aceitas nessa classe, havendo uma divisão qualitativa, e não simplesmente uma escala numérica, separando os que são a elite dos que não são. Têm certa consciência de si como uma classe social e se comportam, uns para com os outros, de modo diverso daquele que adotam para com os membros de outras classes.

Aceitam-se, compreendem-se, casam entre si, e procuram trabalhar e pensar, se não juntos, pelo menos de forma semelhante. (Mills, 1981 [1956], p. 19-20)

Dessa forma, o contexto norte-americano no início do século XX também é marcado pela luta de posições sociais, ao passo que os ricos “de berço” se esforçavam para preservar suas condições de prestígio. “(...) O recurso do parentesco endógeno já perdia a funcionalidade e as novas demandas sociais exigiam, concomitantemente, novas estratégias de conservação de poder. (...)” (Cruz, 2015, p. 42).

Assim, o fato de alguém ascender economicamente ou nascer em uma família rica, mas não possuir o “capital cultural incorporado” (Bourdieu, 2007 [1979]) exigido por determinados círculos sociais – uma vez que objetos de consumo são apropriados e utilizados de diversas formas –, não garante o acesso rápido e direto às classes superiores, numa tentativa de justificar e validar uma nova posição social. Como o indivíduo identifica e ajusta os bens, como vestuário e mobiliário, à sua posição social, as restrições para o “fechamento dos círculos” ocorrem não só a nível econômico, mas também social, para manter a ordem e o *status* desses (Weber, 1982 [1946]).

Nesse contexto, de acordo com Weber (1982 [1946]), um grupo de pessoas como a elite se encontrará em uma mesma “situação de classe”, o que, por sua vez, significaria o compartilhamento de oportunidades comuns de bens, condições de vida e experiências pessoais, na medida em que são determinadas pela renda de uma certa ordem econômica. Além disso, como as distinções de classes estão ligadas, de formas variadas, às diferenças de *status*, as “situações de status” são correspondentes aos elementos determinados por estimativas positivas ou negativas de honrarias, que ultrapassam as leis e conceitos estritamente econômicos, mas abarcam o social e o cultural, em que se estratificam estamentos de acordo com os estilos de vida. Logo, distinções de classes estão ligadas com os princípios de seu consumo de bens, a forma como esses são consumidos, e não pelas relações com a produção e a aquisição de bens.

Como as classes “(...) se estratificam de acordo com suas relações com a produção e a aquisição de bens; ao passo que os ‘estamentos’ se estratificam de acordo com os princípios de seu *consumo* de bens (...)” (Weber, 1982 [1946], p.

226, *grifo do autor*), e considerando que esses estamentos são portadores de convenções e monopolizam bens e oportunidades materiais e ideais, a “honra” do grupo baseia-se na distância e exclusividade. Para manter essas honras, que podem estar relacionadas a qualquer qualidade compartilhada entre indivíduos, é necessária uma ação comunal consentida com caráter de fechamento de círculos para que o desenvolvimento do *status* esteja em processo. Dessa forma,

(...) se a simples aquisição econômica e o poder econômico puro, ainda trazendo o estigma de sua origem extra-estamental, pudessem conceder a quem os tivesse conseguido as mesmas honras que os interessados em estamentos em virtude de um estilo de vida que pretendem para si, a ordem estamental estaria ameaçada em suas bases mesmas, principalmente tendo em vista que, em condições de igualdade de honras estamentais, a posse *per se* representa um acréscimo, mesmo não sendo abertamente reconhecida como tal. (...) Precisamente devido às reações rigorosas contra as pretensões da propriedade *per se*, o *parvenu* jamais é aceito, pessoalmente e sem reservas, pelos grupos estamentalmente privilegiados, por melhor que seu estilo de vida se ajuste ao deles. Só aceitarão seus descendentes que tiverem sido educados nas convenções do seu grupo estamental e que nunca tenham manchado sua honra pela atividade econômica penal. (Weber, 1982 [1946], p. 224-225).

Portanto, de acordo com a perspectiva de Weber (1982 [1946]), a pessoa que ascende recentemente a uma classe social apenas pelo fator econômico não é plenamente aceita dentro de um grupo coeso e estável como a elite, cuja manutenção depende de normas e leis que preservam seus rituais e capitais simbólicos de prestígio e reconhecimento, o que representa uma ameaça à ordem.

Nesse contexto, a emergência de novos milionários juntou-se à popularização do jazz, à explosão do cinema hollywoodiano e à ousadia nas novas caracterizações das roupas femininas, que criaram um cenário propício para a eclosão do colunismo social. (Cruz, 2015)

Sendo assim, Werner Sombart (1958)¹⁰ analisou o novo lugar da mulher junto ao crescimento dos espaços urbanos da Europa entre os séculos XVIII e XIX

¹⁰ (...) para Sombart, a mulher cortesã – moças de boa família seduzidas, esposas adúlteras e meretrizes com conhecimentos artísticos e das letras – contribui para desvincular os charmes e encantos do amor da instituição do casamento e, ao fazer isso, incita a ostentação, o refinamento dos sentidos e, enfim, o luxo. Nesse processo, o luxo deixa de ocupar o espaço público dos espetáculos

e a importância da burguesia no desenvolvimento da sociedade moderna – o que colocou a mulher, em especial a cortesã, em uma posição de destaque. No início do século XX, a figura feminina ganha outra importância: a modificação do *status* a partir do cortejo de mulheres (Mills, 1981 [1956]). Isso, pois, o tipo de mulher conhecido como “senhora dos salões”, que desfilava nas notas parisienses de Proust e tinha a representação de uma anfitriã, que educava filhos, arranjava casamento para suas crias e cujos valores e virtudes que eram disputados por cortesãos, teve sua validação apenas por um curto tempo e entre um público reduzido.

Essa dama elegante, que poderia ter conquistado publicidade, viu sua fugaz visibilidade ir embora quando os meios de comunicação de massa se desenvolveram e começaram a validar outro estereótipo feminino, que seria a nova “moça ideal da América”:

Em qualquer boate de New York, numa grande noite, na hora do espetáculo das duas da madrugada, seu tipo mais comum pode ser visto; com o rosto de boneca e o corpo exibicionista submetido a regime para a câmara, uma jovem magra com um sorriso lânguido, o olhar aborrecido e a boca levemente entreaberta, umedecendo por vezes os lábios com a língua, para aproveitar as luzes. Parece, na realidade, estar sempre praticando para esses momentos culminantes e nervosos, quando as lentes a focalizam. Os termos de sua competição são bastante claros: sua área profissional é, a área da mulher para a qual um tipo de erotismo arrogante e inconquistável tornou-se o meio de vida. É a aparência cara de uma mulher cara que se sente cara. Tem o ar de uma moça que sabe depender sua sorte muito - ou quase exclusivamente - do efeito de sua aparência sobre certo tipo de homem. Ela é a rainha - a moça ideal da América - que, seja debutante, modelo ou artista de diversões, estabelece os padrões de aparência e comportamento imitados por toda a hierarquia nacional do encantamento, pelas moças cuidadosamente treinadas e escolhidas para a ostentação comercial de promessas eróticas, bem como pela jovem dona de casa em sua cozinha. Embora o público, pela imitação, dê franco apoio à sua imagem como uma mostra de coisa sexualmente apetitosa, fica devidamente chocado quando lhe revelam ocasionalmente que essa promessa erótica costuma ser comercialmente cumprida. E como não? O dinheiro que um modelo ganha não é muito. Mas os homens que encontra têm dinheiro, e seus gostos logo se

e torneios, para assumir o caráter privado e doméstico dos castelos medievais – que, antes rústicos, são transformados em lugares exuberantes, com jardins, mobiliário suntuoso, vestimentas pomposas, adornos, banquetes e outros utensílios – e das residências burguesas, em uma ampla proliferação de bens. Ao fim e ao cabo, é como fonte de prazer que o consumo de luxo contribui decisivamente para o desenvolvimento dos mercados de espelhos, porcelanas, seda e assim por diante (Corbo, 2018, p.25).

tornam caros. (...) A moça da América senta-se no alto do café-society, e este, devemos lembrar, é um negócio rendoso, apoiado pelos diretores de empresas com altos gastos. (Mills, 1981 [1956], p. 99)

Essa transformação da imagem feminina da “senhora dos salões” para a “moça ideal da América” evidencia não apenas uma mudança estética ou comportamental, mas uma profunda reconfiguração nas bases simbólicas do prestígio social. À medida que os meios de comunicação de massa ganhavam força, o reconhecimento público deixou de depender exclusivamente da origem familiar ou de atributos considerados tradicionais para se apoiar, cada vez mais, na exposição midiática e no apelo visual. Nesse novo cenário, o prestígio passa a ser construído por meio da visibilidade e da circulação de imagens, um processo diretamente ligado à lógica da sociedade de consumo e à ascensão das celebridades como figuras de destaque social. É nesse contexto que se inscrevem os estudos de Ronald Althouse (1961, 1964), que investigam como diferentes formas de prestígio – herdado, conquistado e notório – são representadas em registros sociais específicos, funcionando como indicadores da fragmentação e recomposição das elites na sociedade de massas moderna.

Os dois estudos conduzidos por Althouse, publicados em 1961 e 1964, investigam a estrutura da estratificação social na sociedade de massas moderna, com foco especial nas formas de prestígio e nas elites emergentes. Ambos os trabalhos giram em torno da análise de três listas sociais: o *Social Register*, o *Who's Who* e o *Celebrity Register*. Elas são usadas como ferramentas para entender como o *status* é atribuído, conquistado ou adquirido por notoriedade pública.

No artigo *Social Stratification in the Mass Society* (1961), Althouse parte de um problema central: compreender se há diferentes formas de prestígio social representadas por essas listas e se elas apontam para a formação de uma nova elite dominante – a própria “Elite do Poder” (Mills, 1981 [1956]).

Cada um dos três registros sociais anteriormente mencionados representa uma forma diferente de destaque social. O *Social Register* identifica indivíduos com “prestígio herdado”, geralmente de famílias tradicionais com formação elitizada e presença consolidada em áreas como finanças e direito. O *Who's Who* reúne aqueles com “prestígio conquistado”, ou seja, pessoas que se destacaram por mérito em

campos como governo, ciência ou educação. Já o *Celebrity Register* lista pessoas com “notoriedade pública”, sobretudo no entretenimento, esportes e artes — muitas vezes sem grande escolarização formal, mas com alto apelo midiático (Althouse, 1961).

Assim, a pesquisa testa três hipóteses: se as listas representam tipos distintos de prestígio; se há sobreposição entre elas; e se essa sobreposição indica uma elite mais homogênea e poderosa. Os resultados mostraram que, de fato, elas agrupam perfis sociais diferentes e que algumas pessoas aparecem em mais de uma delas. No entanto, não se confirmou a hipótese de que esses indivíduos formariam uma elite coesa com mais poder do que os demais. Ou seja, mesmo que algumas trajetórias individuais cruzem as fronteiras entre prestígio herdado, conquistado e notório, as elites continuam segmentadas e fragmentadas, atuando em esferas autônomas de influência.

Já no artigo de 1964, Althouse aprofunda a análise do *Celebrity Register* e da figura da celebridade como um novo tipo de elite. Ele apresenta uma investigação mais detalhada sobre o que define a “notoriedade pública” e como ela passa a funcionar como uma base legítima de destaque social, ao lado do “prestígio herdado” e do “prestígio conquistado”. O artigo argumenta que a celebridade moderna não se apoia na origem familiar nem necessariamente em grandes conquistas profissionais, mas sim no valor midiático do nome. Logo, uma identidade pública fabricada, intensamente consumida e sustentada por aparições constantes nos meios de comunicação.

O público de massa se conecta com essas imagens indiretas e se identifica com suas identidades. As celebridades, por sua vez, reivindicam novas formas de influência [...]. O valor noticioso do nome — e não conquistas ou origem familiar — é o que fundamenta a celebridade, à medida que se acumula uma imagem elaborada em torno do nome, o nome passa a carregar influência por si só. (Althouse, 1964, p. 180, tradução nossa).

Então, segundo o autor, a celebridade representa um caso quase puro de imagem pública artificialmente construída, onde o que a pessoa faz tem valor noticioso, independentemente de sua contribuição objetiva. Esse tipo de prestígio

está fortemente relacionado à indústria cultural, ao marketing e aos circuitos de mídia e consumo. Ele argumenta que a sociedade moderna está presenciando a cristalização dessa forma de destaque simbólico, tornando esse indivíduo notório em um estrato social com estrutura própria, sem precedentes históricos comparáveis.

Um ponto comum importante é que em ambos os estudos Althouse (1961;1964) rejeita a ideia de uma elite unificada com controle centralizado do poder. Ao contrário, ele mostra que, mesmo com alguma sobreposição entre indivíduos das diferentes listas, os campos de prestígio continuam relativamente autônomos, especializados e fragmentados, cada um com suas próprias regras de entrada, visibilidade e manutenção do *status*. Com isso, oferece uma leitura inovadora da estratificação contemporânea, destacando como a projeção midiática e a presença na esfera pública se tornam elementos cada vez mais relevantes na construção do reconhecimento social. Nesse contexto, o prestígio e o poder não estão concentrados apenas nos modelos tradicionais, como pela riqueza herdada ou através de extensa carreira profissional, mas também se deslocam para campos simbólicos como a cultura de celebridades, onde a exposição constante na mídia passa a funcionar como uma nova forma de reconhecimento social.

Ainda que este capítulo tenha se debruçado sobre algumas das principais formulações teóricas da chamada “teoria das elites”, não se pretendeu aqui estabelecer um debate aprofundado ou polêmico sobre seus fundamentos ideológicos ou políticos. O objetivo foi reunir conceitos que ajudam a compreender a noção do termo e suas formas de organização e reprodução, reconhecendo que o conceito é plural, dinâmico e articulado com diferentes contextos históricos e sociais. Portanto, essa exposição não visa uma defesa nem uma crítica sistemática às abordagens tratadas, mas sim apresentar as contribuições desses autores para o entendimento da elite como grupo social específico.

Nesse sentido, o artigo de Décio Saes (1994), intitulado “Uma contribuição à crítica da teoria das elites”, propõe reconstituir a teoria das elites como um sistema coerente de conceitos e suas relações entre si, capaz de operar como um modelo de análise dos processos políticos contemporâneos. O autor critica o formalismo de algumas abordagens, que se fixam excessivamente na aparência do poder político, sem considerar seu conteúdo real nem o fato de que esse poder reflete e serve aos

interesses de determinadas classes sociais. Ele aponta que esse formalismo acaba por negligenciar as dinâmicas sociais e econômicas que sustentam as elites, reduzindo a análise a estruturas formais e, por isso, com baixa operacionalidade para explicar a manutenção e transformação das elites. Além disso, ressalta que a ausência de uma análise aprofundada do conteúdo do poder pode levar a interpretações que não captam os mecanismos concretos que garantem a reprodução das elites, comprometendo a compreensão de sua permanência e influência.

Conforme expõe Saes (1994), essa teoria não se realiza da mesma forma em todos os autores que a adotam, pois, diferentes elementos podem predominar em diferentes análises políticas enquanto outros permanecem em presença potencial, coexistindo com as variações e possíveis contradições internas ao modelo. Isso reforça a importância de compreender a teoria das elites como um conjunto complexo e dinâmico, capaz de se adaptar às especificidades dos contextos históricos e sociais analisados.

Apesar de não ser o foco deste trabalho aprofundar essas distinções, o texto de Saes (1994) reforça a ideia de que o conceito de elite pode e deve ser tratado com certa precisão metodológica. Na prática, isso significa que, mesmo sem nos aprofundarmos nos embates teóricos ou nas críticas entre tradições, é possível estabelecer critérios que nos ajudem a identificar concretamente quem compõe uma elite em determinado contexto. Ou seja, mesmo sem esgotar o debate, é possível demarcar com mais clareza a separação entre elite e massa a partir de aspectos observáveis: posição social, formas de visibilidade, recursos simbólicos e acesso privilegiado a esferas de poder.

Por fim, cabe ressaltar que o uso da teoria das elites e o presente trabalho não se dá como adesão ao elitismo enquanto ideologia, mas como ponto de partida conceitual para identificar e compreender os sujeitos sociais que compõem o universo empírico estudado: o *Café Society* carioca nas décadas de 1940 a 1960. Para aprofundamentos sobre os limites da teoria, como propõe Saes (1994), outros estudos e autores são utilizados. Aqui, entretanto, o foco está em sistematizar um instrumental teórico capaz de iluminar como essas elites se formam e como são representadas nos espaços simbólicos em que se projetam socialmente, como as colunas sociais da imprensa, eventos culturais e espaços de prestígio público.

Dessa forma, a análise das elites contemporâneas exige atenção não apenas às estruturas formais de poder, mas também às formas pelas quais esses grupos constroem visibilidade e prestígio. Registros impressos, como anuários e listas de notáveis, juntamente com notas e reportagens em jornais e revistas, atuam como instrumentos de legitimação e reconhecimento, dando forma pública a estilos de vida e estratégias de autorrepresentação. Mais do que delimitar fronteiras fixas sobre quem pertence ou não à elite, interessa compreender como esses grupos constroem e reproduzem seu prestígio por meio da exposição controlada, da sociabilidade e da circulação cultural.

No próximo capítulo, serão analisadas as práticas discursivas que antecederam o colunismo social brasileiro, com destaque para as crônicas sociais. Esse gênero, ao registrar eventos, exaltar costumes e tornar públicas experiências privadas, constituiu um importante espaço de representação da elite urbana entre os séculos XIX e XX. Ao evidenciar personagens e acontecimentos da sociedade, as crônicas já antecipavam estratégias de visibilidade e ordenamento simbólico que mais tarde seriam sistematizadas nas colunas sociais. Com essa base, o leitor estará preparado para compreender, nos capítulos seguintes, como o modelo importado das *gossip columns* estadunidenses, a partir de Walter Winchell, foi adaptado e assimilado pelos colunistas brasileiros ao longo da primeira metade do século XX.

3. As antecessoras das colunas sociais: a crônica social na imprensa brasileira

O objetivo deste capítulo é apresentar as práticas discursivas que antecederam o colunismo social brasileiro, com foco na crônica social, também conhecida como crônica de salão ou crônica mundana. Ao resgatar esse gênero híbrido, situado entre o jornalismo e a literatura, busca-se evidenciar como suas características contribuíram para a construção simbólica da elite urbana, em especial a carioca, ao longo do século XIX e início do XX. Além disso, este panorama é fundamental para delimitar as distinções entre a crônica literária e a crônica social, termos que, embora guardem relação, designam práticas diferentes no interior da imprensa brasileira.

A crônica social, que precedeu a coluna social enquanto prática profissionalizada, tinha como principal função registrar os eventos e rituais de sociabilidade da alta sociedade. Muitas vezes marcada por um tom de bajulação e humor, essa modalidade destacava personagens da elite sem comprometer seriamente suas reputações, contribuindo para reforçar padrões de prestígio e distinção (Dornelles, 2017). Ao selecionar temas cotidianos, exaltar os costumes e tornar públicos os eventos privados, a crônica social operava como dispositivo de visibilidade e ordenamento simbólico, antecipando estratégias que seriam mais tarde sistematizadas nas colunas sociais propriamente ditas.

Considerando essas práticas antecedentes, este capítulo propõe ainda uma breve reflexão sobre o termo “crônica”, cuja polissemia pode gerar confusão conceitual com o que foi posteriormente institucionalizado como coluna social. A abordagem aqui apresentada visa, portanto, não apenas diferenciar os gêneros, mas também demonstrar como a crônica social abriu caminho para uma forma de jornalismo que não apenas informava, mas também moldava a percepção pública sobre *status*, prestígio e pertencimento social. Com isso, o capítulo prepara o terreno para a análise empírica que será desenvolvida nos capítulos seguintes, dedicados ao colunismo social brasileiro em sua fase de consolidação.

É importante ressaltar que não temos a pretensão de nos aprofundarmos nas distinções técnicas entre jornalismo e literatura, tampouco em investigar o desenvolvimento histórico do jornalismo brasileiro ou da crônica enquanto gênero literário. A proposta aqui é apresentar uma breve contextualização que permita ao leitor compreender as práticas antecessoras do colunismo social, sem avançar por caminhos analíticos que extrapolariam o escopo principal deste trabalho. O foco central da tese são as colunas sociais brasileiras publicadas entre as décadas de 1940 e 1960, motivo pelo qual será dedicado um capítulo específico às *gossip columns* estadunidenses, uma vez que foram estas, e não as crônicas de salão, as principais influências diretas para a formatação do colunismo social brasileiro vigente no período analisado. Assim, este panorama preliminar das crônicas sociais cumpre o papel de oferecer uma base conceitual e histórica necessária à compreensão do fenômeno investigado, sem se desviar do objetivo central da pesquisa.

A crônica¹¹ enquanto gênero se estruturaria a partir de elementos que a distanciam de uma linguagem técnica ou erudita ao aproximar-se de uma oralidade, de um despojamento sintático e de uma “(...) perspicácia de colher das vivências proporcionadas estilos simples que impressionam (...)” (Soares, 2020, p.2). Assim, ela se apresenta como um gênero “elástico”, que se aproxima tanto de contos, artigos de opinião, ensaios e reportagens, a partir do estilo de cada cronista e da relação conteúdo-forma que a estrutura de um periódico permite.

Desde seus primórdios, a crônica estabeleceu-se como um gênero voltado ao registro temporal de acontecimentos, organizados de forma linear e cronológica (Siebert, 2014). No início da era cristã, suas narrativas focavam em feitos de figuras importantes, como reis e imperadores, e em eventos sociais relevantes, funcionando como registros da vida e da política da época (Soares, 2020). Na Idade Média, espanhóis e portugueses utilizaram a crônica para documentar viagens e

¹¹ A origem do gênero possui uma relação estreita com o tempo, expressa em sua etimologia (Siebert, 2014). Ela viria do grego *khronikós* – derivado de *khronos*, logo, tempo, também passando pelo latim *chronica* (Siebert, 2014; Soares, 2020). A narrativa mitológica de Cronos evidencia a relação etimológica do termo “cronos” com o conceito de tempo, entendido como algo constante e inevitável, que transcende a vontade de deuses e humanos, percorrendo seu curso sem possibilidade de contenção. Dessa associação surge o termo grego *chronikós*, posteriormente traduzido para o latim *chronicus* e para o português como “crônica”. A relevância atribuída ao tempo remonta a Platão, que o concebia como a “imagem móvel da eternidade”, enquanto Aristóteles o definia como “o número de movimento segundo o antes e o depois”. Ambos os filósofos vinculavam o tempo à ideia de movimento, enfocando os intervalos e a sucessão de eventos (Siebert, 2014, p. 676).

descobrimientos, consolidando-a como instrumento histórico, como exemplificado pela *Crônica Geral da Espanha* (1344) e pela carta de Pero Vaz de Caminha sobre o descobrimento do Brasil (Siebert, 2014).

Já os primeiros registros brasileiros do que pode ser considerado como “crônica moderna” poderiam ser vistos em periódicos como *Espelho Diamantino*, no qual, em 1828, havia uma seção fixa de registros de costumes e usos da sociedade da época. Ele marcou época também por lançar a ideia de que todo periódico deveria contar com um “(...) observador de costumes, que registrasse o que visse e ouvisse pelas ruas da cidade. (...)” (Siebert, 2014, p. 678).

A crônica jornalística começou a tomar forma no Brasil no século XIX, com publicações como *O Carapuceiro* (1832) e *Correio da Moda* (1839), que já traziam comentários sobre o cotidiano. Em 1854, José de Alencar, no *Correio Mercantil*, consolidou o gênero com a coluna “Ao correr da pena”, unindo literatura e jornalismo. Em 1861, Joaquim Manuel de Macedo, no *Jornal do Commercio*, desenvolveu o estilo do cronista flâneur — aquele que caminha pela cidade, observando e refletindo sobre ela. Com o tempo, ela evoluiu e passou a abordar temas mais triviais do cotidiano, retratando a chamada “vida ao rés-do-chão”¹², com foco em pessoas comuns e acontecimentos simples (Soares, 2020).

Ora, a crônica está sempre ajudando a estabelecer ou restabelecer a dimensão das coisas e das pessoas. Em lugar de oferecer um cenário excelso, numa revoada de adjetivos e períodos candentes, pega o miúdo e mostra nele uma grandeza, uma beleza ou uma singularidade insuspeitadas. Ela é amiga da verdade e da poesia nas suas formas mais diretas e também nas suas formas mais fantásticas, - sobretudo porque quase sempre utiliza o humor. Isto acontece porque não tem pretensões a durar, uma vez que é filha do jornal e da era da máquina, onde tudo acaba tão depressa. Ela não foi feita originariamente para o livro, mas para essa publicação efêmera que se compra num dia e no dia seguinte é usada para embrulhar um par de sapatos ou forrar o chão da cozinha. Por se abrigar neste veículo transitório, o seu intuito não é o dos escritores que pensam em "ficar", isto é, permanecer na lembrança e na admiração da posteridade; e a sua perspectiva não é a dos que escrevem do alto da montanha, mas do simples rés-do-chão. Por isso mesmo consegue quase sem querer transformar a literatura em algo íntimo com relação à vida de cada um, e quando passa do jornal ao livro, nós verificamos meio espantados que a sua durabilidade pode ser maior do que ela própria pensava.

¹² O autor faz referência ao texto de Antonio Candido: CANDIDO, A. A vida ao rés do chão. In: *Para gostar de ler – Crônicas 5*. São Paulo: Ática, 1981.

Como no preceito evangélico, o que quer salvar-se acaba por perder-se; e o que não teme perder-se acaba por se salvar. No caso da crônica, talvez como prêmio por ser tão despretensiosa, insinuante e reveladora. É também porque ensina a conviver intimamente com a palavra, fazendo que ela não se dissolva de todo ou depressa demais no contexto, mas ganhe relevo, permitindo que o leitor a sinta na força dos seus valores próprios. (Candido, 1981, p. 14-15).

Logo, a crônica não nasceu propriamente com o jornal, mas só quando esse se instaurou na vida citadina, passou a fazer parte do cotidiano e, conseqüentemente, se difundiu e ficou mais acessível (Candido, 1981). Desse modo, assim como outros gêneros, sofreu mudanças ao longo do tempo de acordo com a função dos suportes pelas quais foi apresentada. Contudo, manteve características essenciais como a concisão, a ligação com o presente, o humor, a mistura entre realidade e ficção e a conexão entre jornalismo e literatura. O cronista, como jornalista-escritor, observa o cotidiano das ruas — seja em atividade ou no ócio — como um “flâneur”, transformando essas experiências em texto. A rua, assim, torna-se espaço central de inspiração e criação. (Soares, 2020)

Ainda assim, a crônica moderna desenvolveu-se ao mesmo tempo que os jornais de grandes tiragens, os anúncios publicitários e as revistas ilustradas. “(...) Filha da era do consumo, veículo de consumo simbólico (...)” (Gomes, 2004, p.2), o gênero torna-se, também, um veículo de representações sociais. Nesse sentido, atua como uma “fotografia verbal” do cotidiano, capturando quadros sociais ao articular a representação ficcional com a realidade empírica (idem, 2004). Diferentemente do jornalismo, que prioriza a rapidez e a objetividade na transmissão dos fatos em busca de uma “verdade”, ligada à descrição de um fato ou acontecimento histórico, a crônica valoriza a forma, incorporando elementos poéticos, ficcionais e dramáticos, o que a torna mais íntima, leve e despretensiosa. Essa dimensão literária é evidenciada em autores como Nelson Rodrigues, Clarice Lispector e Rubem Braga (Siebert, 2014).

Embora seja “(...) filha do jornal e da era da máquina, onde tudo acaba depressa (...)” (Candido, 1981, p. 14), a crônica transcende sua efemeridade original para transformar a literatura em algo mais natural e acessível. Mesmo que o gênero não tenha nascido simultaneamente ao jornal, consolidou-se quando este se tornou

um veículo cotidiano de grande tiragem e acesso popular. Originada do folhetim, que funcionava como um artigo de rodapé sobre questões políticas, sociais, artísticas e literárias, a crônica foi gradualmente encurtando-se e adquirindo um tom mais leve e descompromissado. Ao longo dessa evolução, abandonou progressivamente a intenção de informar e comentar, que passou a ser função de outros gêneros jornalísticos, para assumir um caráter predominantemente divertido. Assim, sua linguagem tornou-se mais leve, afastando-se da argumentação e da crítica política para mergulhar na poesia e no humor. Sua forma moderna combina a narração de fatos triviais com um toque humorístico e poético, evidenciando seu amadurecimento e configurando-se como o “(...) encontro mais puro da crônica consigo mesma.” (Candido, 1981, p. 15).

Além disso, a *Belle Époque* carioca destacou-se pela intensa absorção das modas europeias, especialmente francesas, modernizando-se segundo os padrões parisienses, incluindo a *art nouveau*, tendências de vestuário, vocabulário, salões literários e bulevares. Essa influência refletiu-se também no jornalismo, em que os periódicos adotaram o modelo francês, valorizando gêneros como a crônica e artigos opinativos, marcados por debates políticos (Maria, 2008). Além disso, fatores como a entrada de imigrantes, avanços tecnológicos em comunicação, como cinematógrafo, gramofone, fonógrafo, automóveis e telégrafo, transporte e o aumento da alfabetização criaram um contexto urbano no Rio de Janeiro, que buscava modernizar seus ideais e práticas cotidianas (Nunes, 2012).

Nesse cenário, a imprensa consolidou-se como veículo central de orientação cultural e difusão de informações, com a crônica desempenhando papel crucial ao refletir as transformações da vida urbana. Essa se tornava mais veloz e moderna na medida em que a ânsia por ser e estar atrelada aos códigos da “modernidade” se tornava imperativo, os quais apontavam “(...) para a formação de uma nova sensibilidade do espaço urbano. (...)” (Nunes, 2012, p. 143)

Ainda assim, no século XIX, o jornalismo brasileiro participou de um movimento de crítica social, aproximando-se do cidadão comum e afastando-se da luta político-partidária tradicional¹³. Ao adotar uma linguagem mais acessível e

¹³ No século XIX, houve uma transição do movimento literário romântico para o realista, uma vez que se desejava mostrar o ser humano imerso na vida como ela é, com seus altos e baixos, com seus defeitos e virtudes, e não apenas de uma forma idealizada. A protagonista de *Madame Bovary*, Emma, do francês Gustave Flaubert (1821-1880), pode ter sido a pioneira desse grupo que começou

explorar temas sensacionalistas, os veículos buscavam ampliar sua tiragem e aumentar o lucro, sem necessariamente focar apenas na exposição das misérias humanas. Essa mudança refletia influências vindas da Europa e dos Estados Unidos, que gradualmente chegavam às redações brasileiras¹⁴ (Moreira, 2014).

Contudo, esse processo foi retardado no Brasil devido à lenta urbanização, baixo índice de alfabetização, tiragens reduzidas e ausência de uma classe média letrada consolidada. Ademais, a instabilidade política e a economia incipiente limitaram a transição do “jornalismo partidário” para um “jornalismo de informação” mais moderno no final do século XIX (Moreira, 2014). Apesar disso, o jornalismo literário¹⁵ teve papel fundamental na valorização de importantes escritores brasileiros, como José de Alencar, Mário de Andrade e Machado de Assis, que só obtiveram reconhecimento por meio da imprensa (Arnt, 2004).

Apesar de o gênero folhetinesco sobreviver ao longo do século XX, ao mesmo tempo em que a crônica não tenha perdido a sua influência literária, os jornais caminhavam cada vez mais em direção a grande imprensa e à lógica da imprensa-empresa. (Arnt, 2004) O jornalismo já era visto como um meio de informação, publicidade e opinião. Contudo, o texto opinativo foi perdendo espaço para um texto de caráter mais informativo. Com isso, começou a proliferação de

a esmiuçar os personagens não como heróis, mas pessoas comuns, com suas conquistas, problemas e dilemas. Outros grandes nomes desse movimento de introdução do realismo social no jornalismo e na literatura foram o francês Honoré de Balzac (1799-1850), com obras como *Os Jornalistas* e *Comédia Humana*, e o inglês Charles Dickens (1812-1870), com destaque para a obra *Retratos Londrino*. (Martinez, 2009)

¹⁴ No cenário internacional, diversos escritores atuaram na imprensa com o propósito direto ou indireto de denunciar as desigualdades e misérias sociais presentes nas grandes cidades. Um dos exemplos mais expressivos é o de Charles Dickens, que, ao cobrir o parlamento inglês, evidenciava em sua produção jornalística as condições de vida precárias enfrentadas pelos trabalhadores, tornando-se uma figura central na luta contra a pobreza e o analfabetismo do proletariado (Arnt, 2004). Essa prática jornalística engajada também foi observada em outros autores, como Machado de Assis, que cobriu o Senado brasileiro, e Mark Twain, que transitou por diversos setores de um jornal. Balzac desenvolveu toda a sua obra em forma de folhetim, enquanto Dostoiévski tirou inspiração das páginas criminais dos jornais para escrever *Crime e Castigo* (Arnt, 2004, p. 47). Esses autores, ao integrarem o fazer jornalístico à produção literária, revelam a potência do jornalismo como meio de denúncia social e de representação das lacunas da vida cidadina, sendo parte fundamental na construção de uma literatura sensível às questões urbanas e humanas (Arnt, 2004).

¹⁵ A partir do século XIX, literatura e jornalismo passaram a ser indissociáveis. O período marcado entre 1830 até o fim dos anos 1800 se caracterizará por um “Jornalismo Literário” (Arnt, 2004), uma vez que este momento se caracterizou pela presença de prestigiosos escritores nos jornais que, consequentemente, melhoraram a qualidade do texto. A acepção que Arnt dá ao termo citado não seria a de uma imprensa especializada em literatura, que foi um fenômeno que apareceu no século XVII e perdura até hoje, mas uma forma de fazer jornal que se desenvolveu naquele século, que irá marcar a imprensa como um “(...) lugar de debate cultural (...)” (Arnt, 2004, p. 47). Desse modo, inúmeros jornalistas, cronistas, romancistas e escritores de folhetins irão passar pela imprensa.

colunas leves, nas quais o conteúdo se centrava nas características da vida mundana, e parte da doutrinação ideológica foi sendo substituída, aos poucos, pela notícia. (Scherer, 2012 [1971])

Desse modo, se durante o Império os poucos e caros veículos de comunicação existiam para defender interesses e oligarquias e para opinar a respeito do que preferissem, a modernização dos processos de impressão em 1870 e as inovações do conteúdo dos jornais no início do século XX – como a decadência do folhetim, o emprego da entrevista e a crítica literária permanente – revelaram não apenas as mudanças que estavam ocorrendo na sociedade, mas também as novas demandas exigidas por parte do leitor (Scherer, 2012 [1971]).

Nesse contexto, o processo de substituição de máquinas antigas pelas novas tecnologias, mais velozes e ágeis, favoreceu o jornalismo em diversos pontos: houve a diminuição do preço, o aumento das tiragens, uma maior velocidade e qualidade na impressão dos periódicos, além de favorecer os impressos de maior expressão em relação aos com poucos recursos materiais e técnicos. Assim, tais jornais relevantes tiveram um poder de alcance e influência maior num tempo em que se buscava estar alinhado aos novos códigos de uma modernidade e progresso vigentes¹⁶. (Nunes, 2012)

Logo, os periódicos tentavam produzir a nova aceleração das cidades, expressas pela modernização dos transportes e dos meios de comunicação, nas páginas impressas e nas próprias redações. A elaboração dos jornais era feita em etapas, com seu pessoal especializado dividido em áreas para uma maior qualidade e velocidade no resultado das tiragens. Isso propiciou não apenas uma maior circulação de jornais na própria cidade do Rio de Janeiro, como também em outros estados do país. (Nunes, 2012). Nesse sentido:

(...) a perseguição pelo instante foi responsável pelo fortalecimento da crônica na imprensa, que parecia funcionar como notícia, mas marcadamente diversificada do noticiário. Era o gênero que melhor unia o literário com o jornalismo no

¹⁶ Nunes (2012) elabora a indagação de que os aparelhos de reprodução, como gramofones e fonógrafos, podem ter sido um dos motivos que fizeram os gêneros jornalísticos se aproximarem cada vez mais da língua falada, uma vez que, frente às novas tecnologias comunicacionais, a imprensa tradicional poderia perder seu valor. Logo, tais aparelhos de reprodução foram um dos fatores que impuseram aos periódicos uma demanda de reformulação, dentre os quais as reportagens, as entrevistas e as crônicas.

contexto em questão. O gênero que parecia estar no cerne da percepção de uma aceleração do tempo e da busca pela modernização. (Nunes, 2012, p. 141)

Desse modo, a crônica foi um gênero que se adaptou às novas mudanças da linguagem jornalística, mas não atendeu à padronização proposta¹⁷. De maneira oposta, ela se tornou o espaço literário do jornalismo, uma vez que “os homens de letras” pareciam querer diferenciar sua produção das demais. A ornamentação excessiva foi a opção de alguns para delimitar a fronteira do artístico e a do jornalístico, a exemplo de Bilac, que se opôs ao coloquialismo das reportagens, enquanto outros adotaram uma escrita condizente com as urgências de modernização da época, como foi o caso de Lima Barreto, que escrevia crônicas objetivas e de fácil entendimento. (Nunes, 2012).

Com a profissionalização do jornalismo, a crônica ganhou uma configuração moderna, a partir do crescimento de um público de massa e da incorporação de novas tecnologias na produção da escrita (Gomes, 2004). Um número crescente de escritores e jornalistas, como Mário de Andrade, Manuel Bandeira, Rubem Braga, Luís Fernando Veríssimo, Machado de Assis e Carlos Drummond de Andrade (Soares, 2020) se propuseram a também escrevê-la, abarcando uma linguagem ora lírica, ora casual, ora precisa e vaga. Mas um escritor se destacou e foi precursor do que seria conhecido posteriormente como “coluna social”, o que iria influenciar colunistas como Ibrahim Sued, Jacintho de Tormes e Zózimo de Amaral. Este escritor-jornalista-cronista foi João do Rio¹⁸.

Desse modo, o cronista abre caminho para o que ficou conhecido como “jornalismo investigativo”, pelo qual elegeu a rua como seu espaço de trabalho.

¹⁷ Ainda assim, é um lugar-comum associar a crônica moderna ao desenvolvimento da imprensa, uma vez que jornalismo e literatura se associariam. “Ao ligar-se ao registro do cotidiano numa linguagem, ora mais solta, ora mais poética, a crônica prende-se à realidade do efêmero fixado pelo cronista (...)” (Gomes, 2004, p.1) e “(...) se ajusta à sensibilidade de todo o dia. (...)” (Candido, 1992, p. 13).

¹⁸ João Paulo Emílio Cristóvão dos Santos Coelho Barreto, ou simplesmente Paulo Barreto, mais conhecido como João do Rio, foi contista, teatrólogo e cronista carioca. Conhecido por sua escrita detalhada e por ser responsável pela fusão entre reportagem e crônica literária, sua trajetória ficou marcada por retratar uma cidade do Rio em pleno processo de urbanização, marcando um retrato e um imaginário do que foi a *Belle Époque* (Soares, 2020). Começou sua carreira como jornalista em impressos como a *Cidade do Rio*, *O Correio Mercantil*, *O Paiz* e *Gazeta de Notícias* (Morizono; Almeida, 2014). Também ocupou a cadeira de número 26 da Academia Brasileira de Letras, em 1910 e traduziu obras de autores como Charles Dickens e Oscar Wilde. (Soares, 2020).

Tendo consciência do efêmero do espaço público, aguçou o olhar para exhibir nas crônicas-reportagens reflexões e trouxe para a cena algo que outros autores da *Belle Époque* carioca quiseram calar: os aspectos da miséria, as segregações que a própria cidade segrega e as manifestações da cultura popular (Gomes, 2004). Também foi importante para a consolidação do que seria caracterizado como “entrevista” e “reportagem de campo”. E foi o primeiro jornalista a subir os morros da cidade, a entrar em presídios e a esmiuçar os bastidores de religiões. A partir de sua “*flânerie*”, observa experimenta e “(...) transmite a cidade que se deixa ler (...)” (Novaes, 2015, p. 32)

Contudo, contrapondo-se de certa forma, João do Rio também falou sobre as elites, o que foi considerado como uma “segunda fase” em sua escrita, na qual a exploração e a crítica aos aspectos miseráveis da sociedade carioca moderna perderam terreno para a celebração do “alto mundo”:

(...) de um lado a “canalha” e do outro “os encantadores”. Assim, o insólito, a bizarrice e as figurações da miséria foram revelados em *As religiões do Rio*, 1904, reunião da série de reportagens realizadas para a *Gazeta de Notícias*, em que busca captar a diversidade cultural da então Capital Federal, atitude que também comanda as crônicas-reportagens organizadas no volume *A alma encantadora das ruas*, 1908, algumas delas editadas anteriormente na sofisticada revista *Kosmos* ou nas séries “A pobre gente/Entre mendigos” e “A vida na cidade”, ambas na *Gazeta de Notícias*. Na outra ponta, a coluna “Pall-Mall Rio”, assinada com o pseudônimo José Antônio José, surgida em *O Paiz*, em 25 de setembro de 1915, e que dura, com intervalos, até 4 de janeiro de 1917: o cronista mundano, inspirado no francês Michel Georges Michel, escreve a essa coluna-espelho do *grand monde* dos elegantes cariocas, os encantadores, que também frequentam a seção “A Semana Elegante” da *Revista Ilustrada*. (Gomes, 2004, p.5).

Desse modo, a seção “A Semana Elegante” da *Revista Ilustrada* dará origem ao livro de mesmo nome, publicado em 1917. Assim, com uma estratégia de recolhimento de fragmentos que “(...) funcionam como instantâneos fotográficos de um período limitado, documentando e ficcionalizando a vida mundana do Rio de Janeiro, a Frívola-City. (...)” (Gomes, 2004, p.6), João do Rio irá documentar em

*Pall-Mall City*¹⁹ os principais acontecimentos do ano anterior. O cronista utiliza essa estratégia discursiva para representar uma parcela da sociedade carioca, revelando simultaneamente seu compromisso com a conjuntura em que vive e com a intenção de registrar os fatos frívolos da vida mundana no inverno de 1916. Desse modo, sua escrita se torna um repositório da memória da cidade e uma fonte valiosa para futuros historiadores.

O registro daquela atmosfera onde os círculos da elite passavam e transitavam eliminava, ao mesmo tempo, os aspectos desagradáveis de uma cidade “invisível”. Problemas como miséria, fome e pobreza eram ocultados. O foco da vez eram os salões, como os de D. Nicola de Tefé, Laurinda Santos Lobo ou de Madame Gomensoro, retratado como feira de novidades; eram os centros de elegância como o *Jockey Club* e suas sessões de chá tango, o *Club* dos Diários, o *Automóvel Club*; eram os campos dos bairros de Botafogo e Flamengo, onde a alta sociedade carioca se reunia para jogar *football*, esporte que era aristocrático na época; também além de voltar-se à hora do chá nas confeitarias *Cavé* e *Lallet*. (Gomes, 2004)

Sua tentativa de defesa perante acusações de frivolidade era a de que estava construindo um retrato do espetáculo mundano das vaidades dos “encantadores” da *Belle Époque*. Apesar de ser uma vertente criticada e menos estudada em relação à sua produção, a maior parte publicada pela imprensa desta faceta que retratou e contribuiu para uma história dos costumes da elite da época acabou cumprindo com seu objetivo de servir à memória coletiva ao representar a sociedade carioca em seus textos. Ao escrever um tipo coluna em que “(...) o privado corrói a esfera pública e que até hoje faz a delícia dos leitores.(...)” (Gomes, 2004, p. 11), acabou por criar e influenciar uma escola que fez tradição, indo de Ibrahim Sued, Jacintho de Tormes e Zózimo de Amaral até tantos outros colunistas sociais que até hoje fazem história sobre o “écol social” das metrópoles brasileiras.

Nesse sentido, a crônica social é marcada pela observação do cotidiano e dos costumes da elite, carregando características próprias que a diferenciam da crônica tradicional. Enquanto essa se volta para reflexões mais amplas sobre o cotidiano e pode ter um tom mais literário ou filosófico, aquela tem um foco mais

¹⁹ RIO, J. do. *Pall-Mall Rio: inverno mundano de 1916*. Rio de Janeiro: Villas Boas, 1917.

direto no comportamento das elites urbanas, nos eventos sociais e nas figuras públicas, cumprindo também um papel de entretenimento e registro da vida mundana. É nesse ponto que se estabelece uma distinção importante entre os dois gêneros, especialmente num momento em que os periódicos brasileiros buscavam equilibrar o conteúdo político e opinativo com textos mais leves e atrativos para outros públicos.

Num contexto em que os periódicos seguiam o modelo francês, valorizando gêneros como a crônica e os artigos opinativos, marcados por debates e polêmicas envolvendo, sobretudo, o âmbito político (Maria, 2008) e críticas às mazelas da modernização vigente, surgiu um processo de tornar menos pesados os textos dos jornais, cujas notas publicadas eram feitas com humor. Contrapondo-se às notícias sobre crimes e violência publicadas por parte do jornalismo sensacionalista, as crônicas sociais passaram a fazer parte do noticiário social e começaram a ser vistas como o lado informal do jornal, sendo voltadas para o público feminino. (Dornelles, 2017).

Assim sendo, a crônica social obteve destaque nos periódicos da *Belle Époque* tanto na França, em jornais como o *Petit Journal* e *Figaro*, como no Brasil. Na França, Proust era um dos maiores frequentadores de festas organizadas pela alta sociedade parisiense, através das quais retirava informações para discutir modas e descrever as dinâmicas de importantes salões da elite. Tais notas ocupavam até três colunas na segunda página do jornal *Figaro* e as principais páginas do *Gaulois*. Utilizava o pseudônimo *Tout-Paris*, expressão que enfatizava a presença das pessoas importantes nos melhores e maiores eventos do meio (Morizono; Almeida, 2014). Já em nosso país, o exemplo mais relevante foi a coluna “Binóculo”, produzida entre 1907 e 1914 na *Gazeta de Notícias* por Figueiredo Pimentel (idem, 2014).

Desse modo, a crônica social era utilizada para descrever eventos da alta sociedade, em que os cronistas bajulavam os ricos. As notas também costumavam ser feitas com humor, ressaltando a vida e os costumes extravagantes das elites, dando importância aos furos, mas sem que esses atingissem seriamente a reputação dos personagens destacados (Dornelles, 2017).

No período finissecular em questão, havia todo um fascínio da população em geral sobre a urbanização. A crônica, desse modo, apresentava-se como um

espaço capaz de “(...) narrar uma cidade que se desejava moderna. (...)” (Novaes, 1983, p. 29). Alguns cronistas expunham ideias de uma modernidade benéfica e ideal, como se todos os habitantes fossem desfrutar de todos os avanços causados por ela. Outros a criticavam, narrando a destruição de alguns espaços simbólicos e tradicionais do ambiente citadino. Seja qual fosse o teor das notas escritas pelos cronistas, o leitor pode experienciar a cidade sob múltiplas facetas. A partir das contradições da modernidade, as crônicas tentavam dar conta dessa conjuntura complexa. “(...) Nessa arena de conflitos, a crônica deixa marcada a sua importância.(...)” (idem, 1983, p. 29).

Nesse período, a rua deixa de ser apenas um lugar de passagem e se torna o espaço onde se concretizam as novidades da vida moderna. O ambiente urbano passa a funcionar como um campo de significação, capaz de produzir sentido, moldar hábitos e costumes e estabelecer regras de organização. Com a emergência dessas novas formas de sociabilidade e a aceleração dos meios de locomoção, as pessoas começam a frequentar cafés, teatros, cinemas e restaurantes, enquanto escritores são convidados a se apresentarem nesses pontos de encontro para narrar os novos comportamentos dos citadinos. (Novaes, 1983)

É da Confeitaria Colombo, da livraria Guarnier, do salão de Laurinda Santos Lobo em Santa Teresa e do de Coelho Neto, dos clubes na Rua do Passeio e da própria Rua do Ouvidor e da Avenida Central que os homens das letras, estimulados pela modernização de Pereira Passos, vão movimentar o fazer literário. (Novaes, 1983)

Assim, para que exprimissem o encantamento dos eventos que aconteciam nos novos ambientes nos espaços citadinos, os cronistas se serviam de alguns recursos estereotipados, como a enumeração dos convidados e a descrição de hábitos e roupas das altas classes, além do uso de superlativos e adjetivos tendendo à bajulação. Logo, ofereciam ao leitor a oportunidade de participar desse mundo²⁰, “(...) graças a um exercício de transfiguração(...)” (Morizono; Almeida, 2014, p.

²⁰ “(...) Pode-se dizer que estamos diante de um mundo que se avizinha do conto de fadas, e que está, ao mesmo tempo, distante e perto do leitor: distante, porque o leitor está diante de um mundo fechado, onde apenas os mais elegantes podem ingressar; perto, porque, graças à crônica, todos têm a chance de participar desse mundo, nem que seja através da imaginação.” (Morizono; Almeida, 2014, p.118).

123) que a crônica permitia, oferecendo doses de luxo para compensar aqueles imersos em um cotidiano comum.

Nesse sentido, o início do século XX foi marcado pelas primeiras tentativas de reservar nos periódicos espaços para a contemplação dos estilos de vida da elite, como encontrados nos impressos franceses *Le Petit Journal*, *Le Petit Parisien*, *Le Matin* e *Le jornal* e no britânico *Daily Mirror* (Cruz, 2015).

Apesar dos exemplos europeus notórios de tentativas da criação do ofício do colunista social, foram os Estados Unidos os responsáveis por lançar e especializar a prática das colunas sociais (Cruz, 2015), o que formou e consolidou o estilo chamado “*gossip column*”, traduzido como “coluna de mexericos” (Dornelles, 2017). O responsável por criar e propagar essa forma de escrever notícias e críticas sobre o *high society* foi o norte-americano Walter Winchell, cuja trajetória será abordada no próximo capítulo.

4. Walter Winchell e as *Gossip Columns*

O objetivo desse capítulo é analisar como surgiram as *gossip columns*, ou “colunas de fofocas”, veiculadas, primeiramente, no *New York Evening Graphic* (Cruz, 2015) a partir de 1924. O responsável por criar tal estrutura foi o jornalista americano Walter Winchell. O modelo editorial foi utilizado com êxito pela nascente indústria cinematográfica hollywoodiana e inspirou inúmeros jornalistas mundo afora. Aqui no Brasil, um deles foi Pompeu de Souza, chefe de redação do *Diário Carioca*, responsável por inaugurar técnicas modernas para o jornalismo impresso em meados do século XX como o *lead* e *sublead*, o uso de *copydesk* e manuais de redação.

Desse modo, a partir das descrições sobre a vida privada de pessoas influentes e herdeiras, com toques de ironia e sarcasmo, Winchell divulgava escândalos e notícias das altas rodas (Dornelles, 2017). Foi nessa época também que o termo *Café Society* se tornou conhecido e ganhou o significado que se mantém até hoje.

Para entendermos como a imprensa consolidou esse tipo de seção que mistura entretenimento e jornalismo, é preciso ponderar sobre os primeiros movimentos que alavancaram uma mudança nos padrões noticiosos circulantes nos Estados Unidos. A primeira cidade a receber a imprensa na América do Norte²¹ foi Cambridge, no estado de Massachusetts, em 1638. Já o primeiro jornal da colônia inglesa no continente foi o *Public Occurences Both Foreign and Domestic*. Aproximadamente duzentos anos depois, em 1830, o país já publicava mais de 65 diários, com uma tiragem de 78 mil exemplares (Silva, 1991). Isso marcou uma revolução no jornalismo norte-americano, uma vez que surgiram muitos jornais predominantemente baratos, politicamente independentes, com um discurso acessível e direcionado para as pessoas comuns. Esses começaram a ser vistos

²¹ Para fazermos uma comparação, a imprensa foi introduzida pela primeira vez no Brasil em 1808. Já os primeiros jornais foram o *Correio Braziliense*, publicado no exílio em 1808, em Londres, e a *Gazeta do Rio de Janeiro*, no mesmo ano “(...) sob os auspícios do governo(...)” (Silva, 1991, p. 61)

essencialmente como negócios empresariais e a competir com os periódicos de elite dominantes. (Moreira, 2014)

Essas publicações fizeram parte da primeira geração de jornais ditos “populares”. Isso fez com que o jornalismo norte-americano passasse a servir de modelo para a imprensa em diversos países do mundo (Moreira, 2014). Isso porque, se até os anos 1830 eles prestavam serviços a partidos políticos ou a algum negócio, a partir daquele ano, “(...) passaram a vender um produto (a notícia) a um público e a vender o seu público a anunciantes interessados em aumentar a venda de seus próprios produtos. (...)” (Silva, 1991, p. 61).

Desse modo, os “jornais de notícias” contribuíram para a expansão da sociedade de mercado no país ao venderem informações que se convertiam em agentes veiculadores de ideologias. Esse movimento ajudou a consolidar uma hegemonia cultural baseada nos valores do livre mercado. Além disso, tais jornais incentivaram a produção e a venda de produtos, impulsionadas tanto pela ampliação da oferta de bens decorrente da crescente industrialização quanto pela intensificação dos anúncios publicados. Por fim, transformaram-se eles próprios em produtos de consumo de massa, o que possibilitou a emergência de um novo modelo de negócios e de formas inéditas de acumulação e mobilização de capital. A popularização “dos jornais de um *penny*” (Silva, 1991, p. 62) evidenciaram não apenas um novo tipo de empreendimento, mas também de um modelo de negócios.

A solidez das instituições políticas, a garantia da liberdade de expressão sustentada pela primeira emenda constitucional e as condições econômicas favoráveis, com o surgimento de uma classe média interessada em notícias e novidades, abriram caminho para uma imprensa comercial nos Estados Unidos. Esse tipo de empresa está nitidamente preocupado com o lucro, equidistante das correntes ideológicas e pronta a incorporar toda e qualquer novidade tecnológica que lhe garantisse tiragens maiores com melhor qualidade de impressão. (Moreira, 2014, p.51)

Os anos 1830, então, encorajaram novas qualidades à imprensa, como o baixo preço, as grandes circulações, o sentido de atualidade e a ênfase na notícia. E todas essas características têm a ver com o paralelo crescimento de uma classe média urbana. Essas mudanças, que também foram moldadas pela democracia de

mercado²², significaram o triunfo da notícia sobre o editorial e dos fatos sobre a opinião, o que conduziria o jornalista a ter compromisso com a objetividade. (Silva, 1991)

Ainda assim, o jornalismo norte-americano do século XIX teve características diferentes do que foi visto na imprensa europeia e brasileira daquela mesma época. Naquele país, em 1840, já havia 138 diários e a tiragem total chegava à casa dos 300 mil exemplares. Em comparação, no Brasil de 1988, o número de diários era de apenas 271 e a tiragem total estava abaixo da casa dos 6 milhões, contra 1.700 dos Estados Unidos e de seus 64 milhões de exemplares. A partir disso, vemos que mesmo com as dimensões geográficas similares há uma dramaticidade de diferenças, até por conta do atraso do surgimento do jornalismo no Brasil e as opostas conjunturas socioeconômicas às quais ambos os países foram envolvidos. (Silva, 1991)

(...) numa sociedade colonizada através de métodos muito diferentes por uma metrópole europeia que sustentava um conjunto de valores políticos e filosóficos muito diversos dos ingleses e inserida na economia mundial em uma situação de desvantagem em relação à Inglaterra. Enquanto os portugueses na América tinham uma “missão civilizadora” a cumprir em nome ou da Coroa ou da Igreja, nas colônias puritanas do Norte, os ingleses não tinham nenhuma tarefa, a não ser a de enriquecer. A cultura brasileira é marcada por uma característica de oralidade que a Americana não tem e que quase não se alterou no século 19 e metade do século 20, apesar do aparecimento de jornais, porque sua circulação ficou restrita às elites (as únicas alfabetizadas e com o poder de consumo) até pelo menos o fim da Segunda Guerra Mundial. (Silva, 1991, p. 62-63)

Além disso, também se nota diferenças entre o que foi caracterizado como jornalismo literário nos Estados Unidos e no Brasil, principalmente no século XIX.

²² Silva (1991) analisa que as mudanças verificadas no jornalismo norte-americano no século XIX estavam ligadas às transformações amplas da sociedade, da economia e do cenário político no mesmo período. Principalmente durante a década de 1830, tanto o governo quanto os negócios se democratizaram nos Estados Unidos. Assim, mais pessoas adquiriam poder de compra e riqueza, sendo que havia um contexto de oportunidades equivalentes para todos os inseridos naquela dinâmica. Com isso, ocorreu a expansão de serviços educacionais públicos, a prática de um liberalismo econômico radical e a recusa de sistemas de monopólios garantidos pelo Estado. Desse modo, mais pessoas estavam sendo inseridas em dinâmicas empreendedoras, nas quais o dinheiro e o crédito foram alinhados a ela, assim como estavam tendo acesso a bens fora da esfera domiciliar (Silva, 1991).

No primeiro caso, o que foi publicado massivamente não foi o folhetim em capítulos, mas matérias que tinham, sobretudo, o foco do interesse humano, como crimes e dramas familiares. Os escritores publicavam um gênero de crônicas de críticas aos políticos e costumes culturais do país, ora colocando os seus pontos de vista, ora escrevendo numa linguagem que se aproximava de uma ficção. Esse modelo de narrativa, próximo da crônica e utilizado até hoje naquela imprensa, ficou conhecido como “colunismo” (Arnt, 2004).

O primeiro escritor a se dedicar a esse gênero jornalístico da crônica crítica foi Seba Smith, em 1830, com o pseudônimo de Major Jack Downing. No *Portland Courier*, ele publicava cartas endereçadas a parentes e amigos pelas quais contava fatos da vida política norte-americana, que se tornaram muito populares. O escritor humorístico americano Charles Browne foi influenciado por Smith e, com toques de humor, também se popularizou. Posteriormente, Samuel Clemens se torna o maior expoente desse colunismo naquele país no século XIX. Adotando o pseudônimo de Mark Twain, a partir da sátira e crítica socioculturais, o escritor levou o gênero ao seu apogeu na época (Arnt, 2004).

Sobretudo a partir dos anos 1880, os Estados Unidos vivenciaram um grande movimento cultural pró-educação, com a criação de cursos públicos, alfabetização de adultos e instalação de bibliotecas acessíveis à população. As revistas literárias tiveram grande importância neste período, apresentando um avanço nas artes gráficas, com a introdução de ilustrações. Algumas publicações especializadas foram a *Haper's Monthly*, *Century Scribner's*, *Atlantic Monthly* e *Literary Digest*. Embora o país não tenha tido um impacto tão grande sobre as massas a partir dos jornais com base nos folhetins, foi o jornalismo literário das revistas que incentivou e divulgou a cultura letrada (Arnt, 2004).

Ainda sobre as mudanças sociais significativas com o avanço da urbanização, da industrialização e da mobilidade social, a composição da elite norte-americana começou a se transformar, colocando em tensão o prestígio das antigas “grandes famílias” diante da ascensão de novos grupos enriquecidos pela economia capitalista em expansão. A perda da centralidade dos critérios baseados na linhagem e no parentesco endógeno fez com que as elites tradicionais buscassem formas alternativas de reafirmação simbólica. Assim, surgiram tentativas de sistematizar a vida social por meio de regras de etiqueta, clubes exclusivos e listas

seletivas de pertencimento, como exemplifica a criação dos “Patriarcas” em 1872 — uma comissão formada por 25 homens encarregados de selecionar, para os bailes da alta sociedade, apenas os indivíduos considerados dignos da elite nova-iorquina (Cruz, 2015):

(...) em 1872, McAllister, um ator norte-americano se dedicou a livros de etiqueta da corte, em genealogia, culinária e organizou os Patriarcas, que era uma comissão de 25 homens que teriam o direito de liderar a Sociedade. A cada baile o Patriarca poderia convidar cinco senhores e quatro senhoras. Os boatos espalhados pelo ator à imprensa era que apenas 400 pessoas podiam ser consideradas as mais elegantes. No entanto, a tentativa de McAllister fracassou anos depois, quando a lista dos 400 mais elegantes não passava de trezentas pessoas que faziam parte do círculo das antigas “grandes famílias” de Nova Iorque. (Cruz, 2015, p. 42-43).

Nesse contexto, antes de ser uma atividade produzida e veiculada em impressos, o colonismo era feito através da oralidade. Durante aproximadamente duas gerações que precederam 1850, “(...) as “grandes famílias” nova-iorquinas dependeram da memória do sacristão da Igreja da Graça, Isaac Brown, que guardava bem os nomes, as fofocas e as linhagens sociais. (...) ” (Cruz, 2015, p. 42). Ainda que muitas dessas iniciativas não tenham se sustentado, elas pavimentaram o caminho para a consolidação posterior de práticas mais eficazes de distinção simbólica. Contudo, foi o *The Social Register* a seção que descreveu a relação de eventos do mundo da elite e antecedeu as colunas sociais nos Estados Unidos (Santos, 2016).

Publicado pela primeira vez em 1887, o *Social Register* é considerado o mais antigo instrumento ainda em circulação dedicado a registrar o prestígio da sociedade norte-americana. Seu objetivo original teria sido o de reunir, em uma única lista socialmente aceitável, tanto famílias tradicionais e influentes quanto novas elites econômicas em ascensão. A inclusão no registro funciona com uma “(...) certificação de destaque social.(...)” (Althouse, 1964, p. 181, tradução

nossa)²³ às camadas superiores, uma vez que atua como forma de validação simbólica dos *status* elevados, à semelhança de sinais externos como o uso de trajes específicos ou adereços distintivos de clubes exclusivos (Althouser, 1964).

Seu primeiro volume (*The Social Register Association*) continha aproximadamente 881 famílias norte-americanas, assim como seus endereços, números de telefone e clubes que frequentavam. O objetivo principal era descrever as qualidades, como riqueza e estilos de vida, que os deixavam em condição de superioridade (Cruz, 2015).

A partir do início dos anos 1920, os colunistas sociais passaram a desempenhar um papel central na definição das hierarquias simbólicas da alta sociedade, assumindo funções de “árbitros dos costumes” (Cruz, 2015, p. 43) e estilos de vida. Com isso, a construção de listas seletivas, antes atribuída a membros da própria elite, passou a ser responsabilidade desses profissionais da imprensa, que operavam com critérios muitas vezes subjetivos e arbitrários. O surgimento dessa profissão, portanto, está diretamente ligada a uma demanda social por qualificação e distinção entre indivíduos, funcionando como um mecanismo de demarcação de espaços sociais e de atribuição de prestígio. Em última instância, como aponta Cruz (2015, p. 43), trata-se de uma “ferramenta de conservação de poder”, voltada à consolidação de posições sociais por meio da visibilidade e da consagração pública.

Logo, a formalização do gênero como prática jornalística estruturada ocorreu, de fato, nos Estados Unidos em meio a profundas transformações sociais e culturais no final do século XIX e início do XX. Diante da ascensão dos chamados “novos ricos”, as antigas elites viram-se pressionadas a adotar estratégias simbólicas mais eficazes de distinção, já que os mecanismos tradicionais perdiam sua eficácia. Foi nesse cenário que as colunas sociais se institucionalizaram como espaços estratégicos de reforço do capital simbólico, conferindo prestígio por meio da exposição seletiva de nomes, hábitos e eventos da alta sociedade. Cruz (2015) destaca que, embora a Europa tenha experimentado formas semelhantes de

²³ “(...) *To the outsider, the Social Register in which members of high ranked families are listed is a certification of social prominence. Like the club hatband or style of clothes worn as symbols of status, a listing may come to mean "I am a gentleman patented after investigation and probation and guaranteed of my membership."*(...)” (Althouse, 1964, p. 181).

cobertura social, foi no país norte-americano que a prática se profissionalizou e se expandiu, impulsionada por fatores como o crescimento do entretenimento de massa, o estrelato hollywoodiano, a rotatividade de milionários e a emergência de novos padrões de comportamento feminino, como as novas formas de caracterizações de suas roupas²⁴.

Ainda nesse contexto, passaram a integrar a elite novos personagens: as celebridades, cuja existência se sustenta na constante visibilidade e mediação midiática. Juntamente com a emergência de novos milionários, o auge do jazz e o sucesso das casas noturnas no período “pós-Lei Seca”, formou-se o cenário propício para a eclosão do colunismo social.

Nesse contexto de profundas transformações sociais e culturais, esse formato jornalístico consolidou-se como uma estratégia simbólica voltada à legitimação das elites tradicionais norte-americanas, cujas posições de prestígio eram ameaçadas pela ascensão dos novos ricos. Como observa Cruz (2015), o colunista social surge precisamente com o objetivo de reforçar a solidez dessas posições fragilizadas. Assim, tornaram-se especialistas na decodificação dos códigos simbólicos da elite. Ao circularem pelos espaços sociais mais exclusivos, estabeleceram uma relação de reciprocidade com os grupos dirigentes. Dessa forma, obtinham acesso privilegiado às esferas privadas, ao mesmo tempo em que ofereciam uma visibilidade altamente seletiva. O conteúdo dessas colunas, portanto, não tinha caráter crítico, mas visava sobretudo à consagração e legitimação dos modos de vida prestigiosos.

Com a categorização distintiva da elite em publicações especializadas, surge o *Café Society*: termo criado em 1919 pelo colunista Maury Paul, que assinava como Cholly Knickerboker²⁵. Ele denominava um seletto grupo, constituído por

²⁴ No início do século XX, surgem as primeiras iniciativas de reservar espaços específicos nos jornais para abordar os estilos de vida dos grupos dirigentes. Essas seções, voltadas para temas como comportamento, moda e consumo, tinham o objetivo de refletir e reforçar os hábitos das elites. Entre os exemplos dessa tendência estão o *Daily Mirror*, jornal britânico fundado por Lord North Cliffe e inicialmente voltado ao público feminino. Também podemos citar os periódicos franceses *Le Petit Journal*, *Le Petit Parisien*, *Le Matin* e *Le Journal*, que também passaram a incorporar conteúdos dedicados à vida social das classes superiores. (Cruz, 2015).

²⁵ Cholly Knickerboker era um pseudônimo criado por John W. Keller, utilizado entre 1891 e 1896 no *New York Recorder* e no *New York American*. O nome do personagem foi depois adotado por Mary Paul, utilizando-o de 1917 a 1942. Assim, ele “(...) alargou os limites do Registro Social, a seção que antecedeu as colunas e era apenas uma monótona relação de eventos do mundo dos ricos.” (Santos, 2016, p. 60).

políticos, herdeiros norte-americanos, latino-americanos e europeus, empresários, artistas e celebridades que se reuniam em casas noturnas das grandes cidades²⁶, como *Stork Club* e *Josephson's cabaret* (Cruz, 2015). Ou, como adicionou Mills (1981 [1956], p. 87), o termo indicava “(...) um pequeno grupo de pessoas que se reunia em público mas provavelmente não se visitava em casa. (...)”. Ainda assim, essa alta roda circulava entre famosas cidades como Paris, Capri, Nova Iorque e, às vezes, Rio de Janeiro. Verões na Côte d’Azur, cruzeiros pelo Mediterrâneo ou invernos esquiando na Suíça eram práticas desse estilo de vida. Por consequência, os membros desse grupo falavam muitos idiomas, como inglês, francês e italiano. (Silva, 2014)

Logo, os principais personagens dessas rodas eram formados pela elite institucional, os profissionais da diversão e a sociedade metropolitana, que se misturavam publicamente e atraíam os holofotes da publicidade, tornando sua rotina atrativa e comerciável (Mills, 1981 [1856]).

O café-society baseia-se acima de tudo na publicidade. Seus membros frequentemente parecem viver para a menção exibicionista de seus atos e relações pelos cronistas sociais e pelos colunistas de mexericos. Começando como patrocinadores profissionais de recepções ou como jornalistas, os cronistas, juntamente com os maitres-d'hôtel, tornaram-se os julgadores profissionais desse mundo de celebridade, cuja forma conhecida do público eles modelaram. Maury Paul, em 1937, comentava ainda a vida dos 400 metropolitanos, embora focalizasse seus aspectos mais movimentados. Seu sucessor de hoje, Igor Cassini, não se limita a isso. O mundo sobre o qual escreve é mais brilhante do que tradicional, e não está absolutamente circunscrito ao *The Social Register*. Em torno de nomes como *Stork Club*, colunistas de tablóides e televisão cooperaram para criar uma aura de encantamento raramente igualada em volume pela majestade de outras cortes.” (Mills, 1981 [1956], p. 87-88).

Desse modo, as casas noturnas se tornaram palcos da fama, em que o consumo e a distinção social eram protagonistas. Nesse cenário, três clubes de

²⁶ Os *gangsters* também marcavam presença, principalmente durante a Lei Seca Americana – período em que estava proibida a circulação de bebidas alcoólicas nos Estados Unidos. Assim, eles abasteciam sigilosamente os clubes em que a alta sociedade frequentava. Com o desenvolvimento do fotojornalismo e o fim da Lei Seca, o *Café Society* se expandiu e o público começou a ter acesso a imagens de membros com seus pares na badalada e elitista noite nova-iorquina (Souza, 2007).

destacaram como os verdadeiros “points” de lazer do *high society*: o *Jack and Charlie's 21*, o *El Morocco* e o *Stork Club*. (Middleton, 1938)

Localizado no número 21 da rua 52 Oeste de Nova York, o *Jack and Charlie's 21* era uma das boates mais sofisticadas da cidade. Mantinha uma atmosfera discreta e elegante, sem letreiros chamativos, mas destacava-se pela sofisticação de sua clientela. Os proprietários Jack “Baron” Kriendler, Mack Kriendler e Charlie Berns eram figuras influentes, habilidosos em reconhecer seus clientes e tratá-los com certa deferência ou tolerância de acordo com o grau de prestígio social e importância cultural e financeira de cada um.

O “21”²⁷ também era uma fonte de informações para os colunistas da *Broadway*, sendo parada obrigatória em suas rondas noturnas pós-espetáculos. Encontros entre personalidades do teatro, cinema, produtores e imprensa faziam parte da rotina. Bobby La Branche (poeta e cantor), Ina Claire (atriz) e Warren Pershing (filho do general de sobrenome homônimo) eram algumas das figuras do *Café Society* que tinham a presença cativa no clube. Além deles, Walter Winchell, Cholly Knickerbocker (Maury Paul), John O’Hara e Wolcott Gibbs eram os nomes ligados à imprensa e literatura que ajudavam na consolidação do clube como um local onde aconteciam os rituais de exibição dos códigos distintivos que faziam com que essa elite se reconhecesse como tal. (Middleton, 1938)

Já o *El Morocco* foi outro clube prestigiado pelo *high society* americano. Localizado na *East 54th Street*, era reconhecido por sua decoração extravagante, como estofados de zebra e palmeiras prateadas, assim como seus jantares excelentes, porém caros. Fazendo jus ao nome, havia um porteiro cujas vestes lembravam um nativo do Marrocos. Duas orquestras e festas regadas a champanhe faziam parte de sua rotina noturna.

Fundado por John Perona, a casa noturna não abria para o almoço e tinha um espaço limitado. Embora não fosse tão cheia como o *Stork Club*, era após as peças que a pista de dança e os assentos ficavam lotados. A entrada era seletiva,

²⁷ O ambiente também era marcado pelo alto padrão gastronômico, embora os preços fossem considerados elevados. Dos almoços aos jantares após as peças teatrais, as refeições ofereciam uma experiência completa, combinando criatividade no cardápio e uma controversa cobrança por pão e manteiga. Mesmo sem orquestras ou cantores, o entretenimento era a excelência da comida e a visibilidade dos frequentadores ilustres da cidade. (Middleton, 1938)

exigindo aparência adequada e, muitas vezes, gorjetas generosas para obter uma mesa²⁸.

É importante frisar que o *El Morocco* não apenas era um dos redutos do *Café Society* pela presença de muitos célebres, mas também porque seu dono construiu uma ótima reputação através de conexões políticas e sociais, até mesmo com policiais. Por seu jeito descontraído e charmoso, se tornou o queridinho de grandes nomes da sociedade. William K. Vanderbilts (empresário e filantropo), James Forestal (banqueiro e ex-secretário de Defesa dos Estados Unidos) e Mortimer Barnett Davis (empresário e filantropo) eram algumas das figuras que apareciam por lá.

Enquanto isso, no *Stork Club*, outros ilustres membros da sociedade marcavam presença. Dirigido por Sheman Billingsley, foi um dos nomes de casas noturnas mais emblemáticas do último século. Franklin D. Roosevelt Jr., Elsa Maxwell – considerada a rainha do *Café Society*; Glória Vanderbilt, artista e escritora; Edmont O'Brien, diretor de cinema; e Tallulah Bankhead, atriz norte-americana, eram alguns dos que faziam parte dessa alta roda. Embora fosse mais democrático em relação ao preço, comparado com seus rivais como o *21* e o *El Morocco*, o “*Stork*” era um reduto da elite ou até mesmo de quem pudesse pagar, como era o caso de muitos universitários que iam até lá gastar suas mesadas aos finais de semana. (Middleton, 1938)

O sucesso desse clube também se baseava em uma gestão rigorosa: desde o acompanhamento minucioso de cada aspecto, a qualidade dos alimentos até o atendimento no bar, com uma equipe preparada para lidar rapidamente com os imprevistos que surgissem. E era o próprio dono que também verificava o funcionamento do estabelecimento com olhos atentos, “(...) desde a quantidade de gordura nas carnes até o tamanho das bebidas (...)” (Middleton, 1938, p. 13, tradução nossa)

Em adição, o dono, chamado Billingsley²⁹, cultivava sua clientela com gestos como festas exclusivas, envio de flores às mesas para as damas, presentava

²⁸ “(...) Dress helps a lot here as it does at the Stork. If you're not one of the regulars and do make the first barrier, don't expect your table (unless the night is slack) to be particularly choice-though a generous fee to the captain often works wonders. You should be thankful you got in. (...)” (Middleton, 1938, p. 17).

²⁹ Billingsley chegava ao trabalho por volta de meio-dia e por lá ficava até às 4 horas da manhã. Tirava poucos dias de férias para ir com a família à *Atlantic Beach*. Ele acreditava que a presença

com porta-cigarros ornamentados no Natal e até enviava caixas de champanhe para os melhores clientes no Ano Novo. Isso também impactava nos altos lucros que a casa mantinha durante o seu auge, mesmo com alguns contratempos no caminho:

O Stork Club é operado em grande escala, como se espera de um negócio que, segundo dizem, fatura cerca de um milhão de dólares por ano. Aproximadamente sete mil dólares anuais são gastos com flores, que são distribuídas ou colocadas nas mesas. Os custos com reformas e decoração chegam a cerca de vinte e cinco mil dólares por ano. Cheques sem fundo e contas não pagas custam em torno de quinze mil dólares anuais, embora hoje em dia esses casos sejam menos frequentes do que durante a Lei Seca. Nesse aspecto, dizem que o Stork se sai melhor do que seus concorrentes diretos, o “21” e o *El Morocco*. Quebras e furtos representam um prejuízo de cerca de vinte e cinco mil dólares por ano. A conta de luz chega perto dos doze mil dólares anuais. A música — com duas bandas — custa cerca de mil e quinhentos dólares por semana. Por outro lado, mais de quinze mil dólares por ano são pagos ao Stork em concessões de chapelaria e outros serviços, o que supera até mesmo o valor do aluguel anual do local. (Middleton, 1938, p. 12-13, *tradução nossa*)

Além disso, a presença dos colunistas e escritores, como Lois Long e Louis Sobol era valorizada, pois a cobertura que eles davam ao clube ajudava a consolidar sua imagem na mídia. “(...) Eles estão entre os visitantes mais bem-vindos do Stork, e uma grande deferência lhes é mostrada (...)” (Middleton, 1938, p. 15, *tradução nossa*).³⁰

Outro jornalista norte-americano famoso por suas colunas sociais ganhou uma cadeira cativa nessa casa noturna. E no menu do *Cub Room*, outro *nightclub* famoso da cidade, havia em sua homenagem um hambúrguer chamado Winchellburguer (Souza, 2007). Seu nome era Walter Winchell.

Filho de imigrantes judeus, sua carreira começou quando escreveu sobre os bastidores das peças teatrais nas quais atuava. Não começou a vida em berço de

de certos membros do *Café Society* embelezava o ambiente e elevava o prestígio do clube, não se importando se consumiam refeições e vinho às custas do *Stork*, pois via nisso um investimento para sua própria imagem “(...) Para ele, é um ótimo negócio ter essas personalidades frequentando o clube e ver seus nomes mencionados nas colunas sociais e da Broadway. (Middleton, 1938, p. 13, *tradução nossa*).

³⁰ “(...) *They are among the most welcome visitors the Stork has, and great deference is shown them.* (...)” (Middleton, 1938, p. 15).

ouro e permaneceu pobre até parte de sua juventude. Na década de 1920, após tornar-se jornalista profissional, Winchell criou uma coluna de fofocas sobre os ricos e celebridades da época³¹. Surgiram, assim, as *gossip columns*, ou “colunas de fofocas”, veiculadas, primeiramente, no *New York Evening Graphic* (Cruz, 2015). A partir das descrições sobre a vida privada de pessoas influentes e herdeiras, com toques de ironia e sarcasmo, ele divulgava escândalos e notícias das altas rodas, como mulheres grávidas e divórcios (Dornelles, 2017).

Nas páginas seguintes, será apresentado um relato detalhado da vida de Walter Winchell, jornalista pioneiro que introduziu as colunas sociais nos Estados Unidos e consolidou um novo modelo de comunicação jornalística. Sua trajetória é fundamental para compreender as origens e a evolução desse formato, que influenciou profundamente o jornalismo americano e moldou a cultura popular do século XX.

Para fundamentar essa análise biográfica³², utilizarei como base principal a obra *Winchell: Gossip, Power and the Culture of Celebrity*, de Neil Gabler (1994), biógrafo renomado também conhecido por seu trabalho sobre Walt Disney. O livro, com mais de 700 páginas, é reconhecido como uma das biografias mais completas escritas sobre o colunista, oferecendo uma perspectiva aprofundada não apenas de sua carreira, mas também de sua vida pessoal e dos contextos sociais que o moldaram.

Walter Winchell nasceu em 7 de abril de 1897, no bairro do Harlem em Nova York, uma região que naquela época passava por grandes transformações³³. Na infância, era esperto, determinado e um pouco tímido, mas tinha um certo

³¹ Antes do estilo difundido por Winchell, as colunas existentes nos Estados Unidos eram próximas daquelas tidas como “Sociais” no Brasil, ou “relatos floridos”, como eram conhecidas as notas sobre personagens da alta sociedade e eventos que eles frequentavam, como festas e recepções, sem duras críticas. Havia, então, certo tom bajulador quanto às pessoas retratadas, também relacionado ao fato de que os colunistas não queriam se indispor com os ricos e influentes da época (Souza, 2007).

³² A importância de abordar a infância e a origem familiar de criador das *gossip columns* reside na compreensão das motivações que o impulsionaram. O temor do fracasso, refletido em parte pelas experiências vividas por alguns membros de sua família, esteve presente em seu inconsciente e constituiu um dos motores centrais de sua busca incessante por sucesso e reconhecimento. Assim, sua trajetória pessoal é inseparável da formação de sua identidade pública e de sua influência no jornalismo.

³³ O Harlem estava deixando de ser um bairro predominantemente anglo-americano e caminhava para se tornar um centro populacional e cultural diverso, com forte presença da comunidade judaica. (Gabler, 1994)

carisma natural que o tornava cativante. Sua mãe, Jennie, demonstrava um afeto especial por ele, em parte porque era mais confiante e agradável do que seu irmão mais novo, Algernon, com quem mantinha uma relação mais difícil.

Ele era uma criança que buscava formas de se destacar, não apenas por gosto, mas por necessidade emocional. Crescendo em um ambiente instável³⁴, cercado por pobreza, brigas familiares e constantes mudanças de moradia, ele percebia que ser notado era uma forma de existir. Receber atenção, mesmo que por algo pequeno, era uma maneira de escapar da sensação de abandono e invisibilidade que marcava sua infância. Por isso, desenvolver talentos e chamar a atenção³⁵ se tornaram quase uma forma de sobrevivência emocional. Além disso, trabalhou desde cedo para ajudar a família, fazendo entregas e vendendo jornais.

Mais tarde, buscando formas de se expressar, decidiu começar a se apresentar. Com um amigo da escola, Jack Weiner, foram até os donos do *Imperial Theater*, os irmãos McKibbin, e pediram uma chance para trabalhar como *song pluggers*, que eram pessoas que cantavam músicas para o público antes dos filmes e ajudavam a vender as partituras. Junto a George Jessel, filho do novo caixa do teatro, surgiu o *Imperial Trio*, com os garotos se apresentando como os *Little Men with the Big Voices*: Weiner como tenor, Walter como alto e Jessel como barítono. Assim, assumiram os nomes artísticos de Leonard, Lawrence e McKinley.

Por causa das regras contra trabalho infantil, o trio então cantava no fosso do piano com o acompanhamento de Phil Baker. Walter se destacava mais pelo carisma e aparência do que pela voz. Após serem demitidos por questões econômicas, ele tentou pedir um aumento para evitar a dispensa, mas não conseguiu. Logo depois, foram descobertos por Leo Edwards, um divulgador

³⁴ A família Winschel enfrentava muitos problemas além da pobreza, como a infidelidade do pai, Winchell, que era o irmão mais velho entre quatro irmãos: "Jacob", "George", "Max" e "Dora". Isso gerava constantes brigas em casa e fazia com que sua mãe Jennie, uma judia observante e muito diferente da família Winschel, fugisse com frequência para a casa da irmã Rose em Danville, às vezes levando os filhos, outras vezes abandonando-os. (Gabler, 1994)

³⁵ Ele também passou por um acidente que ficou marcado em sua memória. Em uma versão, ele diz que estava brincando de *punchball* quando foi atingido por um bonde. Numa outra, recorda que caiu na rua depois de desviar de um bêbado, sendo atingido por uma carroça e cortando a perna. Andou por vários quarteirões procurando por ajuda e só conseguiu em uma farmácia quando um policial chamou uma ambulância. Levou três pontos, mas não pôde comprar analgésico, pois a família não teria condições financeiras para isso. Como explica Gabler (1994), esse acidente ficou marcado para Walter porque foi a primeira vez que ele sentiu que alguém realmente prestou atenção nele, algo muito raro na infância difícil, cheia de pobreza e negligência. Isso o fez perceber o quanto ele precisava ser notado e valorizado.

musical, que os apresentou a Gus Edwards, famoso por criar espetáculos de *vaudeville*³⁶ com crianças, resultando em um teste bem-sucedido e na participação na “*Gus Edwards’ 1910 Song Revue*”, o que abriu as portas para Walter sair do Harlem.

Nem todos os parentes de sua família aprovaram que deixasse a escola para seguir a carreira no entretenimento. Temiam que ele acabasse como o pai, Jacob, fracassado e sem rumo. Mas Walter tinha plena convicção de que aparecer em público e construir um nome seria sua forma de evitar o mesmo destino. Sua infância, marcada pela pobreza e pela instabilidade, fez com que crescesse desconfiado e resistente, além de o transformar em um trabalhador compulsivo.

Falando diante de um grupo beneficente cerca de cinquenta anos depois, Walter lhes disse: Enfrentei o mundo e todos os desafios sem vantagem de peso nas ruas do Harlem e de outros lugares de Nova York como jornalista. ... A única coisa no meu canto (quando eu tinha 12 anos) era o poste de luz da esquina.... Qualquer ternura que eu possa ter desenvolvido deve-se inteiramente ao ferro frio e ao aço daquele poste de luz. Muita gente anda indo a psiquiatria hoje em dia para descobrir o que quer [ele concluiu]. Desde a minha infância (com o Gus Edwards' *School Days Act*³⁷, quando eu tinha 13 anos), eu já sabia o que não queria.... Eu não queria passar frio. Eu não queria ter fome, nem ser sem-teto ou anônimo.” (Gabler, 1994, p. 14, tradução nossa)

Após quase dois anos na estrada com a companhia *School Days* e longe da sua paixão de adolescência Nellie, Walter voltou a Nova York muito abatido. Durante uma pausa de verão em 1916, ele conseguiu um emprego nos escritórios de publicação musical de Edwards, onde trabalhou promovendo músicas ao lado do pianista Harry Ruby. Walter estava perdido e, junto com colegas, considerou formar

³⁶ *Vaudeville* era um tipo de espetáculo muito popular entre o fim do século XIX e início do XX, que misturava música, dança, comédia e números de variedades, apresentados em sequência, como um show de talentos ao vivo. Muitos artistas famosos começaram suas carreiras por lá (Gabler, 1994).

³⁷ A turnê, apesar do sucesso, oferecia salários baixos e vida difícil. Um episódio de demissão temporária e injusta afastou emocionalmente Walter da trupe, mas ele retornou e permaneceu até 1913, mesmo frustrado com a estagnação e a falta de destaque. Após recusar novo papel com Edwards e fracassar em uma tentativa de cantar com Kitty Gordon, experimentou empregos administrativos, como uma vaga de repórter pela *Stockton Record*, revelando sua habilidade precoce de autopromoção e reinvenção. (Gabler, 1994)

seu próprio grupo musical. Tentou ser compositor e elaborou a canção patriótica chamada “*Follow the Flag*” para apoiar a entrada dos Estados Unidos na Primeira Guerra Mundial, mas não fez o sucesso pretendido. Em seguida, ajudou o pai a vender seda e cetim para as bailarinas dos teatros. Por ser jovem e atraente, tinha facilidade em vender os tecidos, marcando assim uma nova fase em sua vida profissional.

Ainda adolescente, Walter conheceu Rita Greene, que tentou entrar para o show *School Days*. Anos depois, já integrada à trupe, eles se aproximaram e se apaixonaram. Quando ela deixou o grupo, a separação os deixou tão infelizes que voltou a Nova York e propôs que formassem um número juntos. Apesar de certa hesitação, ele aceitou por falta de opções. Greene liderou a iniciativa: pegou dinheiro emprestado para comprar um ato pronto e contratou o agente Sam Baerwitz, que lhes pagava salário fixo enquanto negociava com os teatros.

O duo passou a se chamar “*Winchell & Greene*”³⁸. Desse modo, Rita teria adicionado o segundo “l” no nome porque achava que o nome “Winchel” parecia inacabado. Walter, por outro lado, contava versões diferentes: uma delas dizia que um letreiro de teatro havia grafado “Winchell” com dois “l”, e ele achou mais bonito assim e adotou. Outra versão creditava a inspiração ao tio George, cujo nome aparecia com um “l” a mais na porta do escritório por erro do pintor. De qualquer forma, ele adotou a grafia “Winchell” que, com o tempo, se tornaria famoso por sua sonoridade marcante e aparência imponente. “(...) E então ele passou a ser Walter Winchell, um nome tão aliterativo, esteticamente equilibrado e claro que, mais tarde, muitos inimigos acreditaram que ele simplesmente o havia inventado (Gabler, 1994, p. 26-27, tradução nossa).

Depois da difícil fase pós-epidemia de gripe espanhola, Walter e Rita voltaram a se apresentar em teatros pequenos, mas ainda assim enfrentavam rejeições e dificuldades para conseguir bons contratos. Durante uma temporada em Chicago, em meio a uma forte nevasca que paralisava a cidade, ele conseguiu uma oportunidade inesperada: ajudou um amigo repórter a cobrir o evento, enviando um

³⁸ Após turnês no circuito *small time* (de baixos cachês e custos próprios), eles almejavam o big time. Em 1918, Walter alistou-se na Reserva Naval dos EUA, servindo em Manhattan e no USS Isis até o armistício da Primeira Guerra, sendo dispensado com avaliações positivas. Pretendia voltar ao vaudeville, mas a epidemia de gripe espanhola (1918-1919) provocou o fechamento de teatros e a suspensão de inúmeros espetáculos, comprometendo a retomada de sua carreira artística.

pequeno relato que foi publicado no jornal. Esse foi seu primeiro trabalho como jornalista. Mesmo sem experiência formal, essa breve chance despertou nele um interesse pela carreira na imprensa, algo que marcaria o início de uma nova fase em sua vida.

Um amigo de Walter chamado Jo Swerling (que mais tarde se tornou um renomado roteirista de Hollywood) era repórter no jornal *Chicago Herald-Examiner* e havia sido designado para cobrir a tempestade de neve. Entre as apresentações, Walter implorou por uma chance de ajudar, e Swerling finalmente lhe deu a tarefa de ir até a estação Illinois Central e reportar o que visse. "Eu contei a ele sobre as grandes multidões, mulheres, crianças, isso e aquilo," Walter lembrava feliz. "E na primeira página do jornal na manhã seguinte fiquei emocionado ao ver que menos que um parágrafo do que eu havia ligado para ele foi incluído na reportagem geral." Esse foi o primeiro artigo de jornal de Walter. Anos depois, sempre que Walter contava a história de sua primeira tarefa jornalística, ele costumava dizer que estava cansado do *vaudeville* na época e já considerava virar jornalista. Mas, além de uma breve greve de silêncio em Stockton anos antes, não há evidências de que Walter tivesse pensado em ser repórter, e, de qualquer forma, ele não tinha nenhuma formação em jornalismo, exceto por visitar redações para conseguir publicidade para o seu número. Porém, dessa vez ele saiu de Chicago com uma carteira de imprensa que o autorizava como correspondente itinerante – um presente de outro funcionário do *Herald-Examiner*. E ele saiu com algo mais: suas aspirações jornalísticas haviam sido "despertadas". (Gabler, 1994, p. 31, tradução nossa)

Ainda assim, após um período de dificuldades e apresentações em teatros de pequeno porte, Winchell e Greene apresentaram-se no *McVickers Theatre*, em Chicago, superando o nervosismo e problemas técnicos de última hora para realizar uma performance impecável, recebida com aplausos entusiasmados e seis chamadas ao palco, sendo a primeira grande consagração da dupla. O êxito atraiu a atenção de agentes e garantiu-lhes quase dois anos de trabalho nos principais circuitos de *vaudeville*, com expressivo aumento salarial³⁹.

³⁹ Nesse contexto, Walter intensificou os pedidos de casamento, aos quais Rita somente concordou após a promessa de que, futuramente, abandonariam o *show business* antes que este os descartasse. O enlace ocorreu em 11 de agosto de 1919, no tribunal de Chicago, uma semana após o sucesso no *McVickers*. Apesar das restrições financeiras, o casal manteve estilo e coesão, fortalecendo-se tanto no âmbito pessoal quanto profissional. (Gabler, 1994)

Durante uma turnê a caminho de Winnipeg, Walter Winchell, ainda sob o impacto de sua primeira experiência jornalística em Chicago, começou a escrever pequenas colunas e a enviá-las para a *Billboard*, uma revista semanal especializada no mundo do *vaudeville* e do entretenimento. Publicadas inicialmente sob o título "*Stage Whispers*" e assinadas como "*The Busybody*" (O Intrómetido), traziam uma mistura de piadas curtas, notas de bastidores, trocadilhos e comentários sobre artistas e acontecimentos do meio teatral. Com o tempo, ele passou a assinar com suas iniciais (W.W).

Esses textos eram escritos numa máquina de escrever portátil Corona, que havia sido um presente de sua então esposa. Embora as colunas fossem inspiradas em outras já existentes em jornais como o *Variety*, elas tinham um estilo próprio: leve, provocador, com toques de humor ácido e observações pessoais. Winchell falava sobre tudo, desde a proibição do álcool (por conta da Lei Seca Americana) até fofocas do *vaudeville*, sempre com um tom irreverente e direto.

Dessa forma, começou a criar seus próprios boletins internos nos bastidores, chamados de "*Daily Newssense*", uma brincadeira com "*nonsense*" (sem sentido), que colava nos camarins para que os colegas lessem. Rapidamente, seu informativo tornou-se popular entre os artistas. Assim, dedicava-se a investigar fofocas e gostava de ver seu nome ligado às notícias da trupe. Apesar de incomodar alguns, Rita o apoiava, reconhecendo nesse trabalho uma oportunidade para que Winchell se destacasse além do palco.

Naquela época, as colunas estavam sendo escritas numa máquina de escrever portátil Corona – o presente de Rita. Elas eram claramente modeladas a partir de colunas de bastidores, com tom de conversa, semelhantes às da *Variety*, *New York Clipper* e outras publicações especializadas, e não eram muito imaginativas; mas tinham uma voz e uma marca próprias. “Na maioria das vezes, os atores se casam e então vivem às turras para sempre” era uma contribuição típica. “Visto do lado de fora de um cinema em Cleveland: ‘Geraldine Farrar apoiada pela primeira vez por seu marido’”, dizia outra. Outros itens eram tópicos do momento. Ele se divertia especialmente com a recente imposição da Lei Seca (*Prohibition*). “População muito abatida”, relatou. “Não é de se admirar com todo mundo fora de espírito (*out of spirits*, jogo de palavras com ‘sem ânimo’ e ‘sem bebidas alcoólicas’) – Notícia. Como assim, todo mundo?” Ainda outros

itens reclamavam do tratamento dado aos artistas de vaudeville. E outros eram pessoais: uma nota para Nellie e Dolly Cliff entrarem em contato com a coluna (“elas saberão algo que será de vantagem para elas”); uma piada de que o *Palace* estava acabando de vez com o *deuce spot* (termo para o segundo número do programa); um lamento: “Quando será que eu vou me apresentar nas ‘melhores casas’?” (Gabler, 1994, p. 35, tradução nossa)

Em junho de 1925, Winchell enviou sua coluna “*Daily Newssense*” para o *Vaudeville News*, informando que pretendia deixar o *vaudeville* para tentar a carreira de jornalista. O editor Glenn Condon reconheceu o talento de Walter, avisando que o jornalismo era uma profissão difícil e mal remunerada, mas afirmou que usaria seus textos na edição atual e o incentivou a continuar enviando notícias regularmente.

Sua primeira coluna no *Vaudeville News* foi publicada em 11 de junho de 1925. Misturando fofocas e notícias, esse trabalho foi crucial para sua transição do *vaudeville* para o jornalismo. Embora o conteúdo fosse semelhante ao de outras publicações do gênero, o editor Glenn Condon elogiou a coluna como uma das mais inteligentes que já havia recebido. Walter também incluía elogios à associação *National Vaudeville Artists* para aumentar suas chances de publicação, enquanto o restante do texto seguia o estilo de suas colunas anteriores, com uma combinação de fofocas e informações rápidas.

Uma longa seção aproveitou uma mania do momento: *You tell 'em —, I'm —* (por exemplo, “You tell 'em ouija, I'm bored” — “Diga a eles, ouija, eu estou entediado”). Outros itens traziam notícias: “Bothwell Browne, se apresentando no Moore-Orpheum aqui, está de cama com reumatismo inflamatório.” Um novo departamento, “Verdade Sem Piedade” (*Merciless Truths*), fornecia aforismos: “Um tolo diz: ‘Eu não posso.’ O sábio diz: ‘Eu tentarei.’” “O apostador sortudo é aquele que não aposta.” “Pai e Mãe são bons, mas Deus é mais bondoso. (Gabler, 1994, p. 39, tradução nossa)

Apesar do sucesso crescente no *vaudeville*, Walter continuou sua investida⁴⁰, oferecendo até pagar metade do próprio salário. Em novembro de 1925, após recomendação de Condon a Edward Albee, líder da NVA, Walter foi contratado como assistente e estava feliz por seguir seu sonho de se tornar jornalista, embora confessasse que talvez sentisse vontade de voltar ao palco.

Contudo, ele nunca voltou aos palcos depois de aceitar o cargo no *Vaudeville News*⁴¹. Apesar de falar sobre essa possibilidade, era apenas o medo de fracassar, que o acompanhava desde sua experiência como ator e cantor. Ele passou a entender que seus anos de apresentações como artista no teatro, dos 13 aos 23, foram uma espécie de formação, um aprendizado que moldou seu estilo direto, ousado e voltado ao público. O teatro lhe ensinou a se apresentar, a captar o interesse da audiência e a se reinventar constantemente, o que ele mais tarde levou ao jornalismo.

Walter passou toda a adolescência e início da vida adulta — dos 13 aos 23 anos — nas andanças do vaudeville. Sua trupe mutável substituiu sua família real; seu número escolar substituiu uma educação formal; e seu personagem de palco substituiu uma identidade mais profunda e autêntica. O vaudeville o educou e lhe transmitiu valores que antecipavam os da cultura de massa. Surgido após a Guerra Civil, a partir dos chamados “salões-concerto”, o vaudeville floresceu num momento em que os EUA faziam a difícil transição de uma sociedade agrária para uma industrializada. Segundo um historiador, o vaudeville foi “um tipo de laboratório teatral para experimentar com a nova cultura que chocava-se com o moralismo vitoriano”. Era despreocupado, espontâneo e libertador. Valorizava a excentricidade e a novidade nos artistas, expunha o público a diferentes culturas, novos valores e a um estilo vibrante e irreverente. O crítico George Jean Nathan dizia que era “um jogo de criança para homens em seus momentos infantis”. O vaudeville fez de Walter um artista — dentro e fora do palco. Crescendo nesse ambiente, ele absorveu sua diversidade, energia e niilismo, e mais tarde os

⁴⁰ Após meses de turnê exaustiva com Rita, que chegou a pedir para abandonar a estrada, Walter buscava alternativas para deixar os palcos. Mantendo contato com Glenn Condon, editor do *Vaudeville News*, Walter insistia em conseguir um emprego fixo, mesmo diante da resistência causada pela crise financeira do jornal. Para gerar demanda, chegou a organizar uma campanha simulada de apoio à sua coluna. (Gabler, 1994)

⁴¹ Desse modo, Winchell começou sua carreira profissional como jornalista no *The Vaudeville News*, localizado no quinto andar do número 1562 da Broadway, em Nova York. Desde o início, demonstrou dedicação intensa. Mesmo após se mudar com a esposa Rita para um apartamento no Harlem, passava quase todo o tempo no escritório do jornal ou na frente do Teatro Palace, reunindo informações e piadas para sua coluna com artistas de *vaudeville* desempregados que vagavam por ali.

transformou em jornalismo. Criou, enfim, um tipo de jornalismo como espetáculo de vaudeville. Por isso, Heywood Broun estava certo: foi o vaudeville que moldou a mensagem dentro da alma de Walter Winchell. Foi ele que o forjou. (Gabler, 1994, p. 44-45, tradução nossa)

Mas esse mundo também o marcou negativamente: ele se lembrava do medo de fracassar diante de plateias difíceis, dos ambientes precários de bastidores, dos agentes falsos e da insegurança constante⁴². Segundo o comediante George Jessel, que havia feito parte com ele e Weiner do *Imperial Trio*, Walter nunca teve uma boa relação com o público: não os amava, mas sim temia e tentava superá-los intelectualmente, o que teria dificultado seu sucesso no palco.

Assim, no *Vaudeville News*, acumulava várias funções: entregava jornais, fazia recados, limpava o escritório e escrevia como “repórter estrela”. À noite, frequentava o *National Vaudeville Artists' Club*, localizado na *46th Street*, onde socializava com artistas locais. Passava tanto tempo lá que Rita começou a acompanhá-lo apenas para conseguir vê-lo. Mesmo em casa, de madrugada, ele ainda a acordava para ler poemas ou ideias para a coluna. Apesar de seu envolvimento apaixonado com o trabalho, Winchell sentia insegurança quanto ao próprio talento e chegou a considerar abandonar a escrita para tentar ser fotógrafo, mas logo desistiu ao perceber que não tinha habilidade com a câmera.

Durante um período de incertezas em sua carreira, o jornalista recuperou a confiança ao perceber a atenção que recebia dos artistas, que o bajulavam por saberem que qualquer menção em sua coluna era uma forma de publicidade gratuita. Segundo Rita, vivia em estado de euforia com os elogios que recebia. E ainda fazia campanha ativa para ser popular. Circulava pela *Broadway* com onipresença marcante, entrando nos ambientes com energia expansiva, cumprimentando todos e contando histórias, sempre buscando agradar. Apesar de alguns acharem seu comportamento forçado, a maioria o via como um jovem ambicioso e determinado a crescer.

⁴² No fundo, o jornalismo oferecia algo que o *vaudeville* não podia: a chance de ser levado a sério, de se tornar alguém influente, uma “figura no mundo”. Ao fazer essa escolha, Walter repetia um drama familiar. Seu avô, Chaim Weinschel, fora um judeu religioso frustrado por não ter se tornado um escritor respeitado. Ele também desejava ser alguém no mundo por meio das palavras. Assim, ao trocar o palco pela caneta, Walter não só perseguia um sonho, mas também parecia realizar o que seu avô nunca conseguiu: um reconhecimento literário e social. (Gabler, 1994)

Audacioso e com grande desejo de ascensão, Walter propôs uma ideia ousada: convencer o editor Condon a aceitar anúncios no *Vaudeville News*, algo até então impensável para um jornal gratuito e institucional. E até se ofereceu para captar os contratos de propaganda sozinho em troca de comissão. A proposta surpreendeu e, com sua insistência, conseguiu que Condon a levasse ao dono, Albee, que, para surpresa geral, aprovou⁴³.

No campo amoroso, a partir de 1922, o casamento começou a se deteriorar, principalmente devido à crescente dedicação de Winchell ao trabalho, que a fazia sentir-se negligenciada. A crise atingiu um ponto crítico quando ele a agrediu fisicamente no *NVA Club*, levando-a a deixar a casa. Apesar das tentativas de reconciliação, incluindo gestos públicos na coluna do jornalista e demonstrações financeiras de afeto, Rita manteve distância, reafirmando sua independência e retomando a carreira nos palcos. A relação permaneceu indefinida, sem reconciliação ou separação formal, até que a descoberta do envolvimento dele com outra mulher motivou o início do processo legal de separação⁴⁴.

Já no campo profissional, o colunista vivia uma fase de transição marcada por ambição e insegurança. Apesar da experiência como repórter e colunista no *Daily News*, ele hesitava em ingressar no sensacionalista *New York Evening Graphic*, idealizado por Bernarr Macfadden, excêntrico magnata da mídia sensacionalista. Por meio de intensa autopromoção, Winchell convenceu o editor Fulton Oursler⁴⁵ a contratá-lo, valorizando-se não apenas por suas colunas, mas

⁴³ Winchell passou a ganhar 150 dólares por semana em comissões, além do seu salário fixo, uma quantia muito acima da média da época, em que um repórter iniciante de 25 anos ganhava cerca de 25 dólares por semana e um repórter de 35 anos recebia 50 dólares. Essa conquista financeira refletia seu sucesso crescente. Outras conquistas foram que ele e Glenn Condon foram admitidos no *Cheese Club*, um seleto grupo de influentes da *Broadway*, consolidando seu status social, além de ter se tornado tesoureiro-adjunto do posto da *American Legion* dentro do *National Vaudeville Artists (NVA)* – uma posição de prestígio que reforçava sua ascensão no meio artístico. (Gabler, 1994)

⁴⁴ Walter teve um relacionamento com June Aster, dançarina de *vaudeville*. Eles teriam se casado em 1923, embora ele ainda fosse legalmente cônjuge de Rita. Isso criou uma ambiguidade moral e legal em sua vida pessoal, pois, enquanto construía uma carreira sólida como jornalista e divulgador de fofocas, ele ocultava aspectos controversos de sua vida privada, revelando a complexidade de sua personalidade e as tensões entre sua imagem pública e sua realidade pessoal.

⁴⁵ Oursler valorizava o acesso privilegiado de Winchell aos bastidores da *Broadway*. Com isso, o jornalista garantiu um contrato de US\$ 75 por semana e 15% de comissão sobre os anúncios teatrais que vendesse. (Gabler, 1994)

pelo acesso exclusivo aos bastidores da *Broadway*. Recebeu um contrato com salário fixo e comissão sobre anúncios, embora tenha negado essa última posteriormente.

Pressionado a deixar o *Daily News*, inclusive por seu editor Condon, e aconselhado a estudar jornalismo pela tia Beatrice, Winchell recebeu incentivo de Herbert Bayard Swope, editor do *New York World*. Sua saída foi celebrada com um jantar prestigiado, refletindo seu crescente prestígio no meio artístico.

Assim, a estreia do *Evening Graphic* em agosto de 1924 causou escândalo imediato. O jornal assumiu um estilo sensacionalista extremo, com manchetes sobre crimes, escândalos amorosos e declarações de celebridades. A crítica especializada rechaçou o periódico: a *Time* classificou-o como “malfeito” e o *Editor & Publisher* apontou que praticamente toda a primeira página tratava de assassinatos ou contrabando de bebidas.

O *Graphic* ainda ofereceu a Winchell algo precioso: uma coluna diária, onde ele poderia transitar pelo universo da *Broadway* com liberdade, dentro de um território jornalístico ainda pouco explorado. Ele compreendia que o mundo das colunas era competitivo e com muitos nomes consagrados, como Heywood Broun (*Morning World*), Franklin P. Adams (*Morning World*), Bugs Baer (*The American*), Alexander Woollcott (*Tribune/Herald*), Percy Hammond (*Tribune*), Burton Rascoe (*Tribune*), Don Marquis (*Tribune*), Roy K. Moulton (*The American*), Christopher Morley (*The Post*), Russel Crouse (*The Post*), Helen Green (*Morning Telegraph*), S. Jay Kaufman (*Telegraph-Mail*), Ring Lardner (*Sunday World*), Milt Gross (*Sunday World*), Frank Sullivan (*Sunday World*), Karl Kitchen (*Sunday World*), Laurence Stallings (*Sunday World*), e Lloyd Mayer (*Sunday World*). Ele sabia que não poderia competir em seus campos.

Embora houvesse colunas periféricas que ocasionalmente abordassem temas relacionados à *Broadway*, como a coluna de S. Jay Kaufman (*Telegraph-Mail*), que eventualmente noticiava eventos da famosa avenida, ou a de Benny Holzman (*Mail*), que republicava comunicados de imprensa, nenhum colunista havia se dedicado integralmente a esse universo, mergulhando em seus costumes, linguagem, personalidades e bastidores. Walter Winchell identificou essa lacuna e aproveitou a oportunidade para criar uma coluna focada no cotidiano e na cultura

da distrito teatral do Nova York, explorando seus modismos, opiniões e histórias pessoais.

O *American* tinha o humorista Bugs Baer e o comentarista político Roy K. Moulton. O *Post* contava com Christopher Morley na literatura e Russel Crouse em entretenimento. O *Morning Telegraph* tinha meia dúzia de colunistas, incluindo Helen Green sobre gírias. O *Telegraph-Mail* tinha a coluna "Around the Town" de S. Jay Kaufman. O *Sunday World* tinha Ring Lardner, "Looie, Dot Dope" de Milt Gross sobre o Bronx, Frank Sullivan, Karl Kitchen no teatro, Laurence Stallings e Lloyd Mayer sobre as últimas novidades da juventude. E o *Morning World* tinha, na avaliação de Walter, os colunistas "crack": Heywood Broun e Franklin P. Adams, um autodidata de temperamento amargo cuja coluna "Conning Tower", um compêndio de poemas, aforismos, críticas, gracejos e reflexões, era a mais respeitada de todas." (Gabler, 1994, p. 64, tradução nossa)

Ao contrário desses nomes, cuja escrita primava pela sofisticação linguística e pelo debate intelectual, Winchell apostou em um estilo direto, coloquial, voltado para o entretenimento popular. Intitulada "*Your Broadway and Mine*", sua coluna estreou em 1924 com um tom informal, divertido e acessível, sem pretensão literária, buscando entreter o público com piadas e fofocas do mundo teatral. Ele ainda criticava colegas que copiavam seu conteúdo sem dar crédito, reforçando sua autoridade no assunto e sua conexão íntima com o universo *Broadway*.

Contudo, o jornalista ainda desconhecia a outra face da região: a dos bares clandestinos, *gângsters* e *playboys*. Devido a isso, precisou de guias para acessar esse ambiente alternativo. Sua inserção nesse universo se deu graças a Sime Silverman, poderoso editor do jornal *Variety* e figura influente da *Broadway*. Ele adotou uma postura quase paternal, apresentando o Winchell a celebridades, orientando-o sobre o que e como escrever e até lhe oferecendo apoio financeiro. Silverman também o levou a Texas Guinan⁴⁶, dona de um clube noturno

⁴⁶ Mestre de cerimônias do clube *El Fey*, Texas encantava o público com sua irreverência e espírito debochado do pós-guerra, algo que também influenciou profundamente Walter Winchell. Seu famoso bordão "*This little girl is new: give her a hand*" virou expressão nacional. Contudo, seu verdadeiro talento estava em encarnar uma atitude que misturava humor, crítica social e uma honestidade cínica. Essa postura de rir das contradições da vida urbana moderna se tornou parte essencial do estilo que Walter adotaria em sua coluna, refletindo o espírito de uma época descrente, mas que ainda buscava entretenimento e autenticidade. "(...) Essa foi certamente uma das fontes do enorme encanto dela, e era algo que ela transmitia a Walter. Mas, igualmente atraente — e não

frequentado pela elite mais boêmia, que o acolheu e o ensinou sobre os costumes desse outro lado da cena.

Ainda assim, o domínio do jargão teatral e das gírias urbanas destacou Winchell como uma figura central no cenário cultural da década de 1920. Ao apropriar-se de um vocabulário marginal, ele não só se conectava ao público jovem e urbano, como também desafiava os padrões linguísticos tradicionais, tornando-se um símbolo de modernidade e irreverência. Como destacado por seu biógrafo (Gabler, 1994), esse uso da gíria refletia um movimento mais amplo da cultura popular da época:

À primeira vista, isso poderia parecer uma conquista menor, sem o peso necessário para consolidar sua popularidade. No entanto, na década de 1920, a linguagem assumia um papel novo e energizante na cultura. A gíria funcionava como uma forma de democracia cultural, permitindo que os marginalizados retomassem sua voz diante das elites tradicionais. Essa nova linguagem, subversiva e vibrante, seduzia especialmente os jovens urbanos. Conhecer termos como *scram*, *palooka*, *belly laughs*, *lotta baloney* e *pushover* era como fazer parte de uma sociedade secreta — da qual os guardiões do bom gosto eram, deliberadamente, excluídos. Walter dizia ter adotado a gíria como proteção contra suas deficiências gramaticais — com ela, sentia-se livre para dizer qualquer coisa sem se sentir inadequado. Mas a gíria era claramente mais do que um escudo: ela era quase parte de seu metabolismo. Desde os tempos do vaudeville, era sua forma mais natural de se expressar. [...] O que ele não dizia é que a gíria o colocava à frente do seu tempo — a gíria lhe dava importância. (Gabler, 1994, p. 71, tradução nossa)

Desse modo, Winchell criou expressões que logo dominaram sua coluna, cujo subtítulo era “*Slanguage*”, uma junção de “*slang*” (gíria) e “*language*” (linguagem). Como outros exemplos, podemos citar que a *Broadway* ganhou apelidos como “*Main Stem*” (Tronco Principal), “*Coffee Pot Canyon*” (Cânion da Cafeteira), “*The Incandescent Belt*” (O Cinturão Incandescente) e “*Mazda Lane*” (Travessa Mazda). Os bares clandestinos eram chamados de “*sotto voce parlors*” (salões de voz baixa) ou “*hush houses*” (casas do silêncio), enquanto a bebida

menos parte do repertório de Walter — era uma espécie de honestidade cínica que ela fornecia, afinada com o humor urbano contemporâneo.” (Gabler, 1994, p. 69, tradução nossa)

alcoólica virou “*giggle-water*” (água de risada). As amantes viraram “*keptives*” (mantidas/cativas) e os jornalistas da *Park Row* foram apelidados de “*Park Rowgues*” (“canalhas” da *Park Row*). Dançarinas orientais ganharam nomes como “*torso tosser*” (arremessadora de torso), “*hip flipper*” (“sacudidora” de quadril) e “*thigh grinder*” (“moedora” de coxa). Essas expressões capturaram o ritmo frenético e inovador dos anos 1920, fazendo de Winchell, segundo um editor, “o próximo poeta da *Broadway*”. (Gabler, 1994)

Nesse contexto, apesar de frequentemente acusados de vulgaridade, os tabloides dos anos 1920 ofereciam mais do que mero entretenimento. Com suas narrativas sensacionalistas, escândalos e linguagem emocional, construíam uma visão de mundo alternativa à dos jornais tradicionais, substituindo a razão fria por paixão, fatos por mistério e ordem por caos. Lidos majoritariamente por trabalhadores e mulheres, seus leitores assumiam conscientemente essa desordem como uma forma de resistência simbólica ao discurso dominante da imprensa conservadora, tornando os tabloides um “campo de batalha” da guerra cultural da época.

Ser visto lendo o *New York Times* é um selo de “respeitabilidade”, dizia uma propaganda antiga desse jornal. Mas ser visto lendo o *Graphic*, o *Mirror* ou o *Daily News* era um selo de desrespeitabilidade — e os leitores, como os próprios jornais, carregavam esse selo com orgulho, como afirmação de seu próprio poder. Tudo isso fez dos tabloides um campo de batalha na guerra cultural em curso nos anos 1920. E como Walter Winchell não apenas trabalhava nos tabloides, mas era parte essencial deles, ele inevitavelmente seria arrastado para o conflito. Mas não ainda. Não antes do surgimento do *gossip*. (Gabler, 1994, p.77, tradução nossa)

Sendo assim, Walter Winchell não inventou a fofoca nem a gíria, mas soube desbravar um terreno até então restrito e repleto de tabus. No início do século XIX, a antiga *penny press* já explorava escândalos e fofocas de conflitos familiares. Em 1880, a revista *Town Topics* foi lançada para estabelecer uma hierarquia do *high society* para, através disso, documentar seus comportamentos, principalmente os controversos⁴⁷. Embora as colunas sociais da imprensa tradicional evitassem

⁴⁷ Na década de 1920, Stephen Clow foi um jornalismo que inovou ao cobrar para proteger pessoas influentes da divulgação de suas indiscrições em sua revista *Broadway Brevities and Social Gossip*.

polêmicas, os tabloides iam além, aproveitando-se do desejo popular por narrativas carregadas de emoção, drama e sensacionalismo. Só faltava alguém audacioso para desafiar o tabu. Esse alguém foi Walter Winchell.

Algumas semanas depois de começar sua coluna no *Graphic*, Walter já publicava algumas notas que poderiam ser consideradas como fofocas leves. “(... Edna Wheaton e Bert Gordon casaram-se na semana passada”, “Os Ray Hodgson tiveram outro bebê anteontem” e “Não conte a ninguém, mas Amy Frank, do ‘Vanities’, está apaixonada por Charlie Morrison (...)” (Gabler, 1994, p.78).

Desse modo, o colunista informava duas versões sobre a origem de sua coluna de fofocas. A primeira era de que a Texas Guinan, a anfitriã lendária dos clubes noturnos, teria o influenciado⁴⁸. Famosa por seu hábito de contar fofocas, ela passava noites com Winchell fumando, bebendo café e comentando as novidades da vida pessoal de seus clientes. E uma outra versão seria a de que suas famosas *gossip columns* surgiram depois do seu editor recusar por várias vezes a publicação de notas sem a devida checagem. O primeiro caso seria a de que dois astros do *vaudeville* – Imogene Wilson e Frank Tinney – iriam se reconciliar. As outras seriam a de que um bebedor que pararia de beber não conseguiu cumprir a promessa e a de um casamento às escondidas entre o compositor Irving Berlin e a herdeira Ellin Mackay. Inconformado com o excesso de cautela, Walter começou a acumular essas notas até que um dia estava sem material para a coluna e publicou tudo sem autorização prévia, o que marcou o início de sua revolucionária abordagem jornalística.

Dessa forma, a *gossip column* de Winchell começou com o título de “*Mainly About Mainstreeters*”, que surpreendeu a todos ao revelar boatos organizados em grandes blocos, como segredos de relações sexuais antigas entre os frequentadores

Apesar de uma tiragem modesta de quatro mil exemplares, o esquema funcionou por um tempo, pelo qual Clow conseguiu extorquir figuras do mundo financeiro, como o magnata W. Averell Harriman e o banqueiro Otto Kahn. Contudo, o desfecho foi um processo criminal que fez toda uma imprensa tradicional evitar seguir o exemplo. As “fofocas”, também chamadas de “colunas sociais”, ou “*Society columns*” (Gabler, 1994, p. 78) eram apenas relatos sobre quem compareceu em quais eventos e o que vestiam.

⁴⁸ “(...) Texas se sentava com Walter todas as noites, tomando café, fumando sem parar e lhe dando um comentário contínuo sobre as atividades de seus clientes. Numa noite, ela mencionou que a Sra. Vanderbilt teria gêmeos. Walter admitiu que não fazia a menor ideia de quem era a Sra. Vanderbilt. “Por que você não anota isso para a coluna, seu bobo!” provocou Texas. Ele anotou, e a Sra. Vanderbilt teve os gêmeos duas semanas depois (Gabler, 1994, p. 79, tradução nossa)

da *Broadway*. Como era publicada às segundas-feiras, os seus leitores passaram a chamá-la de “a coluna de segunda” ([...] *the Monday Columbia* [...])” (Gabler, 1994, p. 79). E em 6 de junho de 1927, passou a se chamar “*This Town of Ours*”⁴⁹. Essa mudança sinalizou a expansão do foco de Winchell para além de *Broadway*, refletindo uma ambição maior de comentar sobre toda a cidade de Nova York.

Para driblar acusações de difamação, o colunista desenvolveu um vocabulário próprio. Assim, criou mais expressões como *blessed event* (evento abençoado); *Adam-and-Eveing it*” (Como Adão e Eva); *on fire* (em chamas); *sealed* (selado); *this-and-that-way* (desse-jeito-e-daquela); *on the merge* ou *on the verge* (na iminência”) e *that way* – que seria o jeito apaixonado que um homem teria por uma mulher. Esses neologismos não só protegiam legalmente o autor, mas também estimulavam a cumplicidade dos leitores, que decodificavam os sentidos implícitos contidos em suas notas.

Nesse contexto, Winchell afirmou que começou a escrever fofocas como forma de vingança contra seu editor Emile Gauvreau, mas talvez a real explicação fosse a de que ele amasse esse universo, desde ouvir e escrever até publicar e observar as reações do público. Ele se orgulhava de certas regras éticas, como não revelar suas fontes e evitar prejudicar casais casados. Entre outras exceções, considerava praticamente tudo publicável.

Além disso, assim como a gíria, a fofoca dava aos leitores a sensação de estarem mais informados do que os outros. Ao expor os bastidores das vidas dos ricos e famosos, os tabloides também se tornaram uma forma de revanche social. Em um país que exaltava a mobilidade, mas oferecia poucas formas reais de contestar as elites, a fofoca servia como uma espécie de justiça simbólica: tirava das mãos dos poderosos o controle sobre sua imagem e dava esse poder ao público. Então, a coluna de segunda-feira de Winchell se tornava, assim, um instrumento de empoderamento e vingança, tanto pessoal quanto coletiva. (Gabler, 1994)

⁴⁹ Graficamente, a coluna adotou um formato inovador: as notícias passaram a ser separadas por reticências (os famosos “três pontos”), conferindo um ritmo quase musical ao texto. Essa nova estética criou uma narrativa dinâmica, acelerada e fragmentada e, estilisticamente, Winchell refinou sua prosa até o essencial, reduzindo muitas notas a uma simples relação sujeito-predicado. (Gabler, 1994)

Não surpreende que a velha guarda do jornalismo tenha ficado furiosa com o ataque à privacidade, mas a avidez com que a coluna de segunda-feira era devorada pelos leitores deixava claro que Walter havia tocado algo profundo na psique americana — algo além do voyeurismo, ainda que difícil de definir. Parte disso era o interesse crescente nas celebridades, um novo tipo de figura pública. Parte podia ser atribuída à urbanização. O sociólogo Louis Wirth distinguia entre “comunidade” — onde as pessoas se conheciam e estavam ligadas por laços de vizinhança e parentesco — e “sociedade” — onde as relações secundárias substituíam as primárias. À medida que os anos 1920 transformavam os EUA de uma comunidade em uma sociedade, a fofoca parecia devolver à sociedade moderna um dos elementos perdidos da comunidade: uma referência comum. Na fofoca, todos eram tratados como conhecidos — caso contrário, ela não fazia sentido. Era como um “quintal nacional” onde todos os americanos podiam conversar. Como a gíria, a fofoca fazia o leitor se sentir informado, por dentro, na frente. E como os tabloides em que surgiu, a fofoca podia ser um instrumento de vingança num país que se orgulhava de sua mobilidade social, mas oferecia poucos meios reais para expressar antagonismos de classe. A fofoca podia servir, segundo um editorial elogioso publicado mais de seis décadas depois, como “justiça em um mundo corrupto”. Os ricos, poderosos, famosos e privilegiados sempre haviam controlado suas próprias imagens. Agora, com um ato de desafio, Winchell havia assumido esse controle — e empoderado seus leitores. Ninguém estava a salvo da coluna de segunda-feira. Era a vingança definitiva pela humilhação que sentia ter sofrido. (Gabler, 1994, p. 80-81, tradução nossa)

Dessa forma, no auge dos anos 1920, o colunista se tornou a personificação da *Broadway*, recebendo títulos como “prefeito” e “estrela norte” do local. Ele a tratava como propriedade pessoal, a ponto de impedir colegas de cobri-la, reforçando sua influência e controle sobre o cenário. A imagem da famosa avenida que ele projetou para os americanos era algo vibrante, excêntrico, “(...) estranho e fantástico que passaria a ocupar seu lugar ao lado dos tabloides, gírias e fofocas como uma expressão da década.(...)”⁵⁰ (Gabler, 1994, p. 87, tradução nossa).

Winchell tornou-se também uma referência cultural a ponto de inspirar personagens literários. Damon Runyon, célebre autor de contos ambientados na *Broadway* dos anos 1920, criou o personagem Waldo Winchester⁵¹ como uma

⁵⁰ “(...)The Broadway Winchell gave America was something strange and fantastic that would take its place beside the tabloids, slang and gossip as an expression of the decade. (...)” (Gabler, 1994, p. 87)

⁵¹ Falante, perspicaz e irreverente, Winchester refletiu o estilo afiado de Winchell e seu papel central no imaginário urbano da época. O próprio colunista recebeu a homenagem com satisfação,

caricatura do colunista em *Romance in the Roaring Forties*. Publicado em julho de 1929 na revista *Cosmopolitan*, a figura era um correspondente do fictício jornal *Morning Item*, responsável por cobrir escândalos, romances e a vida noturna nova-iorquina.

Ainda assim, o reconhecimento nacional de Walter Winchell deveu-se, em grande parte, à sindicância⁵² de sua coluna. Inicialmente publicada no *Graphic*, ela passou a ser distribuída amplamente pela *Central Press Association*, uma agência sediada em Cleveland, que tinha iniciado uma forte campanha publicitária para expandir seu alcance para importantes centros metropolitanos dos Estados Unidos. Por meio desse sistema de sindicância, ele conquistou uma audiência verdadeiramente nacional, ampliando significativamente sua influência para além do público local de Nova York.

Apesar do sucesso, essa expansão causou tanto entusiasmo quanto apreensão. O prestígio e a popularidade o impulsionavam, mas também temia perder sua vantagem competitiva em um mercado cada vez mais disputado. Diante de múltiplas ofertas para produzir conteúdo para revistas, livros e outros veículos, Winchell raramente recusava convites, mesmo diante do evidente excesso de trabalho. Essa postura, embora oportunista, refletia sua determinação em manter-se no topo e preservar sua relevância como uma das vozes mais influentes do jornalismo de entretenimento da época.

Em agosto de 1927, ele assinou com a Simon & Schuster para escrever um livro. A *Cosmopolitan* queria falar com ele "sobre fazer algumas coisas para nós." H. N. Swanson, o diretor editorial da *College Humor*, continuava pressionando por histórias sobre "jovens em situações picarescas e pitorescas na Grande Cidade," e quando Walter não respondeu a essa sugestão, ele o pressionou para fazer uma série chamada "Biografias da Broadway," embora não necessariamente sobre pessoas reais. ("Como todos os editores," admitiu Swanson, "tenho bastante medo de processos por difamação.") Walter também contribuía com artigos para *Judge* e *Life*, uma revista de humor, e quando a *Life* fechou, ele prontamente concordou em fazer uma coluna mensal para o *Detroit Athletic Club News*. Até a *Vanity Fair*, a mais sofisticada das revistas, o procurou. O editor da VF, Donald Freeman, Walter

interpretando-a não como crítica, mas como reconhecimento simbólico de sua relevância cultural no jornalismo e no entretenimento. (Gabler, 1994)

⁵² Processo pelo qual uma coluna jornalística é licenciada e republicada em diversos jornais simultaneamente.

escreveu, "me promoveu como sendo um 'alguém'... E para garantir que eu fosse aceito e não ridicularizado, Donald Freeman poliu meus pedaços de besteira, bordando-os com palavras grandes." Quando as ofertas finalmente o sobrecarregaram, Walter passou os trabalhos para seus amigos, ficando com o cachê e retribuindo o favor com itens para a coluna (Gabler, 1994, p.92, tradução nossa).

Como um dos destaques no *Graphic* naquele período, Winchell⁵³ deixa de ser apenas um beneficiário do espaço jornalístico para se tornar um ativo altamente disputado por veículos concorrentes. Sua relação com o editor Emile Gauvreau estava, àquela época, se deteriorando a ponto de inviabilizar sua permanência. Somavam-se às queixas não atendidas as recusas de aumento, as humilhações administrativas e a sensação de que o impresso descumpria um acordo (de elevá-lo a um salário de US\$ 300 semanais mais 50% da receita de sindicalização de sua coluna). Paralelamente, o colunista percebia que o jornal perdia prestígio e influência, enquanto sua própria projeção nacional aumentava.

Entre os interessados em atraí-lo, destacou-se William Randolph Hearst, magnata da imprensa, herdeiro de uma fortuna de mineração e criador de um vasto império midiático que, no fim dos anos 1920, controlava vinte e seis jornais em dezoito cidades. Combinando populismo e conservadorismo, o empresário havia transformado o jornalismo em espetáculo, adotando um estilo sensacionalista e colocando repórteres como celebridades. Para Winchell, a proposta do *Evening Journal* de Hearst (um contrato de US\$ 500 por semana, participação de 50% na receita de sindicalização e até um bônus de assinatura) oferecia não só ganhos financeiros inéditos, mas também a chance de integrar um conglomerado que moldava a opinião pública e amplificaria sua própria marca pessoal.

Após crescentes conflitos com o editor Emile Gauvreau no *New York Evening Graphic*, o jornalista foi demitido por ordem do proprietário Bernarr Macfadden, sem jamais retornar ao veículo. Após a saída, tornou-se alvo da disputa

⁵³No final da década de 1920, Winchell conciliava notoriedade profissional com uma vida pessoal marcada por tensões e estratégias de controle narrativo. O divórcio de Rita, formalizado em 1928, foi cuidadosamente conduzido para evitar exposição, com acordo financeiro prévio, ausência do jornalista na audiência e ocultação da identidade de June, com quem mantinha relação e teve a filha Walda. Embora nunca tenha oficializado essa união – possivelmente para preservar a imagem pública –, acumulou novos vínculos e responsabilidades. Entre crises privadas e sucesso público, construiu-se como símbolo cultural da década, usando o domínio da informação como ferramenta tanto na carreira quanto na vida pessoal.

entre os jornais do grupo Hearst, que planejaram sua atuação inicial no *New York Mirror* até o fim do contrato com o *Graphic*, com posterior transferência para o *Evening Journal*. A mudança representou avanço para Winchell, pois o grupo Hearst garantia maior alcance e afastava-o da má reputação da imprensa Macfadden. Conhecido pelo sensacionalismo direto, o veículo focava em fofocas e histórias que interessavam ao público. A estreia de Winchell foi em junho de 1929, discreta e não demonstrando nervosismo com a mudança.

Segundo uma versão, o *Mirror* gastou mais de 50 mil dólares para promover a contratação de Walter — "Quando os sofisticados de Nova York e milhares de outros querem aproveitar a melhor coluna de Nova York (...) eles leem Winchell", anunciava um comercial —, mas sua primeira coluna para o *Mirror* foi publicada em 10 de junho de 1929, sem alarde, apenas uma silhueta de Walter na capa com sua assinatura e "Página 18" logo abaixo. Nem Walter comentou sobre a mudança. "O romance de Sig Thayer (Emily Vanderbilt) já murchou", começou ele, e depois listou várias outras fofocas sobre casamentos ("Assim que receberem suas respectivas certidões, Sonny Whitney e Mrs. Edgerton Warburton estarão selados"), malfeitos ("Um dos executivos mais conhecidos de 'moonshine' deu calote em uma aposta de 10 mil dólares na roleta na semana passada") e nascimentos previstos ("Os Frederic McLaughlins [frene Castle] esperam outro evento abençoado"). (Gabler, 1994, p. 105, tradução nossa)

Desse modo, o colunista dedicava-se intensamente para suprir a constante demanda da coluna, cujo formato variava diariamente para atender a diferentes interesses do público. As edições de segunda-feira focavam em fofocas; as de terça e quinta apresentavam humor, com piadas, trocadilhos e anedotas; a coluna de quarta-feira, intitulada "Retrato de um Homem Falando Consigo Mesmo", trazia críticas e observações; a de sexta-feira, chamada "Anotações de um Secretário de Colunista", consistia em registros pessoais, como ligações e recados; e a de sábado listava curiosidades, sob o título "Coisas que Eu Nunca Soube Até Agora". Essa diversidade estrutural evidenciava sua versatilidade e esforço para manter o engajamento e a relevância do seu conteúdo jornalístico.

Nesse contexto, os anos 1920, conhecidos como a "Era do Jazz" ou "louca década de vinte", foram marcados por efervescência cultural, otimismo econômico e uma forte valorização do hedonismo, do consumo e da vida noturna vibrante. O

ambiente boêmio da *Broadway*, o glamour, o egocentrismo e o cinismo audacioso definiram o espírito da época, influenciando diretamente a persona pública de Walter Winchell, que se tornou um símbolo dessa modernidade acelerada. (Gabler, 1994) Contudo, o *crash* da Bolsa de Valores em 1929 representou um choque brutal que extinguiu a euforia e instaurou um clima de incerteza, encerrando o ciclo de prosperidade e despreocupação daquela década. A vida social e cultural que nutria o conteúdo de sua coluna entrou em declínio, o que levou o criador das *gossip columns* a enfrentar não apenas as dificuldades impostas pela nova realidade econômica, mas também o desafio existencial de manter sua relevância e influência em um mundo em transformação.

Mais tarde, a fórmula criada por Winchell foi utilizada com êxito por Hollywood na “era de ouro dos estúdios”. Entre 1930 e 1940, produtores cinematográficos estabeleceram influentes ligações com os colunistas sociais com o objetivo de garantir maior publicidade para seus filmes e artistas⁵⁴ (Souza, 2007).

A máquina publicitária dos estúdios mantinha sob estreita vigilância suas principais estrelas, chegando a controlar grande parte de suas vidas pessoais. Atores homossexuais de repente eram vistos em público com atrizes belíssimas (de quem viravam “namorados”), atrizes e atores com passado obscuro (passagens por reformatórios, abortos, histórico de drogas e alcoolismo) eram brindados com uma nova biografia, mais “respeitável”. O público lia estes relatos dos astros do cinema com avidez - e acreditava - nas colunas de Louella Parsons e Hedda Hopper, as duas colunistas mais famosas de Hollywood. E os colunistas que eram parte do esquema sabiam ser gratos: quando Orson Welles filmou *Cidadão Kane*, em 1939, inspirado no magnata dos meios de comunicação William Randolph Hearst, sofreu uma agressiva campanha contra o lançamento do filme. (Souza, 2007, p.6-7)

Mesmo morando em Nova York, distante dos grandes estúdios de Los Angeles, ainda que sua coluna divulgasse informações sobre o mundo do cinema, Winchell se interessava mais pelos poderosos de sua cidade. Não apenas os ricos e

⁵⁴ As principais estrelas do cinema tinham suas vidas mantidas sob sigilo por parte dos que controlavam os estúdios. Com a ligação com os colunistas, os leitores liam sobre as celebridades em colunas, como as de Louella Parsons e Hedda Hopper, com avidez e respeito. Esse tipo de columnismo colocou em cena um novo profissional: o assessor de imprensa, o qual era pago por quem se interessasse a ter uma nota a seu favor ou quisesse evitar notícias que prejudicassem sua reputação (Santos, 2016).

as celebridades, mas mantinha o foco em todo um grupo organizado pela política e seus jogos de interesse. Por isso ele era temido, uma vez que sua coluna poderia manipular opiniões públicas e enfraquecer reputações. (Souza, 2007)

Diante de sua influência e participação no meio, o jornalista recebia convites para aparições em filmes como ele mesmo, enquanto estúdios e roteiristas criavam personagens inspirados em sua persona. Por anos, Winchell foi considerado como um dos homens mais importantes e poderosos da América, e ninguém queria arranjar problemas com aquele que mandava na imprensa (Souza, 2007).

Contudo, ainda na década de 1950, o colunista⁵⁵ apoiou o senador Joseph McCarthy sob o lema de combater o comunismo e o “antiamericanismo”, o que repercutiu num período de perseguição política a artistas, jornalistas, servidores públicos, entre outros. Muitos cidadãos foram interrogados na Suprema Corte norte-americana, sendo muitos deles submetidos a agressivas táticas de intimidação. Quando o governo julgou como inconstitucionais as práticas hostis utilizadas pelo senador e seus homens, uma parte dos acusados já tivera suas carreiras destruídas. Nesse período conhecido como “Macarthismo”, Winchell começou a perder sua credibilidade. Ali também se iniciava sua decadência irreversível.

Os leitores de sua coluna nos jornais diminuía a cada dia, ao passo que suas notas sobre sociedade e políticos, antes explosivas, não repercutiam mais. Quando, em 1963, o New York Daily Mirror, jornal que o acolhera por 34 anos, fechou suas portas, Winchell estava esquecido pela opinião pública. O último trabalho do jornalista a merecer algum crédito foi seu papel como narrador da série televisiva Os intocáveis. (...) Nos últimos anos, Winchell manteve-se recluso em um hotel de Los Angeles. Estava triste. Segundo Larry King, o jornalista hoje famoso que o substituiu no jornal Miami Herald, Winchell passou seus últimos dias mimeografando cópias de sua coluna e entregando-as pelo corredor do hotel a quem passasse. Em 1972, quando

⁵⁵ Além disso, Walter Winchell tornou-se o primeiro colunista oficialmente reconhecido a criticar Adolf Hitler e o nazismo, em um tempo em que organizações pró-fascismo e pró-nazismo chamavam atenção na América do Norte. Embora fosse visto por alguns analistas como jornalista de tendências esquerdistas, por apoiar o partido democrata e o trabalhismo, Winchell teve um encontro com o então presidente Roosevelt com a Segunda Guerra em curso. Desse modo, foi incentivado a atacar o nazismo e assim o fez. Ao final do conflito, quando queria atacar algum político ou persona, “(...) tachava-o em sua coluna de simpatizante do comunismo.” (Souza, 2007, p. 13).

morreu, aos 74 anos, apenas uma pessoa - sua filha - compareceu ao enterro (Souza, 2007, p. 14).

A partir disso, a figura do colunista social surgiu a partir de uma demanda social de qualificação de pessoas e estilos de vida, tendo a função de demarcar espaços, conferir solidez aos personagens, tornando-se, assim, uma “(...) ferramenta de conservação de poder, como instrumento de consagração social.(...)” (Cruz, 2015, p. 43). Por isso buscavam, também, decodificar os códigos simbólicos da elite e adquirir conhecimento sobre diversos temas, da moda à política, para servir de recurso social e cumprirem, assim, o papel de “(...) árbitros dos costumes (...)” (Cruz, 2015, p. 43), se encarregando da publicidade e de dizer quem pertence à elite (Mills, 1981 [1958]).

A publicidade do café society substituiu as 400 famílias de linha, a tinta de imprensa substituiu o sangue azul, e a chave do ingresso nesse mundo é uma forma de talento na qual predomina a energia para conseguir o êxito que se espera, ao invés da tradição de formação ou dos costumes proporcionados pela riqueza herdada. No mundo da celebridade, a hierarquia da publicidade substituiu a hierarquia da origem e mesmo da grande riqueza. Não o clube de homens, mas a boate, não Newport à tarde, mas Manhattan à noite, não a família tradicional, mas a celebridade. Em 1937, segundo relação de *Fortune*, cerca de um terço da "lista social" do café-society não estava no *The Social Register*; hoje a proporção será provavelmente menor. (Mills, 1981 [1958], p. 89)

Logo, a função do colunista social surgiu para conferir solidez às frágeis posições sociais “(...) das famílias tradicionais norte-americanas que perdiam espaços pelo recurso da linhagem familiar que receavam a perda de poder frente aos ‘novos ricos’”(Cruz, 2015, p. 41). Foi nesse contexto de desenvolvimento e consagração dos meios de comunicação de massa e impulso das grandes indústrias, como a do setor cultural, que surgiu o prestígio da elite nacional. A grande publicidade e a técnica da imagem popular fizeram do *high society* a cúpula da Sociedade Americana. E mesmo que seus habitantes não pudessem ter a mesma rotina que os integrantes das altas rodas, a elite era imediatamente identificada pelas fotografias (Mills, 1981 [1956]).

Já na década de 1940, a Segunda Grande Guerra provocou uma mudança na recepção das antigas colunas sociais, uma vez que a sociedade norte-americana

queria ler sobre escândalos e notícias frívolas, que se proliferaram, primeiramente, como colunas de notas. Em meio a tantas notícias de conteúdo violento, caótico e pesado, adultérios e crimes passionais por parte dos famosos chamavam a atenção dos leitores, enquanto assuntos como política e economia eram inseridos no corpo das colunas disfarçadamente (Dornelles, 2017, p. 130).

Enquanto os colunistas sociais eram respeitados e adquiriam um prestígio e poder difícil de igualar, os demais jornalistas eram obrigados a se ater aos fatos, em busca da objetividade. A era da “guerra” entre os jornais sensacionalistas de Pulitzer e Hearst havia acabado – muito em parte por seus excessos e às pressões da burguesia (...). A grande imprensa, agora também uma grande indústria, queria aumentar seu prestígio e credibilidade. Vem daí a imposição nos Estados Unidos das regras de estilo jornalístico, como o lide e a pirâmide invertida. (Souza, 2007, p.8)

Portanto, esta seção em periódicos relatava toda uma prática de consumo e trajetória de vida da elite, a qual era heterogênea, formada por pessoas de procedências diversas. Os colunistas, a fim de demarcar espaços e conferir solidez aos personagens, tornaram-se instrumentos de consagração social, encarregando-se da publicidade e de dizer quem pertencia ou não ao *Café Society*.

Assim, podemos destacar que, desde o princípio, a coluna social tinha uma dupla função: evidenciar a elite e seus símbolos distintivos. A partir de suas experiências de lazer e fofocas que aconteciam durante o calendário social, as *gossip columns* promoviam todo um setor de consumo e lazer. (Dornelles, 2017).

Desse modo, a leveza e informalidade da linguagem utilizadas nas colunas sociais nos Estados Unidos, principalmente a partir do estilo empregado e difundido por Winchell, obteve grande sucesso, pois modificou as colunas sobre o *high society* ao publicar pequenas notas sobre a vida privada acrescentando comentários debochados e sarcásticos, usando gírias e eufemismos, misturando escândalos de uma imprensa sensacionalista com boatos e opiniões zombeteiras, o que era surpreendente e inovador para a época. Logo, o jornalista, foi o primeiro “(...) a romper o tabu existente até então, que se recusava a expor a vida privada de pessoas públicas, deixando permanentemente alteradas as relações entre jornalismo e celebridade.” (Souza, 2007, p.5)

Esse novo modelo de coluna social inspirou inúmeros jornalistas de diversos países do mundo, como Pompeu de Souza, chefe de redação do *Diário Carioca*. Como as *gossip columns* influenciaram profissionais da imprensa brasileira e abriram caminhos para uma “coluna social moderna” a partir de meados no século XX no Brasil é o que será investigado no próximo capítulo.

5. Vozes do prestígio: o colonismo social no Brasil

O objetivo deste capítulo é analisar os principais colonistas sociais do Rio de Janeiro durante o período conhecido como os anos dourados do colonismo social brasileiro, entre meados da década de 1940 e fins da década de 1960. Assim, busca-se compreender como suas colunas contribuíram para consolidar prestígio, distinção e visibilidade das elites, articulando práticas de lazer, consumo e hábitos sociais da “gente bem⁵⁶ carioca”⁵⁷. Ao situar esses jornalistas em seu contexto histórico, é possível observar o papel das colunas sociais como espaços de construção de subjetividades e legitimação de hierarquias na vida pública.

Como discutido no capítulo anterior, o modelo das *gossip columns* estadunidenses, especialmente aquele estabelecido por Walter Winchell, exerceu grande influência sobre o colonismo social brasileiro. A leveza, a informalidade e o tom sarcástico que caracterizavam esse novo estilo de escrita passaram a influenciar diretamente os colonistas nacionais, especialmente na forma como passaram a abordar a vida privada da elite com ironia, gírias, comentários irreverentes e toques

⁵⁶ Em suas colunas, Jacinto de Thormes emprega a expressão “gente bem” para designar um grupo social que sintetiza valores de tradição, refinamento e distinção moral, em contraste com o perfil mais superficial e oportunista dos chamados “grã-finos”. Em texto publicado na revista *O Cruzeiro* em 2 de julho de 1955, o colonista explica que o termo teria sido importado de Buenos Aires: “(...) ‘GENTE BIEN’ é coisa importada de Buenos Aires, onde essa expressão indica aquele círculo fechado de famílias austeras que constituem a chamada ‘nobreza rural’ da Argentina. Classificar alguém de ‘bien’ implica, ou implicava num comportamento e numa atitude. Era uma pessoa (falo no passado, porque agora nem sei) educada com primores de príncipe, zelador da sua palavra de ‘gentleman’ ou de senhora. Um escândalo, um divórcio, uma falha, representava a vergonha e às vezes o banimento. (...)”. (Thormes, “O que é gente bem?”, *O Cruzeiro*, 2 jul. 1955, edição 00038, Hemeroteca Digital). Ainda assim, no Brasil, de acordo com Thormes, a expressão ganhou novos contornos, servindo como reação simbólica à ascensão social rápida e à vulgarização do prestígio promovida pelo período de “fortunas fáceis e favoritismos políticos”. Assim, ser “gente bem” passa a significar preservar a herança de uma educação tradicional, um comportamento pautado pela discrição e um ideal de distinção moral que se opõe à efemeridade e ao exibicionismo típicos da nova elite urbana.

⁵⁷ Silva (2014) nos diz que o termo “gente bem” definia como eram chamadas as pessoas que pertenciam ao *high society* e davam festas, promoviam jantares, subiam a Serra no fim de semana e nos carnavais e frequentavam o Copacabana Palace. Contudo, conforme explicamos na nota anterior, “gente bem”, segundo o “pai do colonismo social brasileiro”, era um extrato diferente dentro do *Café Society*: aqueles que tinham “tradição” de família e “educação antiga”.

de escândalo. Esse rompimento com o estilo bajulador tradicional das colunas anteriores marcou uma virada significativa na relação entre imprensa, celebridade e esfera pública, estabelecendo um modelo que seria amplamente adotado no Brasil a partir do final da década de 1940.

Nesse sentido, colunistas como Jacinto de Thormes, Ibrahim Sued e Zózimo Barrozo do Amaral foram figuras centrais na consolidação dessa prática no país. Conforme observa Sant’Anna (2014, p.208), os colunistas desenvolveram estilos próprios e buscaram formas de se destacar, embora tivessem o objetivo comum de tornarem-se “(...) tão novos e consumíveis como os eventos que noticiam.”.

Desse modo, os colunistas sociais dedicavam-se a registrar eventos da alta sociedade carioca e do *Café Society*⁵⁸, como festas, coquetéis, chás beneficentes, jantares, recepções privadas, bailes e concursos, reunindo na então Capital Federal representantes do governo, empresários, acadêmicos e diversas personalidades influentes. Esse grupo heterogêneo incluía ministros, governadores, altos oficiais militares, banqueiros, industriais, intelectuais e jornalistas (Lopes, 2015). Desse modo, eles não apenas narravam os acontecimentos, mas atuavam como criadores de sujeitos sociais dotados de poder e sociabilidade, transformando essas figuras em objetos de consumo, que se exibem e são consumidos enquanto símbolos de status e distinção⁵⁹ (Sant’Anna, 2014, p. 205).

Ainda assim, as colunas sociais da época eram marcadas por um forte apelo ao glamour e por uma postura de desdém tanto em relação às classes populares quanto à classe média. Desse modo, os colunistas não faziam questão de esconder sua adesão a uma visão aristocrática de mundo. Muitos mantinham relações próximas com os chamados colunáveis, a ponto de se confundirem com os próprios personagens que deveriam noticiar. Assumiam posições claras, tomando partido e

⁵⁸ Lopes (2018) diz que a expressão *Café Society* foi adotada no Brasil por Ibrahim Sued para nomear sua coluna social na revista *Rio Magazine*, publicada entre maio de 1952 e março de 1954. Contudo não achamos evidências no site da Hemeroteca Digital para corroborarmos tal afirmação. No entanto, a autora, em outro trabalho, explica que a expressão também designava um grupo seleto de famílias e pessoas influentes de diferentes áreas, que frequentemente se reuniam em clubes e eventos para festas, lazer e demonstração de poder aquisitivo, além de manter e proteger relações de influência derivadas de sua posição social. Outros termos eram igualmente utilizados pelos colunistas da época como sinônimos de alta sociedade ou *high society*, tais como “gente bem”, “escol social carioca” (Lopes, 2015, p. 9) e alta sociedade carioca.

⁵⁹ “(...) Colunistas sociais criam sujeitos sociais de poder, conotações, sociabilidades e transformam os sujeitos de suas abordagens em objetos de consumo, que assim o são por serem demonstrados como plenos de consumo de si e do mundo à sua volta.” (Sant’Anna, 2014, p. 205)

defendendo ferrenhamente o direito da elite de ser tratada como espetáculo. Além disso, esses profissionais detinham um poder significativo e diverso e tinham plena consciência de sua capacidade de influenciar distintos segmentos da sociedade. (Gonçalves, 2007)

Nesse contexto, Jacinto de Thormes, pseudônimo de Manuel Antônio Bernardes Muller, foi considerado o pai do colunismo social brasileiro ao escrever notas com estilo de crônica literária, utilizando um misto de ironia, esnobismo, seriedade e sarcasmo. Por isso, é possível afirmar que sua coluna “(...) foi o embrião de uma cultura das celebridades, das colunas feitas de notas, do rompimento entre o público e o privado (...)” (Cerbino, 2015, p. 56).

Já Ibrahim Sued destacou-se por dominar a descrição do *grand monde*, opinando sobre as práticas de etiqueta e os hábitos da “gente bem” (Silva, 2014). Mesmo não tendo nascido em berço de ouro, conquistou autoridade por sua frequência nos círculos sociais, boas amizades e fontes estratégicas, conferindo legitimidade ao seu trabalho e consolidando um status de celebridade jornalística (Lopes, 2018). Seu estilo espontâneo e pessoal incluía notas sobre política, economia, eventos culturais, música e viagens, articulando a vida das elites com a experiência urbana do Rio de Janeiro.

Zózimo Barrozo do Amaral começou sua trajetória no jornal *O Globo* em 1965, mas obteve maior destaque no *Jornal do Brasil* a partir de 1969, quando foi contratado por Alberto Dines. Tornou-se conhecido por seu estilo refinado e irônico, abordando política, esportes, literatura, artes plásticas, moda, dança e eventos do *Café Society* carioca. Sua escrita refletia as transformações de uma sociedade urbano-industrial em crescimento, consolidando uma visão otimista da então capital do país enquanto cidade moderna e cosmopolita.

Além disso, essas narrativas contribuíam para mapear festas, locais e hábitos de consumo que seriam referência para os leitores dos jornais, constituindo a base do que se tornaria o calendário social da elite. Formado pelos próprios grupos privilegiados e retratado pelos colunistas, esse calendário organizava visibilidade, estabelecia hierarquias e definia normas de etiqueta e comportamento entre os membros da sociedade carioca. Nesse contexto, as colunas sociais consolidaram-se como instrumentos de prestígio, distinção e referência cultural, funcionando como guias para a classe média que consumia os principais periódicos da cidade.

Na década de 1940, o contexto da Segunda Guerra Mundial provocou uma mudança significativa na forma como as colunas sociais eram recebidas pelo público norte-americano. Segundo Dornelles (2017), em meio à cobertura intensa de notícias violentas e caóticas, os leitores passaram a se interessar mais por escândalos e notícias consideradas frívolas, especialmente aquelas relacionadas a adultérios e crimes passionais envolvendo celebridades. Temas como política e economia foram incorporados de maneira mais discreta no conteúdo dessas colunas, que inicialmente se manifestavam como simples notas.

Assim sendo, buscando aumentar seu prestígio e credibilidade, a grande imprensa brasileira passou a adotar modelos jornalísticos mais padronizados, seguindo o exemplo dos Estados Unidos, onde se consolidavam técnicas como o lide e a pirâmide invertida. Nesse contexto, o jornalista Pompeu de Souza, então chefe de redação do *Diário Carioca*, teve contato direto com essas práticas durante sua passagem pelos Estados Unidos, levando-as posteriormente ao Brasil.

Com a reforma editorial do periódico, foi implantado o uso obrigatório do “lead”, que consiste em iniciar o primeiro parágrafo com o fato principal, respondendo às perguntas essenciais da notícia: “o quê?”, “como?”, “quando?”, “onde?” e “por quê?”. Ainda assim, Pompeu buscava ir além das normas técnicas e propunha a incorporação de elementos literários à redação jornalística, aproximando a linguagem escrita da linguagem falada (Souza, 2007).

Apenas os cronistas sociais não sofreram, no começo da década de 1950, com as novas regras de escrita e apresentação de notícias no jornalismo brasileiro. Enquanto, de um lado, *lead*, *sublead*, impessoalização do texto noticioso, pouca adjetivação, objetividade e construção do anonimato do escrito estavam sendo consolidados na dinâmica das redações, de outro, o espaço das colunas sociais favorecia a subjetividade e fortalecia o nome de seus titulares (Souza, 2007). Essas novidades, que foram implantadas de modo pioneiro no *Diário Carioca*, logo se disseminariam como normas modernas por todas as redações (Santos, 2016).

Desse modo, no processo de modernização das redações brasileiras, o colonismo social desenvolveu uma trajetória particular. Em 1945, o *Diário Carioca* assistiu à estreia de um novo cronista que redefiniria os rumos dessa prática discursiva. Inspirando-se diretamente nas colunas sociais norte-americanas de nomes como Nick Boker, Walther Winchell, Elza Maxwell e Cholly Knickerbocker

(pseudônimo de Igor Cassini), um jornalista incorporou ao cenário nacional elementos inovadores que já circulavam na imprensa estrangeira. Entre eles, destacava-se o uso das chamadas notas “sincopadas”, um estilo fragmentado e ágil, no qual as informações podiam se complementar entre si ou funcionar de modo independente. Contudo, a grande originalidade de sua coluna estava na criação de um alter ego ficcional chamado Jacinto de Thormes, personagem que passaria a assinar os textos e acompanhá-lo ao longo de toda sua trajetória profissional. Seu nome era Manuel Antônio Bernardes Müller, também conhecido como o criador do moderno colunismo social brasileiro. (Dornelles, 2017)

Nascido em 1923, filho de Diplomatas (avô, pai e irmão, todos chamados Lauro Muller, e filho da charmosa uruguaia Negra Bernardez, de quem o príncipe Edward de Gales, futuro rei Edward VIII apaixonou-se quando esteve no Rio em 1931), de família rica, Maneco abriu espaço na imprensa brasileira como nunca visto pelos cronistas sociais (Maria, 2008). Sua fluência em quatro idiomas e bom relacionamento entre membros da alta sociedade ajudou-lhe na vida jornalística (Dornelles, 2017). Mais tarde, foi venerado a partir de seu pseudônimo que assinaria sua coluna social: Jacinto de Thormes, nome emprestado de um personagem no escrito Eça de Queiroz – o português da elite que protagoniza o romance *A cidade e as serras* (Santos, 2016).

Seu primeiro emprego seria na Casa Quincas, loja de artigos de luxo para homens. Já sua carreira como jornalista começou com um convite do jornalista Gustavo Dória, que o chamou para escrever o “registro social” do jornal *Folha Carioca*. Assim era conhecida a parte do jornal em que saíam notícias sobre eventos da elite no Brasil até a década de 1940. Podemos acrescentar à biografia de Maneco tais informações:

Uma crise política tiraria Maneco da Folha, mas, logo, ele estava empregado no Diário Carioca, jornal mais relevante que o primeiro e marcado por lutas políticas. Por conta de suas posições, o jornal chegaria a ser empastelado durante a década de 1930, ficando alguns dias sem circular. Quando Maneco chegou ali, trazido pelo jornalista Prudente de Moraes Neto, o jornal respirava dias melhores: havia apoiado a destituição de Vargas e seguia sem crises no novo governo Dutra. (...) Foi Prudente, que já conhecia o trabalho de Maneco na Folha Carioca, que fez o convite: “Você vai ser cronista social”. Ao que o jovem jornalista, petulante na flor de seus 22 anos, retrucou: “É coisa de veado”.

Mas aceitou, porque, segundo diria mais tarde, “o salário não era de se jogar fora”. Mas com uma condição: escreveria com um pseudônimo. Prudente de Moraes Neto aceitou, e na hora escolheu o nome que faria de Maneco famoso: Jacinto de Thormes. O jornalista não sabia ainda que o pseudônimo o acompanharia como uma sombra até o fim de sua vida. (Souza, 2007, p.4).

Desse modo, o novo cronista do *Diário Carioca*, naquele ano de 1945⁶⁰, buscou inspiração nas colunas sociais estadunidenses, como os anteriormente citados Nick Boker, Elza Maxwell e Cholly Knickerbocker. Também implantou o estilo das notas “sincopadas”, em que a nota seguinte poderia completar ou não o comentário da anterior. Sua grande inovação foi o próprio personagem que o acompanharia pelo resto da vida: Jacinto de Thormes. (Souza, 2007)

Figura 1: Figura 1 - Thormes com seu cachimbo em reportagem para O Cruzeiro



Fonte: O Cruzeiro (8 out. 1955, p. 90-91)

Conforme mostrado na figura 1, ele aparecia como um homem sofisticado, fumando cachimbo e semelhanças como a de um lorde inglês quando era mostrado em ilustrações e em fotos oficiais (Souza, 2007). Ainda assim, o personagem percebeu que o Rio era uma das cidades mais divertidas do mundo, com boates,

⁶⁰ Conforme verificamos na análise qualitativa que será explicada no capítulo seguinte, o cronista social começou a escrever suas colunas nesse periódico em 1945, especificamente em 13 de março de 1945, sob o título de “Feira da Variedades”.

Copacabana Palace, a cultura, os grandes shows, além da praia. A partir da escrita de Maneco, esse tipo de jornalismo começaria a moldar uma forma de colunismo social própria nossa. Como observa Santos (2016), havia a expectativa de descobrir quem seria o primeiro a noticiar o surgimento dessa nova cidade⁶¹. Nesse contexto, Maneco se destacou não apenas por relatar eventos, mas por imprimir um estilo único que marcaria a forma como a elite seria representada na imprensa:

Embora constituíssem a matéria-prima de suas colunas, Maneco não tinha muita paciência para os ricos e deslumbrados que, por dever de ofício, era obrigado a conviver na pele de Jacinto de Thormes, em ambientes como o *Country*, em Ipanema, as boates e o *Copacabana Palace*. Era um homem que cultuava a elegância e cultura, e quando descrevia uma festa, dizia o essencial e resumia as roupas, as jóias e o bufê numa única frase, “Depois eu conto” – que acabava não contando. Esta frase, entre outros bordões, como classificar sempre os personagens da coluna como gente devidamente “bem”, ou a mania de realçar os sobrenomes dos colunáveis – “Jorginho, que também é Guinle” –, foi a centelha de um estilo copiado por diversos colunistas em todo o Brasil. (Souza, 2007, p.12).

Nesse sentido, para Jacinto de Thormes, *Café Society* designa um grupo social diverso, composto pelas pessoas que estão em evidência e movimentam a vida social das grandes cidades. Diferente de uma elite tradicional pautada apenas pela origem ou pelo título, esse grupo se define pela visibilidade: são indivíduos cuja presença desperta curiosidade pública, seja pela beleza, talento, riqueza ou influência. De acordo com reportagem de sua autoria publicada em *O Cruzeiro*⁶², algumas pessoas da “Sociedade” como artistas e novos expoentes da vida midiática citadina poderiam adentrar no “café”, uma vez que era um grupo heterogêneo. “Tanto o Sr. Jorge Guinle como a atriz Cacilda Becker, como o escritor João Condé, (...) [podem] fazer parte da mesma classificação. Basta que para isso eles provoquem a curiosidade e persistência dos colunistas sociais.” (“Por que nos atacam”, *O Cruzeiro*, 8 out. 1955, p. 90, ed. 00052, Hemeroteca Digital)

⁶¹ “Quem iria ser o primeiro a noticiar o surgimento dessa nova cidade?” (Santos, 2016, p. 39).

⁶² “(...) Até hoje não se descobriu se foi o “Café” que inventou os colunistas ou se foram estes que provocaram a desventura consciente do “Café”. Naturalmente, nesse grupo de pessoas circulantes, a condição para aparecer pode ser a beleza, o talento ou a riqueza. Só as grandes cidades, de caráter internacional, é que possuem esse fenômeno.” (“Por que nos atacam”, *O Cruzeiro*, 8 out. 1955, p. 90, ed. 00052, Hemeroteca Digital)

Além disso, como Walter Winchell havia feito anteriormente no colunismo norte-americano — ao desenvolver um vocabulário próprio recheado de expressões ambíguas e neologismos como *blessed event*, *on fire* ou *that way*, que criavam cumplicidade com o leitor e protegiam o colunista juridicamente — Jacinto de Thormes também cultivou um léxico autoral que ajudava a construir um universo simbólico em torno da elite carioca. Entre os termos mais marcantes popularizados por ele está “gente bem”⁶³, uma expressão criada para substituir o antigo e pejorativo “grã-fino”, aplicada a indivíduos que desfrutavam de conforto, circulavam em ambientes prestigiados e, ainda que novos ricos, eram legitimados socialmente como pertencentes à alta roda. (Sant’Anna, 2014)

Sobre essa diferença entre “gente bem” e “grã-fino”, podemos exemplificar com um trecho de uma reportagem veiculada em *O Cruzeiro* em que o colunista explica bem a diferença entre os conceitos:

Até pouco tempo atrás, a palavra com que o povo identificava uma pessoa de sociedade era “grã-fino”. Só que grã-fino, agora, caiu em desuso, é palavra gasta e superada. Devo explicar, porém, que a grande diferença entre uma pessoa “bem” e um “grã-fino” é que o segundo era qualquer pessoa que tivesse um bonito automóvel, uma vida confortável, frequentasse certos lugares da moda e conhecesse certas pessoas, mesmo que não fosse com intimidade. Jamais uma pessoa “bem” se classificaria espontaneamente de grã-fino. Um grã-fino adoraria ser “gente bem”.

Não é que ser chamado de grã-fino chegasse propriamente a ser ofensivo, mas acontece que essa palavra tem um jeito de mofa, parece apelido. Foi justamente durante os anos movimentados da guerra que essa palavra apareceu para classificar as pessoas que realizavam fortunas rápidas ou se aproveitavam das fáceis nomeações políticas para trocar vantagens e receber convites. Foi essa época que criou o que agora se chama “Café-Society”. O grã-fino era, portanto, um produto dessa confusão de valores.

Já por essa época, mesmo os cronistas mais conservadores tinham medo de usar expressões como “haute gomme” e “crème de la crème”, pois existia o perigo de alguém pensar tratar-se de uma receita culinária. Assim fica explicado que grã-fino era pejorativo, quase tão ruim quanto “rico” ou “parvenue”. A

⁶³ “(...) era um termo mais atual, menos pejorativo, para grã-fino “que caiu em desuso”. “Gente bem” era: a pessoa que possui um bonito automóvel, uma vida confortável, que frequenta certos lugares (...) Passou a classificar pessoas que enriqueciam facilmente, para logo se transformar numa pessoa que muda de vida para melhor, tomando ares de importância. Em suma, ser “gente bem” era ser um novo rico, cuja alcunha de grã-fino substituída o autorizava a pertencer ao mundo social, sem constrangimento, e, somente os que não se atualizavam, os “ultrapassados” se a pegariam aos detalhes, como a falta de berço, e usariam termos pouco atuais.” (Sant’Anna, 2014, p. 205).

palavra era usada quase sempre assim: “Então quer dizer que agora você virou grã-fino?” Sim, porque a pessoa *virava* grã-fino da noite para o dia. Ser grã-fino era mudar de vida, era quase sempre melhorar, era fazer dinheiro e comprar terno novo, era tomar ares de importância. (“O que é gente bem?”, *O Cruzeiro*, 2 jul. 1955, p. 26-H, ed. 00038, Hemeroteca Digital)

Outro neologismo criado por ele foi “bizantino”, o qual era usado para caracterizar aquilo que estava em evidência, aquilo que “acontecia”, que se tornava espelho de distinção social — um termo carregado de efemeridade, velocidade e brilho:

(...) Uso bizantino porque o som da palavra tem uma sensação de velocidade. BIZZANTIIINOOO. Dá idéia de vento passando, de nuvem em velocidade, de fonética decisão. Acho que as palavras têm movimento próprio e a palavra em questão tem, na verdade, qualquer parentesco com o super-sônico. (...) Bizantino é a pessoa que circula com velocidade. Bizantino é aquele que, a todo instante, torna-se notícia. Bizantino pode ser a cronista Elsie Lessa, o ator José Lewgoy, o Embaixador de Portugal, a Senhora Rosalina Coelho Lisboa Larragoiti ou o próprio Presidente Café Filho. Bizantino é a pessoa em relação à notícia. Elsie Lessa escrevendo crônica é lugar-comum. Elsie Lessa tomando banho de mar e fazendo jacaré é bizantino, é notícia. José Lewgoy brincando de bandido não é vantagem. José Lewgoy dançando uma rumba ou escrevendo um livro de filosofia é muito bizantino. O Embaixador de Portugal fazendo discurso é sempre (por melhor que seja o discurso) o Embaixador na sua função de rotina. Mas se êle usar um chapéu "melon", luvas e guarda-chuva londrinos, êsses pequenos detalhes de elegância podem ser dignos de bizantínica notícia. A Senhora Rosalina Coelho Lisboa dominando uma sala com a sua conversa e a sua presença não é novidade. A Senhora Rosalina Coelho Lisboa, numa conferência literária, dominando a sala com a sua conversa e presença é coisa muito bizantina. O Presidente Café Filho a tôda hora mostra ser assunto bizantínico. As suas pequenas gaffes protocolares são, por exemplo, motivo para que, jornalisticamente falando, êle seja um bizantino. Coisas de coluna social. (“Ser Bizantino é ser Notícia”, *O Cruzeiro*, 24 set. 1955, p. 106-107, ed. 00050, Hemeroteca Digital)

Sendo assim, para Jacinto, “bizantino” expressa movimento e notoriedade; é aquele que destaca pelo dinamismo, pela capacidade de transformar ações comuns em acontecimentos; o visível frívolo em notícia.

Por fim, a noção de “glamour”⁶⁴, reinterpretada por Thormes, não se referia à elegância contida e tradicional, mas a uma força quase elétrica, magnética, que tornava alguém irresistivelmente sedutor, moderno e visível. Assim como no caso de Winchell, esses termos não apenas criavam uma linguagem interna da coluna como também ajudavam a organizar simbolicamente o mundo social, distinguindo os que “aconteciam” dos que permaneciam à margem da visibilidade pública. (Sant’Anna, 2014)

Contudo, suas inovações desagradaram alguns membros ali retratados, pois havia quebrado uma “hierarquia” daquela época, uma vez que Maneco também começou a retratar figuras da burguesia carioca, como artistas, políticos e outros sem vínculos formais com as altas rodas, mas que lhe pareciam interessantes. Isso lhe valeu advertências de seus chefes, mas tamanha foi a repercussão que o jornalista foi autorizado a prosseguir (Souza, 2007).

Nos anos 1950, Maneco Muller criou outro truque para encher suas páginas: passou a listar as dez mais bem-vestidas da temporada anterior na capa do jornal *Diário Carioca*, normalmente iniciando com o título “AS 10 MULHERES MAIS ELEGANTES DE (ANO EM QUESTÃO)”. O concurso permitia a identificação “(...) dos padrões de autocontrole da sociedade da época e que estavam prestes a sofrer transformações (...), como uma memória cotidiana das aparências, pois veiculam as ideias e as imagens de uma performance pública de si.” (Silva, 2014, p.6-7). A proposta, segundo o próprio colunista, surgiu da observação de práticas semelhantes nas colunas sociais estrangeiras e do reconhecimento da sofisticação feminina nacional, como ele explica:

Em primeiro lugar por que todo jornalista precisa arriscar a vida uma vez por outra. Se os colunistas de New York e Paris possuem suas listas anuais porque aqui alguém não haveria de fazer o mesmo? Tenho o bom argumento de que a mulher brasileira é reconhecidamente das mais elegantes do mundo e exemplos aí estão com a senhora Dulce Liberal Martinez de Hoz, que por duas vezes esteve em 2º lugar na lista mundial, precedida apenas pela imbatível Duquesa de Windsor. 1952 foi o terceiro ano que o

⁶⁴ “(...) Para se aproximar do que pretende dizer, compara glamour a eletricidade, dizendo então que glamour é uma “propriedade que todos os corpos têm de atrair, em dadas condições, os corpos leves que lhes estão próximos, te fazer saltar faísca, te produzir impressões nervosas nos animais”. Essa sedução irresistível sobre os corpos leves, aqueles dispostos a se manterem na superfície de uma epiderme bonita, jovem e Moderna, era a estratégia que nova elite devia dominar para ser mais do que elegante, ser ela glamourosa.” (Sant’Anna, 2014, p. 206)

"Diário Carioca" lançou minha lista. Nomes de senhoras das maiores famílias brasileiras têm entrado e saído dessa lista segundo o merecimento anual, enquanto outros sobem e descem na ordem da cotação sendo que o primeiro lugar tem sido ocupado nestes 3 anos pela mesma e inigualável pessoa: a senhora Nelson Caldeira, de São Paulo, uma mulher elegantíssima em qualquer parte do mundo, e sem dúvida a número 1 do Brasil. (*Manchete*, 17 jan. 1953, ed. 39)

Nesse contexto, Jacinto de Thormes foi considerado o “pai” da seleção das dez mais elegantes no Brasil nas páginas do *Diário Carioca*. A lista rapidamente ganhou prestígio e passou a funcionar como uma espécie de “*Who is Who*” da elite brasileira (Sant’Anna, 2014). Posteriormente, conforme veremos no outro capítulo, ela também começou a ser publicada anualmente nas revistas *Manchete* e *O Cruzeiro*.

Assim, a contratação de Jacinto de Thormes por *O Cruzeiro*, em 1955⁶⁵, representou um marco nas transformações editoriais da revista, que, diante da crescente concorrência com a *Manchete* — publicação que se destacava tanto pelo colonismo social quanto pela excelência gráfica —, passou a investir na valorização desse tipo de conteúdo (Souza, 2007). Nesse processo, a reportagem perdeu espaço, o que gerou descontentamento entre parte dos repórteres da revista, em movimento semelhante ao que ocorrera no *Diário Carioca* durante a introdução das técnicas de reportagem. Ainda assim, o prestígio de Thormes manteve-se inabalável. Sua estreia na revista foi bastante simbólica: apareceu em uma matéria de destaque, trajando seu característico pijama listrado e acompanhado de seu cachorro, William Shakespeare Junior:

⁶⁵ Souza (2007) dá a entender em seu artigo que Jacinto foi contratado por *O Cruzeiro* em 1953. Contudo, pelos arquivos que encontramos em nossa análise qualitativa, Jacinto de Thormes começou a escrever reportagens com constância em *O Cruzeiro* em 23 de abril de 1955, conforme consta na reportagem da edição 00028 da Hemeroteca Digital daquele ano (p. 24-25). Em 1954, já assinava reportagens pontuais, mas foi mesmo em 1955 e 1956 que ganhou destaque na revista que tinha abrangência nacional.

Figura 2: Jacinto com seu cachorro em reportagem em O Cruzeiro



Fonte: O Cruzeiro (ed. 23 abr. 1955, p. 24)

Mais do que estilo, a escolha das homenageadas baseava-se em critérios simbólicos como distinção, classe e adequação ao padrão de comportamento da alta sociedade. Segundo o próprio colunista, ser escolhida como uma das “dez mais”⁶⁶ implicava pertencer a uma categoria social superior, distinta da “espécie humana

⁶⁶ No contexto dessas listas, a elite era exibida como um conjunto, em que as figuras mais habilidosas na arte da aparência recebiam reconhecimento simbólico, reforçando mecanismos sutis de manipulação e de reformulação das estratégias de poder (Sant’Anna, 2014).

ordinária”⁶⁷, o que reforçava o caráter de consagração e exclusividade promovido pela coluna:

(...) Lourdes Catão, Teresa de Souza Campos e a senhora Nelson Caldeira eram algumas das mulheres que estavam sempre presentes nessas listas. A elegância intrinsecamente apresentada não era apenas a do bem-vestir. As viagens feitas à Europa; os deveres de mãe e esposa cumpridos religiosamente, como diziam; A presença em festas famosas; a capacidade de inovar, introduzindo novos acessórios, trajes e combinações e, principalmente, a gentileza expressa nos gestos, como os laços de amizades estreitados entre os pares, eram os elementos preponderantes para pertencer à lista. (Sant’Anna, 2014, p. 220)

Podemos completar que em 1955, Maneco acumulava diversas atividades no meio de comunicação. Naquele ano, apresentava um programa na Rádio Mayrink Veiga, no qual entrevistava livremente os convidados de sua escolha; mantinha uma coluna sobre futebol no Jornal dos Sports; escrevia regularmente sobre a vida social para um jornal de São Paulo; e estava em negociação para estreitar um programa na televisão. Durante sua atuação em *O Cruzeiro*, Maneco não se limitou à cobertura da alta sociedade. Em uma de suas viagens aos Estados Unidos, realizou entrevistas com personalidades de grande projeção internacional, como Truman Capote, Tennessee Williams e Salvador Dalí. (Souza, 2007)

É preciso pontuar que Souza (2007) afirma que em 1962, Jacinto abandona o colunismo social e vai para o *Última Hora*, jornal de Samuel Wainer, se transformado em cronista esportivo e nunca mais atuando como colunista social. No entanto, essa afirmação não se confirma integralmente. A partir da análise de alguns exemplares do periódico disponíveis na Hemeroteca Digital Brasileira, foi possível verificar que, embora Jacinto de Thormes realmente tenha assumido o papel de cronista esportivo com colunas como “O Velho e a Bola” (1963) e “O Outro Lado do Jogo” (1964), ele manteve simultaneamente sua atuação como colunista social. Durante esses anos, o autor continuava a assinar espaços voltados

⁶⁷ “Dessa forma, sua seleção era disputada e ao longo dos anos tornou-se o “*Who is Who*” brasileiro. E, segundo seus próprios critérios: “uma senhora que é ou foi escolhida para pertencer as DEZ MAIS possui além do bem vestir, uma categoria que jamais a deixará cair num ridículo dessa espécie”. A espécie em questão seria o próprio grupo social de onde provinham as eleitas, no caso a elite, que, assim apresentada deixava subentendido tratar-se mesmo de um ramo à parte da espécie humana ordinária. A categoria referida seria a nata da nata, como diriam os franceses, e nisso estava o seu direito em pertencer à lista.(...)” (Sant’Anna, 2014, p. 219-2020).

à “Sociedade”, como “Coluna de Jacinto de Thormes”, “Sociedade &...”, “Sociedade & Adjacências” e “Em Sociedade tudo se sabe”. Essa constatação é especialmente evidente a partir da edição de 29 de janeiro de 1963, quando o jornalista faz sua estreia no jornal escrevendo, na mesma publicação, tanto sobre o *Café Society* como escrevia partes do seu livro intitulado “O velho e a bola: história do homem título que virou campeão do mundo”. Assim, pode ter sido justamente essa a motivação de Jacinto para iniciar sua escrita sobre futebol⁶⁸:

“O Velho e a Bola” é a história de um homem tímido que chegou a campeão do mundo. É a vida do futebol brasileiro contada através das emoções do jogador que maior número de partidas internacionais realizou em toda crônica desse esporte. Mas não é uma biografia; não é um livro de histórias. Nestes capítulos que a rede nacional de UH publicará brevemente, Jacinto de Thormes fala da bola e dos que a chutam, das glórias de Nilton Santos, dos craques que ele nem chegou a ver jogar, dos tempos em que o Bangu era “The Bangu Athletic Club”, do medo de morrer e da falta de dinheiro que muitas vezes desespera quem tem o futebol como profissão. E algumas vezes não é o autor quem fala: é Zizinho que conta histórias, é Mendonça Falcão entre aspas, é Carlito Rocha e suas superstições, é Nestor Rossi ou Puskas ou Leonidas ou Obdulio Varela. Em “O Velho e a Bola” o leitor de UH terá, dia a dia, coisas de sensação sobre o futebol de São Paulo ou de Londres, Montes Claros ou Budapest. Isso tudo através da experiência de uma das melhores coisas que o futebol já produziu: Nilton Santos. (...) (*Última Hora*, 23 jan. 1963, ed. 01034, Hemeroteca Digital)

Após anos nesse segmento, o jornalista considerou que era o momento de se despedir do personagem Jacinto de Thormes, que o acompanhara ao longo de toda a sua trajetória profissional. Com isso, afastou-se dos jornais e da vida pública. Em seus últimos anos de vida, viveu de forma reservada, distante do convívio com a sociedade que tantas vezes retratara e da qual se tornara uma figura emblemática. Residia na casa de sua ex-esposa e grande amiga, Gilda, e raramente saía, exceto em ocasiões especiais. Faleceu em 2005, aos 82 anos, sem receber ampla cobertura da imprensa ou obituários de destaque. (Souza 2007).

Acompanhando a tradição da lista das “Dez Mais”, foi Ibrahim Sued que passou a destacar, a partir de meados da década de 1950, que as mulheres que

⁶⁸ Encontramos nos arquivos da Hemeroteca Digital que foi a partir da edição 01332 de 6 de julho de 1964 que Jacinto começou a escrever, de fato, sobre futebol no *Última Hora*, com a coluna “O outro lado do jogo”.

figuravam nessas seleções representavam um ideal de elegância marcada pela simplicidade. As nomeadas atendiam um perfil como aquelas que se vestiam dos grandes costureiros europeus, frequentavam os eventos da alta sociedade, passavam temporadas em Paris ou verões em Petrópolis.

Também chamado de “turco”, por conta de sua descendência, sua coluna apresentou um estilo espontâneo, pessoal e agressivo, não difundindo apenas fofocas das elites, mas notícias e furos sobre política, economia, música, eventos, pessoas, artes, viagens, eventos e cultura no geral, o que possibilitou amplitude de discussão por parte dos colunistas sociais (Dornelles, 2017). Sued, mesmo não tendo nascido na alta sociedade, ganhou autoridade ao longo do tempo por sua frequência dentro dos círculos, boas amizades e fontes, o que ajudou a conferir legitimidade às suas notas nos veículos da imprensa nos quais atuou (Cruz, 2015; Lopes, 2018).

Sued destacou-se por transformar a fotografia em recurso fundamental de consagração profissional e social. Seu olhar atento para o valor simbólico da imagem permitiu que a fotografia se tornasse não apenas um registro, mas um dispositivo de poder e legitimação. Um marco inicial de sua trajetória ocorreu quando registrou o cumprimento entre Otávio Mangabeira e o general Dwight Eisenhower, recém-saído da condição de comandante das tropas aliadas na Segunda Guerra Mundial. Ao segurar a mão do general e inclinar a cabeça de modo a sugerir um beijo que não se concretizou, o ato resultou numa imagem carregada de simbolismo político e social. Essa fotografia projetou o “turco” no cenário jornalístico, evidenciando sua capacidade de captar instantes que revelavam hierarquias, deferências e jogos de poder. Não por acaso, a imagem foi exposta em lugar de destaque na entrada de seu escritório em Copacabana, convertendo-se em símbolo de sua própria ascensão. (Cruz, 2015)

A partir disso, Sued consolidou sua estratégia de aproximar-se das elites políticas e sociais por meio de fotografias, como exemplifica o célebre registro ao lado da Rainha Elizabeth II em 1968. Essa prática lhe garantiu prestígio, ampliou seu acesso a círculos restritos e assegurou proteção durante os Anos de Chumbo, quando a maioria dos jornalistas enfrentava censura e perseguição. Assim, sua trajetória ilustra como a fotografia, aliada a uma rede de relacionamentos estratégicos, pode ser compreendida não apenas como instrumento estético, mas

sobretudo como capital social e político, capaz de redefinir espaços dentro do jornalismo e transformar o colunismo social em setor lucrativo e de grande relevância para as empresas de comunicação. (Cruz, 2015)

Ainda assim, a primeira coluna de Ibrahim Sued foi na *Rio Magazine*. Chamada de “Zum Zum”, foi veiculada entre setembro de 1951 a fevereiro de 1952. Em entrevista concedida a Teresa Cesário Alvim na *Manchete*, o próprio colunista detalha os jornais e revistas nos quais atuou:

FINALMENTE, um dia, nem sei como, alguém acreditou em mim. Barros Vidal, dirigia "A Vanguarda", e me deu uma coluna na primeira página, chamada "Zum Zum". Ordenado: mil cruzeiros mensais. Depois, ganhei outra coluna na "Gazeta de Notícias". Mais quinhentos cruzeiros por mês. Em seguida, saiu MANCHETE. Hélio Fernandes, seu diretor de então, aceitou-me como colaborador. Comecei a fazer reportagens sociais ("Melhores Partidos", "Mais Elegantes", etc..) ganhando a modesta remuneração de cem cruzeiros em cada uma. MAS eu ainda era muito "verde" em matéria de complicações do "society" e quase perdi o meu emprêgo em "A Vanguarda" porque elogiei Niomar Moniz Sodré, numa notícia. Eu ignorava que ela se desquitara litigiosamente de Hélio Sodré, o gerente do jornal... Em todo caso, suspenderam-me sem maiores explicações. Pouco tempo depois, mudei-me para o "Diário da Noite", a convite de Carlos Eiras. Pagavam-me três mil cruzeiros mensais, o que era tido como um ordenado bem razoável. Em "A Vanguarda", seu novo proprietário, João Neder, se recusava a aumentar o salário de qualquer redator, mesmo que fosse seu amigo. Neder tampouco acreditava em mim... Sequer adiantou a interferência de Gilberto Marinho que, naquela época, era diretor da Caixa Econômica Federal. ("Ibrahim Sued Aconteceu Assim", *Manchete*, 27 abr. 1963, p. 36-37, ed. 0575, Hemeroteca Digital)

Desse modo, Ibrahim marcou presença em veículos como *O Globo*, *Diário da Noite* (“Sociedade”), *Manchete* (“Soirée”) e *Gazeta de Notícias* (“Binóculo”), nos quais inovou e criou um jeito único de escrever colunas sociais a partir de uma articulação entre “a “imprensa informativa”, valorizando o “furo”, a reportagem, mas com muita opinião e personalidade.” (Maria, 2008, p.9). Também teve outras colunas com diversos nomes: “Crônica Social”, “Jornal de Ibrahim Sued” e “A semana de Ibrahim Sued”. Assim, ele manteve ao longo de 45 anos “(...) uma coluna social que apresentou hábitos, comportamentos e modas da elite carioca e também brasileira.” (Sued, 2001, p. 13).

Lopes (2015; 2018) também menciona sua coluna “*Café Society*” na *Rio Magazine*⁶⁹, que circulou de maio de 1952 e março de 1954. Para o colunista, a expressão servia como um marcador simbólico de distinção dentro do chamado *escol social* carioca, separando aqueles com capital cultural hereditário daqueles “outros” que, embora presentes nas recepções da alta sociedade e nas páginas das colunas sociais, eram considerados presenças efêmeras e circunstanciais nesses espaços de prestígio (Lopes, 2018). Ainda assim:

Na sua coluna *Smart Set*, na revista *O Cruzeiro*, Sued também descrevia os fatos sociais, que interessavam a uma elite em exibição, com adjetivos que combinavam superlativos com ludicidade, fazendo tanto rir como admirar um mundo que era distinto, mas não era fechado nem casto e, menos ainda, inatingível. Relatando sobre uma festa, num clube da elite paulistana, descreveu que “todas as mulheres chiques compareceram e ‘deslumbradas’ e ‘cintilantes’ exibiram lindos vestidos decotados”. Seu linguajar denota uma maneira pouco formal de noticiar o evento social e, mesmo, de bocha duce que é apresentado pelas mulheres que viu, atribuindo a elas os adjetivos, nada lisonjeiros, deslumbradas e cintilantes. Esses adjetivos referem-se à condição de recém-chegada a um mundo desconhecido, pouco familiar e, talvez, ao uso excessivo de brilho e jóias que portavam as mulheres citadas. Thormes ou G. de A. jamais usaram os mesmos termos e nem descreveram de maneira tão displicente uma festa concorrida. Num comentário sobre uma outra mulher da mesma festa, a senhora Roberto Maluf, Sued a define como “bonitona e elegante”. O termo bonita seria para uma senhora pertencente à elite mais tradicional uma verdadeira ofensa e, aos ouvidos de Elsa Marzullo, a expressão da vulgaridade. (Sant’Anna, 2014, p. 207)

Seguindo os passos de Jacinto de Thormes, Ibrahim Sued também criou neologismos e expressões próprias para destacar e classificar os personagens da elite. Termos como *vip*, *top* e “é um negócio” eram usados como adjetivos para indicar pessoas e ambientes em evidência, em uma linguagem quase telegráfica que traduzia um mundo em constante movimento (Sant’Anna, 2014). Também criou expressões curiosas como *panteras* e *deslumbradas* para se referir às mulheres que

⁶⁹ A *Rio Magazine* era uma publicação mensal direcionada à alta sociedade, produzida tanto por seus membros quanto para eles. Seu objetivo era cobrir festas, jantares, eventos e casamentos frequentados pelos grupos mais exclusivos. Entre seu conteúdo, incluíam-se matérias sobre moda e desfiles no Rio de Janeiro, além de colunas sociais, como as de Ibrahim Sued. A revista também contava com a seção “Últimas de Paris”, que noticiava a abertura de boutiques na capital francesa, conferindo-lhe um caráter internacional e aproximando-a das capitais mundiais da moda. (Lopes, 2018)

eram destacadas na coluna, *bola preta* e *bola branca* para designar algo de bom tom ou não, *geração pão com cocada* ou *cocadinha* para se referir aos jovens da geração e *ademã que eu vou em frente*, para encerrar suas colunas (Silva, 2014). Logo, assim como Thormes, Sued usava a linguagem como ferramenta simbólica de distinção, reforçando status e pertencimento por meio das palavras.

A novidade introduzida por Sued⁷⁰ foi colocar-se como um ator, e não apenas observador em relação aos acontecimentos e eventos do *grand monde*. Ainda assim, ele surgia como um dos próprios personagens do *Café Society* nas reportagens dos periódicos que escrevia, como no caso dos preparativos de seu casamento com Glorinha Drumond, que ganhou destaque em quase cinco páginas da revista *O Cruzeiro* na edição de 22 de março de 1958 (ed. 00024, 1958, Hemeroteca Digital).

Figura 3: Preparativos do casamento de Ibrahim Sued



Fonte: O Cruzeiro (ed. 00024, 1958, Hemeroteca Digital)

⁷⁰ Fato interessante foi que, durante a ditadura militar, Ibrahim Sued, diante de suas relações com representantes da hierarquia militar, contribuiu para que o público ficasse sabendo, lentamente, do que estava acontecendo nos bastidores do poder, num momento em que havia censura prévia à imprensa (Dornelles, 2017).

Podemos destacar ainda que Sued legitimava suas opiniões a partir de sua presença como membro de um grupo elitizado, além de manter relações e contatos com gente influente e grandes personalidades artísticas, de economia e políticos, por exemplo. Ibrahim não apenas exaltava os personagens das colunas, mas também os criticava quando necessário. (Silva, 2014). “(...) Ao aparecer ao lado de personalidades como a Rainha Elizabeth da Inglaterra, sua posição já consolidada de árbitro da elegância e do gosto torna-se inquestionável.” (Silva, 2014, p.7).

Ainda assim, atuou no rádio e na televisão, onde em 1965 estreou um programa na *TV Globo* que apresentou por cerca de dez anos, abordando os mesmos temas que tratava em suas colunas impressas. Ao longo de sua carreira, escreveu mais de 15 mil colunas, conquistando um lugar no *Guinness Book*. Em 1981, foi homenageado como enredo da escola de samba Acadêmicos de Santa Cruz, com o tema “Ibrahim, de leve que eu chego lá”. (Sued, 2001; Silva, 2014)

Desse modo, Jacinto de Thormes e Ibrahim Sued não se limitavam a noticiar eventos sociais, mas atuavam como mediadores simbólicos que legitimavam, por meio de suas colunas, aqueles que disputavam visibilidade e reconhecimento no cenário da alta sociedade carioca. Suas páginas funcionavam como espaços de consagração pública, onde a distinção social era performada e validada através da exposição controlada dos nomes, hábitos e aparições. Como observa Sant’Anna (2014, p. 204), não se tratava apenas de uma elite buscando reconhecimento, mas da própria construção de um “ser elite pelo parecer”. A lógica dessa representação encontra eco na análise de Veblen (1965 [1899], p. 42–43), ao afirmar que “(...) a marca da força pecuniária deve ser gravada em características que mesmo correndo se possa ler.”⁷¹. Ou seja, para ser reconhecido como parte da elite, era necessário

⁷¹ “(...) Quando a diferenciação aumenta e se torna necessário atingir um ambiente humano mais vasto, o consumo começa a superar o ócio como meio ordinário de decência. Isso é especialmente verdadeiro durante a última fase econômica pacífica. Nessa altura os meios de comunicação e a mobilidade da população expõem o indivíduo à observação de muitas pessoas que não têm outros meios de julgar sua reputação exceto mediante a exibição de bens (e talvez de educação) que ele esteja apto a fazer enquanto estiver exposto à sua observação direta. (...) A fim de impressionar esses observadores efêmeros, e a fim de manter a satisfação própria em face da observação deles, a marca da força pecuniária deve ser gravada em características que mesmo correndo se possa ler. (Veblen, 1965 [1899], p.42-43).

tornar visíveis os signos do prestígio. Nesse processo, os colunistas sociais eram peças-chave na legitimação dessa aparência como valor.

Ainda sobre os principais colunistas sociais das décadas de 1940 e 1950, Santos (2016, p.48) escreve:

André Jordan escrevia na *Vanguarda*, um vespertino de João Neder, e logo depois seguira para o *Diário de Noite*, junto com João Rezende. Marcos André estava em *O Globo*, na coluna *Bazar*; José Álvaro, no *Diário da Noite*; Chuck substituiu Roberto Vasconcellos no *Correio da Manhã*; o Barão de Siqueira Junior assinava na *Tribuna da Imprensa*; e Jean Pouchard, pseudônimo de Mauro Valverde, o mais venenoso de todos, também dava plantão no *Diário Carioca*. O persistente Gilberto Trompowsky continuava assinando G. de A. nas publicações dos Diários Associados, como *O Jornal* e a revista *O Cruzeiro*. Em meados dos anos 1950, três revistas dedicavam-se exclusivamente ao noticiário da vida social: a *Rio*, da Rio Gráfica Editora, de Roberto Marinho (depois, editora Globo); a *Rio Magazine*, de Alfredo Tomé; e a *Sombra*, de Walter Quadros. Havia ricos suficientes para todo tipo de leitor.

Vale destacar que Trompowsky já era um cronista social reconhecido desde a década de 1930, mantendo uma relação próxima e amistosa com as mulheres da elite tradicional carioca — grupo do qual se tornara porta-voz. Seu estilo valorizava essa elite, a quem bajulava sutilmente ao retratá-la como detentora de cultura e educação, generosa nas ações filantrópicas e digna de ser conhecida pelos demais grupos sociais por meio das colunas sociais. Ainda assim, como destacou Jacinto de Thormes, mesmo com o surgimento de novos colunistas e o avanço de outras práticas jornalísticas, Trompowsky seguia querido justamente por manter-se fiel a um modelo clássico de cobertura — o de amigo da alta sociedade, que escrevia sobre ela segundo os moldes tradicionais do colunismo. (Sant’Anna, 2014).

Outro colunista que marcou o colunismo social brasileiro foi Sérgio Porto, que se apresentava com o pseudônimo Stanislaw Ponte Preta. Na década de 1960, ele passou a parodiar Maneco e sua famosa lista das “dez mais”, criando “as Certinhas do Lalau” e “As Dez Mais Bem Despidas”, em contraste com o nome “As Dez Mais bem Vestidas” (Dornelles, 2017). Assim, no lugar do longo das madames, “(...) os biquínis audaciosos das vedetes escancaravam um pouco além do que a moral da época permitia.” (Santos, 2016, p. 51).

Zózimo Barrozo do Amaral, conhecido apenas como Zózimo, foi outro nome fundamental na história do colunismo social brasileiro. Sua escrita ia além do simples registro dos eventos da elite, aproximando-se de um colunismo multifacetado, no qual conviviam notícias sobre a alta sociedade e temas como política, economia, esportes, literatura, música, teatro, artes plásticas, comportamento, moda, entre outros (Dornelles, 2017). Com isso, Zózimo ampliou os limites do colunismo social, aproximando-o de um jornalismo mais crítico e abrangente, sem perder o tom sofisticado que o consagrou. “(...) O humor refinado estava presente em seus textos com a sutileza necessária para a época, ou seja, para uma imprensa sob censura prévia.” (Santos, 2016, p. 10).

Colunistas como Jacinto de Thormes, Ibrahim Sued e Álvaro Americano influenciaram a escrita de Zózimo, que era filho de Zózimo Barrozo do Amaral Filho, mais conhecido com Boy, típico grã-fino carioca e que, por vezes, era noticiado nas colunas sociais. Como descreve Santos (2016, p. 26):

Tanto podia frequentar o Country como manter relações com personagens da Turma dos Cafajestes, playboys endinheirados da Zona Sul que, numa época pré-rock and roll, dedicavam-se a estripulias diversas. Entronizavam cabritos em boates (por incrível que pareça, levavam mesmo os bichos para dentro das boates, brigavam com soco inglês, soltavam barbantinho cheiroso nos salões perfumados com colônia francesa e mostravam o bumbum pela janela dos carros. Ibrahim Sued iniciou-se na cena carioca como simpatizante da Turma.

A rotina do pai de Zózimo era a de muitos que frequentavam as altas rodas da elite carioca, como passar tardes na Hípica, jogar carteadado na casa dos amigos, almoços no *Jockey*, assim como muitas “esticadas”. O termo foi criado pelo próprio, que significava o hábito boêmio de ir de bar em bar ou de restaurante em restaurante numa mesma noite (Santos, 2016). Ainda assim, Boy e sua esposa, Elza Barrozo do Amaral, mãe de Zózimo, surgiam de vez em quando nas listas de grã-finos que participavam de festas noticiadas por Jacinto de Thormes no *Diário Carioca*.

Ainda assim, podemos mencionar o cenário de efervescência cultural e social que acompanhou a consolidação do colunismo social no Brasil durante o governo de Juscelino Kubitschek (1956-1961). Esse período foi marcado por grandes investimentos, entrada massiva de capital estrangeiro e intensa

industrialização, especialmente no setor automobilístico, que abriu um vasto mercado de trabalho e impulsionou a formação de uma elite rica e dominante. A década de 1950 também foi um marco para a modernização cultural do país, com eventos como a inauguração da *TV Tupi*, a primeira Bienal de São Paulo e a construção de Brasília, símbolo da nova era de progresso. Esse contexto favoreceu o fortalecimento do espaço social e midiático que refletia e reforçava as transformações econômicas, culturais e sociais vividas pelo Brasil, enquanto celebrava os grupos seletos que exerciam o poder nas altas esferas nacionais (Cruz, 2015).

Com a circulação crescente de bens duráveis voltados ao conforto doméstico, publicações desse tipo surgiram como resultado do surgimento de um novo consumidor, que buscava uma atmosfera de luxo e fantasia. Nesse contexto, o glamour passou a se sobrepor ao cotidiano, “tornando-se lugar estratégico da articulação sociocultural da cidade(...)” (Cerbino, 2015, p. 52). Surgiu então uma agenda social constante, marcada por bailes de gala, jantares, recepções, eventos e restaurantes, e, na mesma época consolidou-se o hábito de “comer fora”.

Esse calendário social era sistemático, com um ciclo que se repetia anualmente. No início do ano, a alta sociedade se deslocava para Petrópolis para escapar do calor do Rio de Janeiro. Durante esse período, conhecido como a “temporada serrana”, os bailes eram transferidos para o Quitandinha, enquanto as recepções aconteciam nas casas de veraneio dos membros da elite, que tinham condições financeiras para manter essas residências. (Lopes, 2015)

Em março, o *Country Club* do Rio de Janeiro retomava seu tradicional jantar dançante aos domingos. Maio marcava o início da estação social, chamada “*season*”, quando o calendário de eventos se intensificava. Nesse mês ocorria a “Festa das Rosas”, com desfile de jovens da sociedade e eleição da “Rainha das Rosas”, evento que contava com uma patronesse diferente a cada ano. (Lopes, 2015)

Em agosto, acontecia o Grande Prêmio Brasil no *Jockey Club* — um dos eventos mais aguardados do calendário social carioca⁷². Mais do que uma corrida de cavalos, era um espetáculo de distinção social que reunia a elite desse e do

⁷² Lopes, 2015.

Country Club e admiradores do turfe. Centenas de senhoras e senhoritas compareciam e viviam o evento em função de suas roupas, joias e atributos físicos. Não à toa, a ocasião passou a ser reconhecida como “(...) a festa máxima da elegância feminina nesse país.” (Sant’Anna, 2014, p. 210).

Nesse evento, diversas casas de moda, incluindo a Casa Canadá, anunciavam e até desfilavam coleções especiais para o *Sweepstake*, que era uma quinzena movimentada, repleta de coquetéis e recepções particulares, atraindo visitantes de fora. A programação oficial incluía coquetel para delegações estrangeiras, o grande baile no Copacabana na véspera, a corrida no domingo e um jantar no *Country Club* no mesmo dia. Na segunda-feira, o jantar da *Nuit de Longchamps* concluía a programação. Já em setembro, ocorriam os bailes de debutantes⁷³. Durante todo o ano, também havia chás beneficentes, almoços e jantares em homenagem a celebridades do “*grand monde*”, além de concursos como o Glamour Girl, realizado no Copacabana Palace (Lopes, 2015).

Podemos ressaltar ainda o papel do *Jockey Club* do Rio de Janeiro como um dos principais espaços da sociabilidade urbana dedicados à reprodução e à consolidação da elite. Esse local, particularmente valorizado por uma elite que não desejava se associar aos novos-ricos, ganhou destaque na revista *O Cruzeiro*, que dedicava uma página exclusiva para registrar as presenças ilustres, grandes bailes, jantares e eventos realizados ali. A coluna, intitulada “Esporte e Elegância no Jockey”, destacava “(...) de senhores, sobriamente vestidos, e senhoras de chapéu, com trajes impecáveis, não podiam deixar de ser notadas.” (Sant’Anna, 2014, p. 210).

No campo da moda, o maior prestígio era reservado à francesa, especialmente quando costureiros internacionais visitavam o Rio de Janeiro. Desfiles de nomes consagrados como *Dior*, *Balmain* e *Givenchy* realizados no Copacabana Palace recebiam ampla cobertura fotográfica, assim como os eventos

⁷³ Os bailes de debutantes também eram realizados em outras cidades além do Rio de Janeiro e por diferentes grupos sociais, eram práticas importantes para a inserção social das jovens e de suas famílias. Quando essas festas regionais ganhavam destaque em revistas nacionais, como *O Cruzeiro*, funcionavam como uma forma das elites locais reivindicarem seu direito de compartilhar o prestígio da elite nacional, especialmente a carioca. Da mesma forma, as reportagens sobre os bailes de debutantes no exterior, onde participavam filhas das famílias mais ricas do Brasil, reforçavam a ideia de que esses grupos possuíam prestígio também a nível mundial. “(...) Participar do ritual era se inserir e se autorizar como elite.(...)” (Sant’Anna, 2014, p. 209)

beneficentes promovidos por damas da sociedade, com destaque para os tradicionais desfiles do Pró-Matre e da Festa das Rosas. A Casa Canadá, por sua vez, era vista como a principal representante da alta-costura no Brasil. (Lopes, 2015).

Também podemos ressaltar que as edições da *Rio Magazine*⁷⁴ até janeiro de 1950 ficavam marcadas pela presença de figuras femininas da elite exibindo, nas seções de moda, peças adquiridas em viagens recentes à Europa ou aos Estados Unidos. Em maio de 1949, por exemplo, a revista destaca a colaboração da esposa do diplomata Sotero Cosme, recém-chegada de Paris, ao apresentar “(...) as últimas criações da moda”, como a ênfase para a “linha ultra-moderna de Jean Dessés” (Lopes, 2015, p. 9).

Nesse cenário, em que o Rio de Janeiro ainda exercia a função de capital da República, a política ocupava papel central na dinâmica social da cidade. Isso conferia visibilidade às esposas de diplomatas, parlamentares e embaixadores, frequentemente envolvidas em cerimônias oficiais e compromissos sociais de prestígio⁷⁵. Da mesma forma, mulheres ligadas a grandes nomes da elite econômica, como banqueiros, advogados influentes, herdeiros e industriais, também se destacavam, sendo presenças constantes nas colunas sociais e nas tradicionais listas de elegância. Entre os nomes mais recorrentes estavam Teresa de Souza Campos, Carmen Mayrink Veiga e Elisinha Moreira Salles, esposa do banqueiro Walter Moreira Salles. Esta última, inclusive, era considerada um ícone internacional de

⁷⁴ “A *Rio Magazine* concedia espaço à divulgação desses *ensembles* encomendados pelas distintas senhoras. Em dezembro de 1952, a revista publicou croquis de modelos de alta costura criados pelo costureiro Jacques Fath e comprados com exclusividade pela primeira-dama Darcy Vargas. Os desenhos foram recebidos pela revista diretamente da organização de Jacques Fath em Paris e serviam “como comprovante da exclusividade do modelo adquirido”. Além disso, “sob o ponto de vista da diplomacia comercial, vem de ser uma consideração para com a sua freguesia” - deixando claro que a divulgação dos modelos era positiva para a imagem da senhora que o havia comprado. (...) Isso, que poderia ser uma tática da revista para contornar a falta de acessibilidade a fotos estrangeiras, dava credibilidade a essas senhoras como exemplos de requinte e elegância, e também confirmava o alto poder aquisitivo dessas representantes da sociedade carioca. Além disso, vale ressaltar que para as costureiras e senhoras de renda mais baixa, as fotos poderiam ser fontes de referência para a cópia dos modelos, e as retratadas poderiam servir como modelos de beleza e conduta.” (Lopes, 2018, p. 93-94).

⁷⁵ É importante frisar que os políticos e suas esposas possuíam prestígio perante os pares e a sociedade, visto sem poder econômico e influência social, o que repercutiu no comércio e difusão da moda. Logo, como exemplo, podemos citar Darcy Vargas, primeira-dama do governo de Getúlio, foi patronesse de muitos eventos de luxo, como o desfile com modelos de Christian Dior no Copacabana Palace, além de desfiles beneficentes com modelos da *Canadá de Luxe*, loja que era considerada a representante dos modelos de alta costura no Rio de Janeiro entre meados do século XX (Lopes, 2018).

elegância e reconhecida por sua habilidade como anfitriã em memoráveis recepções em sua residência na Gávea (Silva, 2014).

A influência da moda parisiense sobre a elite carioca nas décadas de 1940 e 1950 era evidente e amplamente legitimada pelos próprios circuitos sociais da época. Entre 1949 e 1959, ao menos cinco costureiros de prestígio internacional trouxeram suas coleções para desfiles no Copacabana Palace, palco simbólico da sofisticação no Brasil. Christian Dior, Pierre Balmain, Jacques Fath, Hubert de Givenchy e Maggy Rouff — como a registrada em 1958, quando participou de um desfile coletivo promovido pelos *Diários Associados* com patrocínio do *Comité Français de l'Élégance* (Sant'Anna, 2014) —, apresentaram suas criações em eventos que, em geral, tinham caráter beneficente e eram organizados com o apoio de senhoras da sociedade local, funcionando como momentos de consagração do bom gosto e da elegância transnacional (Lopes, 2018).

A capital francesa não apenas ditava tendências de vestuário, mas instituía um “modo de ser” que passava a ser incorporado como horizonte de desejo por aqueles que buscavam reconhecimento social nos circuitos da alta sociedade. Como observa Sant'Anna (2014, p. 27), Paris “(...) indicava aqueles que almejavam pertencer a uma elite o estilo de ser constituído numa forma de parecer, pois era a matriz de uma imagem de elegância que se multiplicou no mundo afora (...)”.

Também podemos citar um fato interessante ocorrido em um desfile citado por Lopes (2018), em que descreve um modelo cocriado por Salvador Dali e Dior:

Um desfile em particular, patrocinado por Darcy Vargas e Sarah Kubitschek, é digno de nota: o de Christian Dior no Copacabana Palace. O fato curioso desse evento é que, em meio às criações de Dior, havia um modelo criado por Salvador Dali que, comprovadamente, foi desenhado pelo artista surrealista a partir de uma solicitação do MASP (Museu de Arte de São Paulo), que na época procurou ampliar seu acervo da recém-criada “Sessão de Costumes”. O Sr. Paulo Franco, dono da Casa Vogue em São Paulo e representante da Casa Dior no Brasil, foi à França, a pedido de Pietro Maria Bardi, diretor do MASP, e solicitou a Christian Dior que intercedesse junto à Dali para a criação de um costume especialmente para o MASP⁷⁶. O pedido foi atendido, dando origem ao “Costume do ano de 2045”. O traje foi confeccionado em São Paulo, na Casa Dior, e doado ao museu por Paulo Franco. Sabe-se também que esse traje de Dali foi apresentado junto a vestidos de Dior num desfile no MASP em

1951, e que o mesmo Paulo Franco já havia intercedido junto ao próprio Dior para a doação de modelos do costureiro ao MASP. Portanto, em primeiro lugar, é curiosa a presença desse vestido no desfile de Dior no Rio de Janeiro e, ainda mais interessante, que na matéria sobre o evento na Rio Magazine o MASP não é mencionado. Dessa forma, fica subentendido que os esforços para a existência no Brasil de um vestido assinado por Dali foram das patronesses Darcy Vargas e Sarah Kubitschek, dando a elas uma posição de prestígio ainda maior. É possível que o jornalista não soubesse da procedência do vestido, mas sendo a isenção dessa informação consciente ou não, ela muda a percepção do leitor em relação à influência dessas damas. Esse fato é um bom exemplo para demonstrar o poder da mídia na construção da imagem de requinte e na legitimação da superioridade de certos agentes da sociedade. (Lopes, 2018, p. 95-96).

É possível mencionar ainda outros circuitos de sociabilidade da elite na cidade. Entre as diversões, estava o complexo do Copacabana Palace, com o salão de shows *Golden Room*, o cassino, a boate *Meia-Noite* e o restaurante *Bife de Ouro*. A boate *Vogue*, no térreo do hotel, foi inaugurada em 1947, onde a elite viu uma solução de diversão noturna com o fechamento dos cassinos. Isso ocorreu a partir de um decreto-lei do governo Dutra assinado em 30 de abril de 1946, que proibiu o jogo no Brasil. Do dia para a noite, as roletas pararam em mais de setenta cassinos oficiais no Rio, em Niterói, Petrópolis e em outras cidades. Músicos, cantores, funcionários e dançarinas viram-se sem emprego e a burguesia brasileira, assim como estrangeiros em viagem, ficaram sem ponto obrigatório de diversão (Souza, 2007).

Desse modo, a partir da boate *Vogue*, a história do colonismo social começou a ser escrita, com um complexo original composto de restaurante e boate. Ficava na rua Princesa Isabel e tinha dois ambientes, no qual o mais elevado revezava nomes do *high society*, como os Rocha Miranda, Moreira Salles, Nabuco, Mayrink Veiga, Bastian Pinto, Guinle, Duvivier, Monteiro de Carvalho, Klabin e outros brasões. Teresa de Souza Campos era considerada a mulher mais bonita, educada e elegante do círculo social, e assistia aos espetáculos de sua mesa no segundo piso. Ainda assim,

A expressão “ver e ser visto” – a cara que o Rio viria a ter – passava a ser regada com champanhota gelada e cenas inéditas, divulgadas por fotógrafos que passavam em busca de um flagrante ou um prato de comida, o “picadinho *relation*”. O primeiro grande jornalista daquele espetáculo que inventava uma nova cidade era o homem do cachimbo. Do sofá de couro

avermelhado do Vogue, Jacinto de Thormes tomava nota de tudo, ou quase tudo – fazia vista grossa diante dos que discretamente se retiravam para os quartos do hotel, uma espécie de *plus* aos clientes especiais, como o craque botafoguense Heleno de Freitas. (Santos, 2016, p.44).

Tal reduto de personalidades da *gente bem* foi invenção do “barão” austríaco Maximilian von Stuckart, ex-funcionário do Copacabana Palace, com faro aguçado para as novidades do mundo que os novos ricos gostariam de ver na cidade maravilhosa. Ele importara um chef russo, Gregoire Berezansky, e juntos lançaram os primeiros modismos gastronômicos, como o picadinho, o estrogonofe e o frango à Kiev (Souza, 2007; Santos, 2016). Ainda assim, Von Stuckart importou da Europa o pianista Sacha Rubin, “(...) libanês metido a francês que tocava piano com um copo de uísque do lado e um cigarro invariavelmente estacionado no canto da boca(...)” (Souza, 2007, p.3), e inovou mais uma vez: cada cliente “famoso” que chegava ao recinto era saudado com uma música-tema. Carmen Terezinha Solbiati, futura Mayrink Veiga, era recebida com “I love Paris”. Jacinto recebia “Solitude”, e Boy Barroso era anunciado com “Aquarela do Brasil” (Santos, 2016).

A praia de Copacabana e a do Arpoador também eram um dos principais pontos de lazer da cidade, e seus frequentadores deveriam estar não só vestidos adequadamente, como também apresentar peças cabíveis à moda da época, como um “maillot” de duas peças, de tecido látex, que moldava a silhueta feminina (Cerbino, 2015, p.58).

Além disso, as colunas sociais também descreviam festas realizadas nas residências da elite abastada, oferecendo aos leitores uma espécie de visita antecipada àqueles ambientes, destacando o luxo e o requinte presentes. Essas descrições reforçavam o significado da distinção social como uma habilidade em escolher e compor cenários que proporcionavam conforto e prazer de viver.

A River-side foi uma das residências prediletas de Jacinto de Thormes. Pertencente ao advogado ex-presidente do Country Club Sr Vicente Galliez, foi sempre o assunto para o colunista. Numa das recepções lá realizadas, dizia Thormes sobre o ambiente: “há conforto, bom gosto, decoração colorida, um lugar acolhedor e íntimo (...) todo hóspede ou convidado tem Liberdade de escolher o seu recanto, a siesta, o bridge, o bate-

papo, a colecção de revistas antigas e novas.(...)”⁷⁷(Sant’Anna, 2014, p. 212).

Para os grupos da alta sociedade, não eram apenas as colunas sociais de determinados colunistas que funcionavam como plataformas de legitimação e visibilidade. Casamentos entre membros dessas famílias, por exemplo, exigiam cobertura midiática em jornais e revistas, também valendo para celebrações como Bodas de Prata e de Ouro. Além dos eventos, certos espaços foram simbolicamente construídos como territórios exclusivos da elite, de forma que a simples presença nesses locais já representava, por si só, um marcador de status e distinção. O consumo simbólico desses ambientes qualificava também os eventos realizados ali, elevando seu prestígio. (Sant’Anna, 2014)

Desse modo, dentro das elites, a hierarquia social se manifesta através das rígidas etiquetas, que estabelecem distinções internas entre os membros do grupo. O autocontrole exigido por essas normas funciona como um mecanismo de diferenciação, separando os “mais aptos” dos “inaptos”. A reversão dessa hierarquia, contudo, é possível mediante o esforço individual para dominar as regras sociais, que implicam um processo de modulação da aparência em relação ao outro, revelando, em última instância, um espelho de si mesmo. Ser elite, portanto, significa possuir pleno domínio das estratégias de poder que organizam os arranjos sociais, hierarquizando significantes e orientando significados para garantir a reprodução desses privilégios (Sant’Anna 2014).

Ainda assim, os discursos elaborados na segunda metade do século XX reformularam padrões de elegância e beleza, prescritos por práticas corporais que democratizaram o acesso ao moderno por meio do consumo popularizado. Esses processos não apenas criaram novas subjetividades, mas também estabeleceram novas relações sociais e formas de poder. Neste cenário, os colunistas sociais desempenharam papel fundamental como “(...) árbitros deste jogo social, tentando aproximar novos e velhos ricos, sendo ora porta-voz de um, ora professor do outro.” (Sant’Anna, 2014, p. 203)

Portanto, a construção e manutenção da elite social no Brasil dependiam não apenas da acumulação econômica, mas sobretudo do domínio simbólico e cultural

⁷⁷ *O Cruzeiro*, 25 jun. 1955, p. 46

exercido por meio das práticas de distinção social, da adesão a códigos de comportamento e da legitimação conferida por instituições como a mídia e tais colunistas. Essa dinâmica assegurava a reprodução das desigualdades sociais dentro do próprio grupo, enquanto afirmava sua posição hegemônica na sociedade brasileira (Sant'Anna, 2014).

Dessa forma, as colunas sociais, além de registrar os hábitos e costumes da elite carioca, funcionaram como um mecanismo de ordenamento simbólico. Ao hierarquizar pessoas e eventos, essas notas reforçavam padrões de prestígio e distinção presentes na sociedade da época. A partir da descrição dessas moradias, das formas de receber, das maneiras de ser, das preferências e dos gostos, assim como do prazer de viver que esses sujeitos do poder possuíam, estabelecia-se uma estratégia sutil para a construção e legitimação da elite. Nessa dinâmica, o dinheiro e a origem tornavam-se secundários, enquanto o mérito residia na competência de gerir a riqueza, o bom gosto e a generosidade. Dessa forma, esses indivíduos tornavam-se referências a serem seguidas, a ponto de aqueles que os observavam deixarem de se reconhecer em si mesmos, desejando não ser como antes, mas sim reproduzir os padrões e comportamentos estabelecidos por essas figuras em evidência (Sant'Anna, 2014)

No próximo capítulo, será realizada uma análise empírica dos dados coletados em colunas sociais de periódicos influentes do Rio de Janeiro, com foco no período entre 1945 e 1969. A análise terá como foco os textos dos renomados jornalistas Jacinto de Thormes, Ibrahim Sued e Zózimo Barroso do Amaral, cuja atuação foi decisiva para a constituição e manutenção dos discursos de distinção social naquele contexto. Por meio da investigação das colunas acessadas na *Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional* e no acervo digital do jornal *O Globo*, utilizaremos fontes imagéticas e textuais para oferecer uma análise aprofundada da alta sociedade carioca, evidenciando como seus códigos culturais são construídos, demarcados e reafirmados, reforçando as hierarquias sociais presentes naquele período.

6. Arquivos da visibilidade: as colunas sociais como formas de legitimação da elite carioca (1940-1960)

Entre as décadas de 1940 e 1970, o Brasil vivenciou um período de intensa transformação social, econômica e cultural, marcado pela aceleração dos processos de modernização urbana, pela consolidação de uma sociedade de consumo e pela reconfiguração dos símbolos de status e prestígio. Nesse cenário, as colunas sociais ganharam ainda mais relevância como espaços de visibilidade e ordenamento simbólico, atuando como instrumentos de mediação entre diferentes frações das elites econômicas, políticas e culturais e como vitrines de um ideal de modernidade moldado por práticas de distinção. Mais do que meros registros de festas e acontecimentos sociais, essas colunas desempenharam um papel decisivo na legitimação de comportamentos, na consagração de estilos de vida e na construção de subjetividades alinhadas aos novos valores da sociedade urbana e capitalista. Como observa Sant’Anna (2014), os colunistas sociais foram verdadeiros "árbitros do jogo social", ora legitimando os novos ricos, ora ensinando-lhes os códigos da “boa sociedade”, contribuindo ativamente para a definição de quem podia e como podia pertencer às elites simbólicas do país.

É nesse contexto que se insere a análise empírica proposta neste capítulo, voltada para o período entre 1945 e 1969, intervalo particularmente significativo por reunir, em atividade quase que simultânea, três dos mais influentes colunistas sociais do Rio de Janeiro: Jacinto de Thormes, Ibrahim Sued e Zózimo Barroso do Amaral. Por meio do exame de textos publicados em periódicos de grande circulação, acessados em acervos digitais como a Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional e o arquivo online do jornal *O Globo*, busca-se compreender de que forma esses autores construíram, reforçaram e disputaram os códigos culturais da elite carioca. Ao observar os discursos, estilos narrativos e temas recorrentes nas colunas, pretende-se lançar luz sobre o papel central desses jornalistas na produção

de um imaginário coletivo sobre o que significava ser moderno, elegante e pertencente à "alta sociedade" no Brasil do pós-guerra.

Sobre o veículo que utilizamos para a pesquisa, ressaltamos que a Hemeroteca Digital Brasileira integra a Biblioteca Nacional Digital (BNDigital), projeto da Fundação Biblioteca Nacional oficialmente lançado em 2006, tem como propósito preservar a memória documental do país e democratizar o acesso à informação. A criação da BNDigital representou um marco na transformação da Biblioteca Nacional, que deixou de atuar apenas como guardiã estática da memória nacional para tornar-se um sistema dinâmico, interconectado e voltado à difusão de seu acervo. O projeto contou com apoio do Ministério da Cultura, no âmbito do Programa Livro Aberto, visando ampliar a consulta pública a documentos históricos, periódicos, revistas e jornais por meio de sua digitalização e disponibilização online⁷⁸.

A Hemeroteca, segmento especializado da BNDigital, é responsável pela digitalização, tratamento técnico e publicação de periódicos e jornais brasileiros, permitindo que pesquisadores acessem de forma remota materiais antes restritos a consultas presenciais. O processo de captura dos arquivos é realizado por meio de equipamentos de alta precisão, que garantem a preservação física dos originais e a longevidade dos arquivos digitais. Assim, a digitalização não apenas protege os documentos impressos do manuseio excessivo, como também assegura sua difusão pública, neutralizando barreiras geográficas e ampliando o alcance das fontes históricas.

No campo da pesquisa em comunicação e cultura, a Hemeroteca Digital tem se consolidado como ferramenta essencial para o estudo da imprensa brasileira e da formação do imaginário social urbano. No presente trabalho, o acervo digital da Biblioteca Nacional foi utilizado para a seleção e análise de colunas sociais publicadas entre meados da década de 1940 e o final dos anos 1960, que foi o período de consolidação do colunismo social no Rio de Janeiro, influenciado por modelos internacionais como o de Walter Winchell. A escolha desse repositório justifica-se tanto pela amplitude e autenticidade de seu acervo quanto pela sua confiabilidade institucional, permitindo o acesso direto às páginas originais dos

⁷⁸ Dados obtidos no próprio site da Hemeroteca Digital. Disponível em: <<https://bndigital.bn.gov.br/sobre-a-bndigital/historico/>>. Acesso em: 13 nov. 2025.

jornais em que atuaram as figuras centrais do colonismo brasileiro, as quais são as principais peças deste trabalho.

Assim, o uso da Hemeroteca Digital neste estudo permitiu a identificação, coleta e análise de colunas sociais publicadas no período delimitado, abrangendo diferentes jornais e revistas de circulação nacional. A pesquisa foi conduzida por meio de buscas sistemáticas no acervo digital, a partir de palavras-chave relacionadas aos nomes dos colonistas e dos espaços em que suas colunas eram veiculadas. Essa etapa possibilitou o levantamento de um corpus documental composto por textos originais, preservados em sua forma e contexto de publicação. A consulta às edições digitalizadas permitiu não apenas a leitura das colunas, mas também a observação de aspectos gráficos, títulos, anúncios e conteúdos adjacentes, os quais podemos considerar como elementos que contribuem para compreender a inserção das colunas sociais no ecossistema midiático da época.

Além da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional, também foi utilizado o “Acervo Digital do *O Globo*”, que disponibiliza edições históricas em formato digitalizado. O acesso às publicações preservadas em seu formato original, assim como o destaque para matérias de acordo com as palavras-chave pesquisadas, reforçou a solidez metodológica do estudo, proporcionando uma compreensão mais ampla das dinâmicas da imprensa e das representações sociais que caracterizaram o colonismo brasileiro no período analisado.

Para a posterior análise das notas selecionadas, adotou-se a metodologia de análise de conteúdo proposta por Bardin (2016), que combina rigor sistemático com interpretação qualitativa do material textual. O processo iniciou-se com a pré-análise, que envolveu a seleção do corpus, a leitura flutuante das colunas e a definição dos objetivos da pesquisa. Conforme desenvolve a autora:

A primeira atividade consiste em estabelecer contato com os documentos a analisar e em conhecer o texto deixando-se invadir por impressões e orientações. Esta fase é chamada de leitura flutuante, por analogia com a atitude do psicanalista. Pouco a pouco, a leitura vai se tornando mais precisa, em função de hipóteses emergentes, da projeção de teorias adaptadas sobre o material e da possível aplicação de técnicas utilizadas sobre materiais análogos. (Bardin, 2016, p. 136)

Nessa etapa, buscou-se familiarizar-se com os temas, padrões e particularidades das notas selecionadas no contexto do colunismo social do período estudado, permitindo que hipóteses iniciais sobre categorias e relações de sentido emergissem antes da codificação sistemática do material.

Em seguida, procedeu-se à exploração do material, fase em que se realizou o processo de categorização. Conforme propõe Bardin (1977), essa fase constitui uma operação de classificação dos elementos constitutivos de um conjunto por diferenciação e, em seguida, por reagrupamento segundo critérios previamente definidos. O critério de categorização pode ser semântico (categorias temáticas: por exemplo, todos os temas que significam “ansiedade” agrupam-se em *ansiedade*, e os que significam “descontração” em *descontração*); sintático (verbos e adjetivos); léxico (classificação das palavras segundo seu sentido); ou ainda expressivo, como a classificação de perturbações de linguagem de natureza diversa.

Dessa forma, classificar elementos em categorias, segundo Bardin (2016), implica investigar o que cada um deles tem em comum com os outros, o que permite seu agrupamento. É possível, contudo, que outros critérios insistam em diferentes aspectos de analogia, modificando consideravelmente a repartição anterior. Esse processo é, portanto, de tipo estruturalista, que comporta duas etapas: o inventário (isolar os elementos) e a classificação (repartir os elementos, impondo certa organização às mensagens).

No caso desta pesquisa, os textos das colunas foram previamente transcritos para o *Microsoft Word*, o que corresponde à fase de inventário, isto é, o isolamento dos elementos. Essa etapa permitiu que cada nota fosse examinada detalhadamente. A partir dessa análise, os elementos foram identificados, comparados e classificados em categorias temáticas e interpretativas, de forma a organizar sistematicamente os conteúdos, garantir coerência interpretativa e facilitar a visualização das relações entre temas, espaços e formas de sociabilidade das notas veiculadas pelos diferentes colunistas.

Para sistematizar e visualizar as relações entre os assuntos, elaborou-se também uma tabela no *Microsoft Excel*, que organiza as notas de acordo com os diferentes tópicos identificados, permitindo reconhecer recorrências, articulações entre temas e espaços de sociabilidade. Por fim, na etapa de tratamento e interpretação dos resultados, a análise considerou tanto a frequência e a distribuição

das categorias quanto a interpretação qualitativa, possibilitando compreender os significados sociais, culturais e estéticos presentes nas colunas, bem como as transformações na representação da elegância, distinção e comportamento da elite ao longo do período estudado.

Dessa forma, foram identificadas e analisadas, no Acervo Digital da Hemeroteca, diferentes colunas representativas do colunismo social brasileiro no período delimitado. Entre elas, destacam-se “Sociais”, publicada no *Diário Carioca* em 1945, e “Sociedade e Adjacências”, veiculada no *Última Hora* entre 1958 e 1959, ambas de autoria de Jacinto de Thormes; “Sociedade”, do *Diário da Noite* (1953–1954), “Soirée”, da *Manchete* (1953), e “Smart Set”, de *O Cruzeiro* (1965), assinadas por Ibrahim Sued; além de “Reportagem Social de Carlos Swann”, publicada em *O Globo* (1966), e “Zózimo”, no *Jornal do Brasil* (1969), produzidas por Zózimo Barroso do Amaral. A seleção dessas colunas buscou contemplar momentos distintos da consolidação do gênero, permitindo observar continuidades e transformações nas práticas discursivas e na representação da vida social nas páginas da imprensa carioca.

Para a composição do corpus analítico, selecionamos aproximadamente doze (12) notas de cada coluna ao longo do período mencionado de cada uma delas, com a intenção de escolher cerca de uma por mês, quando possível. Elas apresentavam, em média, entre dez a vinte notas por edição. A seleção seguiu um critério aleatório, privilegiando, em alguns casos, aquelas que se destacavam editorialmente, seja pelo posicionamento na página, recursos gráficos ou relevância temática. Em algumas situações, optou-se por selecionar duas ou mais notas de um mesmo mês, com o objetivo de ampliar os exemplos disponíveis e oferecer uma visão mais completa dos temas divulgados nas colunas sociais, reforçando a ênfase da pesquisa. Assim, em alguns casos, as doze notas selecionadas concentraram-se em um único ano, enquanto em outras, abrangeram o final de um ano e o início do seguinte, garantindo diversidade temporal e temática no corpus.

Especificamente, para a análise do corpus, foram selecionadas duas colunas de Jacinto de Thormes: a coluna “Sociais” do *Diário Carioca* e a coluna “Sociedade” do *Última Hora*, totalizando 24 notas. Para a coluna de Ibrahim Sued, consideraram-se três colunas: “Sociedade” do *Diário da Noite*, “Soirée” da *Manchete* e “Smart Set” da revista *O Cruzeiro*, somando 36 notas. No caso de

Zózimo, foram analisadas 12 notas da coluna "Reportagem Social Carlos Swann" do *O Globo*, referentes ao ano de 1966, já que ele assumiu a coluna em meados de 1965, garantindo a cobertura de um ano completo, e 12 notas do seu primeiro ano no *Jornal do Brasil*, em 1969, quando passou a assinar sua coluna homônima. Dessa forma, o corpus final inclui 84 notas, selecionadas de modo a oferecer diversidade temática e representatividade, respeitando critérios de relevância editorial, destaque gráfico ou seleção aleatória, sem comprometer a profundidade da análise.

Essa estratégia permitiu a constituição de uma amostra representativa da produção de cada colunista, assegurando diversidade de conteúdos e equilíbrio na análise comparativa entre diferentes veículos e autores. Importante destacar que não houve a intenção de analisar a totalidade das notas publicadas em cada coluna, o que resultaria em um volume excessivo de material, considerando a atuação dos três colunistas em diferentes veículos midiáticos e o extenso período estudado. Tal procedimento seria impraticável e comprometeria a qualidade da análise, dada a complexidade e a profundidade exigidas pelo recorte metodológico adotado. Dessa forma, optou-se por uma amostragem representativa que equilibrasse a abrangência documental com a viabilidade da investigação, garantindo uma leitura aprofundada e contextualizada do material selecionado.

Também é possível explicar, com base em Bardin (2016), porquê não foram avaliadas todas as notas de cada coluna: a seleção seguiu princípios de representatividade, homogeneidade e pertinência. Desse modo, a regra da representatividade assegura que a amostra selecionada seja representativa do universo de documentos, permitindo que os resultados possam ser generalizados ao conjunto total, mesmo quando não é possível analisar todas as notas disponíveis. A regra da homogeneidade orienta que os documentos incluídos compartilhem critérios precisos de escolha, sem apresentar singularidades que comprometam a coerência da análise. Já a regra da pertinência garante que os documentos escolhidos sejam adequados ao objetivo da pesquisa, servindo como fontes confiáveis de informação para a investigação dos temas e padrões do colunismo social.

Além da seleção criteriosa das notas, realizamos uma análise textual detalhada de cada uma delas, organizada em um documento separado que reúne todos os textos e informações adicionais relevantes. Para viabilizar uma análise

tanto quantitativa quanto qualitativa, estruturamos essas informações em uma tabela no Excel, contendo dados como: nome do colunista, nome do periódico, nome da coluna social, data ou ano de publicação, título da nota, palavras-chave, temas associados e o número da edição, sendo esse último corresponde ao número exposto no site Hemeroteca Digital ou no *Acervo O Globo*, não sendo necessariamente o mesmo número da edição física do jornal ou revista. Também incluímos uma aba específica na tabela dedicada aos neologismos, para destacar quando o colunista utilizava palavras ou expressões criadas por ele ou já existentes, mas inseridas em um contexto que alterava seu significado original.

As palavras-chave foram classificadas de acordo com o tema principal de cada nota, com base nos aspectos identificados durante a análise interpretativa. Essa etapa teve como finalidade reconhecer os núcleos de sentido predominantes e organizar o material de maneira sistemática, garantindo coerência entre os critérios de categorização e a leitura qualitativa do corpus. Na tabela, a categoria denominada “temas relacionados” reúne outros tópicos ou palavras-chave que também emergiram nas notas e que, embora secundários, mantêm relação de pertinência com o tema central. Esses elementos complementares ampliam o escopo interpretativo da pesquisa, permitindo estabelecer aproximações entre conteúdos, identificar recorrências discursivas e compreender os contextos em que determinadas palavras e ideias aparecem articuladas no mesmo campo de significação.

A classificação das notas foi realizada a partir da identificação dos temas principais e dos campos discursivos recorrentes observados ao longo do corpus. As palavras-chave foram definidas com base nos aspectos identificados durante a análise interpretativa, de modo a reconhecer os núcleos de sentido predominantes e organizar o material de forma sistemática. Essa categorização permitiu agrupar as notas segundo os tópicos centrais abordados, possibilitando a observação de recorrências, contrastes e articulações entre temas nas notas examinadas.

As palavras-chave mais recorrentes, que serviram como critérios de classificação, foram: Petrópolis, Cabo Frio, Recepção, Festa, Calendário Social, Crítica e Crônica, Cultura, Saúde, Moda, Viagens, Internacional, Notícias do Rio, Fofoca e Outros. No decorrer da análise, algumas dessas categorias foram ajustadas ou reunidas conforme se identificaram aproximações semânticas e discursivas,

sempre respeitando a coerência interna das notas e o vocabulário empregado pelos próprios colunistas.

As categorias “Crítica” e “Crônica” foram reunidas sob a designação “Crítica e Crônica”, por se referirem a modalidades textuais de fronteiras fluidas, que frequentemente se sobrepõem na escrita jornalística do período. Ambas envolvem um gesto interpretativo e opinativo sobre os acontecimentos e personagens retratados, constituindo registros de leitura subjetiva e comentários de costumes, marcas centrais do gênero da coluna social.

No caso das categorias “Recepção” e “Festa”, optou-se por mantê-las separadas, em razão de apresentarem diferenças significativas no tipo de sociabilidade que representam. A categoria “Recepção” reúne eventos realizados em residências particulares, geralmente caracterizados pela hospitalidade e pela dimensão doméstica da convivência. Já a categoria “Festa” contempla eventos de caráter público ou institucional, como bailes, jantares beneficentes, estreias ou celebrações realizadas em clubes e espaços sociais de maior visibilidade. A exceção se deu nos casos em que a nota mencionava explicitamente o termo *recepção* para designar o evento, mesmo quando ele ocorria fora do ambiente residencial, como em instituições públicas, clubes ou hotéis. Nessas situações, manteve-se a classificação em “Recepção”, por compreender que o termo, na forma como aparece no discurso jornalístico, indica um tipo específico de evento e de etiqueta social, distinto daquele associado às “Festas”.

As categorias “Petrópolis” e “Cabo Frio” foram mantidas de modo autônomo, tendo em vista o papel simbólico dessas localidades no contexto da vida social fluminense. As notas sobre Petrópolis estão frequentemente associadas a uma sociabilidade tradicional, de caráter mais aristocrático. Já as notas sobre Cabo Frio remetem, em geral, à expansão do circuito social litorâneo, verificadas, sobretudo, a partir das notas de Ibrahim Sued na década de 1950. A distinção entre essas localidades permite observar como o espaço geográfico se converte em elemento estruturante da narrativa social e como diferentes ambientes configuram estilos de sociabilidade próprios.

A categoria “Viagens e deslocamentos” abrange as notas sobre mobilidades dentro e fora do estado do Rio de Janeiro, incluindo viagens de lazer, turismo, compromissos sociais e deslocamentos sazonais. Também foram incorporadas a

essa categoria as notas sobre São Paulo, por representarem movimentos de circulação entre centros urbanos e espaços de sociabilidade da elite fluminense. Apesar da frequência de menções a São Paulo, optou-se por não criar uma categoria específica para a cidade, uma vez que o foco principal da análise está centrado no Rio de Janeiro. Assim, preferiu-se destacar outras ocorrências e contextos espaciais que dialogam mais diretamente com o recorte central da pesquisa.

A categoria “Internacional” reúne notas que tratam de pessoas, acontecimentos ou políticas estrangeiras, funcionando como contraponto às “Notícias do Rio”. Ela evidencia a presença de um olhar cosmopolita no colunismo social, no qual figuras internacionais e eventos estrangeiros são incorporados ao repertório da vida social local.

As categorias “Notícias do Rio” e “Fofoca” foram mantidas separadas, apesar de ambas lidarem com o cotidiano e com personagens da cidade. “Notícias do Rio” compreende as notas de caráter mais informativo, relativas a acontecimentos urbanos, eventos locais e figuras públicas. Já “Fofoca” reúne conteúdos de teor mais pessoal e anedótico, muitas vezes relacionados à vida privada das personalidades mencionadas, refletindo a dimensão íntima e rumorosa da crônica social.

A categoria “Saúde” foi igualmente ampliada em relação ao sentido inicial. Além de incluir notas que mencionam médicos, profissionais da área, acontecimentos de saúde entre membros do *Café Society* e notícias relacionadas à medicina. As demais categorias (“Cultura”, “Moda” e “Outros”) foram mantidas com suas delimitações originais. “Cultura” reúne notas sobre atividades artísticas, literárias e musicais; “Moda” abrange registros sobre vestuário, desfiles e tendências de elegância; e “Outros” funciona como categoria residual, destinada a textos que não se enquadraram em nenhuma das classificações anteriores, mas que ainda contribuem para o entendimento da variedade temática do corpus, como perfis de figuras notáveis da “Sociedade carioca”.

Essa estrutura de categorização, portanto, buscou conciliar fidelidade ao vocabulário empregado nas próprias notas com coerência interpretativa, permitindo uma leitura qualitativa que evidencia as articulações entre temas, espaços e modos de sociabilidade presentes no colunismo social do período analisado. Apresentaremos a seguir a tabela elaborada no Excel, que organiza as notas de

acordo com os diferentes temas identificados, servindo como instrumento de apoio à análise interpretativa que será desenvolvida ao longo do capítulo.

Para fins de apresentação neste trabalho, a tabela original utilizada na análise precisou ser ajustada, com alguns itens suprimidos, como os nomes completos de colunistas e títulos de notas, que foram abreviados para facilitar a leitura. Além disso, colunas complementares, como as dos números das “edições” dos periódicos localizados na *Hemeroteca Digital Brasileira* e do *Acervo Digital de O Globo*, bem como “temas associados” e “neologismos” foram retirados, a fim de garantir melhor visibilidade e adequação às dimensões recomendadas nas *Normas para apresentação de teses e dissertações*⁷⁹ da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Dessa forma, a tabela aqui apresentada constitui uma versão editada e resumida do material original, preservando, contudo, os dados essenciais à análise:

Tabela 1: Tabela com detalhes das notas dos colunistas

Colunista	Coluna Social	Data ou Ano	Título Da Nota	Palavras-chave
J de T	Sociais	13/03/1945	Feira de Variedades	Petrópolis
J de T	Sociais	27/04/1945	Feira de Variedades	Recepção
J de T	Sociais	05/06/1945	Feira de Variedades	Crítica e Crônica
J de T	Sociais	19/07/1945	Feira de Variedades	Festa
J de T	Sociais	24/07/1945	Week-End	Petrópolis
J de T	Sociais	29/07/1945	Essa grande noite	Recepção
J de T	Sociais	05/08/1945	O dia de hoje	Calendário Social
J de T	Sociais	16/08/1945	Vagamente demais	Calendário Social
J de T	Sociais	24/08/1945	Entre Festas e Festas	Recepção
J de T	Sociais	25/08/1945	O silêncio disso aqui	Crítica e Crônica
J de T	Sociais	16/09/1945	A Exposição Fancesa, Picasso e embaixador D'Astier de La Vigerie	Cultura
J de T	Sociais	27/10/1945	Nascimento, vida e morte de uma crônica	Crítica e Crônica
J de T	Soc. & Adj.	01/04/1958	O Congresso se diverte	Crítica e Crônica
J de T	Soc. & Adj.	02/05/1958	X	Saúde

⁷⁹ Disponível em:

<https://www.puc-rio.br/ensinopesq/ccpg/download/normas%20teses%20revisado%202020.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2025.

J de T	Soc. & Adj.	06/06/1958	X	Cultura
J de T	Soc. & Adj.	02/07/1958	X	Cultura
J de T	Soc. & Adj.	02/08/1958	X	Saúde
J de T	Soc. & Adj.	02/09/1958	X	Moda
J de T	Soc. & Adj.	02/10/1958	X	Fofoca
J de T	Soc. & Adj.	07/11/1958	X	Cultura
J de T	Soc. & Adj.	29/11/1958	X	Moda
J de T	Soc. & Adj.	17/12/1958	Em Cabo Frio	Cabo Frio
J de T	Soc. & Adj.	03/01/1959	Bambolê de Embaixadores	Política
J de T	Soc. & Adj.	19/02/1959	Reunião em Tóquio	Política
I.S.	Sociedade	27/04/1953	X	Outros
I.S.	Sociedade	13/05/1953	Vera Maria faz o seu "debut"	Festa
I.S.	Sociedade	03/06/1953	A nova geração se reúne os Bodim recebem	Recepção
I.S.	Sociedade	07/07/1953	Um aniversário, a Sra. Barata Ribeiro Recebe	Recepção
I.S.	Sociedade	04/08/1953	O anfitrião Francisco Eduardo de Paula Machado	Recepção
I.S.	Sociedade	12/09/1953	No Palácio do Ingá, Mineiros e fluminenses se reúnem	Recepção
I.S.	Sociedade	01/10/1953	As novidades da Canadá	Moda
I.S.	Sociedade	18/11/1953	A fotógrafa americana está no Rio	Moda
I.S.	Sociedade	04/12/1953	A Cote D'Azur Brasileira	Cabo Frio
I.S.	Sociedade	18/01/1954	O Arpoador bilhete ao prefeito	Crítica e Crônica
I.S.	Sociedade	17/03/1954	Com o Sr. E Sra. Vicente Galliez - River Side funcionou perfeitamente	Petrópolis
I.S.	Sociedade	09/04/1954	Clube do cinema brasileiro - o Largo do Boticário vai funcionar	Festa
I.S.	Soirée	31/01/1953	X	Petrópolis/Moda
I.S.	Soirée	14/02/1953	X	Festa
I.S.	Soirée	14/03/1953	X	Petrópolis
I.S.	Soirée	25/04/1953	X	Recepção
I.S.	Soirée	23/05/1953	X	Petrópolis
I.S.	Soirée	06/06/1953	X	Moda
I.S.	Soirée	04/07/1953	X	Recepção

I.S.	Soirée	29/08/1953	X	Recepção
I.S.	Soirée	12/09/1953	X	V. & D.
I.S.	Soirée	17/10/1953	X	Recepção
I.S.	Soirée	07/11/1953	X	Recepção
I.S.	Soirée	26/12/1953	X	Cultura
I.S.	Smart Set	30/01/1965	Chez Marconde Ferraz	Recepção
I.S.	Smart Set	30/01/1965	Vera e Sebastião para sempre	Festa
I.S.	Smart Set	13/02/1965	X	V. & D.
I.S.	Smart Set	20/02/1965	X	Festa
I.S.	Smart Set	20/02/1965	X	Internacional
I.S.	Smart Set	27/02/1965	X	Fofoca
I.S.	Smart Set	06/03/1965	X	Fofoca
I.S.	Smart Set	13/03/1965	X	Recepção
I.S.	Smart Set	20/03/1965	X	Festa
I.S.	Smart Set	03/04/1965	X	Outros
I.S.	Smart Set	17/04/1965	X	Outros
I.S.	Smart Set	08/05/1965	Farah Diba Cinderela do século XX	Outros
ZÓ	R. S. Carlos Swann	05/01/1966	Bolo Intocável..	Política
ZÓ	R. S. Carlos Swann	02/04/1966	X	Cultura
ZÓ	R. S. Carlos Swann	12/04/1966	X	Cultura
ZÓ	R. S. Carlos Swann	24/05/1966	O caminho que nos convém	Política
ZÓ	R. S. Carlos Swann	25/05/1966	Deslumbrada Poliglota	Fofoca
ZÓ	R. S. Carlos Swann	26/05/1966	Jantar de Aniversário	Recepção
ZÓ	R. S. Carlos Swann	29/06/1966	Os cariocas agradecem	Notícias do Rio

ZÓ	R. S. Carlos Swann	14/07/1966	A Moda Pegou	Cultura
ZÓ	R. S. Carlos Swann	04/08/1966	Dois Pesos	Cultura
ZÓ	R. S. Carlos Swann	07/10/1966	Jornais em Nova York	Internacional
ZÓ	R. S. Carlos Swann	10/11/1966	Harper's Rides Again	Internacional
ZÓ	R. S. Carlos Swann	19/12/1966	O fim do campeonato	Outros
ZÓ	Zózimo	04/02/1969	Nixon Viajará	Internacional
ZÓ	Zózimo	25/03/1969	Um grande coquetel	Recepção/Cultura
ZÓ	Zózimo	03/04/1969	Moda	Crítica e Crônica
ZÓ	Zózimo	27/04/1969	Da Bienal	Cultura
ZÓ	Zózimo	07/05/1966	Narcisismo nas TVs	Crítica e Crônica
ZÓ	Zózimo	24/05/1969	Sofia Volta	Cultura
ZÓ	Zózimo	07/06/1969	Esforço	Crítica e Crônica
ZÓ	Zózimo	14/07/1969	Elis x Betânia	Cultura
ZÓ	Zózimo	09/08/1969	Metrô	Notícias do Rio
ZÓ	Zózimo	26/09/1969	Matriz da Barra	Notícias do Rio
ZÓ	Zózimo	15/11/1969	Betânia de novo	Cultura
ZÓ	Zózimo	15/12/1969	Espírito de Natal	Fofoca

Fonte: própria autora

Além das colunas analisadas, decidiu-se incluir no estudo algumas edições da “Lista das Dez Mais Elegantes”, que elegia as dez mulheres mais bem vestidas do período. A iniciativa, pioneira no Brasil por Jacinto de Thormes a partir de 1950 no *Diário Carioca*, foi posteriormente seguida por Ibrahim Sued e mencionada em diferentes periódicos de circulação nacional, como *Manchete* e *O Cruzeiro*. A escolha de averiguar essas listas se justifica pelo seu impacto cultural: elas marcaram gerações e constituíram um importante registro do colunismo social, refletindo critérios de elegância, distinção e prestígio social. Além disso, como registrado pelos próprios colunistas, a elaboração da lista envolvia desafios significativos, já que a seleção de determinadas mulheres podia gerar descontentamento entre aquelas que conviviam socialmente e não eram incluídas. Nesse sentido, essas listas não apenas revelam práticas de valorização da aparência

e do estilo, mas também permitem compreender a dinâmica de poder, gosto e sociabilidade que permeava o universo das colunas sociais do período.

Importa destacar que a análise da “Lista das Dez Mais Elegantes” não foi incorporada ao Excel utilizado para categorização das notas, mas será desenvolvida de forma qualitativa em uma segunda etapa do capítulo. O objetivo é aprofundar a reflexão sobre as transformações no conceito de elegância feminina ao longo do tempo, examinando tanto o que era considerado se vestir bem e ser uma mulher elegante no início dos anos 1950 quanto às características atribuídas às mulheres nos anos 1960. Além disso, uma reportagem especial de Zózimo no *Jornal do Brasil*, em 1969, apresenta sua visão sobre o que constituía uma mulher elegante naquele ano, permitindo estabelecer um quadro comparativo ao longo de quase três décadas e analisar como mudanças sociais, culturais e estéticas influenciaram o entendimento de elegância e distinção no colunismo social brasileiro.

6.1. Análise das notas das colunas

Com o corpus definido e as categorias organizadas, inicia-se a análise pelo contexto de Jacinto de Thormes, considerado o precursor do colunismo social no Brasil. Sua trajetória inaugura práticas e formatos que se tornariam referenciais no gênero, especialmente pela sensibilidade na observação da vida cotidiana da elite carioca e pela construção de um olhar crítico e atento aos detalhes do convívio social. A primeira coluna a ser analisada foi “Sociais” do *Diário Carioca*, datada de 1945, importante por suas inovações na forma de registrar os acontecimentos. Inicialmente, as notas não possuíam títulos individuais e estavam inseridas em um eixo mais amplo, denominado “registro social” ou “sociais”, que incluía casamentos, obituários e outras notícias mais simples sobre grupos privilegiados. Nos primeiros registros, por exemplo, todas as notas da coluna eram intituladas “Sociais: Feira de Variedades”, passando a receber títulos específicos apenas posteriormente, sinalizando uma crescente atenção à individualização e ao destaque de cada evento social, conforme será investigado a seguir.

Figura 4: Primeira coluna de Thormes no Diário Carioca



Diário Carioca: 1945

Sendo assim, a primeira coluna assinada por Jacinto de Thormes no *Diário Carioca* foi publicada em 11 de março de 1945 segundo registro da Hemeroteca Digital Brasileira, ainda sob a grafia Jacinto de Tormes, sem o “H”. De acordo com a Figura 4, onde exibimos parte de suas notas, detalhamos por escrito suas primeiras palavras no periódico:

Esta "feira" e eu nos mudamos agora para êste canto bom e novo para nós. Estou pensando agora como recomençar, se devo explicar quem sou, falar do meu falecido avô e sua "quinta e casa senhorial de Tormes" no Baixo Doiro, que lhe dava cento e nove contos de rendimento em terras de sementeiras, de vinhedo, de cortiça, e de oliva". Se devo falar do meu famoso pai e do "202 Campos Eliseos". Se devo entrar na literatura do velho Eça ou simplesmente contar tudo que deixei de fazer. Não. Eu vou é mesmo falar desse mundo de gente simpática, bonita e tão cheia de charme que é a nossa sociedade. Ou quem sabe se devo começar explicando que isso de ser cronista social tem suas emoções, seus prazeres grandes e momentos de embaraços. Que as preocupações de um cronista começam quando ele entra num lugar e acabam quando dois dias depois ele entra noutro lugar e encontra as mesmas pessoas de antes que comentam, gostem ou não do que ele escreveu. As vezes um nome errado, uma distração, uma blague mal dosada ou erro de imprensa causam aborrecimentos difíceis de ser manejados. E duros de se roer. Ou quem sabe se não é melhor começar falando de... ora bolas. O melhor é começar não falando. (*Diário Carioca*, 11 mar. 1945, p. 6, ed. 05133, Hemeroteca Digital)

Além das notas principais, a coluna também trazia a estreia de uma “subcoluna” intitulada “Disseram”, espaço destinado a comentários sobre o que o colunista teria ouvido, ou o que se dizia ouvir, nos círculos sociais. Em outras palavras, tratava-se de um espaço voltado à veiculação de pequenas fofocas e rumores, sem a necessidade de confirmar sua veracidade. O texto, portanto, configura-se como uma coluna social composta por notícias breves sobre a vida de figuras da alta sociedade, abordando eventos, viagens e comentários de bastidores. Nesta edição inaugural, essa seção já aparecia acompanhada por uma fotografia ilustrando alguma das situações noticiadas, recurso que se manteria nas colunas subsequentes de Jacinto de Thormes, consolidando uma estética de proximidade entre o texto e a imagem na narrativa social do período.

Que... a senhora Morgan Snell oferece hoje um almoço em Petrópolis, com banho de piscina, tênis, fotógrafos e os repórteres sociais. Tomara que não chova.

Que... o casal Gallies oferece hoje um "cocktail" na casa de campo do Retiro e que S. M. o Rei Carol e Mme. Lupescu estarão presentes.

Que... "Step Lively" com Frank Sinatra, vai fazer muita menina bonita desmaiar. Sorte para os rapazes...

Que... Gilda Willemsens vai oferecer um almoço hoje e, segundo parece, depois vai descansar em São Lourenço,

Que... Plínio Uchos Neto está zangado porque seus inimigos andam dizendo que ele bebe demais... guaraná.

Que... Uma certa pessoa que todos conhecemos está preparando uma viagem de barco ao redor... da enseada de Botafogo.

Que. A sra. Evangelina Guinle da Rocha Miranda não fará parte do elenco de "Os Comediantes", cuja temporada está para se iniciar com a peça de Gogol "O Inspetor".

Que... Gilda Galliez vai debutar este ano com uma grande festa oferecida na casa do sr. e sra. Cecil Hime.

Que... o sr. e sra. Martinez de Hoz devem chegar a qualquer momento para o casamento da senhorinha Celina Liberal, marcado para o próximo dia 15.

Que... Marta Berro chegou de Buenos Aires cantando os últimos tangos e cantando os últimos "potins" da terra do Coronel Perón. (*Diário Carioca*, 11 mar. 1945, p. 6, ed. 05133, Hemeroteca Digital)

Ainda assim, as colunas assinadas sob o título “Sociais: Feira de Vaidade” manteve esse formato até a edição nº 05210 (Hemeroteca Digital Brasileira). A partir da edição seguinte, nº 05211, de 13 de junho de 1945, as colunas passaram a receber títulos próprios, marcando um momento de transição importante na

estrutura narrativa e na identidade autoral do colunista. A primeira coluna a ser intitulada foi “Gente que dá vontade de continuar”, assinada ainda como Jacinto de Tormes, na qual o autor escreve:

A senhora Baby Guinle me faz lembrar outra pessoa que conheci, uma dessas mulheres que já têm fama de interessantes que só vê-las pela primeira vez, me sinto desde logo influenciado pelo que já ouvi. De qualquer maneira pode-se ser o que foi, mas nunca se será o bastante para deixar de ver todas as qualidades de simpatia de classe (desculpem o mau jeito) e esse ‘charme’ tão grande de uma mulher assim. [...] Olhando para pessoas assim alegres, dá logo vontade de continuar noite afora, dançando, contando histórias de viagem e fazendo ‘viagens’ com histórias. Falando nisso, por minha vontade eu contaria a última do piano que... mas fica para outra vez. (*DIÁRIO CARIOCA*, 13 jun. 1945, edição nº 05211, Hemeroteca Digital Brasileira).

Jacinto manteve a assinatura sem o “h” em Tormes até 17 de julho de 1945, passando a adotar definitivamente o nome Jacinto de Thormes a partir da edição nº 05241, de 18 de julho de 1945, na coluna intitulada “Vocês, amigos franceses” (*Diário Carioca*, 18 jul. 1945, edição nº 05241, Hemeroteca Digital Brasileira). A nota principal falava de uma recepção por parte dos embaixadores franceses da época na Embaixada em honra de artistas franceses que estavam no país em uma “missão de confraternização cultural”.

Além disso, a referência a Petrópolis aparece com frequência nas colunas de Thormes, principalmente nos meses iniciais do ano, período em que as famílias tradicionais deixavam o litoral e iam para a serra. O jornalista identifica essas migrações sazonais e transforma o registro dos fins de semana na serra em um ritual de elegância e distinção, no qual as atividades ao ar livre, os jantares e os bailes eram representados como extensões do convívio urbano da alta sociedade.

Petrópolis anda verdadeiramente animada mas nem por isso ela perde toda essa sua calma boa e essa sua displicência grande. É nas residências e nas ‘boites’ que encontramos gente de sociedade [...] A sorte foi que este ‘week-end’ fez dias firmes e agradáveis e dias bons aqui representam banho de piscina, tênis, equitação, almoço ao ar livre e se houver lua passeios ao luar.” (*Diário Carioca*, 13 mar. 1945, edição nº 05134, Hemeroteca Digital Brasileira)

(...) William me convidou, à tarde, para tomar um "drink" no seu apartamento. Naturalmente falamos de Nova York, recordamos Lady Mendl e discutimos o atual peso da Elza Maxwell. Tive o prazer de ouvi-lo falar de pintura norte-americana, desde John Copley, Winslow Home e Thomas Eakins até esse antipático Reginald Marsh e esses grandes Walkins e Edward Hoppes (...). Depois de um "papo" desses fui até a janela com vontade de respirar. Lá em baixo estavam disputando um concurso hípico. As jaquetas vermelhas dos cavaleiros e a roupa preta das amazonas faziam de longe uma impressão curiosa. William veio com um binóculo de bom alcance. Consegui ver de tão longe no meio da assistência, os condes Matarazzo e sua filha, Filly, acompanhados de João de Souza Lage, esse rapaz simpático que ha bem poucos dias chegou, como "pracinha", da Italia. Vi esse grande cavaleiro que é o senhor Roberto Marinho deixar de fazer "pista limpa", por causa de um fotografo que se aproximou demais. E vi muitas coisas e muita gente conhecida assim. Ontem à noite descemos de automóvel para o Rio, com a sensação de que alguma coisa estava morrendo. Provavelmente era mesmo o "week-end". ("Week-End", *Diário Carioca*, 24 jul. 1945, edição n° 05246, Hemeroteca Digital Brasileira)

Ainda assim, temos vários exemplos de notas sobre o movimentado mês de agosto em meados do século XX. Como já citado no último capítulo, acontecia o Grande Prêmio Brasil, no *Jockey Club*, em que diversas casas de moda, como a Casa Canadá, anunciavam e desfilavam coleções especiais para o *Sweepstake*⁸⁰, que durava alguns dias e movimentava muitos eventos sociais, pois a cidade recebia muitos turistas, motivo para diversos coquetéis e recepções particulares. Na agenda oficial do evento, havia o coquetel para as delegações estrangeiras, o baile no Copacabana Palace na véspera, a corrida de turfe e o jantar no Country Club no próprio domingo e, na segunda, o jantar da *Nuit de Longchamps* (Lopes, 2018).

Entre as publicações de 1945, uma das notas que melhor exemplifica o movimento e a vitalidade da vida social carioca no mês de agosto é "O dia de hoje". Nela, Jacinto de Thormes descreve a estreia das corridas de cavalos no *Jockey Club* com seu tom característico de ironia e observação das elites:

⁸⁰ "A palavra "sweepstake" acabou se tornando quase um sinônimo para o "Grande Prêmio Brasil", mas na realidade Sweepstake era o sorteio da loteria que acontecia durante o evento. Nos dias que antecediam a corrida, as casas lotéricas vendiam bilhetes numerados. Então, durante o Grande Prêmio Brasil, antes do páreo principal, era sorteado um número de bilhete para cada cavalo (a partir de então, somente aqueles números concorriam ao prêmio em dinheiro). O dono do bilhete cujo número havia sido associado ao cavalo vencedor, ganhava uma quantia grande em dinheiro." (Lopes, 2018, p. 92).

Hoje é um grande dia para o Rio, não só porque uma porção de cavalos vão correr diante de uma porção de gente desesperadamente entusiasmada, mas também porque é um dos dias de grande elegância da cidade. Há, de um modo geral, dois tipos de pessoas que vão ao Hipódromo Os entendidos em cavalos, os que jogaram e sentem emoção nisso, e os outros, os elegantes, os que torcem pela corrida do lado de cá e que casualmente olham o lado de lá, também. Não sei qual dos dois existem em maior número, mas a verdade é que para os dois há falta de espaço. Conheço um rapaz, desses que tem sempre um programa do Jockey no bolso, que não se cansa de repetir: "Isso de fazer um lugar sério como o Hipódromo, virar "show" de vestidos é um absurdo". E ontem mesmo uma senhora esteve protestando "não, não vou porque é ridículo a gente se apertar de vestido e chapéu novo, se quiser vou depois ao Copacabana e pronto!"

Ontem o Copacabana estava repleto, gente chic, vestidos recém-chegados de Buenos Aires e tudo o mais. Além disso, os paulistas estão aí numa animação fora do comum, dando festas a grande. Segunda-feira mesmo, o senhor Rodolfo Crespi dá um jantar na "boite", recebi seu convite quando estava no cocktail da senhorinha Perla Lucena.

O Rio está na Intensidade máxima da sua "season" de 1945, e isso não é brincadeira ainda mais quando temos a ajuda dos paulistas argentinos, venezuelanos, do tempo que está bom e do pretexto da gripe para não trabalhar na segunda-feira. (...) (*Diário Carioca*, 5 ago. 1945, edição nº 05257, Hemeroteca Digital Brasileira).

O cronista distingue “dois tipos de pessoas que vão ao Hipódromo”: os entendidos em cavalos e os elegantes, que estariam mais interessados em exibir-se do que em acompanhar as disputas. A referência ao Copacabana Palace “repleto, gente chic, vestidos recém-chegados de Buenos Aires e tudo o mais” reforça a intensidade das atividades sociais naquele período, em que a cidade vivia uma verdadeira “*season*” de eventos. Essa nota sintetiza exemplarmente o espírito cosmopolita e performático da elite do pós-guerra, em que lazer, consumo e aparência se confundiam como marcadores de distinção, revelando o olhar agudo de Thormes sobre o teatro social carioca.

Em “Vagamente demais” (*Diário Carioca*, 16 ago. 1945, ed. 05266, Hemeroteca Digital Brasileira), o autor reconhece com ironia que “este mês de agosto está mesmo intenso em partys, em festas, bailes, em corridas e week-ends”,

listando uma série de coquetéis, jantares e recepções que ocupavam a sociedade carioca. Ao mesmo tempo, lamenta a ausência de eventos culturais, como exposições de arte ou conferências, com o humor característico de quem simula espanto diante da futilidade do próprio ambiente que descreve.

Este mês de agosto está mesmo intenso em partys, em festas, bailes, em corridas e "week-ends", mas quanto a conferencias e exposições de arte creio que é um dos meses mais fracos, dos fracos 12 meses do ano. No dia 4 tivemos o cocktail dos viscondes de Carnaxide nessa simpática residência da senhora Sequeira. Depois tivemos o Grande Premio "Brasil" com uma porção de cavalos correndo atrás de Filon e Legulsamo. (...) Sábado 11 senhorita Flora Morgan Snell realizou um cocktail e deu nos convidados a satisfação de poderem apreciar seus ultimos quadros. No dia 12 houve o cocktail do sr. e da senhora José Cortez no qual esteve presente "todo o mundo". E tivemos ainda a recepção da baronesa de Bonfim, o cocktail da senhora Aimée de Heerin, o cocktail dos embaixadores da Espanha, o "party" da senhora Baby Cerquinho, o jantar da senhora Nenette de Castro, a recepção na Embaixada Americana, o "week-end" na Quitandinha, a entrega de condecorações a Embaixada Dominicana, o cocktail em Petrópolis do sr. e senhora Vicente Galliez e finalmente a grande recepção dos príncipes no Palácio Grão Pará. E isso é só por enquanto. Mas não tivemos uma só exposição, uma só conferência realmente importante. E isso é pena, porque segundo me disseram, arte, de um modo geral, é coisa importante, naturalmente não como resto, mas lembro de ter ouvido falar que conferências servem para alguma coisa. Vagamente ouvi falar. (*Diário Carioca*, 16 ago. 1945, ed. 05266, Hemeroteca Digital Brasileira).

Na semana seguinte, Thormes publicaria “Entre Festas e Festas” (*Diário Carioca*, 24 ago. 1945, ed. 05273, Hemeroteca Digital Brasileira), texto que sintetiza o espírito da temporada. A coluna assume um tom quase cinematográfico, em que o cronista percorre jantares na Avenida Vieira Souto, festas no Golden Room do Copacabana Palace e recepções no Country Club, compondo um mosaico do circuito elegante da capital. A nota se encerra com a descrição espirituosa de um “concurso de slang sobre bebidas”, episódio que mistura o humor cosmopolita com a leveza narrativa típica de Thormes, reafirmando sua habilidade em capturar a atmosfera social com olhar irônico, mas sem perder o ritmo ágil e cotidiano da crônica.

Ontem mesmo a senhora Monique Wallerstein ofereceu um grande jantar na sua residência na Avenida Vieira Souto. Hoje o sr. e a senhora Ari de Castro oferecem um cocktail-party a um grupo de amigos. Amanhã o sr e a senhora Luiz Olavaria dão no Golden Room do Copacabana um jantar de despedida. Tivemos ainda entre a "junesse" o cocktail da senhorita Roberta Macedo Soares e o baile da debutante Leila Dourado Lopes, no Country Club, um pequeno "party" na casa de Laurita, Lucia, Helena. Osvaldo e Luiz dos Santos Jacinto, aonde se comemorou o aniversário do sr. Silvio Burlamaqui Mee. Um grupo de senhoras norte-americanas deram num dos clubes da cidade uma festa aonde se via tudo que vai de cantar até discutir a bomba atômica. Um dos rapazes presentes teve a divertida idéia de fazer um concurso de "slang". Quem não soubesse o significado de uma das expressões de gíria que ele pronunciasse. teria de fazer uma série de macaquices divertidas. (*Diário Carioca*, 24 ago. 1945, ed. 05273, Hemeroteca Digital Brasileira)

Lidas em conjunto, as notas de agosto revelam um momento em que o autor aprimora a sua técnica de observação e consolida um estilo que combina o relato jornalístico à ironia literária. Nelas, o cronista transforma o frenesi social da cidade em um retrato de época, revelando não apenas os hábitos da elite, mas também a própria natureza performática do colunismo social nascente no Brasil.

Muitos anos depois, em 28 de março de 1958, na coluna “Ronda Social Interino” do jornal *Última Hora*, Jacinto de Thormes anunciava o seu retorno ao colunismo após um breve afastamento (de quase 1 ano, como diria a reportagem, quase que forçado também por um acidente em um jogo de futebol, que lhe causara a ruptura do fígado). Com humor e certa melancolia, afirmou que precisava “desintoxicar-se” da rotina intensa dos quatorze anos dedicados à crônica social. Agora, dizia estar de volta à “cachaça do jornalismo”, decidido a “moralizar o métier” e restabelecer a dignidade do gênero.

Figura 5: Capa da reportagem em que Thormes anuncia seu retorno



Fonte: Jornal Última Hora

Sua reflexão ia além de uma mera justificativa pessoal: era uma tomada de posição diante das transformações do colunismo social, que naquele momento ganhava novos nomes e tons mais populares. Jacinto propunha um retorno à ética da informação e à precisão do relato, como se defendesse o ofício contra a frivolidade crescente. Em suas próprias palavras:

Trata-se principalmente de restabelecer a dignidade do gênero. Só dar informações corretas. Está claro que o ‘potin’ vale, que cabe também atender à humana curiosidade dos leitores. Pode-se falar da vida dos outros até certo ponto de intimidade, inclusive com malícia (se a pessoa merece malícia). Não se trata de exercer função de moralista em relação ao material humano com que lidamos, mas de retratá-lo com fidelidade, com humor, com a imaginação criadora que não se confunde com a invencionice. O

colunista sem senso profissional cai na irresponsabilidade. Pois não há os que forjam entrevistas inteiras, com perguntas e respostas, sem ter sequer falado ao entrevistado? (*Última Hora*, 28 mar. 1958, p. 2 [Tabloide *Última Hora*], ed. 2373, Hemeroteca Digital)

Nessa mesma edição, Thormes ainda apresentou o que chamou de “receita de coluna”, um verdadeiro manifesto estilístico sobre o equilíbrio entre leveza e rigor. Nela, recomendava que se tratasse “uma duquesa como uma verdureira, e uma verdureira como uma duquesa”, resumindo em seguida que o segredo do ofício era falar das coisas leves com seriedade e das coisas sérias com leveza.

Desse modo, Jacinto de Thormes estreava sua coluna “Sociedade e Adjacências” no jornal *Última Hora* em 31 de março de 1958, uma segunda-feira. Ocupando diariamente a segunda página do tabloide, o colunista marcava seu retorno ao impresso, uma espécie de reestreia no veículo, onde já havia assinado, anteriormente, a coluna “Hora H”, nos primeiros anos do jornal⁸¹.

Com o novo espaço, Thormes reformulava novamente o gênero da crônica social, adotando um tom mais abrangente e informativo, caracterizado por comentários precisos e observações sutis sobre o comportamento social e político da época. A escolha do título “Sociedade e Adjacências” já indicava esse alargamento de foco, revelando o interesse do autor em tratar não apenas da elite carioca midiática da época, mas também das zonas limítrofes entre o mundano e o público, o social e o político. A primeira nota publicada foi, simbolicamente, sobre o próprio retorno de Thormes ao gênero que o consagrou, reafirmando sua identidade como cronista da vida elegante e, ao mesmo tempo, observador do cotidiano urbano e de suas hierarquias sociais. A nota afirma que ele não apenas é conhecedor de todos os segredos do mundo do *Café Society*, como também não fará apenas o registro dos acontecimentos da vida em sociedade, mas que propõe “(...) um verdadeiro plano de transformação da crônica social, na base da informação correta, do comentário vivo e preciso.” (*Última Hora*, 31 mar. 1958, ed. 2375, Hemeroteca Digital Brasileira)

⁸¹ A própria reportagem dizia: “Os leitores de ÚLTIMA HORA já conhecem de longa data as suas qualidades. Ele aqui esteve, nos primeiros tempos de vida deste jornal, assinando a “Hora H”. (...)”. (*Última Hora*, 31 mar. 1958, ed. 2375). Contudo, ao acessar os arquivos mais antigos disponíveis no site da Hemeroteca Digital, não achamos esses dados para exemplificarmos com mais exemplos na pesquisa quantitativa e qualitativa nesse trabalho.

Já na edição seguinte, de 1º de abril de 1958, Thormes combinava o registro do *high society* com comentários sobre a política nacional e o comportamento noturno dos parlamentares, em um texto que revela sua ironia característica e o olhar agudo sobre o teatro social carioca:

1) O grupo dos **Improváveis**. Dos que aparecem uma vez por ano para surpresa de todos e espanto do maitre d'hôtel. Desse grupo pertence o senhor Ulysses Guimarães, que vai à boite e não perde o jeito de quem está presidindo. Fica pouco e não dança nunca.

2) O grupo dos **Importantes**, como o senhor Vieira de Mello, ex-líder da Maioria, que vai a lugar noturno para ser baiano, falando bonito e dançando bonito, sem se importar com o que os outros dizem.

3) **Os Jovens**, como os senhores Renato Acher, Cid Carvalho e João Pacheco Chaves, que embora dancem e casualmente bebam whisky, nunca perdem a linha de gentlemen, austeros e conscientes.

4) Há também o grupo dos **Aleares**. Esses fazem da política um meio de prestígio nos meios noturnos da cidade. E, às vezes, conseguem mesa de pista. Talvez pudéssemos citar como pertencente a este grupo o senhor José Cândido Ferraz, do Piauí. ("O Congresso se diverte", *Última Hora*, 1 abr. 1958, p. 2, Hemeroteca Digital Brasileira, grifo do autor).

Observa-se que o jornalista combina registros do *high society* com observações sobre a política e o comportamento noturno dos parlamentares, mantendo sua ironia característica. Ele classifica os políticos frequentadores da vida noturna em grupos distintos (Improváveis; Importantes; Jovens e Aleares), evidenciando prestígio, hábitos e posição social. Dessa forma, mistura-se crônica literária, ironia, esnobismo, seriedade e sarcasmo, características de seu estilo de escrita desde que começou a atuar como colunista social.

As notas sobre moda publicadas em 1958 ainda revelam a centralidade do tema no universo do colunismo social e, sobretudo, a permanência da referência francesa como medida de distinção e bom gosto. Na nota de setembro, sobre o Festival da Moda organizado por Matarazzo-Boussac, a menção a costureiros como Christian Dior e Jacques Heim inscreve o evento em um circuito internacional de prestígio, reiterando a França como matriz simbólica da elegância moderna. Ao lado dos criadores estrangeiros, o colunista cita as "casas de modas do Rio e São Paulo", o que demonstra um esforço de legitimação da alta-costura nacional, ainda

dependente, porém, do aval europeu. A presença da Sra. Juscelino Kubitschek e o patrocínio das Pioneiras Sociais reforçam a associação entre moda, poder e modernidade, situando o evento no contexto de um Brasil que buscava projetar-se internacionalmente durante o governo JK.

O Festival da Moda organizado por Matarazzo-Boussac terá este ano a participação de três costureiros e 6 manequins estrangeiros. Os costureiros serão Christian Dior (5 vestidos), Jacques Heim (com 5 vestidos) e o italiano Nattiozzi (com 5 vestidos). O acontecimento será na última semana de outubro e não contará com a presença de Maurice Chevalier, pois os médicos dizem que ele está velho demais para viajar e os patrocinadores pensam que ele pede dinheiro demais para vir. Além disso, 9 casas de Modas do Rio e São Paulo mostrarão o que sabem fazer, cada uma apresentando três vestidos. A festa terá a presença da Sra. Juscelino Kubitschek de Oliveira, pois conta com o alto patrocínio das Pioneiras Sociais. (*Última Hora*, 2 set. 1958, ed. 02505)

Nota-se, portanto, a partir de 1958, uma transformação evidente nas colunas de Jacinto de Thormes publicadas na *Última Hora*. As notas tornam-se mais curtas, diretas, sinalizando uma adaptação ao formato mais ágil do jornalismo popular e diário. Diferentemente das crônicas longas e descritivas de 1945, no *Diário Carioca*, nas quais o autor detalhava festas e personagens do *Café Society* em um tom literário e quase narrativo, os textos de 1958 revelam um estilo mais sintético, voltado para o registro rápido de acontecimentos e curiosidades da vida social e cultural do país.

Esse novo formato pode ser observado nas notas que tratam, por exemplo, do “Teatro em Casa”, cuja descrição combina o registro de um evento cultural com o toque de humor e fofoca característico do colunista; ou ainda na breve menção ao candidato Hélio Gracie, que passaria a apresentar programas de televisão, ambas as notas classificadas como “Cultura” em nossa análise. Da mesma forma, a nota sobre o arquiteto e ex-jogador Otávio de Moraes aproxima o colunismo social de temas como “saúde”, revelando uma ampliação temática que ultrapassa o circuito fechado da alta sociedade.

O “Teatro em Casa”, do senhor Carlos Perry, tem tido uma frequência tão numerosa que em algumas noites, a platéia fica

inteiramente lotada e alguns convidados são obrigados a reservar lugares para o dia seguinte. Mas de todos os frequentadores um já foi apelidado de "padrinho da Troupe". Trata-se do senhor Pepito San Giuliano, que assiste tôdas as noites a peça. Além de apreciador das "artes" em geral é apreciador da "estrêla" Rosinha Serzedello Machado, em particular. (*Última Hora*, 6 jun. 1958, ed. 02430).

O senhor Hélio Gracie, candidato a deputado, iniciará brevemente na TV-Rio, dois programas semanais. Um deles será naturalmente sobre jiu-jitsu e o outro se chamará "Hora do Papai". (*Última Hora*, 2 jul. 1958, ed. 00253).

O atual arquiteto (e bom arquiteto) e ex-jogador de futebol Otávio de Moraes, teve uma distensão de ligamento com forte derrame no joelho, há poucos dias, quando batia bola com o seu filho. O esplêndido ortopedista Pedro da Cunha reuniu seus alunos de faculdade em torno da radiografia de Otavio e deu uma aula sôbre causa e cura. A própria vítima assistiu à aula e saiu impressionadíssima, capengando, com dor e tudo. (*Última Hora*, 2 ago. 1958, ed. A00280)

Esses exemplos evidenciam que, embora Thormes não abandone completamente o universo do *high society*, ele passa a diversificar o conteúdo de suas colunas, refletindo uma sensibilidade mais voltada à cultura urbana e às mudanças sociais da década de 1950. O tom mais conciso e o interesse por temas como cultura, esporte, televisão e política, abordados não apenas pela presença de figuras públicas em eventos, mas como parte da vida moderna, marcam a consolidação de um novo modelo de colunismo social: mais dinâmico, mais popular e em diálogo com o ritmo acelerado da imprensa e do público leitor da *Última Hora*.

Nesse contexto, em meados da década de 1950, que surge Ibrahim Sued, não exatamente como sucessor, mas como participante decisivo dessa transformação. Se Thormes foi o pioneiro que inaugurou o tom mundano e observador das crônicas sociais, Ibrahim representará a profissionalização e a popularização definitiva do colunismo social brasileiro, transformando-o em um fenômeno de massa. Sua escrita, mais incisiva e performática, incorporará o repórter ao próprio espetáculo que ele descreve: um movimento que marcaria profundamente o jornalismo social nas décadas seguintes.

Sua estreia na revista *Manchete* foi em 3 de janeiro de 1953. Sua primeira coluna, intitulada "Mexericos Sociais", inaugura um estilo que combina a crônica leve e mundana, herdada da tradição de Jacinto de Thormes. Logo em sua abertura,

Sued ironiza os próprios bastidores do circuito social ao mencionar, por exemplo, o desconforto de “st. Jorgito Chaves” por não ter sido incluído entre os dez homens mais elegantes do ano anterior:

APARECEMOS, pela primeira vez na revista que contrariou o st. Jorgito Chaves, porque não o incluiu entre os dez homens mais elegantes de 1952. Para estreiar, vamos fazer um rapidíssimo retrospecto dos acontecimentos sociais de 1952. A sra. Naná Winans, nesse ano de 1952, manteve o título de "hostess" número um do Rio de Janeiro. O sr. e a elegante sra. Jorge Guinle, ofereceram um "souper dançante" ao governador e sra. Amaral Peixoto. Na residência do Ministro Mauro de Freitas, aconteceu um "gentlemans party" em honra do embaixador Gilberto Amado. 18 senhores do nosso mundo político-social estiveram presentes. (*Manchete*, 3 jan. 1953, p. 47, ed. 0037)

Na sequência, sua coluna passa a se chamar “Soirée”⁸² (edição de 10 de janeiro de 1953), mantendo o foco no calendário de eventos da elite carioca, mas com uma abordagem mais direta e ritmada. Paralelamente, Sued ampliou sua atuação jornalística com reportagens na própria *Manchete*, como “O Grito de Carnaval dos Solteiros” (edição de 14 de fevereiro de 1953), em que descreve, com tom de crônica-reportagem, o consumo extravagante de bebidas e a presença de “mil pessoas” na festa:

Um baile de carnaval, organizado por um grupo de solteiros da nossa alta sociedade, em homenagem aos casais - 250 litros de "uísque" e cem garrafas de champagne consumidas - Mil pessoas presentes - Uma festa que está se tornando uma tradição (...). (*Manchete*, 14 fev. 1953, ed. 0043, p. 46)

Em maio do mesmo ano, a *Manchete* anuncia sua estreia no rádio, com o programa “Acontecimentos Mundanos da Semana”, transmitido aos domingos pela Rádio Mayrink Veiga. O título por si só já evidencia o projeto de Ibrahim Sued: transformar o universo social em um acontecimento midiático contínuo, expandindo-o do jornal às ondas do rádio.

⁸² Vale ressaltar que a coluna “Soirée” foi assim intitulada até a edição de 9 de abril de 1955 (ed. 0155). A partir da edição seguinte, data de 16 de abril de 1955 (ed. 0156), sua coluna passou a se chamar “Society”. Não houve explicações nas colunas seguintes nem na última “Soirée” por parte de Sued para os leitores.

Ainda assim, diferente do estilo refinado e quase literário de Jacinto, Ibrahim escrevia com espontaneidade e até com deslizes gramaticais frequentes, o que, paradoxalmente, se tornaria parte de seu charme. Sua escrita era coloquial, por vezes truncada, mas profundamente viva. Ele representava uma nova figura no colonismo social: o repórter que se tornava personagem. Essa escrita do jornalista também pode ser vista a partir de abril de 1953 no *Diário da Noite* com sua coluna intitulada “Sociedade”⁸³, ocupando o espaço anteriormente reservado aos “Sociais”, uma prática comum nos periódicos para noticiar missas, recepções e eventos da elite. Sua primeira coluna já revelava o tom que marcaria toda a sua trajetória:

Hoje estou fazendo meu ‘debut’ aqui no Diário da Noite. Falarei, contarei e descreverei todos os fatos acontecidos ou que aconteceram na nossa sociedade e no nosso ‘Café Society’. Para hoje, dia da minha apresentação, divulgarei notas do meu caderninho. Algumas já são conhecidas, outras porém, são novidades mas, como esta coluna estava para sair há alguns dias, naturalmente que muitos fatos não são novos, todavia, quero ressaltar que a minha coluna de hoje é apenas um espelho desta sessão. Para o futuro, prometo muitas informações de caráter social, em primeira mão. Portanto, não reclamem se algumas destas notas de ação do conhecimento do público. (*Diário da Noite*, 27 abr. 1953, p. 39, ed. 5460, Hemeroteca Digital)

É interessante observar que as duas colunas produzidas por Ibrahim Sued nesse período: a coluna “Sociedade”, publicada no *Diário da Noite* entre 1953 e 1954, e a coluna “Soirée”, veiculada na revista *Manchete* em 1953 possuíam um caráter bastante similar. Ambas eram voltadas, sobretudo, à cobertura de recepções, bailes, coquetéis e eventos de moda realizados não apenas no Rio de Janeiro, mas também em outras cidades frequentadas pela elite, como Petrópolis e Cabo Frio. A análise quantitativa e qualitativa das notas demonstra esse predomínio: das 24

⁸³ Entre abril de 1953 e julho de 1954, sua coluna manteve regularidade diária, refletindo a profissionalização do gênero. O último dia de publicação de Sued no *Diário da Noite* foi 30 de julho de 1954, sendo substituído no espaço dos sociais por José Mauro, e a coluna “Sociedade” deixou de existir a partir de 2 de agosto do mesmo ano, dando lugar à coluna “Na Sociedade”. Essa transição evidencia não apenas mudanças na linha editorial, mas também a consolidação de uma prática jornalística em que a crônica social passava a dialogar com um público mais amplo e urbano, moldando o que se tornaria o modelo clássico de colonismo social no Brasil.

publicações examinadas nesses espaços em que Sued escrevia, 16 abordavam festas ou encontros sociais, revelando um momento em que seu colonismo ainda se estruturava em torno dos eventos e variações das sociabilidades da alta sociedade carioca:

O jovem casal Jean-Paul Bodim, um dos mais simpáticos da nossa sociedade, e que pelas suas simpatias, reúne em torno de suas pessoas um vasto círculo de relações. Jean-Paul e Weima são muitos jovens ainda; ela tem 20 anos de idade e ele 26; por esse motivo, encontrei em sua residência, no sábado, quando eles abriram pela primeira vez, as portas para uma recepção, um grupo da nova geração. A “hostess” apesar da sua pouca idade, já conhece essa difícil arte de receber. E o seu “Savoir-faire” misturado com sua elegância, proporcionou uma agradável noite em sua residência. (...) (“A nova geração se reúne - os Bodim recebem”, *Diário da Noite*, 3 jun. 1953, ed. 05491)

O senhor e a senhora Paulo Barata Ribeiro abrir uma portas de sua residência para um “souper” dançante na noite de sábado. A “hostess”, há sempre simpática até uma barata Ribeiro escolhem essa data, que seu aniversário, para reunir um grupo de amigos em retribuição a convite. Receber é uma arte, e a anfitriã com seu bom gosto proporcionou uma noite elegante e alegre para os seus convivas. Bené manejando o piano. Uma champanhota deliciosa e um “buffet” gostosíssimo. A anfitriã dividiu os momentos com tal jeito, que as horas passaram sem que os convivas percebesse. Antes do jantar, “bate-papo” para “drinks”. Depois do jantar (Caçulé, strogonoff, espetinhos, saladas e patê). Os músicos de Bené não descansaram. (“Um aniversário - A Sra. Barata Ribeiro recebe”, *Diário da Noite*, 7 jul. 1953, ed. 05519, Hemeroteca Digital)

NA RESIDÊNCIA do sr. e sra. Carlos Eduardo Souza Campos, que sofreu recentemente uma super moderníssima reforma, aconteceu um jantar. O espaçoso living da residência de Didu e Tereza, mobiliado com móveis da velha Bahia, é uma beleza de decoração moderna, ladeado por um jardim e por um lago artificial que penetra no salão compondo o ambiente encantador. Nessa noite a elegante “hostess” (uma das dez mais elegantes do país) estava de verde claro num modelo parisiense. (*Manchete*, 7 nov. 1953, ed. 0081, Hemeroteca Digital)

Nesse sentido, um dos aspectos recorrentes nas colunas sociais de Ibrahim Sued, tanto na revista *Manchete* quanto no *Diário da Noite*, é a valorização do *savoir-faire* da “arte de saber receber”. A habilidade de organizar uma recepção bem-sucedida funcionava como um marcador de distinção, evidenciando o domínio dos códigos sociais e estéticos que definiam a boa sociedade carioca. Em suas notas sobre jantares, coquetéis e “souters” dançantes, o colunista destacava não apenas a presença dos convidados, mas sobretudo o modo como as anfitriãs exerciam essa prática, descrevendo a elegância do ambiente, o cardápio, o vestuário e o comportamento dos pares. Receber, nesse contexto, era mais do que um gesto de hospitalidade: era uma forma de legitimar o pertencimento a um círculo social restrito e hierarquizado.

Como observa Bourdieu (2007 [1979]), o gosto, seja na decoração, na etiqueta ou na forma de servir, expressa o capital cultural incorporado⁸⁴, isto é, o conjunto de disposições e sensibilidades socialmente aprendidas que sinalizam a posição de classe. As colunas de Sued tornam visível esse processo ao retratar o espaço doméstico como palco da distinção: a casa e sua decoração eram extensões do próprio *habitus* social, funcionando como vitrines simbólicas da elegância e da sofisticação moral de seus ocupantes. Assim, quando o colunista descreve o “*savoir-faire* misturado com elegância” de uma jovem anfitriã ou o “bom gosto” de uma senhora que “proporcionou uma noite elegante e alegre para seus convivas”, ele não apenas narra um evento, mas consagra um ideal de comportamento, um modelo de refinamento que se traduzia em capital simbólico.

Esse *savoir-faire* implicava um conhecimento tácito dos rituais da vida social. Saber compor a mesa, escolher os pratos, selecionar os convidados e orquestrar o tempo entre o jantar e o “bate-papo para drinks” eram práticas que expressavam o domínio de um repertório cultural sofisticado. Erving Goffman (1959) ajuda a compreender essa dinâmica ao definir a vida social como uma encenação, na qual o indivíduo apresenta versões de si conforme o papel esperado

⁸⁴ Na obra *A Distinção*, Bourdieu (2007 [1979]) apresenta os conceitos de capital cultural objetivado e incorporado. O primeiro refere-se ao produto da história acumulada sob a forma de objetos culturais, como documentos, obras de arte, instrumentos e bens simbólicos, que, embora resultem da ação humana, passam a constituir um universo relativamente autônomo, regido por suas próprias leis. Esses objetos, ao serem apropriados e utilizados de modos distintos por indivíduos ou grupos sociais, configuram formas de capital cultural objetivado, capazes de assegurar distinção e legitimidade simbólica.

em cada contexto. Nas recepções descritas por Sued, a anfitriã assumia o papel central dessa dramaturgia: sua elegância, seu vestido, o ambiente e até a música eram elementos que compunham a “fachada” social. “(...) Fachada, portanto, é o equipamento expressivo de tipo padronizado potencial ou inconscientemente entregue pelo indivíduo durante sua representação.” (Goffman, 1959, p. 29) Logo, para o autor, o conceito de fachada refere-se ao conjunto de elementos expressivos que um indivíduo mobiliza para construir a imagem de si diante dos outros, em uma espécie de encenação social.

Além disso, a fachada é composta por todos os aspectos que contribuem para definir a situação e o papel desempenhado pelo ator social, desde o cenário, que abrange o espaço físico, os objetos e a disposição do ambiente, até a fachada pessoal, relativa aos itens de equipamento expressivo como o próprio ator, seu sexo, idade, aparência, atitude, padrões de linguagem, gestos corporais e demais recursos simbólicos de apresentação. Em suma, o autor entende a vida social como um palco no qual os indivíduos apresentam performances, e a fachada constitui o aparato simbólico que sustenta essa representação diante do público (Goffman, 1959).

Assim como Jacinto de Thormes, Sued também fazia referência recorrente a Petrópolis, tratada como um refúgio elegante das famílias tradicionais cariocas durante o verão. Em suas notas, a cidade aparecia como uma extensão natural da sociabilidade urbana, onde os jantares, as recepções e os encontros casuais ganhavam o mesmo tom de ritual mundano que caracterizava a “vida elegante” no Rio:

Todo o Rio Elegante se movimentou para comparecer à residência de senhor e senhora Vicente Galliez em Petrópolis. A “hostess” número um de Petrópolis estava aniversariando. River Side abriu seus lindos salões. Os Galliez recebendo como sempre, com muita elegância, reuniram os amigos nesse último domingo, festejando devidamente o aniversário da simpática “hostess”. A residência de campo dos Galliez, é de Petrópolis, um dos recantos mais agradáveis e acolhedores. Sua decoração é uma beleza, onde o bom gosto da anfitriã é evidenciado. (...) (*Diário da Noite*, 17 mar. 1954, ed. A05731, Hemeroteca Digital) Quitandinha inaugurou sua temporada de verão com uma elegante festa de caridade (sinfonia colorida). Desfile das famosas “Anasco Girl” que exibiram modelos de Lord Taylor da conhecida casa de modas de Nova Iorque. O desfile, para ser franco, foi fraquíssimo, porém a festa foi das mais bonitas que já assisti. Esse “party” foi patrocinado pela sra. Amaral Peixoto e

contou com a presença da sra. Darcy Vargas. (*Manchete*, 31 jan. 1953, ed. 0041, Hemeroteca Digital)

Nas notas averiguadas sobre Petrópolis, tanto nas colunas de Ibrahim Sued quanto nas de Jacinto de Thormes, observa-se que os registros se concentram principalmente nos meses iniciais do ano, como janeiro, fevereiro, março e no mês de julho. É nesse período que os colunistas retratam a movimentação das famílias da elite carioca rumo à serra, acompanhando o calendário social marcado por temporadas de veraneio e eventos tradicionais. Petrópolis surge, assim, como um cenário recorrente de sociabilidade refinada, em que jantares, bailes e encontros reforçam os laços de pertencimento e distinção.

Da mesma forma, tanto Sued quanto Thormes também dedicaram notas a Cabo Frio, outro destino de prestígio, mas associado ao lazer praiano e ao encerramento do calendário social do ano, uma vez que as notas foram localizadas no mês de dezembro:

Tudo faz querer que Cabo Frio futuramente será a Cote D’Azur brasileira. Os veranistas, pescadores, esportistas, estão se transferindo para essa linda praia do Estado do Rio. O sr. E a senhora Joaquim Guilherme da Silveira anuncia uma grande elegantíssima festa em sua residência de verão em Cabo Frio, que será um dos grandes acontecimentos sociais desta temporada que começa. Outras categorizadas figuras da nossa sociedade estão recebendo para fim de semana; o governo fluminense está construindo um moderníssimo Hotel, e Cabo Frio continua cada vez mais bonito, tornando-se dia a dia um grande concorrente de Petrópolis, a cidade de veraneio número um da sociedade carioca.(Sued, “A Cote D’Azur Brasileira”, *Diário da Noite*, 4 dez. 1953, ed. 05648)

PASSARAM o “week-end” com o senhor e senhora Bety Faria, o senhor e senhora Victor Lage. O Clube do Canal promoverá um Concurso de Pesca Submarina; Pela primeira vez em Cabo Frio. Tôdas as entidades serão convidadas. Impressionante e bonita a coleção de Pancetti que o Professor Aluísio de Paula, tem em sua casa de Cabo Frio. O senhor e senhora Alim Pontes de Carvalho passarão o Natal e “reveillon” naquela praia e já organizaram os festejos. (Thormes, “Em Cabo Frio”, *Última Hora*, 17 dez. 1958, ed. 00010, Hemeroteca Digital)

É interessante também observar que, nas vinte e quatro notas publicadas por Ibrahim Sued nas colunas “Sociedade” e “Soirée”, ambas analisadas em 1953, três faziam referência direta a desfiles de moda. Desses três, duas estavam vinculadas a eventos de caráter beneficente, evidenciando uma prática recorrente do período: a associação entre moda, sociabilidade e filantropia.

Os desfiles não eram apenas espaços de exibição estética ou consumo simbólico, mas também palcos de legitimação moral, em que o gesto de doação se somava ao de distinção. Participar ou promover um evento beneficente, especialmente dentro da elite urbana, tornava-se uma forma de reafirmar um ideal de refinamento que unia elegância e virtude pública. Como observa Pierre Bourdieu (1979), a distinção não se dá apenas pelo consumo de bens, mas pela incorporação de valores que conferem capital simbólico. Nesse caso, a caridade aparecia como uma extensão natural do bom gosto e da respeitabilidade social.

Além dos desfiles, a filantropia surge em outras notas da mesma série, seja por meio de leilões beneficentes ou festas de arrecadação, o que reforça a ideia de que o espaço social da elegância se confundia com o da “boa ação”. Assim, a moda, longe de ser apenas um campo estético, revelava-se também um instrumento de sociabilidade e de pedagogia moral, em que a generosidade pública era performada nos mesmos salões em que se exibia o luxo privado.

Em consonância com o pensamento de Georg Simmel (2008 [1905]), a moda funciona como uma forma de mediação entre o individual e o coletivo, que articula simultaneamente o desejo de pertencimento e a necessidade de diferenciação. No contexto das colunas sociais, ela operava também como um dispositivo narrativo, por meio do qual se construíam ideais de comportamento, gosto e presença pública, permitindo que o pertencimento às elites se expressasse sob a aparência da escolha individual⁸⁵.

É nesse ponto que se delineia uma nova figura: a “Mulher Carioca”, erigida como sinônimo de beleza e, principalmente, elegância. A presença constante da

⁸⁵ Simmel (2008 [1905]) argumenta que a moda é um reflexo das estruturas sociais, especialmente das diferenças de classe. As elites criam novos modos de vestir e se comportar para se distinguir, enquanto as classes inferiores os imitam, o que, por sua vez, leva as elites a buscarem novas formas de diferenciação. Dessa forma, a moda funciona como um ciclo constante de imitação e renovação. Por fim, o autor destaca que a moda tem um papel ambíguo: ela alivia o indivíduo da responsabilidade de criar seu próprio estilo, pois basta seguir o que é socialmente aceito, mas, ao mesmo tempo, oferece um espaço de expressão pessoal dentro desses limites. Assim, a moda é tanto um mecanismo de conformidade quanto um campo de liberdade individual.

moda nas colunas não apenas delineava o que vestir, mas ensinava o modo de ser. Seu estilo ultrapassava fronteiras: era descrito, admirado e até exportado. Uma das notas menciona, inclusive, a visita de um repórter estrangeiro ao Rio de Janeiro, interessado em registrar o charme e o estilo de suas mulheres:

Hoje em dia, a elegância das mulheres brasileiras, que são consideradas as melhores clientes dos costureiros parisienses é também preocupação mundial. Nos Estados Unidos, a mulher brasileira está na categoria das mais elegantes do mundo. Agora mesmo, a conhecida mundialmente famosa revista americana “Town Country” enviou ao Rio uma das suas melhores repórteres, para fotografar algumas das melhores elegantes do Brasil, que já foram fotografadas pela senhora Ingeborg de Beausacq aqui também é dirigente de um grande estúdio fotográfico localizado em Park Avenue, Nova York. Na reportagem que será publicada em janeiro próximo, veremos as senhoras Heloísa Amado, Maria Aparecida Delamare, Teresa Souza Campos, Gisah Faria, Marilena Barata Ribeiro Uchoa, Mitsi Munhoz da Rocha Berenice, Lourdes Catão, Rosita Lopes e a senhorita Teresa Almeida Magalhães da sociedade carioca. Da Sociedade Paulista, foram fotografadas as senhoras João Pacheco Chaves, Vera Cunha Bueno, Francisco Souza Dantas e as senhoritas Carmen Terezinha Solbiaty e Cunha d’Orey. (...) (“A fotógrafa americana está no Rio”, *Diário da Noite*, 18 nov. 1953, ed. 05634, Hemeroteca Digital).

Esse reconhecimento internacional confirma a construção simbólica da mulher carioca como sinônimo de beleza, alegria e sofisticação, atributos constantemente reiterados pelos colunistas da época. A figura feminina, nesse contexto, extrapola o âmbito da aparência e passa a representar uma identidade nacional refinada, moderna e solar, capaz de sintetizar o espírito do Rio de Janeiro dos anos 1950.

Não por acaso, os próprios colunistas, que atuavam não apenas como verdadeiros “árbitros dos costumes” ou do “jogo social” (Cruz, 2015; Sant’Anna, 2014), mas como árbitros do bom gosto, pois reforçavam essa imagem por meio de *rankings* como a lista das “Dez Mais Elegantes”, publicada anualmente em periódicos como *Manchete* e *O Cruzeiro*. Essas listas funcionavam como dispositivos de consagração simbólica, delimitando quais nomes, estilos e

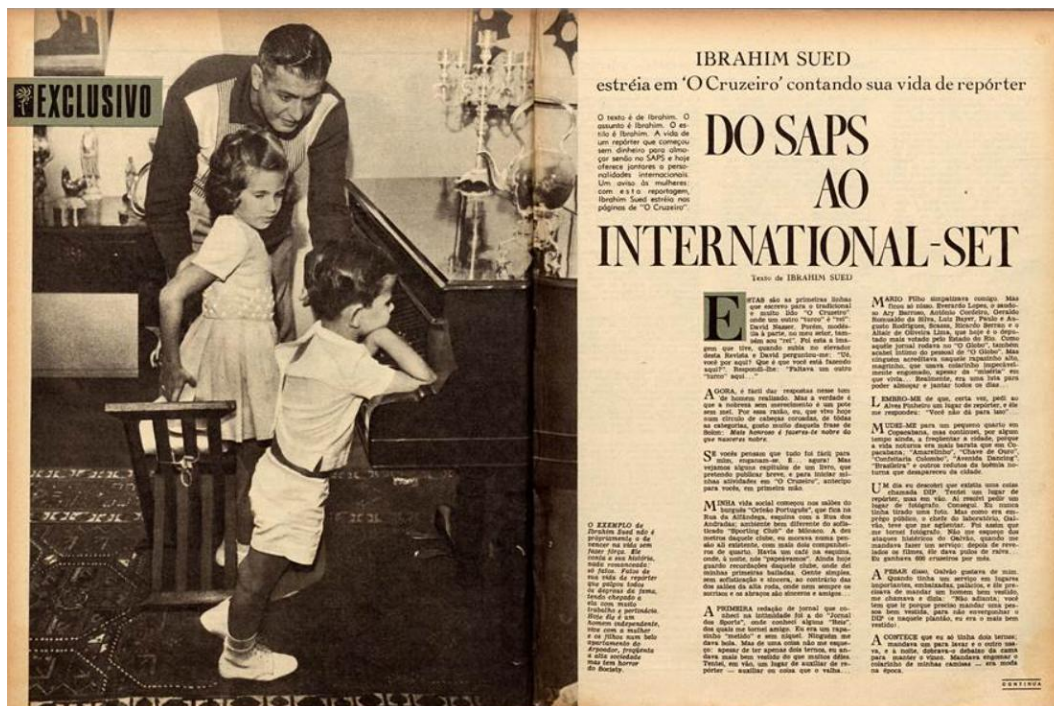
comportamentos mereciam ser associados à elite nacional. Ao mesmo tempo, cumpriam uma função pedagógica: educavam o olhar do público leitor, indicando modelos de comportamento, vestimenta e sociabilidade a serem seguidos. Desse modo, a elegância das mulheres cariocas não era apenas uma característica individual, mas um projeto coletivo de distinção e de modernidade tropical, mediado e amplificado pela imprensa.

Ainda assim, mesmo que, das 84 notas analisadas, apenas 6 tenham sido classificadas explicitamente como sendo de “Moda” (colunas que tratavam diretamente de desfiles ou tendências), a presença da moda se manifestou de maneira mais ampla e indireta em outras colunas. Ela aparecia, por exemplo, nas notas sobre recepções e festas, quando o colunista comentava a vestimenta dos convidados, ou até mesmo em crônicas críticas, como a de Zózimo, na nota intitulada “Moda”⁸⁶, publicada em 3 de abril de 1969, na qual ele fazia uma análise do mau uso da moda. Assim, esse segmento não se restringia a conteúdos especializados, mas estava intrinsecamente ligado aos ambientes e às práticas sociais narradas pelos colunistas, aparecendo tanto na descrição de residências elegantes quanto na forma como os convidados se apresentavam.

A partir de 1964, Ibrahim Sued ampliaria ainda mais seu espaço na imprensa nacional. Foi no dia 10 de outubro de 1964 (ed. 00000, Hemeroteca Digital) que o jornalista estreou como repórter na revista *O Cruzeiro*, uma das publicações mais influentes do país naquele período. Curiosamente, o tema de sua primeira reportagem era ele próprio. Sob o título “Do SAPS ao International-Set”, Sued relatava sua trajetória de ascensão, que começara de forma modesta nos salões do “Orfeão Burguês”, localizado na Rua da Alfândega, e culminara em seu reconhecimento como uma das principais figuras do colunismo social brasileiro.

⁸⁶ “Além da parte artística, que alternou o belo e o sofrível; o recente festival de cinema, veio mostrar mais uma vez que a brasileira de um modo geral continua importando moda europeia, adaptando-a com um certo exagero e mau gosto. Some-se a isto a falta de sensibilidade na escolha do traje apropriado para determinadas ocasiões. Nos acontecimentos de gala, então, a comparação entre estrangeiras e nativas é simplesmente constrangedora.///Realmente, não se explica mais o fato de não termos uma moda nossa, condizente com o clima e o tipo da brasileira. Os costureiros, por seu turno, também têm a sua parcela de culpa, pois não conseguem libertar-se da influência de Paris e Roma. O curioso é que recusam a moda inglesa, por ser mais popular, embora esta, por ironia, seja a que melhor combine com nosso país. Muito mais com o nosso, aliás, do que com o deles.(...)” (“Moda”, *JB*, 3 abr. 1969, ed. 00303)

Figura 6: Reportagem de estreia de Ibrahim Sued em O Cruzeiro



Fonte: Revista O Cruzeiro

No texto, o autor constrói uma narrativa autobiográfica de superação, em que a origem humilde, morando em pensão e dividindo quarto com colegas, contrasta com a sofisticação dos ambientes que viria a frequentar. Seu ingresso na imprensa, como recorda, não se deu pela via do repórter, mas sim pela da fotografia, após ser rejeitado por editores como Alves Pinheiro. Foi apenas ao descobrir uma vaga vinculada ao Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) que Sued conseguiu seu primeiro salário fixo, recebendo seiscentos cruzeiros por mês. O autodidatismo e a rapidez com que aprendeu a fotografar o levaram a vencer um concurso promovido pelo Clube de Regatas Vasco da Gama, superando nomes reconhecidos da reportagem esportiva, como Nestor Leite e Indayassu.

Em seguida, o jornalista narra um dos marcos de sua carreira: a fotografia de Otávio Mangabeira beijando a mão do general Eisenhower, tirada enquanto atuava como freelancer na Câmara dos Deputados e posteriormente vendida ao *O Globo* e a uma agência, que a vendeu para o exterior. Embora muitos relatos posteriores apontem o episódio como o momento de virada em sua carreira⁸⁷,

⁸⁷ Em entrevista à revista Manchete em 1963, Sued relata como conseguiu fotografar Mangabeira beijando a mão de Eisenhower: "(...) Alves Pinheiro, chefe da reportagem de 'O Globo', se opôs ao meu ingresso na reportagem policial, porque eu usava colarinho duro. Continuei fotografando, para

Ibrahim já circulava entre as elites cariocas antes disso. O que de fato consolidou sua presença nos salões da alta sociedade foi o espaço conquistado no *Diário da Noite*: a coluna abriu-lhe as portas dos círculos mais exclusivos, permitindo que frequentasse recepções e eventos em várias capitais do mundo.

Figura 7: Mangabeira beijando a mão do general Eisenhower



O que é destaque em sua biografia é que ele sempre foi deslumbrado com a alta roda. Fazia questão de deixar claro de que gostava de saber quem era quem. E foi dando de “penetra” em algumas pistas de boates famosas, como em festas de caridade no *Golden Room*, que conseguiu conquistar na imprensa um lugar ao sol. Mesmo sem carregar nome tradicional, sendo filho de turco e morando num quarto de apartamento, que conseguiu fazer sua carreira de colunista social - mesmo depois de receber um fora do então Roberto Marinho quando quis publicar suas notas pela primeira vez:

“O Globo” e para o “Diário Trabalhista” que era então dirigido por Barros Vidal. De manhã eu trabalhava para um; de tarde acompanhava as seções da Assembléia Constituinte, fazendo fotografias e legendas para o outro jornal. Foi assim que fotografei Mangabeira beijando a mão de Eisenhower e tive meu nome, pela primeira vez, mencionado na imprensa.” (“Ibrahim Sued Aconteceu Assim”, *Manchete*, 27 abr. 1963, p. 35, ed. 0575, Hemeroteca Digital).

Quando eu levei minha primeira coluna em estilo Walter Winchell, para tentar publicá-la em “O Globo”, Roberto Marinho, vetou, afirmando: “Este gênero de imprensa não pega no Brasil”. Mais tarde, ingressei no seu jornal, através de uma tentadora proposta - e a seu chamado... Aliás, devo dizer que “O Globo” foi outra grande escola para mim. Depois do contra de Roberto, fui procurar Barros Vidal, na “A Vanguarda”. Barros Vidal topou. Dali, foi um pulo para “O Jornal” e o “Diário da Noite”, que, na época, era o vespertino da moda. Lá encontrei o apoio estímulo de Fernando Chateaubriand e até de Assis Chateaubriand. (*O Cruzeiro*, 10 out. 1964, n. 00000)

Além disso, foi o primeiro jornalista a organizar festas de caridade, lançou muita gente no “society”, no cinema nacional, no teatro e na política. Ele se considerava um profissional honesto, utilizando sua coluna a serviço do bem e amparo aos pobres. Desse modo, finaliza a reportagem dizendo que “(...) é mais honroso fazeres-te nobre do que nasceres nobre.” (*O Cruzeiro*, 10 out. 1964, p. 72 n. 00000, Hemeroteca Digital), mas realça que é mais cômodo já nascer com sobrenome. E adiciona que tem profunda admiração pela alta sociedade, que é “(...) a elite com seus alicerces e suas tradições: as elites são as bases de uma nação, mesmo com seus defeitos. Mas pelo “Café Society” tenho uma verdadeira aversão, porque tudo que é falso é passageiro”. (idem, p.73).

Ibrahim Sued expressa, em sua fala, uma contradição reveladora do próprio papel do colunismo social no Brasil dos anos 1950 e 1960. Ao afirmar sua admiração pela alta sociedade, como “a elite com seus alicerces e suas tradições”, ele se refere a um grupo que considerava legítimo e estável, herdeiro de valores tradicionais e de uma distinção construída ao longo de gerações. Essa visão reflete o desejo de reconhecimento e pertencimento de um jornalista que, vindo de origem popular, buscava o respeito das elites cariocas e almejava um lugar simbólico entre elas. A nobreza, para ele, era um ideal de refinamento e responsabilidade social, uma referência de estabilidade moral e cultural em meio à modernização acelerada da vida urbana.

No entanto, ao declarar “aversão ao Café Society”, que qualificava como falso e passageiro, Ibrahim demarcava uma linha entre o que via como elegância autêntica e o que considerava mera encenação. Esse grupo, que misturava aristocratas, novos ricos e figuras do entretenimento, representava a superficialidade e o exibicionismo do mundo que ele próprio ajudava a divulgar.

Essa distinção, portanto, não apenas revela a tensão entre tradição e espetáculo, mas também a ambiguidade do próprio colunista, como um mediador entre dois universos que se criticavam e se alimentavam mutuamente.

A partir disso, o luxo⁸⁸, em seus diversos aspectos, deixa de ser apenas um atributo das antigas famílias e passa a representar uma linguagem social acessível a novos grupos, como comerciantes, empresários, artistas e figuras públicas, os quais encontravam, no consumo e na exibição estética, uma forma de legitimar seu lugar entre os “notáveis”.

Werner Sombart (1958) já havia identificado esse fenômeno: o luxo como via de ascensão simbólica, especialmente entre aqueles que, tendo enriquecido rapidamente, buscavam afirmar-se por meio de objetos e comportamentos refinados. Para esses novos atores, decorar suas casas, vestir-se conforme a moda e frequentar eventos tornavam-se expressões visíveis de pertencimento a uma elite que ainda os olhava com desconfiança.

Nesse contexto, a distinção feita por Ibrahim Sued entre a alta sociedade e o *Café Society* pode ser lida à luz das teorias de Bourdieu (2007 [1979]) e Weber (1982 [1946]), sobretudo em relação às dinâmicas de classe e estamento. Podemos interpretar em sua fala que, para o colunista, a verdadeira elite seria aquela dotada de capital cultural e social legitimado, isto é, o grupo que não apenas possui recursos econômicos, mas também compartilha um repertório de valores, gostos e comportamentos reconhecidos como legítimos pelos pares. Já o *Café Society* representa o oposto disso: um espaço onde a visibilidade e o consumo ostentatório tentam substituir o prestígio herdado e o refinamento cultural, operando como uma forma de distinção superficial e, portanto, passageira.

⁸⁸ Quando ouvimos e pensamos sobre luxo, temos a tendência de associá-lo a um objeto, marca ou serviço exclusivo. No entanto, o conceito é mais abrangente. Contudo, em suma, podemos compreender o luxo como a combinação de alta qualidade, preço elevado, prestígio de marca, exclusividade, raridade, distinção social, apelo emocional e refinamento (Sombart, 1958; Veblen, 1965 [1899]; Lipovetsky; Roux, 2005; Bourdieu, 2007 [1979]; D’Angelo, 2018; Moraes, 2019). Para Sombart (1958), o refinamento designa o aprimoramento excessivo de um bem, isto é, o trabalho minucioso além das necessidades funcionais. O conceito de luxo, entretanto, é dinâmico e depende de fatores como tempo, lugar, cultura, classe e valores individuais (Moraes, 2019). Rocha e Pereira (2009) distinguem duas lógicas: a econômica, que associa o luxo ao preço e à exclusividade, e a cultural, que o entende como construção simbólica variável conforme o grupo e o contexto. Assim, bens outrora considerados luxuosos, como os telefones celulares, podem tornar-se comuns à medida que se difundem socialmente, de acordo com a transformação contínua dos estilos de vida (Moraes, 2019).

Logo, as observações de Sued revelam o mesmo mecanismo que Weber (1982 [1946]) descreve ao diferenciar classes⁸⁹ e estamentos: enquanto as primeiras se organizam pela produção e aquisição de bens, os segundos se distinguem pelos modos de consumo e pelos “estilos de vida” que consagram a honra social:

(...) se a simples aquisição econômica e o poder econômico puro, ainda trazendo o estigma de sua origem extra-estamental, pudessem conceder a quem os tivesse conseguido as mesmas honras que os interessados em estamentos em virtude de um estilo de vida que pretendem para si, a ordem estamental estaria ameaçada em suas bases mesmas, principalmente tendo em vista que, em condições de igualdade de honras estamentais, a posse per se representa um acréscimo, mesmo não sendo abertamente reconhecida como tal. (...) Precisamente devido às reações rigorosas contra as pretensões da propriedade per se, o parvenu jamais é aceito, pessoalmente e sem reservas, pelos grupos estamentalmente privilegiados, por melhor que seu estilo de vida se ajuste ao deles. Só aceitarão seus descendentes que tiverem sido educados nas convenções do seu grupo estamental e que nunca tenham manchado sua honra pela atividade econômica penal. (Weber, 1982 [1946], p. 224-225)

Portanto, na busca por legitimar uma nova posição social, os chamados “emergentes” procuram adquirir o capital cultural (Bourdieu, 2007 [1979]) característico das elites, esforçando-se para reproduzir seus hábitos, modos e preferências estéticas. Assim, se a estruturação dos grupos sociais se sustenta em estilos de vida específicos, marcados por convenções, formas de lazer e rituais distintos, as barreiras que delimitam o pertencimento a esses círculos não se restringem à dimensão econômica. Elas também operam no campo simbólico e social, com o propósito de assegurar a preservação da hierarquia e do prestígio desses grupos (Weber, 1982 [1946]).

⁸⁹ Ainda assim, ao tratarmos das classes sociais, é possível recorrer às definições propostas por Weber em *Classe, Estamento e Partido* (1982 [1946]), segundo as quais uma classe se constitui por um conjunto de indivíduos que compartilham uma mesma “situação de classe”, isto é, oportunidades semelhantes de acesso a bens, condições de vida e experiências determinadas pela posição que ocupam na estrutura econômica. No entanto, as distinções entre classes não se restringem à esfera material, pois também se relacionam às diferenças de status. As chamadas “situações de status”, conforme explica Weber (1982 [1946]), são definidas por estimativas sociais, positivas ou negativas, de honra e prestígio, que ultrapassam o campo econômico e abrangem dimensões sociais e culturais. Dessa forma, os estamentos se diferenciam não apenas pela posse, mas pelos modos de consumo e pelos estilos de vida que adotam, de modo que as distinções de classe se expressam menos na produção e aquisição de bens, e mais na forma como esses bens são consumidos e valorizados simbolicamente.

Podemos adicionar a isso as reflexões de Veblen (1965 [1899]) no que tange aos conceitos de “emulação pecuniária” e o “consumo conspícuo”⁹⁰. Eles referem-se ao comportamento de imitação das classes emergentes, que procuram reproduzir os sinais exteriores de prestígio dos grupos dominantes, acreditando que o consumo⁹¹ de determinados bens e experiências lhes garante reconhecimento social. No entanto, como mostram as análises de Weber (1982 [1946]) e Bourdieu (2007 [1979]), a mera posse material não assegura o pertencimento a uma elite, pois a distinção verdadeira se dá a nível simbólico de acordo com os modos como os objetos são apropriados, nos gostos e nos códigos culturais incorporados.

Nesse sentido, as ideias de Veblen (1988 [1899]) e Bourdieu (2007 [1979]) ajudam a compreender a continuidade dessa lógica de distinção. Para Veblen, as classes superiores desenvolvem uma aversão simbólica ao trabalho e valorizam o consumo como sinal de tempo livre e status; para Bourdieu, o gosto e o estilo de vida são instrumentos de diferenciação, que mantêm as fronteiras entre os grupos sociais. Assim, entre a elite tradicional e os “emergentes” do *Café Society*, o que está em jogo não é apenas o poder econômico, mas o monopólio do reconhecimento: o direito de definir o que é, afinal, “bom gosto” e “verdadeira elegância”.

Ainda assim, a autobiografia de Sued na revista *O Cruzeiro* (10 out. 1964, p. 73, n. 00000, Hemeroteca Digital) também revela a ambiguidade constitutiva do seu colunismo: ao mesmo tempo em que se coloca como um cronista fascinado pela

⁹⁰ Veblen (1965 [1899]) argumenta que a chamada emulação pecuniária, isto é, o desejo de imitar ou aproximar-se das classes sociais superiores, associada ao consumo e ao ócio ostensivo, compõe um cenário no qual os grupos sociais de posição inferior buscam ascender e se diferenciar. Já as elites, por sua vez, preservam seus sinais de prestígio e distinção por meio da posse de bens e da forma como administram seu tempo livre. Assim, para causar boa impressão diante dos outros e reafirmar a própria posição, a demonstração de poder econômico precisava materializar-se em símbolos facilmente reconhecíveis e legíveis socialmente (Veblen, 1965 [1899]). Dessa maneira, o consumo passa a ter um valor que ultrapassa a utilidade do objeto: ele funciona como um meio de exibir riqueza e status, pois “(...) consome-se menos o objeto em si do que o estatuto social que ele confere a seu proprietário.” (Lipovetsky; Roux, 2005, p. 117).

⁹¹ Com o aumento das diferenciações sociais e a ampliação dos círculos de convivência, o consumo passa a ocupar um papel central como forma de afirmação de status, superando o ócio como meio de demonstração de decência e distinção. Quando os indivíduos se veem constantemente expostos à observação pública, numa dinâmica em que a reputação social passa a ser julgada não pelo trabalho ou pela origem, mas pela exibição visível de bens e de sinais de educação, elementos que funcionam como marcadores de posição e prestígio. Como afirma o autor, “(...) a fim de impressionar esses observadores efêmeros, e a fim de manter a satisfação própria em face da observação deles, a marca da força pecuniária deve ser gravada em características que mesmo correndo se possa ler. (...)” (Veblen, 1965 [1899], p. 42-43, grifo nosso).

sofisticação, ele se declara um “homem do povo”, que ascende graças ao esforço pessoal. O próprio título “Do SAPS ao International-Set” reforça essa tensão simbólica: o SAPS (Serviço de Alimentação da Previdência Social), refeitório popular onde o autor costumava almoçar por mil e quinhentos réis, serve como metáfora de origem humilde contraposta ao universo cosmopolita do *Café Society*.

Nas páginas de *O Cruzeiro*, Sued passaria a assinar também reportagens especiais, entre as quais “*Brigitte – a mulher de trinta anos*”, com citação a Honoré de Balzac, “*Hostesses e salões do Rio*” e “*As deslumbradas*” (*O Cruzeiro*, 1965, n. 14), textos que combinavam observação social e comentário moralizante. No entanto, foi apenas na edição nº 17, de 30 de janeiro de 1965, que ele estrearia sua própria coluna fixa, intitulada “Smart Set”, publicada em duas páginas e dedicada a registrar os principais acontecimentos da elite carioca. Sua primeira nota destacava o casamento de Vera Maria Flexa Ribeiro e Sebastião Lacerda, filho do então governador Carlos Lacerda, na Igreja de São Francisco de Paula, reafirmando a relação entre o colunismo e o poder político.

A passagem de Ibrahim Sued pela revista *O Cruzeiro* foi breve, durando apenas alguns meses, mas suficiente para reafirmar os traços mais característicos de seu estilo. Nesse curto período, o colunista consolidou um vocabulário próprio, composto por gírias, estrangeirismos e expressões que se tornaram amplamente reconhecidas pelo público. Suas notas combinavam humor e ironia com a descrição minuciosa da vida social, traduzindo o universo da alta sociedade com uma linguagem acessível, moderna e cosmopolita. Em 1965, suas colunas já revelavam essa mistura singular de leveza narrativa e olhar social aguçado, como se observa nos exemplos a seguir:

O ACONTECIMENTO “**vip**” desta semana em São Paulo foi em Guarujá, quando o “**smart-set**” paulista se reuniu num baile “**GP**” do fechado clube Samambaia, que vai marcando uma tradição com a realização do seu baile anual — e o terceiro desse nôvo e elegante clube — que marca a abertura elegante da temporada de Guarujá. Tôdas as mulheres chiques compareceram, e “**deslumbradas**” e “**cintilantes**” exibiram lindos vestidos decotados, na festa do clube presidido pelo Sr. Luís Eduardo Campello... (*O Cruzeiro*, 13 fev. 1965, ed. 00019, Hemeroteca Digital, **grifo nosso**).

Aviso aos **caixas-altas**: Preço do ingresso no Municipal: cinquenta cabrais. Preço do baile do Copacabana Palace

no sábado de car-naval: cinqüenta cabrais. Este ano, o baile do Copa reviverá uma velha tradição, que acabou quando acabou o jôgo: realizará seu baile em todos os salões, isto é, além dos quatro da Avenida Copacabana, o do lado que dá para a piscina e os três salões da Avenida Atlântica. **Bolas azuis e brancas!** (*O Cruzeiro*, 20 fev. 1965, ed. 00020, Hemeroteca Digital, **grifo nosso**).

E, por falar em Buckingham Palace: a Rainha Elizabeth acabou com uma velha tradição — não se realizará mais o famoso baile das debutantes, quando as "**debs**" eram apresentadas à Rainha em baile soleníssimo, um dos mais belos acontecimentos da capital britânica. (*O Cruzeiro*, 1965, ed. 00020, Hemeroteca Digital, **grifo nosso**)

A nota de 13 de fevereiro de 1965 já evidencia o repertório linguístico característico de Ibrahim Sued: termos como "VIP", smart set e GP (gravata preta), além de adjetivos como deslumbradas e cintilantes, compõem um vocabulário próprio que traduzia o glamour e a ostentação dos grupos das elites. Em "Aviso aos caixas-altas", a expressão é usada de forma espirituosa para se referir aos ricos (aqueles com condições de pagar os altos preços dos bailes carnavalescos), demonstrando o tom irônico e bem-humorado que marcava sua escrita. Nessa mesma nota, a menção às "bolas azuis e brancas" também não é casual: trata-se de um código de aprovação, uma espécie de gíria do próprio colunista, que utilizava as cores das "bolas" (pretas, brancas, azuis) como sinais de juízo social (aprovação, reprovação ou destaque dentro do seu vocabulário particular). Já o uso de "debs" (abreviação de debutantes), na nota sobre o fim do tradicional baile da Rainha Elizabeth, reforça o traço cosmopolita de seu texto, em que referências internacionais se mesclam naturalmente às notícias da sociedade brasileira.

Desse modo, Ibrahim Sued consolidou um estilo que unia elegância, irreverência e uma sintaxe própria, transformando a coluna social brasileira daquela época em um retrato de linguagem da distinção. Podemos exemplificar essa linguagem particular a partir das expressões "deslumbradas" e "cintilantes", frequentemente utilizadas por ele para se referir às mulheres mais elegantes e exuberantes da alta sociedade. Em uma reportagem publicada posteriormente na mesma revista, na edição de 9 de janeiro de 1965, Ibrahim Sued descreve parte da dinâmica do *Café Society* carioca, utilizando essas figuras como representações de

dois modelos de mulheres. A “cintilante” encarnaria a elegância legítima e o prestígio já consolidado, enquanto a “deslumbrada” figura como o espelho ansioso desse universo, movida pela necessidade de ser vista e reconhecida.

A deslumbrada é uma mulher de exclamações. Para ela, a vida é toda de ‘uh!’, ‘oh!’, ‘lindo!’, ‘genial!’ etc. (...) A deslumbrada foi convidada para um coquetel. E ela nunca recusará o convite! Nunca! O coquetel é para a *deslumbrada* assim como a bengala para o cego: UTILÍSSIMO, É no coquetel que ela tem as suas maiores oportunidades de usar as exclamações, fazer badalações e mostrar ao mundo a quantidade de pessoas que a conhece. Recentemente, observei uma das muitas *deslumbradas* do "café-society" carioca. Após cumprimentar os anfitriões, saiu pela sala a distribuir beijinhos para quase todas as senhoras presentes, e a esticar a mão para os cavalheiros, para ser beijada. E ria o melhor sorriso de sua felicidade. O triste da estória foram os comentários da maioria... Sua aparição no "society" é coisa de difícil explicação. Geralmente é forçada pelos \$\$\$\$ de seu marido "nouveau riche", dinheiro este às vezes ganha em negociações a curto prazo, em conchavos com administrações federais ou municipais. Inicialmente, ela aparece em lugares onde o dinheiro lhe dá acesso, freqüentado pelas figuras "VIP". Após algumas incursões nesses lugares, fazendo um pequeno número de amigos, começa a fazer convites para jantares "en petit-comité", trocando os grupos, alargando seu círculo até chegar às pessoas que realmente lhe interessam, ou melhor, às que major destaque têm dentro da sociedade... (*O Cruzeiro*, jan. 1965, p. 103, ed. 00014, Hemeroteca Digital).

Essa encenação do status e da respeitabilidade social aproxima-se da noção de “fachada” proposta por Erving Goffman (1959), para quem o indivíduo, ao atuar diante de um público, organiza cuidadosamente sua aparência e conduta a fim de sustentar uma determinada definição de si. A “deslumbrada”, nesse sentido, vive em permanente performance: seu vestuário, suas exclamações e gestos são voltados a comunicar pertencimento e distinção. Em contraste, a “cintilante” representa a mulher que não necessita representar-se, sendo sua posição já legitimada, dispensando o espetáculo.

Ainda assim, tamanho era o sucesso de Sued que ele era garoto-propaganda de diversos produtos que eram veiculados nos próprios periódicos em que escrevia. Um dos exemplos é o anúncio da camisa “Vip Marajó”, que também expressava o sucesso do colunista em diversos jornais e revistas pelo Brasil, como *Diário da*

Noite em São Paulo, *Gazeta de Notícias* no Ceará, *Jornal da Bahia* na Bahia, *Jornal do Comércio* em Pernambuco e *A Crítica* no Amazonas:

Figura 8: Anúncio da camisa “Vip Maranjó” com Ibrahim Sued

Crônica de IBRAHIM SUED começa com *VIP**

Leio Ibrahim Sued nas seguintes jornais:

- SP - JORNAL DE NOTÍCIAS
- CEARÁ - JORNAL DO COMÉRCIO
- BAHIA - JORNAL DA BAHIA
- PERNAMBUCO - JORNAL DO COMÉRCIO
- AMAZONAS - A CRÍTICA

***VIP Maranjó** é a camisa imperável, em Tecido **POLYSTAR®** (Polyester 65% - Algodão Seridô 35%)

Indefornável, ventilada — é só lavar, pendurar e... stop! Não precisa passar!

As crônicas do famoso jornalista Ibrahim Sued são sempre palpitantes, porque ele está por dentro dos acontecimentos. Ele não pode perder tempo. E não pode esquecer a elegância. Por isso ele confia em *VIP Maranjó* - a camisa que está sempre impecável, como se tivesse sido passada naquele instante.

VIP Maranjó

Um produto de Confecções MARAJÓ S/A.

© ENDESA, S. A. - 1964

Fonte: O Cruzeiro (8 ago, 1964, p. 18)

Já o início da carreira de Zózimo Barroso do Amaral como colunista social ocorreu em um momento de transição e renovação do gênero no jornalismo brasileiro. De acordo com *Enquanto houver champagne, há esperança* (Santos, 2016), o jornal *O Globo* decidiu, em 20 de maio de 1963, criar uma coluna voltada para o universo da sociedade carioca. Sob o título Reportagem Social, expressão cunhada originalmente por Ibrahim Sued, a seção passou a ser assinada por “Carlos

Swann”, pseudônimo inspirado no personagem de Marcel Proust, em *Em busca do tempo perdido*. A referência literária indicava uma tentativa de conferir distinção cultural ao espaço, que pretendia tratar do “mundo dos chicos” com certa sofisticação.

O primeiro responsável pela coluna foi Álvaro Americano, conhecido pela *Botica Carioca* e por seu trânsito em círculos intelectuais. Apesar da formação sólida e da elegância pessoal, o jornalista não possuía a leveza narrativa nem o humor que marcavam as colunas de Ibrahim Sued ou Jacinto de Thormes, os quais cunharam tais características essenciais para o gênero social na década de 1960. O texto, embora correto, carecia da vivacidade e da “bossa” que o público esperava.

Após cerca de um ano e meio à frente da Reportagem Social, Álvaro Americano passou a contar com o auxílio de um jovem repórter de apenas 23 anos: Zózimo Barroso do Amaral. Na época, Zózimo já trabalhava na editoria de Assuntos da Cidade, mas seu perfil destoava do jornalismo cotidiano. De fala baixa, modos educados e aparência sempre impecável, vestindo ternos de alfaiataria, ele se destacava por circular com naturalidade entre diferentes grupos e por demonstrar entusiasmo com o convívio social, traços que, segundo Santos (2016), o faziam parecer “alguém de elite”⁹².

Em 1965, o então governador da Guanabara Negrão de Lima convidou Álvaro Americano, seu antigo redator de discursos, para assumir a Secretaria de Administração. Com sua saída, Zózimo foi naturalmente escolhido para sucedê-lo na coluna, assumindo-a de forma definitiva. Por decisão de Roberto Marinho e Augusto Schmidt, a coluna manteve o pseudônimo “Carlos Swann”, o que garantiu continuidade e familiaridade ao leitorado. (Santos, 2016)

Aos 24 anos, recém-casado e em plena ascensão profissional, Zózimo vivia uma de suas melhores fases. Sua entrada coincidiu com uma tendência internacional de rejuvenescimento das páginas sociais, que buscavam se aproximar de uma

⁹² Conforme mencionamos no capítulo anterior, sua familiaridade com o universo da alta sociedade vinha de berço: o pai, figura conhecida na cidade, mantinha amizades no mesmo círculo que Zózimo herdaria. Assim, o jovem repórter se sentia mais à vontade entre recepções, jantares e eventos do que cobrindo notícias sobre o calor que matava o urso do zoológico. (Santos, 2016)

linguagem mais leve, moderna e sintonizada com o frescor da juventude, movimento que o jornalista incorporaria com naturalidade.

A novidade era supremacia da juventude como novo ideal de existir. Se antes todos queriam ser maduros e experientes (“envelheçam “, sugeria Nelson Rodrigues aos menores de vinte e cinco), a moda era a obediência à revolta jovem. Ser sensato e sábio não tinha levado a nada, só a guerras — chegaram à hora de tentar outra abordagem. Os homens estavam cabeludos, como se fossem roqueiros. As mulheres botavam as asinhas e mais as pernas de fora, liberadas pela pílula anticoncepcional. Era hora de as colunas sociais avançarem também, seguirem a tendência internacional de tudo aparecer com frescor jovem, e Zózimo, com a vida pessoal resolvida, arregaçava as mangas para colocar nas páginas um Carlos Swann mais cabeludo — e fazer a sua parte na revolução pop da década de 1960. (SANTOS, 2016, p. 114)

Desse modo, Zózimo ficou encarregado de fazer com que a coluna acompanhasse a nova faceta da cidade, que, naquele momento, se reinventava. Uma velha guarda deixava o poder enquanto outra ascendia. Um símbolo dessa transformação foi a venda da boate *Sacha's*, tradicional ponto de encontro da elite carioca, ao mesmo tempo em que, em Copacabana, o *Le Bateau* passava a se habituar com uma nova frequência, mais sofisticada e moderna. (Santos, 2016)

Entretanto, havia um paradoxo mais profundo. Enquanto o cenário internacional era marcado pela revolução jovem e pela efervescência cultural, o Brasil vivia sob o regime da ditadura militar. O risco, segundo Santos (2016), não era apenas o de ser preso ou censurado, mas o de sofrer sanções no campo profissional. A tensão entre liberdade e autocontrole tornava-se uma questão central: como ser um colunista social elegante em um tempo politicamente sombrio? Zózimo observava que, embora um grupo concentrasse o poder político e econômico, faltavam-lhe justamente os modos e códigos de comportamento social que tradicionalmente definiam a elegância.

A mudança da capital do país para Brasília, em meados da década de 1960, agravou um deslocamento simbólico na elite carioca, refletindo-se tanto na circulação política quanto nos hábitos sociais da cidade (Santos, 2016). Ainda que essa transição tenha alterado a centralidade do poder, em 1966 era possível perceber que o glamour do Rio de Janeiro não desaparecera por completo. Como Zózimo

registrou, havia mulheres cujos modos não correspondiam às expectativas tradicionais do *high society*, revelando uma tensão entre a preservação de normas de elegância e a emergência de comportamentos mais libertos e contemporâneos:

UMA conhecida, simpática e elegante senhora da nossa sociedade não perde tempo em querer mostrar erudição sempre que a oportunidade se apresenta. Talvez porque lhe falte um pouco mais de verniz ou mesmo porque o entusiasmo do momento lhe impeça de pensar duas vezes, o fato é que sua presença numa roda é quase sempre a garantia de deliciosos momentos de diversão para os presentes. Ainda outro dia, em meio a um jantar, voluntariosa e determinada, dizia a nossa personagem com irritação, referindo-se a si própria: "Eu não sou de brincadeira. Comigo é pain, pain, fromage, fromage!... MELHOR do que esta só uma outra, dita num arroubo de auto-suficiência: *Eu vivo de minhas dentelles... Ou, ainda, explodindo numa gargalhada, depois de uma picante anedota magistralmente contada por alguém: "Ça, c'est de mort!" Verdadeiras joias de afetação (mal sucedidas), suas "tiradas" correm os salões à espera de alguém com espírito e paciência suficientes para compilá-las e publica-las num livro que, temos certeza, faria um grande sucesso. ("Deslumbrada Poliglota", *O Globo*, 25 de mai. 1966, Acervo Digital)

Entretanto, o cenário não impedia que práticas refinadas continuassem a se manifestar. Certas formas de conhecimento do convívio e de organização das recepções, em que os hábitos como a arte de receber, a disposição dos convidados, a escolha de cardápios e trajes, funcionariam como mecanismos de distinção e transmissão de "capital cultural" (Bourdieu, 2007 [1979]). Dessa forma, as recepções nas casas de figuras notáveis e eventos públicos sofisticados não apenas reafirmavam a posição social de seus anfitriões, mas também ensinavam aos novos participantes os códigos de comportamento, etiqueta e distinção próprios do *high society*:

UM grupo muito elegante da sociedade se reuniu anteontem na belíssima residência da Praia do Flamengo da Sra. Ruth de Oliveira para comemorar o seu aniversário e o da Sra. Maria Cecília Fontes, que estava, como sempre, muito bem. Muito champagne e muitos elogios à pinacoteca de artistas brasileiros da anfitriã, que é realmente excelente. ENTRE os inúmeros presentes, os casais Mariano Marcondes Ferraz, Paulo Antunes Ribeiro. Eduardo Guinle Filho, as Sras. Sarita Bocaiúva, Maria Luiza Sertório e Sarah Liberal e Helô Veiga, os Srs. Mario de Oliveira e Marcelo Castelo Branco e os pintores Carlos Scliar e

Ernesto Lacerda. (“Jantar de Aniversário”, *O Globo*, 26 mai. 1966, Acervo Digital)

Dessa forma, mesmo diante das transformações urbanas e políticas, permanece claro que o Rio de Janeiro continuava a sustentar sua tradição de sofisticação e transmissão de códigos dentro do *Café Society* para seus pares. As casas de figuras notáveis seguiam como espaços de distinção e as recepções mantinham-se como palco de visibilidade social, permitindo que a elite conservasse símbolos de prestígio e refinamento, ao mesmo tempo em que novas gerações e comportamentos emergiam no cenário social da cidade. Esses hábitos reforçavam a continuidade cultural entre diferentes gerações, garantindo que a arte de receber e o saber conviver permanecessem como marcas desse grupo, mesmo com as mudanças estruturais impostas pela transferência da capital para Brasília.

Ainda assim, o colunista, discretamente, passou a inserir novas particularidades em cena, experimentando formatos e descrições mais vivas. Aos poucos, o estilo solene de Álvaro Americano foi sendo substituído por um tom mais moderno, crítico e bem-humorado. Sua coluna manteve o olhar atento sobre a alta sociedade e seus hábitos, mas começou a adotar um registro mais flexível: notas sociais conviviam com breves comentários políticos e menções à vida pública sob a República Militar.

Um exemplo claro dessa sutileza pode ser observado já nas primeiras colunas assinadas sob o pseudônimo Carlos Swann, após Zózimo assumir definitivamente a Reportagem Social. No dia 5 de janeiro de 1966, ele publicou a nota intitulada “Bolo Intocável...”, em que relatava, com aparente ingenuidade, um episódio ocorrido durante a visita do presidente Castelo Branco ao Ceará. Na nota, descreve-se um bolo em forma de castelo e branco que, enfeitado com a bandeira nacional, acabou não sendo cortado. A cena, embora pitoresca, é atravessada por um humor sutil: ao transformar o episódio em anedota, Zózimo insinua uma crítica à rigidez e à intocabilidade simbólica do poder durante o regime militar.

A “Reportagem Social” pode contar mais um episódio pitoresco, ocorrido durante a recente viagem do Presidente Castelo Branco ao Ceará. A hospitalidade da população de Sobral não podia ter sido mais carinhosa. Entre as homenagens, foi feito um bôlo representando... um castelo. Coberto com açúcar e clara de ovo, o bôlo era branco, naturalmente... E ainda por cima, espetaram

no mesmo uma bandeira nacional. Resultado: ninguém se animou a cortar o bolo, que permaneceu intocável...”. (“Bolo Intocável”, *O Globo*, 5. Jan. 1966, Acervo Digital)

Esse tipo de registro, leve e aparentemente inofensivo, exemplifica o equilíbrio que o colunista precisou construir em tempos de censura: a habilidade de comentar o poder sem afrontá-lo diretamente, de inserir ironia e leitura social sob o disfarce do humor cotidiano. O “bolo branco e intocável”, assim, não é apenas um episódio curioso, mas uma metáfora do período, uma imagem que traduz o clima de reverência e de medo que marcava as relações entre sociedade e política naqueles anos.

Se tal nota revelava o uso sutil da ironia para comentar o poder sem afrontá-lo, a publicação de 24 de maio de 1966, intitulada “O caminho que nos convém”, mostra outra faceta do início da trajetória de Zózimo: a de um jovem colunista que ainda calibrava seu tom diante das pressões políticas do período. Na ocasião, a “Reportagem Social” publicou uma breve nota de aplauso ao presidente Castelo Branco, elogiando suas declarações em defesa da soberania nacional e criticando políticos estrangeiros. Entre eles estavam um dos irmãos Kennedy, que denunciavam a situação autoritária do Brasil.

APLAUSOS ao Presidente Castelo Branco pelas suas palavras de anteontem, no Maranhão, contrárias às más interpretações de alguns políticos estrangeiros sobre a situação brasileira. Ignorantes de nossa realidade e falando mais para seus próprios eleitores do que para o mundo, esses políticos insistem em apresentar o Brasil como sendo uma ditadura. Um dos Kennedy, inclusive - (campeão de demagogia) -, prestou-se a este papel. Disse-lhes o Presidente que os caminhos que nos convêm são escolhidos por nós e ninguém tem nada com isto. O curioso é que nessas horas os "melancias" e falsos nacionalistas se alegrem com a interferência dos políticos estrangeiros em nossos assuntos internos, esquecendo de falar em nossa soberania... (“O caminho que nos convém”, *O Globo*, 24 mai. 1966, Acervo Digital)

Aparentemente, o texto reitera o discurso oficial do regime, exaltando a autonomia do país e classificando como “demagogia” as críticas internacionais. No entanto, ao fazer isso dentro de uma coluna social (espaço tradicionalmente voltado à vida mundana, às festas e aos costumes), Zózimo revela o quanto a política havia se infiltrado nas páginas da sociedade. A “Reportagem Social” deixava de ser

apenas um inventário de elegâncias para se tornar também um espelho do tempo, onde o colunista precisava conciliar a leveza do gênero com a vigilância ideológica do período.

Mais do que uma tomada de posição, essa nota mostra um movimento tático de adaptação: Zózimo escrevia sob a supervisão de um jornal alinhado ao governo e ainda construía sua credibilidade. Ao assumir um tom nacionalista, ele mantinha sua coluna protegida de possíveis acusações de subversão e garantia espaço para, aos poucos, introduzir o humor, a ironia e a observação crítica que marcariam sua escrita posterior.

Poucos meses depois de elogiar o discurso presidencial sobre soberania nacional, o jornalista publicou, em 4 de agosto de 1966, a nota “Dois Pesos”, que marcou uma inflexão no tom de sua coluna. Nela, o colunista saía do terreno das festas e das notas protocolares para comentar abertamente um tema cultural: a censura ao teatro. De forma direta, criticava as “violências” contra a peça “Terror e Misérias do III Reich”, de Bertolt Brecht, destacando a incoerência entre o corte de expressões consideradas “palavrões” e a permissão das mesmas em “Quem tem medo de Virginia Woolf?”, de Edward Albee. A crítica, embora formulada em tom ponderado, denunciava o critério arbitrário da censura e defendia a integridade da obra de arte.

A CLASSE teatral tem tôda razão de estar revoltada contra as violências que a censura federal vem cometendo contra textos de peças atualmente em cartaz. Afinal de contas, o corte puro e simples de termos considerados palavrões da peça "Terror e Misérias do III Reich" não obedece a critério algum, pois o mesmo não aconteceu com o texto de "Quem Tem Mêdo de Virginia Woolf?", que foi à cena com todos os seus palavrões. Por que os personagens de Albee podem xingar-se aos palavrões e as vítimas do nazismo, de Brecht, não podem desabafar nos mesmos termos? Se a censura julga o texto da peça inconveniente, está nas suas mãos proibi-la para menores, mas nunca mutilar a obra de arte, desrespeitando a intenção do autor. (“Dois Pesos”, *O Globo*, 4 ago. 1966, Acervo Digital)

Esse movimento é fundamental para entender a consolidação da voz de Zózimo. Ele começa a utilizar o espaço da coluna, tradicionalmente reservado à sociabilidade e ao comportamento, como um lugar de debate sobre a cultura e, indiretamente, sobre a política.

Após criticar a censura ao teatro brasileiro, Zózimo voltou seu olhar para o modo como o país começava a ser visto no exterior. A nota publicada em 10 de novembro de 1966, intitulada “*Harper’s Rides Again*”, revela a contradição entre o controle interno da expressão cultural e o fascínio internacional pelo Brasil. O colunista noticia que a revista *Harper’s Bazaar* preparava uma ampla reportagem sobre os “sucessos artísticos” brasileiros, destacando nomes como Maria Esther Bueno, Nara Leão, João Gilberto, Chico Buarque e Luiz Jasmin.

O “Harper’s Bazaar”, de Nova York, parece estar cada vez mais encantado com as coisas do Brasil: já acianou seus redatores para uma ampla reportagem sobre os “sucessos artísticos” brasileiros. Maria Ester Bueno, Nara Leão, João Gilberto, Chico Buarque de Holanda e Luis Jasmim serão os nomes focalizados pela famosa revista. Para o número de dezembro, que mais um pouco seria dedicado exclusivamente ao Brasil, já está preparada uma outra reportagem sobre modelos americanos, tendo Brasília como “décor.” (“Harper’s Rides Again”, *O Globo*, 10 no. 1966, Acervo Digital)

O texto parece simples, mas carrega uma ironia implícita: enquanto a censura federal mutilava peças de Brecht nos palcos cariocas, revistas estrangeiras celebravam a vitalidade artística e a modernidade cultural do país. A escolha de Brasília como cenário para a próxima edição da *Harper’s Bazaar* reforçava essa ambiguidade. Como símbolo do projeto de modernização arquitetônica e política do regime, a capital aparecia como “décor” de uma moda exportável.

Dessa forma, Zózimo mostrava-se atento à dupla imagem do Brasil nos anos 1960: um país que reprimia sua liberdade criativa, mas exportava uma estética de modernidade e sucesso. A nota, portanto, dialoga diretamente com as anteriores (do bolo intocável à censura teatral), compondo um retrato de um colunista que aprendia a traduzir as tensões políticas do país através das pequenas notícias da vida social, cultural e internacional.

Ainda assim, foi numa terça-feira, 4 de fevereiro de 1969, que estreava Zózimo com uma coluna própria no segundo caderno do lendário *Jornal do Brasil*. A notícia estampava um dos espaços da primeira capa daquela edição, com a manchete “Caderno B sai hoje com duas novas atrações”, citando não apenas a coluna do jornalista recém-chegado do *O Globo*, mas também anunciando a nova

seção *Mulher*, de Léa Maria. No texto de apresentação⁹³, lia-se que Zózimo traria ao jornal a experiência adquirida como responsável pela coluna de Carlos Swann no *O Globo* desde 8 de junho de 1965⁹⁴. À época, com 27 anos e cinco de jornalismo, fazia questão de esclarecer que não era colunista social mas que, sob a sua assinatura, iria abordar assuntos diversificados da cidade.

Na página 3 do *Caderno B*, aparecia sua primeira coluna. Havia nove notas com títulos, dez notas no estilo “sincopadas” e um texto em destaque, que foi mais um desabafo crítico do que uma fofoca sobre personalidades da elite. Sob o título “Obras e árvores”, Zózimo criticava a derrubada de árvores centenárias em virtude de obras públicas no Rio de Janeiro, então com cerca de quatro milhões de habitantes. Outra nota mencionava o sucesso da nova pedra semipreciosa nas vitrines da grife *Tiffany*, em Nova York: a tanzanita, semelhante à safira, mas de coloração variável, descoberta em 1967 na África Oriental e apresentada ao grande público nova-iorquino no inverno de 1968.

⁹³ “(...) Estas duas modificações - que visam, no interesse do leitor, a dar ainda maior dinamismo ao JORNAL DO BRASIL, implicarão pequenas mudanças na apresentação gráfica do *Caderno B*, que entretanto manterá todos os seus serviços habituais. Zózimo Barroso do Amaral traz para o JB a experiência que adquiriu como responsável pela coluna de Carlos Swann em *O Globo*, desde 8 de junho de 1965. É um jovem de 27 anos com cinco de jornalismo. Faz questão de esclarecer que não é colunista social e que sob sua assinatura o leitor encontrará noticiário diversificado, voltado para a vida da cidade.(...)” (*Jornal do Brasil*, 00255, p. 1, 4 fev. 1969, ed. 00255, Hemeroteca Digital).

⁹⁴ Tal informação sobre a data de início de trabalho de Zózimo na coluna Carlos Swann em *O Globo* confronta aquela que encontramos na biografia feita por Santos (2016), uma vez que, em vários capítulos da obra, encontramos que o jornalista teria começado a atuar naquele periódico em novembro de 1965, e não em junho desse ano, como conta na capa do *Jornal do Brasil*, supracitado anteriormente. Ainda assim, Paiva e Sodré indicam que Zózimo teria iniciado sua atuação no *Jornal do Brasil* em 1968. Contudo, tal informação não corresponde ao que se observa na reportagem supracitada, que aponta o início de sua atuação em junho daquele ano. Diante dessa divergência, reconhece-se uma imprecisão nas datas apresentadas pelos autores, optando-se, neste estudo, por adotar como referência a informação veiculada na própria reportagem, por se tratar de uma fonte primária e, portanto, mais verídica.

Figura 9: Estreia da coluna Zózimo no Jornal do Brasil



Fonte: Jornal do Brasil

Outra nota, escolhida para análise nesta pesquisa, tinha viés político internacional. Sob o título “Nixon viajará”, dizia:

Rumores persistentes na alta diplomacia internacional de que o Presidente Nixon fará uma demorada viagem à Europa Ocidental na primavera, antes da conferência de cúpula com Kossyguin (se este reaparecer, é óbvio). Já estaria assentado, em princípio, que Nixon visitaria Londres, Paris, Roma e Bruxelas e, provavelmente, Hala, pois o Governo holandês, alertado pelos rumores, reivindicou, também, a visita presidencial. (“Nixon Viajará, *Jornal do Brasil*, 4 fev. 1966, ed. 00255, Hemeroteca Digital)

Ainda assim, também era uma característica de Zózimo Barroso do Amaral complementar uma nota à outra, criando uma sequência de observações que, quando reunidas, formavam uma reflexão mais ampla, sendo esse um recurso que já aparecia em colunas anteriores, como as de Ibrahim Sued. Importante notar que a informação objetiva se desdobrava em comentários, bastidores e observações de tom quase íntimo. No exemplo em que anuncia a presença de Picasso e de Siqueiros

na Bienal de São Paulo, o colunista não se limita ao registro factual: intercala dados sobre as exposições com pequenas anedotas do meio social, como o entusiasmo de Agostinho Olavo após o telefonema do artista mexicano. Essa combinação de notícia, crítica e sociabilidade mostra como Zózimo articulava o circuito cultural e o mundo mundano em um mesmo espaço de escrita, transformando a coluna em um ponto de encontro entre informação e convivência.

Confirmada a montagem de uma Sala Picasso na próxima Bienal de São Paulo, com a exposição de óleos, desenhos e esculturas do grande pintor.

Anuncia-se, também, que o México mandará para a Bienal uma grande exposição de arte pré-colombiana, com peças originais, o que é raro, pois o comum é figurarem em exposições no gênero, fora do país, reproduções. Só falta acertar o montante do seguro. O mexicano Siqueiros confirmou a Agostinho Olavo por telefone que mandará obras suas para a Bienal. Agostinho, em transe com o telefonema, não falava em outra coisa na quinta-feira em casa de Carlos Perry. (*Jornal do Brasil*, 27 abr. 1969, ed. 00017, Hemeroteca Digital)

Em outro registro, nota-se que Zózimo preferia um tom mais objetivo e direto em suas observações cotidianas. A nota intitulada “*Esforço*”, publicada em junho de 1969, exemplifica bem essa característica. Nela, o colunista comenta as melhorias no atendimento da Alfândega do aeroporto do Galeão, reconhecendo o empenho dos funcionários em receber melhor os turistas que chegavam ao país. A escrita, seca e factual, distancia-se do lirismo e das metáforas que caracterizavam as críticas de Jacinto de Thormes, cujo texto se aproximava mais de uma crônica social elegante e literária.

Apesar das deficiências e das falhas apontadas por todos os que chegam de viagem, é justo assinalar que, pelo menos no que toca à Alfandega, a recepção no Galeão tem melhorado consideravelmente. Nota-se um esforço da maioria dos funcionários (embora alguns, poucos, ainda teimem em tratar os turistas como se fossem bandidos) em apagar a má impressão de outras épocas, atendendo os visitantes com gentileza e consideração. // A opinião não é isolada, mas de várias pessoas com quem tenho conversado, sendo por isso mesmo, da maior justiça o registro. (“*Esforço*”, *Jornal do Brasil*, 7 jun. 1969, Hemeroteca Digital)

Fechando o ano de 1969, Zózimo também explorava o lado mais cotidiano e espirituoso de sua escrita, equilibrando o olhar crítico com pequenas anedotas urbanas. Na nota intitulada “Espírito de Natal”, por exemplo, ele relata um incidente envolvendo o diplomata Sérgio Luís Portela de Aguiar, que teve o carro danificado durante o feriado, e comenta:

Paz na Terra aos homens de boa vontade: para o diplomata Sérgio Luís Portela de Aguiar trata-se apenas de mais uma frase. O espírito do Natal decididamente não caiu sobre êle. Afinal de contas, quebrar a pauladas todos os vidros de um automóvel que inadvertidamente ficara estacionado à porta do Cine Veneza no dia de Natal, atrapalhando-lhe a manobra, tem muito pouco a ver com a doçura e a compreensão que costuma dominar o espírito dos homens numa época como esta... (“Espírito de Natal”, *Jornal do Brasil*, ed. 00226, Hemeroteca Digital)

A partir dessa nota, percebe-se que, além de abordar política, cultura e cotidiano urbano, Zózimo também sabia recorrer ao humor e à ironia para comentar comportamentos sociais. Essa leveza de tom, combinada ao registro direto e observador, reforça a natureza plural de sua coluna: um espaço onde conviviam crítica, sociabilidade e o retrato cotidiano da cidade. Esse modelo de escrita consolidou-se e permaneceu em sua produção diária por muitos anos, acompanhando as transformações do jornalismo e da própria sociedade brasileira. Ainda assim, podemos citar:

Além da parte artística, que alternou o belo e o sofrível; o recente festival de cinema, veio mostrar mais uma vez que a brasileira de um modo geral continua importando moda européia, adaptando-a com um certo exagero e mau gosto. Some-se a isto a falta de sensibilidade na escolha do traje apropriado para determinadas ocasiões. Nos acontecimentos de gala, então, a comparação entre estrangeiras e nativas é simplesmente constrangedora.

Realmente, não se explica mais o fato de não têmos. uma moda nossa, condizente com o clima e o tipo da brasileira. Os costureiros, por seu turno, também têm a sua parcela de culpa, pois não conseguem libertar-se da influência de Paris e Roma. O curioso é que recusam a moda inglesa, por ser mais popular, embora esta, por ironia, seja a que melhor combine com nosso país. Muito mais com o nosso, aliás, do que com o deles.

O tão famoso algodão, próprio para o clima brasileiro e sobretudo carioca, continua a ser mal explorado, vale dizer mal fabricado.

Os africanos, com suas estamparias artesanais, já conseguiram conquistar o mercado mundial. Nada mais chique, em qualquer recepção europeia, que uma robe longue de tecido africano, que lá é vendido baratíssimo, ou então comprado, mais barato ainda, nos mercados das capitais africanas.

Paris lançou e conseguiu fazer aceita a moda das pantalonas, para todas as horas. São terninhos, combinaisons, ou pantalonas usados com blusas ou túnicas, nos tecidos mais diversos, condizendo com o local aonde se vai e com a hora.

Roma está mais clássica. E a Inglaterra ficou louca. Enquanto isto, no Brasil, o que se vê é a mistura das três tendências, quando seria muito mais racional é lógico se aproveitássemos nossos próprios recursos. Mesmo porque eles existem. (“Moda”, *Jornal do Brasil*, 3 abr. 1969, ed. 00303, Hemeroteca Digital).

Nessas notas, Zózimo constrói uma crítica à dependência estética da moda brasileira em relação à Europa, transformando o espaço da crônica social em um comentário cultural. A partir da constatação de que, mesmo em meio ao prestígio de eventos artísticos, as brasileiras ainda importavam modas europeias de modo exagerado e pouco condizente com o contexto local, ele revela uma inquietação com a falta de autenticidade da elite nacional.

A inadequação entre traje, ocasião e clima é tomada como indício de uma mentalidade imitativa, que busca distinção por meio da cópia do estrangeiro, e não pela valorização de elementos próprios. Nos trechos seguintes, o colunista amplia a crítica, atribuindo responsabilidade também aos costureiros, incapazes de se libertar da influência de Paris e Roma, e ignorando alternativas mais coerentes, como a praticidade inglesa ou o potencial dos tecidos e estampas nacionais.

Ao elogiar o êxito das produções africanas e lamentar o subaproveitamento do algodão brasileiro, Zózimo desloca o debate da moda para o campo simbólico da identidade e da modernidade. Mais do que um comentário sobre vestuário, suas notas revelam o dilema de uma sociedade que aspirava à sofisticação europeia sem reconhecer o valor cultural de sua própria matéria-prima. Tratava-se de um desejo de modernização coexistindo com a persistência de uma mentalidade colonial, que via na cópia do estrangeiro o caminho para a distinção social.

Podemos assim dizer que, ao longo das décadas, é possível perceber como cada colunista social construiu uma assinatura própria dentro do gênero. Jacinto de Thormes surge como pioneiro, estabelecendo o modelo inicial do colunismo social

brasileiro: sua escrita refinada, detalhista, marcada por títulos nas notas e pela criação de neologismos, como um vocabulário próprio que conferia exclusividade e sofisticação às suas observações. Ibrahim Sued, por sua vez, consolidou o colonismo social no país trazendo uma contribuição própria: neologismos como “Bola Branca” e “Bola Preta” e a habilidade de inserir-se no *high society* apesar de vir de um ambiente mais plebeu, conquistando seu espaço por mérito e observação crítica da elite, revelando um paradoxo de admiração e discernimento da falsidade do meio.

Já nos anos 1960, Zózimo Barroso do Amaral incorporou elementos desses precursores e ao mesmo tempo inovou. Embora mantivesse uma linguagem fina, como Jacinto de Thormes, seu texto era marcado por uma língua afiada e pela observação crítica do cenário social e político do país, especialmente diante da ditadura militar e das transformações urbanas e culturais do Rio de Janeiro. As notas encadeadas, a mescla de política, cultura, comportamento e o tom direto sem perder a elegância eram suas marcas, que equilibrava erudição e sagacidade.

Um ponto de convergência entre os três colonistas é a atenção à figura feminina e à moda. Para eles, a mulher não se limitava a vestir roupas de grife ou seguir tendências europeias: ela era central para a dinâmica social, detentora de elegância, presença e capacidade de participar dos eventos sociais, como desfiles, festas de caridade e recepções. Esses eram lugares onde se aprendia e se exercitava o poder da visibilidade. Moda, etiqueta e comportamento eram, assim, instrumentos para compreender as transformações do espaço social e da própria sociedade brasileira.

Esse enfoque sobre a mulher e sua relevância nas colunas permite fazer um elo direto com as listas de fim e início de ano: enquanto Jacinto de Thormes inaugura a prática nas décadas de 1950, Ibrahim Sued a consolida em meados dessa mesma década e em 1960, refletindo os padrões e critérios de elegância de cada época. Já Zózimo, no final dos anos 1960, fecha quase três décadas de colonismo com sua própria abordagem, destacando mulheres de diferentes áreas e revelando como as concepções de elegância e de destaque social evoluíram ao longo de vinte anos. Esse percurso histórico prepara o terreno para o próximo subitem, que analisará essas listas, permitindo compreender as transformações da representação

feminina na sociedade e na mídia, bem como as nuances entre aparência, prestígio e poder social ao longo do tempo.

6.2. Mulher e Elegância: As Listas das “Dez Mais Elegantes” nos Anos 1950 e 1960

A consolidação das listas das “Dez Mais Elegantes do Brasil” marcou um dos momentos mais emblemáticos da crônica social brasileira. Jacinto de Thormes importou o modelo de outros países e transformou essas listas em um verdadeiro ritual de consagração social, no qual o gosto, o comportamento e o vestuário eram elevados à condição de símbolos de prestígio e legitimidade. Publicadas *a priori* pelo *Diário Carioca*, seguido de *Manchete* - uma das principais publicações ilustradas do país, e posteriormente, em *O Cruzeiro*, funcionavam como um espelho das hierarquias de prestígio da elite nacional, revelando não apenas quem eram as mulheres mais elegantes do Brasil, mas também quais valores estéticos e morais definiam a noção de elegância naquele contexto.

Mais do que um simples *ranking* de moda, as listas de Thormes podem ser interpretadas como um instrumento de legitimação simbólica. Ao selecionar nomes e justificar escolhas, o colunista reforçava o papel social da moda como mediadora entre aparência e posição social. Por meio dessas publicações, os periódicos ofereciam ao público uma narrativa de modernidade e refinamento, que não apenas informava sobre o “bom gosto”, mas também produzia reconhecimento público e validação cultural.

Sendo assim, no primeiro dia do ano de 1952⁹⁵ (ed. 07210), a capa do jornal *Diário Carioca* estampava “AS 10 MULHERES MAIS ELEGANTES DE 1951”. Senhoras Mello Viana, Vicente Galliez, Walther Quadros, Edgar Batista Pereira, José Willensens Júnior, Luís Nolasco, Nelson Caldeira, William Freeman, Carlos Guinle e Carlos Eduardo de Sousa Campos foram as eleitas. Ainda assim, o

⁹⁵ Não foi possível localizar o registro da primeira lista publicada no *Diário Carioca*. No entanto, com base em outros registros consultados, sabemos que a primeira vez que a lista das dez mulheres mais elegantes foi publicada foi referente ao ano de 1950. Assim, é provável que sua publicação tenha ocorrido entre o final de 1950 e o início de 1951 nas páginas desse periódico, embora o exemplar não tenha sido encontrado. Por essa razão, a análise parte da lista referente ao ano de 1951, publicada em primeiro de janeiro de 1952.

colunista confirma que consultou editores, artistas plásticos, políticos, fabricantes de tecidos e até mesmo “turistas de bom gosto” para tomar a sua decisão.

Figura 10: Capa do Diário Carioca estampando



Fonte: Diário Carioca

Interessante abordar que, pouco antes de publicar a lista referente ao ano de 1952, Thormes respondeu com ironia uma leitora na edição de 30 de dezembro 1952, ao ser questionado sobre como entrar para a lista das mais elegantes do Brasil.

Sob a aparência de um conselho bem-humorado, o colunista expõe a superficialidade dos critérios de elegância e a lógica social que a sustenta:

Estou recebendo diariamente cartas de pessoas que formulam as perguntas mais difíceis, absurdas, curiosas ou mesmo razoáveis que vocês possam imaginar. A senhora Amélia Rodrigues da cidade de Caxambu, pergunta qual a maneira mais fácil de entrar na lista das “DEZ MULHERES MAIS ELEGANTES DO BRASIL”. Resposta: compre um cachorro, arranje um marido rico, peça ao cachorro para morder o marido, se o homem ficar com raiva, mande o animal embora. Ele ficará tão contente com a solução que comprará um vestido novo, você terá (minha cara D. Amélia) que escolher um vestido elegantíssimo. Uma vez escolhido o vestido, faça o favor de caminhar bem, maquillar bem, pentear bem, falar com voz agradável, ter boas maneiras, receber com perfeição, ter boa casa e dizer coisas inteligentes. Depois disso tudo, pegue um avião e dê um pulo aqui no DIÁRIO CARIOCA, que eu lhe direi se você é uma das dez mulheres mais elegantes do Brasil(...). (*Diário Carioca*, 30 dez. 1952, p. 6, ed. 07514, Hemeroteca Digital)

No dia 1º de janeiro de 1953 (ed. 7516), estampavam na capa do *Diário Carioca* “As 10 Mulheres Mais Elegantes de 52”: as senhoras Vicente Galliez, André Mesquita, Nelson Caldeira, Jorge Guinle, Jorge Prado, William Freeman, Carlos Guinle Filho, Carlos Eduardo de Sousa Campos, Lígia Muller e senhorita Elisa Gonçalves (primeira senhorita a aparecer na lista de Thormes). Já na página 6, Jacinto explica o porquê de ter escolhido cada um dos nomes, que revelou também ter sido o “ano da mocidade”, uma vez que percebeu que “senhoras moças vieram com vontade de ficar” e que as mesmas teriam absorvido modas de Paris, o que já começaria a tomar “novos rumos do bom gosto.” (*Diário Carioca*, p. 6, ed. 7516, Hemeroteca Digital). Novamente, contou com a ajuda de “consultores do bom gosto” para formar a lista.

Em contrapartida, Thormes também publicou a mesma lista na revista *Manchete*. No dia 17 de janeiro de 1953, na edição de número 39, a capa estampava a senhora Jorge Guinle, que era considerada uma das mulheres mais bonitas do mundo. Entre as páginas 27 e 31, a lista contemplava todos os nomes supracitados. E colunista também fez questão de esclarecer o que, em sua concepção, definia uma

mulher verdadeiramente elegante. Para ele, a elegância não estava necessariamente associada à riqueza.

Assim, observa que, entre as escolhidas da lista de 1952, apenas três eram casadas com milionários e, embora muitas vestissem modelos franceses, algumas das mais elegantes gastavam somas modestas com suas roupas, ao passo que outras investiam valores altíssimos. Thormes reforça que “na minha lista não há lugar para bonecos”, referindo-se de modo crítico às mulheres que se vestiam apenas com o “talão de cheques do marido” e confundiam luxo ostentação com bom gosto. O colunista também faz uma distinção entre beleza e elegância, afirmando que a beleza espetacular, em geral, “absorve a personalidade, atrapalha a elegância”, ainda que reconheça exceções, como a senhora Jorge Guinle, a quem considerava uma das mulheres mais bonitas que conhecera.

Na mesma reportagem, ele detalha o processo de elaboração da lista das “Dez Mais”, revelando a complexidade e o rigor com que conduzia essa seleção. Explica que passava o ano frequentando festas no Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba, Bahia e em qualquer outro lugar onde houvesse grandes bailes, inaugurações de hotéis, casamentos notáveis ou celebrações diversas, chegando a incluir até simples pescarias. Ao retornar para casa, anotava os nomes das mulheres elegantes que havia observado, solicitava fotografias, acompanhava o que outros colunistas escreviam sobre elas e consultava pessoas consideradas de bom gosto. No fim do ano, realizava o que chamava de uma verdadeira “sindicância”, ouvindo a opinião de fabricantes de tecidos, costureiros renomados, editores, turistas, artistas e políticos, mencionando, até mesmo, possuir cartas de Ali Khan sobre o tema. Somente após esse extenso processo de consulta e observação que se trancava em seu escritório para tomar a decisão final e escolher, dentre vinte ou trinta nomes, as dez mulheres que integrariam a cobiçada lista anual.

A lista também voltaria a ser mencionada no ano seguinte. Em 9 de janeiro de 1954⁹⁶, *Manchete* publicou uma fotografia de Yllen Kerr que registrava o

⁹⁶ “(...) O flagrante acima, do nosso fotógrafo Yllen Kerr, foi batido exatamente às duas horas do dia 1.º, no Reveillon do “Vogue”. Mostra o Ministro da Aeronáutica Nero Moura, ao lado da sra. Álvaro Catão e do nosso cronista social Ibrahim Sued, tomando conhecimento da lista das “dez mulheres mais elegantes” escolhidas pelo cronista Jacinto Thormes e apresentada pelo “Diário Carioca” do Rio de Janeiro em sua edição de Ano Novo. A sra. Catão, elegantíssima, sorri satisfeita ao verse contemplada na tradicional lista do matutino carioca. Mas MANCHETE, em seu próximo número, reeditando (MANCHETE n.º 39) o que daqui por diante será uma tradição desta revista, oferece também a sua lista das “dez mais elegantes”. Não deixem de saber, portanto, quem são “as des

ministro da Aeronáutica, Nero Moura, ao lado da senhora Álvaro Catão e de Ibrahim Sued, enquanto tomavam conhecimento da lista das dez mulheres mais elegantes, escolhidas pelo cronista Jacinto de Thormes e apresentada originalmente pelo *Diário Carioca* durante o Réveillon da boate Vogue. A revista anunciava, em primeira mão, que passaria a incorporar essa seleção como uma tradição própria, prometendo divulgar, em breve, a sua própria lista das “Dez Mais Elegantes do Brasil”.

Figura 11: Nero Moura, Sra. Álvaro Catão e Ibrahim Sued tomavam conhecimento da lista das “10 MAIS” por Jacinto de Thormes



Fonte: Revista Manchete

Cumprindo essa promessa, a *Manchete* publicou, na edição de número 91, de 16 de janeiro de 1954, a nova versão da lista, apresentada na página 36 sob o

mulheres mais elegantes do Brasil em 1953” segundo MANCHETE.” (*Manchete*, p. 49, 9 jan. 1954, ed. 0090, HEMEROTECA DIGITAL)

título “As dez mulheres mais elegantes do Brasil”. Dessa vez, a seleção foi atribuída a um chamado “*trust* de bom gosto”⁹⁷, um coletivo composto por jornalistas, figurinistas e diretoras de casas de moda. Logo, uma estratégia que buscava conferir maior legitimidade e pluralidade à escolha.

Ainda assim, a relação entre a elegância feminina brasileira e a influência europeia, especialmente a francesa, é ressaltada de modo explícito na *Manchete* de 16 de janeiro de 1954. No texto assinado por Henrique Pongetti, que introduz a nova lista das dez mulheres mais elegantes do país, o autor reforça o caráter internacional desse ideal de refinamento, ao afirmar que a mulher brasileira seria uma espécie de versão tropical da parisiense:

Em 1954 resolvemos dar a essa melindrosíssima seleção (escolher um ministério é mais fácil um espírito mais rigoroso e uma responsabilidade mais ampla. Já não é um oráculo que nos guia, mas uma equipe de oráculos, um “trust” de bom gosto. Antes de proclamarmos os nomes das dez eleitas queremos dizer alguma coisa, talvez supérflua, sobre a elegância da mulher brasileira. Não há duas opiniões: ela é a parisiense das Américas. Nossos “parties” deslumbram os visitantes estrangeiros pela elegância requintada das mulheres. As visitas de Fath, Schiaparelli e de outros gênios da tesoura e da agulha, deram ao Rio e a São Paulo as credenciais definitivas de embaixatrizes da moda de Paris. O sucesso das embaixadas de algodão brasileiro em Coberville, em Deauville, em Veneza, ratificaram o prestígio mundial da mulher brasileira, bela e elegante, cheia de um “charme” especial que só a mistura da influência francesa com o feitiço do trópico explica. Há portanto, repetimos, uma enorme responsabilidade na escolha das dez mulheres mais elegantes das sociedades elegantíssimas do Rio e de São Paulo. Mas ousamos a nossa equipe de oráculos, o “trust” do bom gosto. O mestre de cerimônias já surgiu com seu bastão no alto da escadaria. Atenção!”. (*Manchete*, 16 jan. 1954, ed. 0091, Hemeroteca Digital)

Nessa versão⁹⁸, quem estampava a capa era a senhora Álvaro Catão.

⁹⁷ A votação paulista contou com nomes como Maria Augusta Teixeira (figurinista), Matos Pacheco (*Última Hora*), Odete de Freitas (*O Estado de São Paulo*), Jerry (*O Tempo*) e Helena Silveira (*Folhas*). Já no Rio de Janeiro, o grupo foi formado por Mena Fiala (diretora da Canadá De Luxe), Jacinto de Thormes (*Diário Carioca*), José Ronaldo (figurinista), João da Ega (*Última Hora*) e Marilu Montenegro (*O Jornal*).

⁹⁸ Contudo, é interessante observar que em 9 de janeiro de 1954, a mesma lista das 10 mais elegantes de 1954 edição foi publicada na revista *O Cruzeiro* por Jacinto de Thormes. Alguns dos mesmos

Figura 12: Lourdes Catão na capa da Manchete



Fonte: Revista Manchete

Além da senhora Álvaro Catão, a lista apresentou nomes como senhora Nelita Alves de Lima Pignatari, senhora Hélio Muniz, senhora Cecília Cunha Bueno, senhora Marjorie Prado, senhora Nelson Caldeira, senhora Maria Luiza Melo, senhora Vicente Galliez, senhora Jorge Guinle e senhora Carlos Eduardo Souza Campos.

nomes foram citados na lista em 16 de janeiro pelo *trust* formado pela *Manchete*. Sra. Álvaro Catão, Sra. Jorge Guinle, Sra. Alberto Proença de Faria, Sra. Nora Martins Pereira de Souza, Sra. Vicente Galliez, Sra. Hélio Muniz, Sra. Nelson Caldeira, Sra. Joel Monteiro, Sra. Francisco Matarazzo Sobrinho e Sra. Carlos Eduardo Souza Campos foram os nomes escolhidos. Na mesma reportagem, Jacinto afirma que a “(...) elegância feminina deve aliás incluir todas as circunstâncias que envolvem a existência(...)” (*O Cruzeiro*, 9 jan. 1954, p. 9, edição 00013, Hemeroteca Digital) como a casa em que se vive, a maneira de educar seus filhos, de beber, de fumar, de falar, a habilidade de arranjar flores ou como cumprimenta os convidados no jantar, entre outros motivos.

E no dia 23 de janeiro de 1954, a revista elegeu, por autoria de Ibrahim Sued, os dez homens mais elegantes do Rio em 1953. O jornalista afirmou ter averiguado se um homem elegante precisava reunir um conjunto de qualidade essenciais e não apenas se vestir bem. “A personalidade, o caráter, a elegância dos gestos, a hospitalidade, a inteligência, o trabalho, e também os dotes morais – são fatores indispensáveis para a classificação do homem elegante.” Na lista, constavam os nomes de Ministro Osvaldo Aranha, o Embaixador Francisco Negrão de Lima, os senhores Otávio Guinle, Paulo de Oliveira Sampaio, Príncipe Dom João de Orleans e Bragança, Coronel Gilberto Marinho, Carlos Eduardo de Souza Campos, Murilo Moreira, Antônio Borges Castelo Branco e Aloysio Salles.

O “*trust*” (grupo de jurados responsável por eleger as mulheres mais elegantes) manteve suas atividades na edição da lista de 1955. Publicada em 14 de janeiro de 1956, o júri anunciava sua intenção de eleger, pela quarta vez consecutiva, as dez mais elegantes do país. Dessa vez, porém, a seleção seria composta exclusivamente por cronistas sociais. Se, em 1953, a lista havia sido elaborada a partir da opinião isolada de um único jornalista (Jacinto de Thormes) e, nas duas edições seguintes, por uma combinação de cronistas e figurinistas do Rio de Janeiro e de São Paulo, a nova configuração conferia ao processo um caráter mais nacional.

Assim, foram escolhidos dez dos mais destacados cronistas sociais do país: quatro do Rio de Janeiro, quatro de São Paulo, um de Minas Gerais e um da Bahia. Cada um elegeu o que consideravam como as dez senhoras mais elegantes de 1955. Depois, *Manchete* fez uma apuração⁹⁹ e elegeu 5 senhoras cariocas, 4 paulistas e uma da Bahia. Contudo, visto por outro ângulo conforme dizia a reportagem, foram eleitas três mineiras, duas cariocas, uma paulista, uma baiana, uma gaúcha, uma francesa e uma norte-americana.

A revista *Manchete*, em sua edição nº 246, publicada em 3 de janeiro de 1957, divulgou a lista das “Dez Mulheres Mais Elegantes do Brasil” referente ao ano de 1956, sob a curadoria de Ibrahim Sued. Diferentemente das edições

⁹⁹ Sra. Jorge Guinle; Sra. (C. E. de Sousa Campos); Sra. Nelson (Christiane) Mendes Caldeira; Sra. Álvaro (Lourdes) Catão; Sra. Hélio (Turquinha) Muniz de Souza; Sra. Aluísio (Teresinha) Muniz Freire; Sra. Walter (Elisinha) Moreira Salles; Sra. Alberto (Ebe) Alves Filho; Sra. Francisco (Loli) Sousa Dantas e Sra. Jorge (Maria do Carmo) Corrêa Ribeiro foram eleitas as mais elegantes de 1955 por *Manchete* (ed. 0195).

anteriores, nas quais o colunista integrava um júri coletivo conhecido como a “*trust* do bom gosto”, nessa ocasião, o colunista assumiu integralmente a condução do concurso, tornando-se o principal jurado. A mudança ajudou a consolidar ainda mais o jornalista como instância máxima de julgamento e consagração da elegância no Brasil dos anos 1950, uma vez que já era consagrado como importante colunista social¹⁰⁰ não apenas aqui no país, mas também no campo internacional.

A lista foi composta por Marquesa D’Ajeta (embaixatriz da Itália), Sra. Miguel Faria, Sra. Francisco (Chico) Filomeno Gomes, Sra. Hermelino Matarazzo, Sra. Cecil Hime, Sra. Oswaldo Schuback, Sra. Walter Butler, Sra. Sílvia Steingleder, Embaixatriz Décio Moura e Srta. Sônia Maria de Araújo. Pela primeira vez, a seleção incluiu uma representante do Norte (Sra. Francisco [Chico] Filomeno Gomes) e outra do Sul do país (Sra. Cylio Steigleder), gesto que ampliava o alcance simbólico do concurso, antes restrito aos círculos carioca e paulista¹⁰¹. O colunista destacou ainda ter consultado 187 personalidades dos meios social, artístico e jornalístico, buscando conferir legitimidade e amplitude nacional à sua escolha.

Ao explicitar os critérios de avaliação, Sued procurou redefinir o próprio conceito de elegância. Mais do que o uso de modelos franceses ou o luxo material, ela seria a soma de atitudes, gestos, bom gosto, generosidade e distinção de comportamento. Podemos dizer, assim, que a publicação dessa lista em uma revista de grande circulação como *Manchete* transformou o *ranking* em um ritual midiático de consagração, consolidando Ibrahim Sued como autoridade central do colunismo social e como agente legitimador da distinção simbólica da elite brasileira em meados da década de 1950.

¹⁰⁰ Em nota da redação *Manchete*: “(...) Ibrahim Sued, o mais lido e discutido colunista social do Brasil, que em pouco tempo (4 anos) consagrou-se não apenas na sociedade brasileira, como se projetou no “Internacional Set” provocando um comentário na célebre comuna da temida e famosa anfitriã Elza Maxwell, como o “mais brilhante colunista social da América do Sul”, este ano revolucionou a lista das Dez Mulheres Mais Elegantes do Brasil”, apresentando dez nomes que nunca figuraram em nenhuma lista das “Dez Mais Elegantes”. (*Manchete*, 1957, p. 34).

¹⁰¹ A edição representou um marco de renovação simbólica ao propor uma reconfiguração das hierarquias da elegância, substituindo nomes já consagrados por novas personalidades que, segundo Sued, haviam se destacado recentemente no cenário social. Ele justificou a exclusão de figuras tradicionais, como Helô Willemsens, Teresa de Souza Campos, Christian Caldeira, Ivone Lopes, Maria Luísa Melo Sertório, Lourdes Catão e Turquinha Muniz, afirmando que essas senhoras passavam à condição de “hors-concours”, ou seja, fora de competição, por já representarem o ápice da distinção feminina no país.

Ainda na *Manchete*, as dez mulheres mais elegantes de 1957 foram eleitas e divulgadas na edição nº 297, de 28 de dezembro de daquele ano. Ibrahim Sued repetiria a fórmula do ano anterior, incluindo nomes que até então não eram amplamente conhecidos do público. O diferencial, contudo, estava na projeção internacional da lista: naquele ano, o lançamento teve alcance mundial, sendo publicado em diversos centros como Nova Iorque e outras capitais, por meio da agência telegráfica *United Press*. De acordo com o contrato firmado entre ambos, cabia ao colunista enviar não apenas as fotografias, mas também o noticiário referente às elegantes

As mais elegantes dêste ano são as sras. Francisco (Iolanda) Matarazzo Sobrinho, José Wilhemsens Júnior, Antenor Mayrink Veiga, Joaquim Guilherme da Silveira, Ricardo Jafet, Ari de Castro, Joaquim Xavier da Silveira, Pierre Loeb, Fernando Melo Viana e Carlos Eduardo Lima Rocha. São Paulo está representado por três nomes. Minas Gerais, com um. Rio Grande do Sul, também com um. São cinco as cariocas. Escolher as dez mulheres mais elegantes do Brasil não é tarefa das mais fáceis. Entretanto, como observador da nossa vida social, fui, durante êste ano que passou, anotando, interrogando, colhendo dados, para chegar a uma conclusão que, estou certo, terá mais prós do que contras. Este ano, como no anterior, minha lista apresenta novidades — "new faces" —, nomes novos, nomes que realmente se destacaram em 1957, no setor da elegância feminina. Muitos leitores perguntarão: "E Teresa Sousa Campos, Lourdes Catão, Ivone Lopes, Christiane Caldeira, etc.?" Responderei que elas não perderam sua elegância, mas aparecendo, durante anos e mais anos, como as mais elegantes, já não constituem hoje novidade para o meu grande público. Continuam elegantes. Apenas, nesta homenagem que rendo à elegância da mulher brasileira, pelo critério que estou adotando, dão lugar a outras que também se destacaram como as mais elegantes nesse agitado mundo da nossa alta sociedade. (*Manchete*, 28 dez. 1957, p. 25).

No ano seguinte, a edição de 10 de janeiro de 1959 (ano 7, nº 351) apresentou a lista das "Dez Mais" de 1958. Desta vez, a voz principal já não era mais Ibrahim Sued, mas Jacinto de Thormes, que retornava à *Manchete* após quatro anos afastado. Em sua reaparição, o colunista aproveitou para lançar uma crítica velada ao modo como as listas anteriores haviam sido elaboradas: "(...) Passo o ano trabalhando, sindicando e viajando, especialmente para que a escolha seja

rigorosamente honesta. (...) Um júri não teria o senso profissional de quem se dedica só a esse trabalho.”. Dessa vez, em edição histórica, elencou 11 mulheres.¹⁰², sendo 10 na lista oficial + 1 “hors-concours”:

Nos anos de 1950, 1951, 1952 e 1953, a senhora Christiane de Lacerda Soares (ex-Sra Nelson Mendes Caldeira) liderou a lista das DEZ MULHERES MAIS ELEGANTES DO BRASIL. Em 1954 e 55, o seu nome apareceu citado em segundo lugar. Daí por diante, a sua elegância foi sempre tão perfeita, tão constante e de categoria tão superior que fui obrigado (obedecendo a opinião geral) a designá-la “hors concours”. Cândido Portinari, entusiasmado com a personalidade e a cultura (...) de Christiane, retratou maravilhosamente sua dedicada figura. Ainda uma vez “hors concours”, ela aqui aparece fotografada na sua casa paulista, que é, como tudo que a cerca, uma perfeição de “chic”. (Manchete, 10 jan. 1959, ed. 0351, Hemeroteca Digital)

Nessa mesma edição, o colunista reafirmou seus critérios de julgamento para eleger os símbolos femininos de elegância do ano. Ele considerou que não seria apenas a forma de se vestir, mas de caminhar, de fumar e até sobre a forma de educar os filhos influenciava suas escolhas. Ainda assim, retomou que mulheres solteiras tinham espaço nas listas, mas era mais difícil, pois mulheres casadas seriam elegantes “de primeiro plano” - seriam mais viajadas, teriam “mundo” e “savoir-faire” em sua opinião.

E assim seguiu Jacinto de Thormes elaborando a tradicional lista, publicada na edição de 2 de janeiro de 1960, que apresentou as “Dez Mais” de 1959¹⁰³ em um número especial comemorativo pelos dez anos da seleção (“As 10 fazem 10 anos”). Já em 1961, o colunista avaliou o ano de 1960 como particularmente fraco em termos de acontecimentos sociais, de referências de moda e comportamento.

¹⁰² Sra. Cristiane de Lacerda Soares, Sra. Plínio Uchôa Neto, Sra. Walther Moreira Salles, Sra. Maria Cecília Fontes, Sra. Luís Nolasco, Sra. Carlos Eduardo Sousa Campos, Sra. Marcelo Machado, Sra. Luís Otávio Novais Pinto, Sra. Carlos Mesquita, Sra. Yvone de Moura Lopes e Sra. Maria Thereza d'Orey apareceram na lista principal.

¹⁰³ Senhora Carlos Eduardo de Sousa Campos, Senhora Álvaro Catão, Senhora Yvone Lopes, Senhora Juscelino Kubitschek, Senhora Walder Samanho, Senhora Marcelo Machado, Senhora Ermelindo Matarazzo, Senhora Edmundo Barbosa da Silva, Senhora Plínio Uchôa Neto e Senhora Gustavo Magalhães foram os nomes escolhidos.

Sem grandes acontecimentos sociais que justificassem toaletes, não houve grande entusiasmo pela temporada. Por isso, as 10 do ano que passou são apenas 9. A falta da décima é uma espécie de protesto, de nota baixa, de senão.”, afirmou o cronista. (*Manchete*, 7 jan. 1961, p. 68, ed. 0455, Hemeroteca Digital)

Além disso, ao comentar a tradicional lista das “Dez Mais Elegantes do Brasil” de 1960 (publicada no início de 61) que, excepcionalmente, contou apenas com nove nomes¹⁰⁴, Jacinto de Thormes interpretou a ausência de uma décima escolhida como um sinal de mudança geracional no campo da elegância. Contudo, naquela edição, das nove escolhidas, quatro eram estreantes. Segundo o colunista, a saída de figuras que pareciam ter “cadeira cativa” na seleção e a entrada de novas mulheres, inclusive de uma senhorita, evidenciava a formação de um novo grupo social em ascensão. Ele observou que, ao longo dos onze anos de existência do concurso em formato de julgamento, essa renovação havia ocorrido três vezes. Mas analisou, de modo geral, que a cada cinco anos o perfil da elegância brasileira se transformava, dando lugar a novas protagonistas que passavam a ocupar posições de liderança simbólica no cenário social. Assim, a lista não representava apenas uma alteração pontual, mas a passagem de um ciclo de prestígio para outro, revelando o caráter dinâmico e transitório das hierarquias de distinção que o colunismo social ajudava a construir e legitimar.

A reflexão de Thormes aproxima-se, em alguma medida, da noção bourdieusiana de distinção (Bourdieu, 2007 [1979]), segundo a qual os critérios de prestígio e legitimidade cultural são continuamente redefinidos no interior de um campo simbólico de forças. Assim, ao observar que “a cada cinco anos a elegância muda de grupo”, o colunista antecipava, ainda que de forma empírica, a percepção de que o capital simbólico (materializado pela elegância) precisava ser constantemente reafirmado e atualizado para conservar sua eficácia social. A lista referente ao ano de 1960, portanto, não apenas registrava uma alteração de nomes, mas encenava publicamente a transição de um ciclo de poder e visibilidade. Ainda

¹⁰⁴ Senhora Walther Moreira Salles, Senhora Cecil Hime, Senhora Carlos Eduardo de Sousa Campos, Senhora Yvone Lopes, Embaixatriz Manuel Rocheta, Senhora Giorgio Moroni, Senhora Tony Mayrink Veiga, Senhora Plínio Uchôa e senhorita Eloísa Dolabella foram os nomes escolhidos dessa edição da lista.

assim, a análise de Bourdieu permite compreender as listas das *Dez Mais Elegantes* como mecanismos ativos na produção do gosto social:

Os gostos efetivamente realizados dependem do estado do sistema de bens oferecidos, de modo que toda mudança do sistema de bens acarreta uma mudança dos gostos; inversamente, qualquer mudança dos gostos resultante de uma transformação das condições de existência e das disposições correlatas é de natureza a determinar, quase diretamente, uma transformação do corpo da produção, facilitando o sucesso na luta constitutiva desse campo, com os produtores mais bem preparados para produzir as necessidades correspondentes às novas disposições. (Bourdieu, 2007 [1979], p. 216)

Essa perspectiva evidencia que a escolha das mulheres mais elegantes não apenas refletia os padrões da elite, mas atuava sobre eles, estabelecendo normas de distinção e legitimando certos estilos e comportamentos.

Na edição de número 506 da *Manchete*, publicada em 30 de dezembro de 1961, Jacinto de Thormes recorreu a uma metáfora futebolística para comentar as recorrências de nomes na tradicional lista das “Dez Mais Elegantes do Brasil”. Nessa edição¹⁰⁵, questionado sobre a repetição de determinadas senhoras entre as escolhidas, o colunista afirmou que “há escolhas que se impõem, como a de Pelé para a Copa do Mundo”, associando a consagração da elegância feminina a um tipo de mérito inquestionável, comparável ao talento esportivo nacional. A analogia entre a sofisticação das elites e o universo popular do futebol, que era considerado como símbolo da identidade brasileira em consolidação no início dos anos 1960, revelava a tentativa de nacionalizar o imaginário da elegância, aproximando o refinamento social de um campo de excelência reconhecido e legitimado pelo público.

¹⁰⁵ Os nomes escolhidas para as “Dez Mais” de 1961 foram Senhora Mayrink Veiga, Senhora Herculano Thomás Lopes, Senhora Walther Moreira Salles, Senhora Odilon de Sousa, Senhora Yvonne Lopes (nessa edição, o nome apareceu com dois “n”), Senhora Alair Couto (primeira residente de Belo Horizonte a aparecer na lista), Senhora José Alcântara Machado, Senhora Alvaro Catão, Senhora José Ronaldo Pereira da Silva e Senhora Carlos Eduardo de Sousa Campos.

Em seu texto, Thormes ampliou o paralelo ao designar Lourdes Catão como o “Garrincha” e Elizinha Moreira Salles como o “Pelé” da elegância, destacando-as como “craques” com notoriedade internacional e longa permanência na lista (nove e cinco anos, respectivamente):

Lourdes Catão é o Garrincha, com 9 anos, e Elizinha Moreira Salles é o Pelé, com cinco anos, neste selecionado de senhoras. Será difícil tão cedo aparecer craques da elegância com o "élan" e a notoriedade internacional destas senhoras. Nossa lista tem 13 anos de existência e nesse tempo muita coisa aconteceu neste País. Não pensem vocês que a maneira da mulher vestir, viver e se portar não sofre a influência do termômetro político, da alta do dólar, da mudança de mentalidade. Uma senhora fútil, aérea, desligada dos acontecimentos não pode ser uma verdadeira elegante. A revolução do vestido, ditada pela mão dos costureiros franceses, foi menor, muito menor do que a da mentalidade feminina. Nesta escolha, tudo isso foi levado em conta. (*Manchete*, 30 dez. 1961, p. 25, ed. 0506, Hemeroteca Digital)

Figura 13: Carmen Mayrink Veiga na capa da Reportagem das “Dez Mais” de 1961 da Manchete



Fonte: Revista Manchete (1961)

Desse modo, a escolha do vocabulário esportivo (“selecionado”, “craques”, “Copa do Mundo”) transformava a lista em uma espécie de “campeonato simbólico da distinção”, em que as mulheres elegantes se tornavam representantes de um “time nacional” de refinamento.

Ainda assim, mais do que uma simples analogia, o discurso de Thormes refletia o momento de modernização cultural e redefinição dos códigos de prestígio no Brasil. Ao afirmar que a elegância feminina também sofria os efeitos do “termômetro político, da alta do dólar e da mudança de mentalidade”, o colunista reconhecia a interdependência entre moda, economia e transformações sociais. Ele

defendia que uma mulher verdadeiramente elegante não poderia ser “fútil” nem “desligada dos acontecimentos”, pois a elegância, nesse contexto, ultrapassava o domínio estético e se tornava um sinal de consciência moderna, alinhada à nova posição da mulher na sociedade urbana no início da década de 1960.

A última vez em que Jacinto esteve à frente de uma lista das “Dez Mais” na *Manchete* foi em 12 de janeiro de 1963, encerrando um ciclo que o havia ajudado a definir o imaginário da alta sociedade brasileira. Mais do que um simples levantamento de nomes femininos ligados ao bom gosto, a edição de 1963 referente ao ano de 1962 marca uma transição na forma como se reconheciam os referenciais de distinção e prestígio social. Na introdução do texto, o colunista relata ter sido questionado por algumas das figuras habituais, como Teresa Souza Campos e Lourdes Catão, sobre o motivo de continuarem a aparecer entre as escolhidas. Com ironia e humor característicos, responde recorrendo novamente a uma analogia futebolística: “Vocês acham que seria possível formar um escrete sem os dois Santos, Nilton e Djalma, que dão ao time sua classe e sabedoria?” (*Manchete*, 12 jan. 1963, ed. 560, p. 22)¹⁰⁶. Ao recorrer a essa imagem, Jacinto reforça a ideia de continuidade e autoridade de certas figuras, comparáveis a jogadores indispensáveis de uma seleção nacional, cuja presença garantia coesão e tradição dentro de um universo em constante transformação.

O comentário sintetiza uma transição: a elegância deixava de estar necessariamente atrelada a signos de luxo, como joias, costureiros parisienses, automóveis importados, e passava a potencializar ainda mais os aspectos subjetivos, como mentalidade, atitude e modo de se portar.

Essa leve, porém, significativa mudança de paradigma refletia tensões internas no próprio grupo social retratado pela coluna. Ao deslocar o eixo da elegância do consumo ostensivo para uma espécie de “sofisticação de espírito”, Jacinto confrontava valores tradicionais das elites brasileiras, acostumadas a legitimar-se pela visibilidade de seus símbolos materiais. O desconforto das “Dez

¹⁰⁶ “Outrora, consideravam-se indispensáveis à mulher elegante certos padrões de luxo, como o uso de joias caras, etiquetas de grandes costureiros parisienses e automóveis de fabricação especial. Hoje, aponto nestas páginas uma senhora que sem esnobismo dirige um velho carro DKIV e outra que possui, no Sul, uma casa de alta costura. Em vista destes fatos, as senhoras Teresa Sousa Campos e Lourdes Catão me encostaram contra a parede: “Se tudo muda, conforme você diz, por que nós continuamos?” Pensativo em termos bem populares, respondi; “Vocês acham que seria possível formar um escrete de futebol sem os dois Santos, Nilton e Djalma, que dão ao time sua classe e sabedoria?” (*Manchete*, 12 jan. 1963, p. 22, ed. 0560, Hemeroteca Digital)

Mais” diante desse novo olhar evidenciava que o colonismo social não apenas reproduzia padrões, mas também os reconfigurava.

Outro aspecto relevante da edição de 1963¹⁰⁷ é o método de validação adotado por Jacinto: ele afirma ter consultado colonistas de outros estados da federação para compor a lista. Ao recorrer a seus pares, o colonista reconhece a necessidade de uma legitimação coletiva do gosto, ampliando o alcance simbólico da escolha.

Essa mudança de perspectiva não surgiu de forma abrupta. Como citamos anteriormente, Jacinto, em 1953, acreditava que a elegância não dependia exclusivamente da riqueza nem do luxo, mas de bom gosto e personalidade. Já em 1957, Ibrahim Sued, ao conduzir sozinho a lista daquele ano, entendia que a distinção passava a depender menos de costureiros parisienses e mais de gestos, compostura e modo de se relacionar com o outro. Isso revelava uma sensibilidade alinhada à modernização dos costumes e à circulação de novos ideais de feminilidade. Seis anos mais tarde, em 1963, Jacinto de Thormes retomaria essa mesma concepção sob outra perspectiva: ao reconhecer que a elegância residia na “mentalidade, atitude e modo de se portar”, ele consolidava o processo iniciado por Sued, agora dentro de um cenário em que os critérios de distinção social se tornavam ainda mais simbólicos e subjetivos.

Essa transformação se aproxima do que Bourdieu descreve ao afirmar que “(...) os gostos efetivamente realizados dependem do estado do sistema de bens oferecidos(...)” (Bourdieu, 2007 [1979], p. 216), ou seja, que mudanças no sistema de produção e de valores implicam também mudanças nas formas de apreciação. À medida que os signos de luxo perdem força como indicadores exclusivos de status, surgem novas disposições, como modos de ser, preferências estéticas e atitudes, capazes de gerar capital simbólico em um contexto social em transformação. Nesse sentido, tanto Sued quanto Jacinto captam, cada um à sua maneira, uma transformação nos códigos de distinção social: a elegância já não derivava apenas da posição econômica ou do acesso a bens de luxo, mas tornava-se um valor

¹⁰⁷ Os nomes escolhidos para as “Dez Mais” do ano de 1962, publicada em 12 de janeiro de 1963, foram Senhora Carlos Eduardo de Sousa Campos, Senhora José Ronaldo, Senhora Claude Dechamps, Senhora Mary Steigleder, Senhora Antônio de Barros, Senhora Cesare Rivetti, Senhora Lair Cochrane, Senhora João Goulart, Senhora Giorgio Moroni e Senhora Alvaro Catão.

simbólico em disputa, definido por atitudes, modos de vida e formas de reconhecimento cultural.

Complementando essa análise, Baudrillard (2008 [1968]) propõe uma leitura do consumo que ultrapassa o valor utilitário dos objetos, enfatizando sua função como elemento de significação dentro do sistema social. O autor argumenta que, na cultura de consumo, os objetos não atendem apenas a necessidades práticas, mas passam a operar como signos de diferenciação que organizam e hierarquizam a vida coletiva. A publicidade, ao promover os produtos como extensões personalizadas dos desejos individuais, cria uma relação de devoção que não se dirige aos objetos em si, mas às ideias que eles provocam. Por essa perspectiva, o que realmente é consumido não são apenas os objetos, mas as significações e o status que deles emanam. As ações coletivas passam, então, a se constituir como relações de consumo, que tendem a se consumir no duplo sentido de se efetuar e se “exaurir”, nos e pelos objetos.

Após o encerramento do ciclo de Jacinto de Thormes à frente das listas, a revista *Manchete*¹⁰⁸ voltou a publicar uma nova edição das “Dez Mais” em 14 de dezembro de 1963 (nº 608), desta vez novamente sob a curadoria de Ibrahim Sued, retomando o formato clássico de eleição das mulheres mais elegantes do país. Contudo, a referência do nome “dez” foi subjetiva, estando implícita, uma vez que o nome da matéria foi “as elegantes de 63”¹⁰⁹.

Em seu texto de retorno, ele observa uma mudança no discurso das mulheres da “Sociedade”, que passaram a afirmar que a verdadeira elegância estaria na

¹⁰⁸ O sucesso da “Lista das Dez Mais Elegantes” foi tão expressivo que a *Manchete* também passou a abrir espaço para novas versões do formato, assinadas por outros jornalistas. Na edição nº 0613, de 18 de janeiro de 1964, observamos que o jornalista Tavares Miranda elaborou uma lista dedicada ao *high society* paulista, na qual selecionou treze mulheres que, segundo ele, melhor representariam a elegância local. A matéria informava que, no início do trabalho, ele reuniu cerca de 500 nomes da alta roda bandeirante e tratou de destacar aquelas que haviam obtido maior projeção nos grandes acontecimentos sociais e esportivos. Miranda justificava ainda a ampliação de dez para treze nomes como uma forma de evitar “injustiças”. Já na edição 0665, de 16 de janeiro de 1965, para eleger as mais elegantes de 1964, o número havia subido para 14. Essa versão da consagrada lista indica não apenas a popularidade e a força simbólica desse formato dentro da revista, mas também o interesse crescente em destacar a elegância paulista, até então menos central no circuito da moda e do prestígio nacional. Por se tratar de uma proposta paralela à lista principal, as seleções assinadas por Tavares Miranda não foram incluídas neste estudo.

¹⁰⁹ Senhora Francisco Scarpa, Embaixatriz Hanzavi, Senhora Adalberto de Queirós, Senhora Kubitschek, Senhora Alberto Ortemblad, Senhora Mauro Vasconcelos, Senhora Carlos Eduardo Sousa Campos, Senhora Alberto Proença de Faria, Senhora Mayrink Veiga e Senhora Pitty Chaves Barcelos Kessler foram as mais elegantes de 1963 segundo Ibrahim Sued para a revista *Manchete*, na edição 608, publicada em 14 de dezembro de 1963.

simplicidade. No entanto, Sued adverte que muitas “novatas” teriam confundido essa simplicidade com displicência, sendo um erro de tom que, para ele, distorce a essência do que significa ser elegante. Sua observação sugere que nem todas sabem interpretar ou reproduzir corretamente os sinais de bom gosto e distinção esperados nesse meio. Ao concluir que “não é o vestido que faz a elegante, mas a elegante que faz o vestido”¹¹⁰, Sued reafirma a ideia de que a elegância não depende apenas da roupa, mas da maneira como ela é sustentada e apresentada, consolidando seu papel como mediador dos códigos sociais e estéticos que definem o pertencimento à elite.

Referente às mais belas mulheres do ano de 1965¹¹¹, a edição 4 de dezembro daquele ano na *Manchete* apresentou uma nova configuração da tradicional “Lista das Dez Mais Elegantes do Brasil”¹¹², assinada novamente por Ibrahim Sued. Nessa publicação, data de 4 de dezembro de 1965, o colunista anuncia que, a partir daquele ano, a lista teria uma nova finalidade: arrecadar fundos para instituições voltadas à infância pobre.

¹¹⁰ “(...) MANCHETE pediu-me que apontasse as mulheres da alta sociedade brasileira que mais se destaca este ano, no setor da elegância. Tenho organizado essa lista periodicamente e constatei um fato curioso. Diversas mulheres declararam-me, nos últimos tempos, que “a elegante autêntica é aquela que sabe ser simples”. Por causa disso, muitas novatas do society passaram a confundir simplicidade com displicência. Desta vez, resolvi recolocar tudo nos eixos. Observei centenas de figuras da sociedade ao curso de recepções, veraneios e pequenas festas. Escolhi as que se apresentaram verdadeiramente chiques e muito bem vestidas em todas essas ocasiões. E, de resto, mais uma vez concluí que não é o vestido que faz a elegante, mas, no contrário, a elegante é que faz o vestido.” (Sued, *Manchete*, 14 dez. 1963, p.55, ed. 608, Hemeroteca Digital).

¹¹¹ Optou-se por não incluir, nesta análise, a lista publicada em 16 de janeiro de 1965, nº 665 da Revista *Manchete*, por se tratar de uma edição excepcional dentro da tradição da revista. Diferentemente dos anos anteriores, em que Jacinto de Thormes e Ibrahim Sued foram os responsáveis pela curadoria das listas anuais de elegância, aquela foi organizada por Tavares de Miranda, colunista consagrado do circuito social paulistano. Naquela ocasião, o autor elaborou uma seleção de catorze mulheres, em vez das habituais dez, privilegiando figuras de São Paulo e baseando-se em critérios que ressaltavam não apenas a frequência social, mas também o charme, a inteligência e a presença marcante das escolhidas. Ainda assim, é possível observar que alguns nomes já haviam figurado em listas anteriores examinadas nesta pesquisa, como sra. Cesare Rivetti, sra. Ermelindo Matarazzo e sra. Giorgio Moroni, o que evidencia a continuidade de certos padrões de distinção e reconhecimento social entre os diferentes espaços e curadorias da época. Por se tratar, portanto, de uma lista regional e desvinculada da dinâmica carioca que orientou as demais edições analisadas, a publicação referente ao ano de 1964 foi excluída do escopo desta pesquisa.

¹¹² A edição de 4 de dezembro de 1965, número 711, divulgou os nomes sem o tradicional tratamento “senhora de”, que até então precedia os nomes nas listas anteriores: Josefina Jordan, Princesa D. de Fátima de Orleães e Bragança, Sílvia Amélia Marcondes Ferraz, Teresa Sousa Campos, Teresa Castelo Branco, Marjorie Mesquita, Andrea Moroni, Carmem Mayrink Veiga, Ana Luísa Capanema e Angelina Muniz de Sousa. Essa alteração, aparentemente sutil, sugere uma transformação na maneira de representar as figuras femininas da alta sociedade: as mulheres passam a ser nomeadas por si mesmas e não mais pela identidade de seus maridos, o que reflete, ainda que de forma discreta, uma atualização dos códigos de prestígio e da visibilidade social feminina nas páginas da revista.

Apesar da mudança de propósito e de nome (acrescido de “do Brasil”)-, Sued enfatiza que os critérios de seleção permaneceram os mesmos: a observação constante das figuras femininas do “*Society*” ao longo do ano, o acolhimento de sugestões e a atenção aos eventos da *saison*. O texto revela, contudo, um aspecto inédito na história da lista: a associação explícita entre elegância, filantropia e publicidade. As “Dez Mais” posaram ao lado do recém-lançado modelo do carro Willys-Overland: o Willys-Itamaraty 1966, que se associou à promoção ao doar o carro número um da série para ser leiloadado durante o baile de gala oferecido pela Manchete. O gesto de Sued, que menciona já ter recebido um lance mínimo de vinte milhões de cruzeiros, evidencia como a elegância se converte aqui em capital simbólico e econômico, transformando o evento social em uma operação de visibilidade mútua: das damas da alta sociedade, da revista e das marcas envolvidas.

Nesse contexto, ao associar as mulheres mais elegantes do país ao lançamento do modelo Itamaraty, da Willys-Overland, a estratégia evidencia o modo como o consumo se inscreve como linguagem: o automóvel deixa de ser apenas um objeto funcional para tornar-se um signo de prestígio, de distinção e de pertencimento a uma elite simbólica. Conforme analisa Baudrillard ([1968] 2008), no consumo moderno o valor do objeto não reside em sua utilidade, mas em sua capacidade de significar status e diferenciação. Assim, tanto o carro quanto as “dez mais elegantes” de 1965 compartilhariam o mesmo universo de representação: o da raridade, da elegância e do desejo socialmente construído.

Figura 14: Ana Luísa Capanema para Manchete com o carro Willys-Itamaraty 1966



Fonte: Revista Manchete

Além disso, que Everardo Rocha descreve como o “mapa” ideológico criado pela publicidade, manifesta-se de forma exemplar na edição de 1965, ainda que não se trate de um anúncio explícito¹¹³. Ao associar o automóvel Willys-Itamaraty à

¹¹³ Logo após as fotografias da Lista das Dez Mais Elegantes do Brasil, a revista publicou o anúncio “Este é o Willys-Itamaraty 1966 – o mais elegante”, em que o automóvel é descrito como “uma evolução de classe” e como um veículo “no qual você vê a qualidade e sente a categoria” (*Manchete*, 4 dez. 1965, ed. 711). A associação entre o carro e o universo da elegância feminina torna-se, aqui, plenamente discursiva: o automóvel não é apenas mostrado, mas narrado como símbolo de refinamento, distinção e exclusividade. Essa construção publicitária ilustra o que Everardo Rocha (2010) define como o trabalho simbólico da publicidade: a capacidade de converter objetos industriais em signos carregados de valor humano e social. Ao enfatizar a “categoria” e o “benefício à criança pobre”, o texto “reencanta” o produto, apagando sua natureza material e apresentando-o como expressão de status e virtude.

“Lista das Dez Mais Elegantes do Brasil”, a *Manchete* produz uma operação simbólica em que o carro passa a compartilhar do mesmo universo de prestígio das mulheres retratadas. As fotografias, nas quais o automóvel aparece como fundo ou complemento das figuras femininas, constroem visualmente uma equivalência entre o luxo material e o capital simbólico da elegância. Como observa Rocha (2010, p. 137), “(...) os anúncios criam um ‘mapa’ classificador que, ao dar destino, ao fazer do produto ser, apagam sua essência anti-humana como contrapartida”. Nesse caso, o automóvel é reencantado: deixa de ser meramente um produto industrial para tornar-se um emblema de pertencimento à elite, reforçando o vínculo entre consumo e posição social. A reportagem, portanto, reproduz o mesmo “jogo de ilusões” (2010, p. 137) descrito pelo autor, no qual a posse do objeto é associada à entrada em um espaço simbólico de prestígio e reconhecimento.

Também podemos adicionar que algumas edições de 1966 da *Manchete* evidenciam o quanto o modelo de consagração social estabelecido pela “Lista das Dez Mais Elegantes” se expandiu para outros domínios da vida de elite¹¹⁴. Nas reportagens assinadas por Ibrahim Sued, reunidas sob o título “Os mais belos interiores do Rio”, o prestígio deixa de se manifestar apenas no corpo e no vestuário, passando também a ser representado pela casa e pelo modo de habitar, elementos igualmente distintivos no imaginário das camadas altas. A elegância, que antes habitava o corpo e o vestuário, passa a morar também nos espaços da casa: um território onde móveis, quadros e estilos arquitetônicos narram silenciosamente o prestígio e a identidade social de seus proprietários.

Nesse sentido, a partir de 19 de março de 1966, com a publicação da reportagem “A Elegância Começa em Casa” (*Manchete*, ed. 0726, p. 54), Sued retratou o apartamento do casal Mayrink Veiga, situado à época no Morro da Viúva. Segundo o colunista, as características de seus moradores irradiavam para o restante do lar – o que deveria ser quase uma regra em sua opinião:

¹¹⁴ Acredita-se que a lista referente às “Dez Mais Elegantes de 1966” tenha sido publicada entre o final de 1966 e o início de 1967. Contudo, há uma lacuna nos arquivos da Hemeroteca Digital Brasileira entre as edições nº 768 e nº 784 da *Manchete*, o que impossibilita a verificação direta dessa publicação. Foram examinadas as últimas edições de novembro e dezembro de 1966 (nº 763, 764, 765, 766 e 767) sem que a referida lista fosse encontrada. Assim, presume-se que a edição tenha circulado no início de 1967, embora não conste nos registros disponíveis no site supracitado. Dessa forma, a lista referente ao ano de 1966 não foi incluída nesta análise em razão da ausência do exemplar correspondente nos arquivos consultados.

A elegância de uma pessoa deve irradiar-se pelos objetos e móveis do lar, que fica sendo assim uma espécie de prolongamento da personalidade. O apartamento do casal Mayrink Veiga, por exemplo, tem como base peças barrocas brasileiras que se harmonizam com tapeçarias, persas e quadros de artistas nacionais. Tudo é de bom-gôsto., mas sem ostentação. Todos os detalhes mostram a inteligência de Tony e o refinamento de sua bela esposa, Carmem. (*Manchete*, ed. 726, p. 55).

Figura 15: Carmen Mayrink Veiga posa em seu apartamento para reportagem de Ibraim Sued



Fonte: Revista Manchete

Já na edição seguinte, nº 727, a *Manchete* consolidou a seção sob o título “Os Mais Belos Interiores do Rio”, que passou a identificar cada matéria de acordo com a residência retratada. Nessa publicação, o destaque foi o apartamento do Sr.

e Sra. Jorge Chamma, também localizado no Morro da Viúva, cuja decoração foi assinada pela Casa Jansen de Paris, a qual foi responsável por ambientar algumas das mais prestigiadas residências europeias. O texto descrevia salões em estilo Luís XVI, uma biblioteca com edições raras e ricamente encadernadas, além de uma varanda tropical ornamentada por um decorador brasileiro, compondo uma atmosfera que mesclava cosmopolitismo e autenticidade nacional. E o uso de tapetes iranianos e móveis de inspiração clássica reforçava o ideal de distinção e sofisticação.

A partir da edição nº 727, publicada em março de 1966, a seção “Os Mais Belos Interiores do Rio” consolidou-se como uma das principais vitrines da *Manchete* para exibir o universo doméstico das elites cariocas. As reportagens continuaram a ser publicadas até meados de 1967, expandindo seu foco para outras capitais, como demonstra a edição nº 758, dedicada aos mais belos interiores de São Paulo¹¹⁵.

No segundo semestre de 1966, Sued continuava a assinar as páginas que divulgavam a arquitetura e a decoração como marcadores de distinção social, apresentando uma sequência de residências que combinavam tradição e refinamento. Podemos citar, como exemplos, “O Bom Gosto dos Negreiros” (edição nº 759), sobre o lar do casal Brum Negreiros; “Século XVIII no Flamengo” (edição nº 760), sobre o apartamento do casal Cecil Hime; “A Mansão dos Antúrios” (edição nº 761), dedicada à casa do Senhor e Senhora João Borges Filho; e “Nobreza no Cosme Velho” (edição nº 762), que retratava a residência de Amélia e Marcos Carneiro de Mendonça. Para aprofundar a análise desenvolvida nesta pesquisa, de forma breve, citaremos as três últimas reportagens de 1966.

Na edição nº 763, de 3 de dezembro de 1966, Sued apresenta a residência do casal Álvaro Catão, situada na Urca, descrevendo-a como um dos poucos “*petit-palais*” ainda existentes na cidade. O texto ressalta a harmonia entre arquitetura e decoração, destacando o cuidado estético que traduzia o gosto cultivado dos anfitriões:

¹¹⁵ A matéria em questão examinava a residência dos Schultz-Wenk, no bairro Brooklin Paulista, em São Paulo. (*MANCHETE*, ed. 0758, p. 46-47)

A residência do casal Álvaro Catão, na parte mais tradicional da Urca, é o que se poderia chamar de um *petit-palais*, um dos poucos ainda existentes no Rio. Para acompanhar a fisionomia arquitetônica da bela mansão, os Catão fizeram do interior um ambiente tipicamente francês, numa solução que foi orientada inteligentemente pelos decoradores Constance Sundt e Terry Della Stufa. Nas salas e living, o estilo predominante é o Luís XVI, abrindo-se uma exceção para a sala de jantar, decorada em estilo inglês, e na qual se destacam uma magnífica tela da escola holandesa e várias gravuras inglesas antigas. O living abriga esplêndidas peças do colonial brasileiro, contrastando propositadamente com as inúmeras telas de pintores modernos nacionais, que fazem do ambiente uma pequena galeria de arte. Quadros de José Paulo Moreira da Fonseca, Dacosta, Ernesto Lacerda (que pintou o retrato da filha do casal Catão), Heitor dos Prazeres, Edelweiss, Mário Fraga, Santa Rosa, João Alves, Luciano Mauricio, Sotero Cosme (retrato da hostess) compõem a pinacoteca do *petit-palais* da Urca. (*Manchete*, 3 dez. 1963, ed. 763, p. 84).

Na semana seguinte, a edição nº 764, de 10 de dezembro de 1966, trouxe a matéria intitulada “A mansão dos chefes de Estado”, dedicada à casa do casal Roberto Marinho, no Cosme Velho. Ela serviu de cenário para recepções de figuras ilustres como presidentes e cardeais e era requisitada pelo Itamaraty para eventos oficiais. O caráter monumental da residência é reforçado pelo próprio narrador, que a define como “um autêntico palácio”. Segundo o texto, merece destaque “(...) o extraordinário retrato da *hostess*, pintado por Portinari, peça principal de um dos salões.” (*Manchete*, 10 dez. 1963, p. 162). Ainda há a menção à coleção de obras de artistas como Di Cavalcanti, Pancetti, Heitor dos Prazeres, Guignard e Tarsila do Amaral reforçam o espaço doméstico em um cenário de consagração social e cultural.

Figura 16: Detalhes da residência do casal Roberto Marinho



Fonte: Revista Manchete (edição nº 764, 10 de dezembro de 1966)

Já na edição nº 765, de 17 de dezembro de 1966, a reportagem “Um oásis em Copacabana” descreve a residência do casal Drauldt Hernani como um refúgio de beleza e tradição em meio à modernização do bairro, destacando o jardim com um velho flamboyant, apresentado como elemento poético e símbolo da ideia de “verdadeira casa”. O texto ressalta o caráter aristocrático dos interiores, definidos por um rígido estilo britânico e pela presença de peças como grandes tapetes persas, rara prataria e objetos de arte chineses de antigas dinastias. A casa é representada como um espaço em que o valor dos objetos ultrapassa o decorativo, tornando-se expressão simbólica de pertencimento e de uma identidade social refinada.

As reportagens sobre as residências cariocas publicadas nas revistas ilustradas dos anos 1960 revelam uma cultura doméstica em que a ornamentação e o gosto estético funcionam como expressões simbólicas de status e distinção. A

fundamentação, o conforto e o cultivo da beleza servem como marcas visuais de uma nova sensibilidade, em que o lar é progressivamente estetizado e transformado em cenário de prazer e prestígio. Essa valorização do espaço privado dialoga com o que Werner Sombart descreve em *Luxo e Capitalismo* (1958), ao analisar as mudanças trazidas pela ascensão da burguesia e pelas cortes europeias entre os séculos XVIII e XIX. Para o autor, a mulher, sobretudo a cortesã, impulsionou hábitos de consumo e novas formas de sociabilidade que transferiram o luxo do espaço público dos espetáculos e torneios para o interior dos castelos e residências burguesas. Assim, “(...) a mulher inventa outros meios para fazer com que a casa fique confortável e que o homem fique dentro dela; perfuma as habitações, e as decora com flores.” (Sombart, 1958, p.134, tradução nossa)

De modo complementar, D’Angelo (2018) destaca a ligação entre luxo e arte, sugerindo que o refinamento material e o gosto estético se consolidaram como valores culturais desde o Renascimento. O autor lembra que artistas como Donatello e Botticelli foram formados na ourivesaria, e que os ourives, por sua vez, aprenderam técnicas artísticas que lhes permitiram sofisticar o design das joias. O luxo das peças, que atingiu seu auge no século XVI, refletia simultaneamente o desejo de ascensão social e o desenvolvimento artístico e econômico de países como Itália e França. Essa aproximação entre arte e luxo torna-se, portanto, um motivo recorrente nas representações do prestígio social. Logo, uma lógica que também se projeta, séculos depois, na exibição das casas e objetos das elites brasileiras.

Retomando a lista das “dez mais”, as mais elegantes do ano de 1967 foram publicadas no dia 30 de dezembro de 1967, na edição 819. Kiki Nascimento Silva Caravaglia, Georgina Russel, Sílvia Amélia Marcondes Ferraz, Ana Luísa Capanema, Guida Marcondes, Lurdes Catão, Carmen Mayrink Veiga, Gilda Queirós Matoso, Sandra Haegler, Bia Lerena, Helene Matarazzo foram os 11 nomes da edição que, seguindo as últimas listas, foram julgadas como as 10 mais do Brasil, e não apenas do eixo Rio-São Paulo, assim como foi na lista de 1968 (edição 0871, p. 97); e na de 1969 (ed. 0925, p. 60).

Ibrahim Sued também elaborou as listas das mulheres mais elegantes nos anos de 1968 e 1969. Na edição de 1968 (28 dez. 1968, ed. 871), ele ressaltou que há mais de dez anos vinha apresentando “As Dez Mais”, afirmando não ter dúvidas

de que, entre tantas pautas e colunas que produziu, essa se tornara sua notícia mais importante no universo feminino brasileiro. Destacou ainda que a seleção não era simples, pois, além de existirem muitas mulheres elegantes, apenas dez poderiam ser escolhidas.

Já na lista seguinte, publicada em 10 de janeiro de 1970 (ed. 0925), ele observou que, naquele momento, a elegância feminina se aproximava cada vez mais do esportivo, do quase informal, do colorido e do metálico. Ainda assim, frisou que a verdadeira elegância dependia de algo inato: uma qualidade que ele descreveu como “coisa meio indefinível” e que seria, segundo ele, “a chave da autêntica elegância” (*Manchete*, 10 jan. 1970, p.62). Caso contrário, como afirmou, todas as mulheres ricas seriam elegantes, o que não correspondia à realidade. Por fim, destacou que várias das escolhidas poderiam ter posado com trajes mais exuberantes ou sofisticados, mas preferiram apresentar-se com simplicidade, justamente aquilo que, para ele, melhor traduzia a essência da mulher verdadeiramente elegante.

Fechando essa mesma década, Zózimo Barroso do Amaral deu um passo adiante na forma de representar o feminino no espaço social. Em 27 de dezembro de 1969, no Caderno B do *Jornal do Brasil* (p. 3), publicou a reportagem “A Mulher de 69”,¹¹⁶ uma iniciativa que se afastava do formato tradicional das listas de final ou início de ano. Em vez de eleger as mais elegantes ou influentes a partir de critérios pessoais, Zózimo propôs um levantamento coletivo, construído a partir de entrevistas com diferentes personalidades, cada uma indicando três nomes femininos que, a seu ver, haviam se destacado no ano. A reportagem revelava um novo modo de representar a mulher, menos centrado no julgamento individual do colunista e mais atento às percepções sociais e culturais do período, evidenciando a transição do ideal de elegância para um retrato mais complexo da presença feminina na vida pública brasileira.

O procedimento adotado pelo colunista revela a busca por pluralidade e reconhecimento da diversidade de contribuições femininas à vida social, política,

¹¹⁶ Uma semana após, em 3 de janeiro de 1970, Zózimo publicou na edição 00230 a reportagem “O HOMEM 69”, elencando 22 nomes que tiveram destaque político, social, econômico, artístico ou administrativo no Brasil naquele ano. Os nomes também foram escolhidos por “conselheiros” do colunista, mas, desse vez, sendo mulheres, como Odete Lara (atriz), Nélida Piñon (escritora) e Betty Faria (atriz). (*Jornal do Brasil*, 3 jan. 1970, ed. 00230, Hemeroteca Digital)

cultural e econômica do país. Os entrevistados eram figuras de diferentes áreas: o governador do Estado Francisco Negrão de Lima, o jornalista Fernando Pereira, o empresário Gustavo Magalhães, artistas como Carlos Scliar, além de representantes da diplomacia, como John Mowinckel. Cada um indicou três mulheres que elegiam como as que mais se destacaram em 1969, totalizando 27 nomes¹¹⁷, entre os quais se encontram D. Regina Feigl, Heloísa Aleixo Lustosa, Dina Staf, Gal Costa e Pink Wainer.

Desse modo, as listas de Jacinto de Thormes, publicadas na *Manchete* desde o início dos anos 1950 até o início dos anos 1960, foram construídas majoritariamente a partir de uma lógica pessoal e seletiva, nas quais o colunista consolidava seu próprio julgamento sobre a elegância feminina. E nas edições de 1952 e 1953 veiculadas no *Diário Carioca*, mesmo se consultando com seus pares (que também julgava como árbitros do “bom gosto”), o colunista batia o martelo sobre a sua lista sozinho.

Em contrapartida, Ibrahim Sued, embora também atuando como curador das listas das “Dez Mais Elegantes”, introduziu uma ampliação da base consultada e uma pluralidade mais organizada. Algumas edições incorporaram o chamado “*trust* do bom gosto”: um júri coletivo formado por figurinistas, jornalistas e colunistas, cuja curadoria continuava a privilegiar figuras consagradas da sociedade, reforçando padrões hierárquicos e a visibilidade de indivíduos específicos.

¹¹⁷ Cada um dos entrevistados citou três mulheres. O governador do Estado Francisco Negrão de Lima citou D. Regina Feigl, Heloísa Aleixo Lustosa e Maritza Osório. Álvaro Americano citou D. Ema Negrão de Lima, D. Josefina Jordan e D. Heloísa Aleixo Lustosa. Gustavo Magalhães, empresário, citou a Embaixatriz Joana Fragoso, Carmem Mayrink Veiga e Dina Staf. Carlos Scliar, pintor, escolheu Ione Saldanha, Dina Staf e Niomar Moniz Sodré Bittencourt. Ricardo Amaral, conhecido como “rei da noite carioca”, escolheu Gal Costa, Maísa e Pink Wainer. O embaixador Geraldo Eulálio do Nascimento Silva, então diretor do Instituto Rio Branco, escolheu Rose Arantes do Nascimento (Sra. Pelé), D. Maria Abreu Sodré e D. Regina Feigl. Fernando Pereira, jornalista, escolheu Madeleine Archer, Dalal Bocaiúva e Renina Katz. Didu de Sousa Campos, desportista, citou Teresa de Sousa Campos, condessa Pereira Carneiro e Embaixatriz Joana Fragoso. John Mowinckel, conselheiro da Embaixada dos EUA, escolheu Cristina Ortiz, Embaixatriz Hortência do Nascimento Silva e Madeleine Archer. Humberto Braga, então ministro do Tribunal de Contas, citou D. Ema Negrão de Lima, Estela Marinho e Maritza Osório. João Miranda, figurinista, escolheu Teresinha Muniz Freire, Lúcia Stone e Maria da Glória Vilela Pedras. Para finalizar, Maneco Muller – que nessa altura do campeonato, já tinha abandonado o nome de Jacinto de Thormes e atuava como jornalista de esportes, escolheu Dina Staf, Pink Wainer e Silvina Pereira da Graça. (“A mulher de 69”, *Jornal do Brasil*, 27 dez. 1969, ed. 00225, Hemeroteca Digital).

Na edição de 1956, publicada no início de 1957, Sued assumiu integralmente a condução da lista, mas ainda consultou 187 personalidades dos meios social, artístico e jornalístico, buscando conferir legitimidade e amplitude nacional à seleção. Essa prática resultava em listas que incluíam tanto nomes já consagrados quanto novos símbolos de distinção, incorporando figuras de diferentes regiões e profissões, em um esforço de tornar a elegância mais representativa como um todo.

Já Zózimo Barroso do Amaral, com a reportagem “A Mulher de 69” publicada no *Jornal do Brasil*, representou uma ruptura mais evidente em relação aos modelos anteriores. Diferentemente de Jacinto e de Sued, Zózimo não se restringiu ao julgamento de um colunista ou de um júri social e artístico restrito, mas optou por uma metodologia coletiva e heterogênea, ouvindo personalidades de diferentes áreas, cada uma indicando três mulheres que considerava destacadas naquele ano. Entre os nomes citados aparecem tanto figuras tradicionais como Teresa de Sousa Campos, D. Regina Feigl e D. Ema Negrão de Lima, quanto novas referências culturais e midiáticas, como Gal Costa, Pink Wainer e Dina Staf. Essa pluralidade evidencia uma transição do conceito de elegância, não mais centrado exclusivamente em símbolos materiais ou no reconhecimento da elite histórica, mas em uma leitura mais ampla da presença feminina na vida pública, incorporando múltiplas dimensões de prestígio social, cultural e artístico.

Em síntese, enquanto Jacinto de Thormes consolidava a memória da elite com seleções fortemente centralizadas e recorrentes, Ibrahim Sued ampliava a legitimidade e a abrangência nacional das escolhas. Já Zózimo Barroso do Amaral promovia uma pluralidade ainda maior, introduzindo diversidade de olhares e critérios. A presença recorrente de nomes como Teresa de Sousa Campos e Lourdes Catão evidencia continuidade e reconhecimento de um padrão de prestígio duradouro, mas a inserção de novas figuras nas listas de Sued e, especialmente, de Zózimo, indica mudanças nas formas de representação da mulher e das referências de distinção social no Brasil das décadas de 1950 e 1960.

Desse modo, as listas de elegância funcionam não apenas como registros do gosto e da sociabilidade das elites, mas como espelhos das transformações culturais e simbólicas do país. Se nas décadas anteriores, o prestígio feminino estava ancorado em linhagens familiares, modos de recepção e consumo de luxo, ao final

dos anos 1960 percebe-se uma inflexão significativa: a entrada da mulher moderna, pública e midiática na esfera da distinção social. A figura da “elegante”, antes associada à discrição doméstica e ao sobrenome do marido, passa a coexistir com novas formas de visibilidade, em que o nome próprio ganha força como signo de identidade e reconhecimento. Essa transição de “Sra. de Fulano” para “Gal Costa”, “Pink Wainer” ou “Dina Staf” traduz não apenas uma mudança estilística, mas uma transformação de ordem simbólica, atravessada pelos ecos da luta por emancipação e pelos movimentos feministas que ganhavam espaço no Brasil.

Assim, ao comparar as listas desses colonistas, observa-se uma transição significativa: a elegância deixa de ser codificada exclusivamente pelos signos tradicionais para se tornar uma forma de distinção mediada pela exposição pública dos modos de ser. A visibilidade passa a englobar atitudes, posturas e referências culturais que ultrapassam os códigos restritos dos círculos sociais mais fechados. Essa transformação acompanha as mutações mais amplas da sociedade brasileira nas décadas de 1950 e 1960, período em que o que antes pertencia ao domínio do privado se projetou na esfera pública. O círculo exclusivo da alta sociedade converteu-se em espetáculo midiático, e os modelos outrora inalcançáveis tornaram-se parte de um imaginário coletivo de consumo e desejo, fenômeno impulsionado tanto pelos próprios árbitros da elegância, que conferiram visibilidade a essas figuras quanto pelas mudanças culturais, econômicas e políticas que redefiniram as hierarquias de prestígio no país.

Por fim, é importante destacar que, embora o foco principal desta pesquisa seja o *Café Society* carioca, especialmente aquele retratado nas colunas e notas sociais dos chamados “anos dourados”, optamos por incluir também algumas listas publicadas fora desse eixo. As primeiras edições das “Dez Mais Elegantes” concentravam-se sobretudo nas mulheres do Rio de Janeiro, mas, com o passar dos anos, o recorte se ampliou, incluindo paulistas, sulistas e, posteriormente, figuras de Brasília. Essa ampliação refletia não apenas a mudança do cenário político e social do país, mas também a expansão do interesse pela elegância feminina em outras regiões. Ainda assim, observamos que o Rio de Janeiro se manteve como principal referência de estilo e distinção, já que nomes conhecidos continuaram a aparecer nas listas ao longo do final da década de 1960 e início dos anos 1970. Assim, a inclusão dessas outras edições nesse subcapítulo buscou oferecer um

panorama mais completo da representação da elegância no Brasil, sem perder de vista que seu principal centro continuou sendo o Rio de Janeiro.

6. Considerações finais e perspectivas futuras

Chegar ao fim desta pesquisa é, de certa forma, retornar ao início: à tentativa de compreender o colunismo social não apenas como um gênero jornalístico, mas como um fenômeno cultural que traduziu modos de ver, de viver e de pertencer, sobretudo no período de intensas transformações político culturais de meados do século XX. Ao longo deste estudo, foi possível observar como as colunas sociais, nascidas em um contexto de modernização da imprensa e da sociedade carioca, constituíram um espaço de representação simbólica das elites, onde o consumo, a aparência e o prestígio se tornaram narrativas de distinção. Mais do que registrar eventos, esses espaços textuais e imagéticos em impressos performavam modos de vida, desejos e hierarquias, revelando o quanto o cotidiano social também é um campo de disputas simbólicas.

Desse modo, esse trabalho buscou compreender o papel das colunas sociais no Brasil, especialmente durante as décadas de 1940 e 1970, quando o Rio de Janeiro se consolidava como o epicentro do charme, do poder e da vida cultural do país. Mais do que um simples espaço de notas elegantes ou de festas ostentatórias, as colunas revelavam modos de ser e de se portar, evidenciando como a elite carioca se via e queria ser vista. Foram páginas que, embora efêmeras nesse formato, ajudaram a construir uma memória visual e comportamental de um tempo em que o prestígio social se escrevia em jornais e revistas, mas ecoava nas conversas, nos salões e nos olhares.

Mais do que retratar uma época, este trabalho também buscou valorizar o papel de Jacinto de Tormes, Ibrahim Sued e Zózimo Barroso do Amaral, figuras centrais na consolidação desse gênero jornalístico no Brasil. Cada um, à sua maneira, foi um criador de referências do “bom” gosto, um intérprete dos hábitos e desejos daquela elite urbana, assim como um mediador entre os mundos do luxo e da classe média. Suas colunas tornaram-se espelhos de distinção e comportamento,

como manuais de referência ou “cartilhas culturais”¹¹⁸ sobre moda, etiqueta e hábitos, orientando a percepção do que era considerado refinado e desejável.

Assim sendo, no primeiro capítulo, buscou-se estabelecer a fundamentação teórica do conceito de elite, sem pretensão de esgotar o tema, mas com o intuito de compreender como esse grupo social foi interpretado por diferentes tradições teóricas. Foram revisitadas as contribuições de autores clássicos como Mosca (1966), Pareto (1966), Michels (1966), Mills (1981 [1956]) e Weber (1982 [1946]), cujas reflexões permanecem centrais para o entendimento das formas de constituição, consolidação e exercício do poder pelas elites. Em seguida, o segundo capítulo dedicou-se a examinar as práticas discursivas que antecederam o colonismo social no Brasil, com foco na crônica social, destacando seu papel na representação simbólica da elite urbana do século XIX e início do XX. Ao registrar os rituais e eventos da alta sociedade, esse tipo de escrita contribuiu para reforçar hierarquias e legitimar posições de prestígio, antecipando as dinâmicas que seriam mais tarde institucionalizadas nas colunas sociais.

O terceiro capítulo voltou-se à análise das origens das *gossip columns*, criadas por Walter Winchell, cuja escrita marcou a cultura midiática dos Estados Unidos. A partir da biografia *Winchell: Gossip, Power and the Culture of Celebrity* de Neil Gabler (1994), tentamos averiguar como sua trajetória pessoal, marcada pelo medo do fracasso e pela busca por reconhecimento, moldou sua identidade pública e seu estilo profissional. Já o quarto capítulo dedicou-se à análise dos principais colunistas sociais do Rio de Janeiro entre as décadas de 1940 e 1970: Jacinto de Thormes, Ibrahim Sued e Zózimo Barrozo do Amaral. Destacamos como suas colunas mapearam eventos, hábitos e espaços da elite carioca, consolidando um calendário social que organizava visibilidade, legitimava hierarquias e

¹¹⁸ McCracken, em *Cultura e Consumo* (2003 [1988]), menciona que Michael B. Miller, em sua obra *The Bon Marché: Bourgeois Culture and the Department Store 1869-1920* (1981) defende que a loja de departamento deve ser compreendida não apenas como um reflexo das transformações nos padrões de consumo, mas como um agente ativo na construção da própria cultura em que o consumo se insere. Miller observa que os catálogos do *Bon Marché* se tornaram uma espécie de “cartilha cultural”, orientando uma determinada classe sobre como se vestir, mobiliar suas casas e empregar o tempo de lazer. De modo análogo, as listas das “Dez Mais Elegantes” e as notas das colunas sociais brasileiras também funcionaram como manuais simbólicos de conduta e distinção. Assim como os catálogos parisienses, esses espaços midiáticos ofereciam à elite carioca, e àqueles que a observavam, um guia sobre modos de vestir, decorar e viver, reforçando códigos de gosto e pertencimento social que se renovavam de acordo com as exigências de determinado tempo.

funcionava como referência cultural e comportamental para diferentes camadas sociais.

Ainda assim, o quinto capítulo concentrou-se em uma análise empírica das colunas sociais, com base em fontes encontradas no site da Hemeroteca Digital Brasileira e do Acervo Digital de *O Globo*. A partir desse material, exemplificamos como tais notas veiculadas em diferentes colunas de diversos periódicos operavam como instrumentos de legitimação dos comportamentos, práticas de consumo e sistemas de distinção da elite carioca, reforçando hierarquias e instituindo padrões culturais e normativos que orientavam a vida social dos grupos dominantes. O capítulo também incluiu a análise das listas das “Dez Mais Elegantes”, publicadas entre as décadas de 1950 e 1960, as quais funcionavam como dispositivos de consagração simbólica e de difusão de um ideal nacional de “elegância”. A expansão geográfica dessas listas, que passou a abranger nomes de outras regiões além do Rio de Janeiro, revelou tanto as transformações do cenário social brasileiro quanto o alargamento do imaginário de distinção e visibilidade feminina no período.

Nesse contexto, o processo de profissionalização do colunismo social no Brasil, sobretudo a partir da década de 1950, coincide com a transformação do colunista em uma figura pública dotada de prestígio, autoridade e poder de consagração simbólica. Se nas décadas anteriores a crônica era vista como um gênero secundário dentro do jornalismo, com Jacinto de Thormes, Sued e outros nomes, ela passa a adquirir status próprio, delimitando um campo específico de atuação, com regras e linguagem singulares. Essa profissionalização se manifesta não apenas no volume e regularidade das publicações, mas também na sofisticação do conteúdo, na criação de quadros fixos, listas e na presença cada vez mais forte de patrocinadores e marcas de moda. Em termos bourdieusianos (2007 [1979]), o colunismo social passa a operar como um campo de produção simbólica autônomo, no qual a autoridade do colunista depende tanto de seu capital social devido às conexões com a elite quanto de seu capital cultural, logo, a capacidade de traduzir esses códigos em narrativas sedutoras e legitimadoras.

Essa consolidação do colunismo social como profissão abriu caminho para a criação de mecanismos formais de reconhecimento e legitimação do gosto, como as famosas listas das “Dez Mais Elegantes”. Ao estabelecer *rankings* regulares de mulheres e homens considerados símbolos de estilo e sofisticação, os colunistas não

apenas reforçavam padrões estéticos, mas também institucionalizavam seu próprio papel de “árbitros da elegância”. Assim, elas funcionavam como instrumentos de mediação entre o privado e o público: o corpo, o vestuário e o comportamento das elites eram observados, avaliados e exibidos para consumo social, conferindo visibilidade e prestígio às personalidades destacadas. Nesse contexto, a figura da mulher carioca consolidou-se como verdadeiro ícone de elegância e sofisticação, reconhecida não apenas no Brasil, mas internacionalmente.

Além disso, futuras pesquisas poderiam se concentrar nas trajetórias individuais desses colunistas, os quais tiveram papel central na consolidação do colunismo social brasileiro. Investigar suas redes de sociabilidade e relações profissionais permitiria compreender melhor como se constituíam os círculos de prestígio e influência. Uma análise mais aprofundada de seus textos e notas possibilitaria abarcar um maior número de temas, eventos e práticas de consumo, oferecendo uma perspectiva mais ampla sobre a função da coluna social. Esse tipo de estudo contribuiria para reforçar a compreensão do colunista como verdadeiro árbitro do bom gosto de seu tempo, definindo padrões de comportamento e estética que atravessaram décadas.

Também seria possível aprofundar o estudo sobre as listas das “Dez Mais Elegantes”, relacionando-as diretamente às influências da moda parisiense na construção dos padrões de sofisticação da elite carioca. Uma investigação mais detalhada poderia revelar como essas listas funcionavam como instrumentos de distinção social, refletindo simultaneamente os ideais europeus e suas adaptações ao contexto brasileiro. Um estudo comparativo entre a imprensa brasileira e publicações estrangeiras da mesma época poderia revelar como esses modelos eram reinterpretados e nacionalizados nas páginas das colunas sociais, especialmente sob o olhar da elite carioca e paulistana.

Outra linha de investigação promissora envolve as transformações contemporâneas das colunas sociais. Hoje, o fenômeno extrapola os jornais impressos e se manifesta em programas de televisão, *reality shows* e plataformas digitais. A espetacularização da vida de grupos da elite, como a da família Kardashian ou da elite asiática em Los Angeles retratada na série *Bling Empire*, disponível na *Netflix*, abre a possibilidade de estudar esses episódios para

compreender os modos de ser, a exibição e os padrões de consumo dessas figuras socialmente destacadas.

O papel do lazer e das viagens também se mostra como campo fértil para outros estudos. Nas décadas retratadas neste trabalho, viagens nacionais, como a Petrópolis, Cabo Frio e São Paulo, quanto internacionais, como Buenos Aires e destinos europeus, reforçavam distinções simbólicas de classe e ampliavam o repertório de *status* da elite. Analisar como essas práticas eram cobertas nas colunas sociais, bem como os modos de consumo, hospitalidade e entretenimento associados a elas, pode oferecer uma perspectiva mais ampla sobre a construção da identidade e do prestígio social daquela elite carioca dos anos dourados.

Dessa forma, entre tantos textos que marcaram o início do colunismo social brasileiro, poucos parecem traduzir com tanta clareza a consciência do próprio gênero quanto “Nascimento, vida e morte de uma crônica”, publicada em 27 de abril de 1945 no *Diário Carioca* por Jacinto de Thormes. Escolher essa nota para encerrar o presente trabalho é, portanto, uma forma de retornar à origem ao instante em que esse gênero começava a se compreender como ofício e como arte de narrar o cotidiano com sensibilidade e olhar crítico.

Mais do que um registro histórico, trata-se de um manifesto sobre o papel do cronista e sobre a efemeridade das palavras impressas. Escrita há oito décadas, ela ecoa como um testamento do próprio colunismo, um espelho que reflete o que foi e o que ainda permanece vivo em sua essência:

Esta historia começa na minha cabeça, sinto muito mas é aí que se inicia o nascimento de uma crônica.

Recebemos um convite para o dia tal e já classifico de saída. No dia determinado pelo convite lá estamos (geralmente atrasados) e aí vamos mentalmente anotando as pessoas, tentando descobrir alguma coisa que valha a pena. Naturalmente não ha necessidade de prestar muita atenção e creio mesmo que já fazemos essa historia automaticamente, quase. Quando ha, numa sala, alguém como a senhora Vicente Galliez, ou a senhora Herculano Tomas Lopes, então se olha bem examinando a situação para a possibilidade de uma noticia destacada.

Quando o embaixador da Inglaterra ou Lady Gayner, por exemplo, dão o prazer de entrar na seção, então é preciso

dosar bem as "blagues", tomar cuidado com as proporções e não esquecer o protocolo. Quando alguém chega a nos entusiasmar, por um motivo ou outro (que diabo, cronista ou não, somos humanos), então cuidado meu velho, a crônica não tem nada com isso. E existem mil pequenos problemas que não sendo observados podem dar em alguma coisa. Às vezes é bom arriscar.

Seguindo ou não essas auto-advertências, só termina o nascimento diante do papel, no meio da barulheira tremenda desta sala de redação, aonde abundam discussões, campanhas, máquinas de escrever e senhores circunspectos, gordos na maioria e na maioria fumando charutos descomunais.

E depois de se escolher a fotografia no arquivo, para as mãos do secretário vai a crônica, com cocktails, jantares, vestidos de baile, debutantes risonhas e rapazinhos lustrosos da cabeça aos pés. Depois do visto a nossa crônica vai para a oficina, depois linotipista e após a composição, o prelo e aí para a revisão (quero pedir ao meu caro revisor que tome cuidado com as palavras em inglês) e aí desce para o paginador, sobe para a calandra, entra na fundição, vai às rotativas, e já fazendo partet do jornal, é entregue aos distribuidores que levam às bancas, sub-bancas e vendedores avulsos.

Esse é o nascimento de uma crônica, que daí por diante terá sua vida ligada à do jornal, e a vida de um jornal é intensa e curta. Geralmente a sua utilidade não dura mais de um dia e quando dura. E lá está a crônica social, com festas, elogios a todos, tipo do negócio camarada, palmadinhas nas costas dos amigos e sorrisos até não poder mais.

O outro dia vim num bondinho pacífico e no embrulho da trouxa que a lavadeira da frente carregava estava um pedaço de jornal com a crônica que escrevemos. Vim lendo por todo o caminho e achei graça que tanta amabilidade de salão viesse embrulhando roupa suja. ("Nascimento, vida e morte de uma crônica, *Diário Carioca*, 27 abr. 1945, ed. 05323)

Acreditamos que esse texto resume e simboliza quase tudo o que foi discutido ao longo da pesquisa, ao condensar a essência da crônica social e reafirmar o valor do trabalho jornalístico em todas as suas nuances e fases para dar vida a um pequeno trecho de um impresso.

Por isso, optamos por encerrar este estudo com este "ouro" escrito por aquele que é considerado o pai do colunismo social brasileiro: Jacinto de Thormes.

Nele, é possível reconhecer as semelhanças entre o processo criativo de um colunista daquela época e o modo como, ainda hoje, o colunismo social é produzido, ainda que em novos meios e linguagens. E se em 2025, ano de conclusão dessa tese, ainda que existam múltiplos veículos e plataformas capazes de alcançar públicos diversos em escala global, também é possível afirmar que, mesmo diante de tantas transformações, o cerne e a função da coluna social permanecem os mesmos, só que em outros formatos.

Hoje, o *high society* celebrado e desejado pela mídia não repercute apenas entre seus pares, mas alcança também as demais camadas sociais. Aqueles que não pertencem à elite podem aspirar a seus códigos acessando fragmentos desse universo por meio de vídeos, imagens ou postagens nas redes sociais. Seja idealizando ou romantizando uma vida com melhores ferramentas, do vestir ao comer, do morar ao pertencer, a possibilidade de projeção, desejos e “devaneios à la Campbell”¹¹⁹ (2001) é quase que infinita.

Como já sugeria McCracken em *Cultura e Consumo* (2003 [1988]), o ciclo do desejo é incessante: ao alcançar determinado bem ou estilo de vida, novos objetos de aspiração imediatamente se colocam no horizonte. O consumo, portanto, é continuamente reinventado, impulsionado pelo mesmo anseio que, outrora, fazia o leitor buscar nas colunas sociais um reflexo do mundo que gostaria de habitar.

Desse modo, retomando o que Jacinto afirmou na crônica acima e estabelecendo um paralelo com os dias atuais, percebe-se que a amabilidade dos antigos salões foi transferida para as casas, as rotinas e ao *lifestyle* de pessoas hierarquicamente bem-sucedidas em diferentes campos, o que, neste trabalho, convencionou-se chamar de “elite”. Essas figuras também desejam ser vistas e reconhecidas, não apenas por seus pares, mas por um público mais amplo. Mesmo aqueles que não se expõem diretamente em veículos midiáticos acabam tendo suas vidas observadas e, de certo modo, desejadas por quem busca saber como vivem,

¹¹⁹ Campbell (2006) denomina de *day-dreaming* o processo pelo qual os indivíduos, guiados pelo hedonismo moderno, mobilizam suas imaginações e capacidades criativas para construir imagens mentais que lhes proporcionam prazer. A partir dessas elaborações, formam-se fantasias vívidas e convincentes, capazes de suscitar reações emocionais semelhantes às experiências reais. Esse mecanismo estaria intrinsecamente ligado ao espírito do consumismo moderno. Como afirma o autor, “(...) os indivíduos não procuram tanto satisfação dos produtos quanto prazer das experiências auto-ilusivas que constroem com suas significações associadas.(...)” (Campbell, 2006, p. 130). Nesse sentido, a verdadeira essência do consumo reside menos na aquisição material e mais na busca por prazer imaginativo, que confere sentido ao desejo e à constante ânsia por novidades.

onde moram, o que consomem e quais práticas adotam para se manterem em posição de destaque.

Se hoje o jornal pode não ser o principal veículo para acompanhar as “fococas” da elite e as atualizações de seus calendários sociais, antes divulgadas nas “*gossip columns*”, “colunas sociais” ou “Sociais”, esse mesmo conteúdo encontrou novos espaços de visibilidade. Ele pode ser visto na televisão, nas redes sociais, em *reality shows*, discutido em *podcasts* ou difundido por meio de códigos comunicacionais próprios de cada plataforma: *tweets* no X (antigo *Twitter*), *posts* e *reels* no Instagram, vídeos no TikTok, entre muitos outros formatos.

Essa rotina das celebridades, dos “berços-de-ouro”, “*neppo babies*” (como se convém dizer atualmente) ou emergentes que aspiram a posições melhores na hierarquia social, também estão tendo suas vidas vistas por seus pares ou por um outro público que, igualmente, almeja destaque social, componente relacionado diretamente com a questão da visibilidade, o grande capital cultural para a mobilidade social contemporânea. Aqueles que não pertencem às camadas mais altas igualmente demonstram o desejo de integrar, ainda que simbolicamente, esse universo, seja ao ler uma nota em uma coluna social, acompanhar uma reportagem televisiva ou consumir conteúdos digitais sobre essas figuras.

Independentemente do formato ou da plataforma, o retrato de consumo dessas elites ainda preserva valores e ideais semelhantes: distinção, viagens, objetos e ativos materiais de alto valor, ócio e consumo conspícuo, apenas para citarmos alguns exemplos. Desse modo, compartilham códigos que só podem ser plenamente compreendidos por quem faz parte desse mesmo círculo, a partir de uma gramática de consumo criada por eles e constantemente reafirmada. Embora relativamente estável em seus valores centrais, ela se renova em nuances sutis, justamente para preservar a distância simbólica em relação às demais classes, conforme postula a teoria do *trickle-down*¹²⁰.

¹²⁰ Simmel (2008 [1905]) introduz o conceito de *trickle-down* para descrever o movimento que ocorre quando as classes “inferiores” passam a se apropriar de determinados estilos e práticas de moda, rompendo, assim, a fronteira simbólica estabelecida pelas classes superiores. Diante disso, as elites buscam continuamente novas formas de reafirmar sua distinção, criando lógicas e estratégias que assegurem sua hegemonia estética e social. A moda, portanto, renova-se incessantemente, em um jogo dinâmico de imitação e diferenciação. O progresso social acelera esse processo, pois favorece uma maior rapidez na difusão e na reprodução dos signos de status. Para o autor, “modas são sempre modas de classe” (Simmel, 2008 [1905], p. 24), já que a partir de uma tendência cultural instaurada por determinado grupo, outras esferas sociais tendem a acompanhá-la, produzindo

O mundo pode ter mudado. O cenário pode ser outro. Mas, a essência, continua a mesma ou, no mínimo, bem parecida. Se o jornal com suas colunas sociais já não está embrulhado a roupas sujas dentro de cestos, o celular e outros aparatos tecnológicos como televisão, tablet e celulares exibem para milhares de pessoas que querem ser entretidas um excesso de informações e detalhes sobre as elites de diferentes culturas e lugares. Nesta nova conjuntura, essa “fração nobre” da trama social continua tendo sua vida lida e consumida por seus pares em outros países, ou pelos “plebeus”, em seus apartamentos comuns ou em casas que não tem o básico para uma sobrevivência que se convém dizer “decente”. Então, a única coisa que pode ser considerada semelhante entre todos esses leitores é um mesmo tipo de devaneio de se imaginar em uma vida diferente da qual se está, como se ela fosse melhor se a própria grama fosse mais verde. E com mais viagens, mais festas, mais dinheiro e, talvez, mais reconhecimento - por seus pares ou não.

7. Referências Bibliográficas

ALTHOUSE, R. The modern celebrity as a unique form of stratification. *Journal of the Minnesota Academy of Science*, v. 31, n. 2, p. 178–182, 1964. Disponível em: <https://digitalcommons.morris.umn.edu/jmas/vol31/iss2/21>. Acesso em: 23 jul. 2025.

ALTHOUSE, R. Social stratification in the mass society. *Journal of the Minnesota Academy of Science*, v. 29, n. 1, p. 112–120, 1961. Disponível em: <https://digitalcommons.morris.umn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2395&context=jmas>. Acesso em: 20 jul. 2025.

ARNT, H. Jornalismo e ficção: as narrativas do cotidiano. *Contemporânea*, v. 2, n. 2, p. 46–52, jul./dez. 2004. Disponível em: http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_03/contemporanea_n03_05_arnt.pdf. Acesso em: 28 maio 2024.

BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Tradução de Luís Antero Reto; Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2016.

BAUDRILLARD, J. *O sistema dos objetos*. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 2008. Originalmente publicado em 1968.

BOURDIEU, P. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Zouk; Edusp, 2007. Originalmente publicado em 1979.

CAMPBELL, C. Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno. In: BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. (org.). *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

CANDIDO, A. A vida ao rés do chão. In: CANDIDO, A. *Para gostar de ler – Crônicas 5*. São Paulo: Ática, 1981.

CERBINO, A. L. Tempos de elegância: memória e história nas páginas da revista *Rio. Revista Brasileira de História da Mídia*, Rio de Janeiro, v. 4, n. 1, p. 51–60, 2015.

CORBO, W. de A. *Histórias de consumo e ilusões sociais: grandes magazines, shopping center e classes médias*. 2018. 211 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

CRUZ, K. G. S. *Colunismo social e consagração das elites*. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, [s.d.].

D'ANGELO, A. C. *Precisar, não precisa: história, marketing e comportamento no mercado de luxo brasileiro e mundial*. 2. ed. [S.l.]: Lazuli, 2018.

DORNELLES, B. Evolução da coluna social ao longo do século XX. *Revista Brasileira de História da Mídia*, v. 6, n. 2, p. 126–142, jul./dez. 2017. Disponível em: <https://revistas.ufpi.br/index.php/rbhm/article/view/6657/3818>. Acesso em: 30 nov. 2023.

GABLER, N. *Gossip, power and the culture of celebrity*. New York: Alfred A. Knopf, [s.d.].

GIMENES, É. R. Teoria das elites e as elites do poder. *Revista de Discentes de Ciência Política da UFSCAR*, v. 2, n. 2, 2014.

GOFFMAN, E. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 2014. Originalmente publicado em 1959.

GOMES, R. C. Representações sociais e a crônica, seus suportes e as malhas do tempo. In: *IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom*. 2004. Disponível em: <https://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/104497295200745847945216573397386512074.pdf>. Acesso em: 25 jun. 2024.

GONÇALVES, J. H. R. Escavando o chão da futilidade. *Revista de História Regional*, v. 4, n. 2, 2007. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/rhr/article/view/2082>. Acesso em: 30 ago. 2025.

HOLLANDA, C. B. *Teoria das elites*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

LIPOVETSKY, G.; ROUX, E. *O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

LOPES, A. C. L. F. A *Rio Magazine* de Alfredo Tomé. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 38., 2015, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: Intercom, 2015. p. 1–15.

———. A alta sociedade carioca dos anos 1950: distinções nas páginas da *Rio Magazine*. *Veredas da História*, Salvador, v. 11, n. 2, p. 80–99, 2018.

MCCRACKEN, G. *Cultura e consumo*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003. Originalmente publicado em 1988.

MILLS, C. W. *A elite do poder*. Rio de Janeiro: Zahar, 1981. Originalmente publicado em 1956.

MARIA, M. de F. A. Das *gossip columns* às novas colunas sociais brasileiras: política e modernização na imprensa brasileira nas décadas de 1950 e 1960. *Histórica: Revista Eletrônica do Arquivo Público do Estado de São Paulo*, n. 33, 2008. Disponível em: <http://www.historica.arquivoestado.sp.gov.br/materias/anteriores/edicao33/materia03/texto03.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2023.

MARTINEZ, M. Jornalismo literário: a realidade de forma autoral e humanizada. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, ano VI, n. 1, p. 71–83, jan./jun. 2009. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2009v6n1p71/10418>. Acesso em: 9 set. 2024.

MICHELS, R. A lei de ferro da oligarquia. In: SOUZA, A. de (org.). *Sociologia política*. Rio de Janeiro: Zahar, 1966.

MIDDLETON, S. Three haunts of café society. In: MIDDLETON, S. *Dining, wining and dancing in New York*. New York: Dodge Publishing Company, 1938.

MILLS, C. W. *A elite do poder*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1981. Originalmente publicado em 1956.

MORAES, R. de. *O marketing e a arte do luxo na era da experiência: inspirações para outros segmentos*. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2019. 144 p.

MOREIRA, H. A transição do jornalismo partidário para o jornalismo de informação e a formação dos impérios midiáticos no Brasil. *Universitas: Arquitetura e Comunicação Social*, v. 11, n. 11, p. 49–57, jan./jun. 2014.

MORIZONO, V. Y. M.; ALMEIDA, A. B. de. Crônicas de salão no Brasil e na França: João do Rio e Marcel Proust. *Terra roxa e outras terras: Revista de Estudos Literários*, v. 28, dez. 2014. Disponível em: http://www.uel.br/pos/letras/terraroxa/g_pdf/vol28/TRvol28j.pdf. Acesso em: 11 dez. 2023.

MOSCA, G. A classe dirigente. In: SOUZA, A. de (org.). *Sociologia política*. Rio de Janeiro: Zahar, 1966.

NOVAES, A. *João do Rio e seus cinematógrafos: o hibridismo da crônica na narrativa da belle époque carioca*. Rio de Janeiro: Mauad; FAPERJ, 2015.

NUNES, R. V. Crônicas e cronistas no ritmo das máquinas. *Emblemas: Revista do Departamento de História e Ciências Sociais – UFG/CAC*, v. 9, n. 1, p. 129–145, jan./jun. 2012. Disponível em: <https://periodicos.ufcat.edu.br/emblemas/article/view/28434/15966>. Acesso em: 25 maio 2024.

PAIVA, R.; SODRÉ, M. *Cidade dos artistas: cartografia da televisão e da fama no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

PARETO, V. As elites e o uso da força na sociedade. In: SOUZA, A. de (org.). *Sociologia política*. Rio de Janeiro: Zahar, 1966. p. 70–88.

ROCHA, E. *Magia e capitalismo: um estudo antropológico da publicidade*. 4. ed. São Paulo: Brasiliense, 2010. Originalmente publicado em 1985.

———; PEREIRA, C. O consumo e o luxo em perspectivas culturais. In: ROCHA, E.; PEREIRA, C. *Juventude e consumo: um estudo sobre a comunicação na cultura contemporânea*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

SAES, D. Uma contribuição à crítica da teoria das elites. *Revista de Sociologia e Política*, [S. l.], n. 3, p. 7–19, 1994. DOI: 10.5380/rsocp.v0i03.39376. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/rsp/article/view/39376>. Acesso em: 2 jul. 2025.

SANT’ANNA, M. R. *Elegância, beleza e poder na sociedade de moda dos anos 50 e 60*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

SANTOS, J. F. D. *Enquanto houver champanhe, há esperança: uma biografia de Zózimo Barrozo do Amaral*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2016.

SCHERER, M. *Imprensa e Belle Époque: Olavo Bilac, o jornalismo e suas histórias*. Palhoça: Editora Unisul, 2012. Originalmente publicado em 1971.

SCHMÖKEL, F.; MIRANDA, C. R.; COLVERO, R. B. Elitismo e democracia. In: *III Seminário Internacional de Ciências Sociais – Ciência Política*, 2014, São Borja. Anais... São Borja: Universidade Federal do Pampa, 2014. Disponível em: <https://cursos.unipampa.edu.br/cursos/cienciapolitica/files/2014/06/Elitismo-e-democracia.pdf>. Acesso em: 4 ago. 2025.

SETTON, M. da G. J. Estudos sobre as elites: uma leitura da produção em periódicos – 1998–2017. *Pro-Posições*, Campinas, v. 32, p. 1–37, 2021. Disponível

em: <https://www.scielo.br/j/pp/a/ScZ5vyDmN94XBxst3M7j7Hj/>. Acesso em: 3 mar. 2025.

SIEBERT, S. A crônica brasileira tecida pela história, pelo jornalismo e pela literatura. *Linguagem em (Dis)curso*, Tubarão, SC, v. 14, n. 3, p. 675–685, set./dez. 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ld/a/8vV4KftbQvYdYgqFw6dGf3N/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 17 jun. 2024.

SILVA, C. *O adiantado da hora: a influência americana sobre o jornalismo brasileiro*. São Paulo: Summus, 1991.

SILVA, E. M. As dez mais elegantes: notas sobre a rigidez do comportamento feminino no Brasil dos anos dourados. In: *1º Congresso Brasileiro de Iniciação Científica em Design e Moda*, 2014. Anais... [S. l.: s. n.], 2014.

SIMMEL, G. *Filosofia da moda e outros escritos*. Lisboa: Texto & Grafia, 2008. Originalmente publicado em 1905.

SOARES, M. H. O (en)canto que vem das ruas: leituras das crônicas de João do Rio e Luiz Antonio Simas em Comunicação Social (Jornalismo). In: *43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom*, 2020, virtual. Anais... [S. l.: s. n.], 2020. p. 1–12. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-0246-1.pdf>. Acesso em: 14 jun. 2024.

SOMBART, W. *Lujo y capitalismo*. Madrid: Guillermo Dávalos Editor, 1958.

SOUZA, R. M. de. O cavalheiro e o canalha: Maneco Müller, Walter Winchell e o apogeu dos colunistas sociais após a Segunda Guerra Mundial. In: *30º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom*, 2007, Santos. Anais... Santos: Intercom, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/r1268-1.pdf>. Acesso em: 11 dez. 2023.

SUED, I. *Ibrahim Sued: em sociedade tudo se sabe*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

VEBLEN, T. *A teoria da classe ociosa*. São Paulo: Pioneira, 1965. Originalmente publicado em 1899.

WEBER, M. Classe, estamento e partido. In: WEBER, M. *Ensaaios de sociologia*. 5. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1982. p. 211–228. Originalmente publicado em 1946.