
O Colunismo Social como objeto de pesquisa na Comunicação: um levantamento da última década (2008-2018)¹

Nayara de Arêdes OLIVEIRA²
Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE

RESUMO

Este trabalho busca identificar tendências atuais na pesquisa em Comunicação no Brasil relacionadas ao formato do Colunismo Social. Para tanto, realiza um levantamento nos anais de eventos dos encontros nacionais da Intercom, Compós, ALCAR e SBPJor nos últimos dez anos. Os resultados demonstram que a visão do Colunismo Social como objeto de pesquisa legítimo ainda é incipiente e que, nos poucos trabalhos que consideram o formato como foco de estudo, predominam as investigações empíricas e o diálogo com temas e autores identificados com o campo do Jornalismo.

PALAVRAS-CHAVE: Colunismo Social; Coluna Social; Pesquisa em Comunicação; Jornalismo.

Introdução

O presente trabalho tem o propósito de inventariar os percursos da pesquisa em Comunicação no Brasil relacionadas ao formato do Colunismo Social. O esforço integra o referencial teórico da pesquisa de Mestrado em Comunicação e Sociedade denominada “Colunismo social e representação feminina: uma análise do caderno Thaís Bezerra”, em andamento pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe (PPGCOM/UFS) e financiada pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

O estudo procura identificar os trabalhos que elevam o Colunismo Social à condição de objeto de pesquisa presentes nos anais de eventos nacionais de referência no campo da Comunicação. Consideramos os encontros da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom); da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós); da Associação Brasileira de

¹ Trabalho apresentado no GP Gêneros Jornalísticos, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista e mestranda em Comunicação e Sociedade pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe (PPGCOM/UFS), e-mail: nayara.aredes.jor@gmail.com

Pesquisadores da Mídia (ALCAR) e da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). O levantamento debruçou-se sobre os arquivos de anais eletrônicos apresentados entre os anos de 2008 e 2018, disponíveis nas plataformas *online* das entidades³.

A pesquisa propôs-se a observar em que medida o Colunismo Social tem se configurado como objeto de pesquisa nos últimos dez anos e quais as dúvidas e conceitos associados a essas investigações. O estudo traz ainda um breve apanhado histórico sobre o Colunismo Social no mundo e no Brasil e localiza as instituições analisadas (Intercom, Compós, ALCAR e SBPJor) no campo da Comunicação brasileira. No total, foram registrados 49 resultados, sendo 13 o quantitativo que integra o *corpus* da pesquisa.

Intercom, Compós, ALCAR e SBPJor: aglutinando a produção acadêmica brasileira em Comunicação

A Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) foi fundada em 12 de dezembro de 1977 em São Paulo, sendo a primeira a surgir entre as instituições abordadas neste trabalho. A fundação da Intercom faz parte de um momento de incremento da produção acadêmica em Comunicação no Brasil ocorrido nos anos 1970, década marcada pela implantação dos primeiros programas de pós-graduação do país (ESCOSTEGUY, 2004).

Além de publicar boletins periódicos, a Intercom promoveu encontros anuais logo em sua face inicial: o I Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação ocorreu em 1978⁴. Dez anos depois iniciou-se a promoção dos então chamados Simpósios Regionais de Pesquisa em Comunicação (SIPECs). Os Ciclos de Estudo e SIPECs ampliaram-se e transformaram-se no Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação e no Congresso de Pesquisa em Comunicação da Região Norte/Nordeste/Centro-Oeste/Sudeste/Sul, respectivamente.

³ Disponível em:

Intercom: <<http://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/apresentacao5>>;

Alcar: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais>>;

SBPJor: <<http://sbpjour.org.br/sbpjour/anais-sbpjour/>>;

Compós: <https://www.compos.org.br/anais_encontros.php>.

Acesso em: 27 jun. 2019

⁴ Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/memoria/linha_do_tempo> Acesso em: 24 mar 2019

Em 16 de junho de 1991, foi a vez de a Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós) ser fundada. A entidade define-se como “uma sociedade civil, sem fins lucrativos, congregando como associados os Programas de Pós-Graduação em Comunicação em nível de Mestrado e/ou Doutorado de instituições de ensino superior públicas e privadas no Brasil.” (COMPÓS, 2019). O primeiro encontro anual da Compós ocorreu na Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ) no ano seguinte ao da fundação, e desde então vem sendo realizado todos os anos.

Constituída formalmente em 05 de abril de 2001 durante reunião na sede da Associação Brasileira de Imprensa (ABI), no Rio de Janeiro, a atual Associação Brasileira de Pesquisadores da Mídia (ALCAR) nasceu como Rede Alfredo de Carvalho (REALCAR) em homenagem ao historiador pernambucano homônimo. Tendo surgido com o intuito de atualizar “o inventário da imprensa brasileira” (ALCAR, 2019), a instituição vem ampliando gradativamente seu escopo de trabalho. Seu primeiro encontro anual ocorreu em 2003, no Rio de Janeiro, tendo continuidade regular até 2009, quando tornou-se bi-anual. Desde 2007, a ALCAR vem promovendo também encontros regionais, inicialmente na Região Sul, seguido de Sudeste e Norte (2010) e de Nordeste e Centro-Oeste (2012).

A SBPJor é a única entre as quatro entidades aqui estudadas que se dedica exclusivamente à pesquisa no campo do Jornalismo, tendo como premissa sua institucionalização. Sua fundação aconteceu na Universidade de Brasília (UnB), em novembro de 2003, na ocasião do I Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. O evento constituiu-se ao longo de suas 16 edições como “o principal fórum brasileiro para a discussão acadêmica do jornalismo como campo científico, tendo contado com uma média de 400 participantes” (SBPJor, 2019).

Atualmente, os congressos da Intercom, Compós, ALCAR e SBPJor compreendem grupos de discussão, apresentações de trabalhos, prêmios, colóquios, lançamentos de livros, apresentações de projetos experimentais e outras programações. Os eventos incluem pesquisadores de diversos níveis de titulação, desde estudantes de graduação até doutores, com diferentes especializações.

Grande parte dos trabalhos apresentados nesses eventos é extraída de pesquisas mais amplas e elaboradas, em curso ou já concluídas. Nessas ocasiões, pesquisadores oferecem uma mostra de suas atividades, submetendo-as à apreciação e discussão por seus pares. Nesse sentido, é pertinente afirmar que os trabalhos reunidos nos anais de eventos fornecem fortes indícios sobre a produção acadêmica brasileira em Comunicação. A abrangência de pesquisadores, temas e trabalhos traz aos eventos um caráter de vitrine da realização científica, onde figuram os mais diversos objetos de pesquisa – sendo o Colunismo Social uma fração desse universo.

Colunismo Social no mundo e no Brasil

As origens do Colunismo Social remontam à transição do século XIX para XX, nos Estados Unidos (CRUZ, 2015). Com as modificações sociais e econômicas advindas da recém-encerrada Guerra de Secessão, emergiram os chamados “novos ricos”. Frente ao novo grupo social oriundo de classes sociais subalternas, as famílias tradicionais da elite estadunidense temiam perder suas posições de prestígio. Os novos ricos, por seu turno, buscavam validação e ascensão social. Nesse contexto, as bases para o que conhecemos como Colunismo Social começam a ser lançadas.

Um dos marcos desse período é a *The Social Register*, lista que elencava as famílias estadunidenses consideradas “as mais importantes” de acordo com sua linhagem aristocrática (MARIA, 2008). A popularização do formato abriu espaço para o surgimento dos primeiros colunistas sociais. Outra ferramenta de consagração das elites nesse período eram os chamados *café society*, pontos de encontro e troca de informações entre políticos, empresários e artistas da indústria do entretenimento. Nesses espaços, colunistas sociais circulavam com liberdade a fim de registrar presenças, alianças e modos de vida.

Em 1920, no entanto, o colunista Walter Winchell ampliou os horizontes do que se entendia por Colunismo Social, criando as chamadas *gossip columns*, ou colunas de mexericos. O diferencial de Winchell, registrado nas páginas do *New York Evening Post*, deveu-se ao fato de que o colunista não só revelava os costumes das elites e os eventos nos quais figuravam mas ousava levantar rumores e pontuar seu texto por comentários sarcásticos e mesmo desagradáveis (SOUZA, 2009). Com o sucesso da

coluna de Winchell, as *gossip columns* tornaram-se “cadeira cativa” nos jornais da época, vistas como espaços rentáveis.

No Brasil, o Colunismo Social emergiu também em um contexto de mudanças sociais e econômicas. Embora já no início do século XX alguns jornais reservassem espaços para notas sobre eventos e autoridades, somente em meados do século é que surge a figura do colunista e o formato se consolida (CRUZ, 2015). Esse momento coincide com o processo de industrialização do país e com o surgimento de uma nova elite industrial, principalmente durante o governo de Juscelino Kubistchek (1956-1961).

O colunista Manuel Antônio Bernardes Muller, ou Maneco, é considerado o criador da primeira coluna social moderna no Brasil. Sob o pseudônimo Jacinto de Thormes, Maneco inaugurou em 1945, no Diário Carioca, um estilo de escrita que abandonava o antigo tom lisonjeiro dos então cronistas sociais em relação às autoridades e lançava mão de sarcasmo e esnobismo (DORNELLES, 2017). O termo colunável, que designa os personagens retratados nas colunas sociais, é atribuído a Maneco (SOUZA, 2009).

Ainda em se tratando do Colunismo Social no Brasil, dois outros nomes de destaque são os de Ibrahim Sued e Zózimo Barroso do Amaral, ou apenas Zózimo. Embora tenha começado sua carreira como repórter fotográfico, Sued assinou sua primeira coluna em 1951 e atuou como colunista até sua morte, em 1995, consagrando-se n’O Globo. Além de falar sobre os hábitos de vida das elites e imprimir à coluna um estilo agressivo e ácido de escrita, o colunista dedicava espaço à política e à economia em suas notas. Já Zózimo assinou sua primeira coluna em 1969, no Jornal do Brasil, e dedicou-se a um estilo de Colunismo Social de temáticas variadas. Ambos abriram espaço para o surgimento de grandes colunistas atuais, como Monica Bergamo e Ancelmo Gois.

Seja no caso de Winchell, nos Estados Unidos, ou nos casos de Maneco, Sued e Zózimo, no Brasil, seus estilos condizem com as palavras de José Marques de Melo: “a coluna corresponde à emergência de um tipo de jornalismo pessoal, intimamente vinculado à personalidade de seu redator” (MARQUES DE MELO, 1994, p. 137).

No intuito de classificar a atividade jornalística em gêneros e formatos, Marques de Melo (2009) aponta a existência de cinco gêneros jornalísticos: informativo, interpretativo, diversional, utilitário e opinativo. A coluna seria um dos formatos

integrantes do gênero opinativo, estando ao lado do editorial, do comentário, do artigo, da resenha, da caricatura, da carta e da crônica. A coluna social ou “coluna de mexericos”, por sua vez, seria um dos quatro tipos de colunas jornalísticas, sendo as demais a coluna padrão, a coluna miscelânea e a coluna política.

Em se tratando das colunas sociais, o caráter pessoal e autoral dos textos se traduz através de diversas características capazes de diferenciá-las dos demais tipos de colunas. Tais características, inclusive, distanciam o Colunismo Social dos cânones jornalísticos, como explica Rogério Martins de Souza:

o caráter polifônico das colunas de notas, com suas ironias, comentários, sua valorização do secundário ou conversa de bastidores, apresenta-se como um contraponto ao caráter da parte noticiosa e informativa do resto do jornal, em que as técnicas narrativas do lide e sublide, a proibição de dar opiniões e a restrição à objetividade constituem instrumentos que propiciam o controle da redação pelas empresas, um “engessamento” do caráter criativo do jornalista. (SOUZA, 2009, p. 121)

Anamaria Kovács identifica algumas das características que trazem às colunas sociais seu tom autoral, a exemplo do uso de neologismos, estrangeirismos, apelidos, “diminutivos afetivos e aumentativos afetados” (KOVÁCS, 1979, p. 68). Através desses elementos, o colunista pode estabelecer uma relação de proximidade com seu público e também com os personagens retratados nas colunas. Outra característica relevante é o estilo de notas sincopadas, em que blocos de textos estabelecem relações entre si a fim de trazer ao texto uma noção de continuidade (SOUZA, 2009).

A investigação a respeito desses traços peculiares que configuram o Colunismo Social vem sendo o ponto de partida para a atuação de diversos pesquisadores, incluindo aqueles em torno dos quais o levantamento proposto nesse trabalho delinea-se.

Dez anos de Colunismo Social como objeto de pesquisa: um levantamento

Este levantamento dos anais de encontros nacionais da Intercom, Compós, ALCAR e SBPJor utilizou-se de técnicas alinhadas à Análise de Conteúdo e à Análise Documental⁵. Inicialmente, foram selecionados e sistematizados todos os trabalhos

⁵ Esta pesquisa parte de uma perspectiva bardaniana, cujas premissas se estabelecem na obra “Análise de Conteúdo”. (BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70, 2011). Sobre Análise Documental, ver: MOREIRA, Sonia Virgínia. Análise documental como método e como técnica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). Métodos e técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2005

contendo o radical “Colun” em seus títulos e/ou palavras-chave. Este critério partiu da intenção de obter resultados que trouxessem uma variedade de termos relacionados ao Colunismo, a exemplo de Coluna e Colunista.

A partir desse inventário inicial, que totalizou 49 resultados, a leitura de títulos, palavras-chave e resumos permitiu a seleção de 13 trabalhos a fim de compor o *corpus* desta pesquisa. Esse procedimento teve o intuito de separar apenas os trabalhos que trouxessem em seu escopo o Colunismo Social, isolando-os daqueles que se debruçassem sobre outros tipos de colunismo – a exemplo das colunas literárias e políticas.

Foram observados os Grupos de Pesquisa (GPs) e Grupos de Trabalho (GTs) nos quais os artigos estavam inscritos, as Instituições de Ensino Superior (IESs) com as quais seus autores mantinham vínculo e os estados que abrigam tais instituições. Dos 49 resultados do inventário inicial, 37 foram da Intercom, oito da ALCAR, três da SBPJor e um da Compós. Os 49 trabalhos foram inscritos em 18 diferentes GPs e GTs, havendo casos em que não constaram registros nessas divisões (aqui identificados pela sigla NC – Não Consta). Sobre as Instituições de Ensino Superior (IESs) às quais os 49 trabalhos vinculam-se, constam 33 diferentes incidências em 14 unidades da Federação e quatro regiões. Nenhum estado da Região Norte apresentou resultados. Ao todo, os 49 trabalhos apresentaram 210 registros de palavras-chave, sendo 148 descontadas as repetições.

Considerando apenas os 13 trabalhos selecionados, somente a Intercom e a ALCAR registraram representantes, sendo nove da primeira e quatro da segunda. Ainda que os resultados advindos dos anais de eventos da Compós e da SBPJor não tenham sido considerados compatíveis com a seleção do *corpus* desta pesquisa, registramos suas incidências em concordância com as palavras de Laurence Bardin: “a presença (ou a ausência) pode constituir um índice tanto (ou mais) frutífero que a frequência de aparição.” (BARDIN, 2011, p. 144).

Convém salientar que a plataforma da SBPJor não disponibiliza o conteúdo eletrônico dos trabalhos apresentados nos encontros realizados até 2011 e que, para os trabalhos apresentados nos encontros do intervalo de 2012 a 2015, os links de acesso encontram-se inativos. Dessa maneira, apenas os trabalhos apresentados a partir de 2016 – 14ª

edição do Encontro Anual da SBPJor – estão disponíveis para acesso e são registrados nesta pesquisa.

Os 13 trabalhos se dividiram em nove GPs e GTs diferentes, havendo um caso em que o artigo não foi inscrito em nenhuma GT específica (NC). Nove IESs aparecem vinculadas a esses trabalhos, divididas em três regiões (Nordeste, Sudeste e Sul) e seis estados. No total, 56 palavras-chave foram registradas nos 13 trabalhos, ou 41 sem contar as repetições. A lista de trabalhos selecionados e seus respectivos dados encontram-se descritos na tabela abaixo:

EVENTO/ ANO	TÍTULO/IES	GT ou GT
INTERCOM/ 2009	O colonismo social e a hipótese de agendamento (UFPB/PB)	IJ Jornalismo
INTERCOM/ 2009	O imaginário do casamento ideal na imprensa do interior: um estudo de caso (UNIUBE/MG)	IJ Estudos Interdisciplinares
ALCAR/ 2009	Colonismo social e discurso: para quem e com quem a sociedade fala (UNIPAMPA/RS)	NC
INTERCOM/ 2010	A coluna social de Zely Espíndola (UNIPAMPA/RS)	IJ Jornalismo
INTERCOM/ 2011	Canal 20 Novo Hamburgo: O colonismo televisivo regional no programa "Alejandro Malo Recebe" (FEEVALE/RS)	IJ Comunicação Audiovisual
ALCAR/2011	A Coluna Social da Folha de São Borja (UNIPAMPA/RS)	GT Jornalismo
INTERCOM/ 2013	As formas do social no colonismo (UFPB/PB)	GP Gêneros Jornalísticos
INTERCOM/ 2013	Jornalismo esportivo: informação, opinião e/ou colonismo social (USP/SP)	GP Comunicação e Esporte
ALCAR/ 2013	Jornalismo das colunas de notas: origem e desenvolvimento (SENAC/MG)	GT História do Jornalismo
INTERCOM/ 2015	A lógica do colonismo social no caderno de cultura do jornal O Estado do Maranhão (UEPG/PR)	GP Jornalismo Impresso
INTERCOM/ 2015	A Rio Magazine de Alfredo Tomé (UFRJ/RJ)	GP História do Jornalismo
ALCAR/ 2015	Características de produção da Coluna Social ao longo do século XX: dos EUA ao RS (PUC/RS)	GT História da Mídia Impressa
INTERCOM/ 2016	Jornalismo esportivo, marketing e colonismo social: o caso de doping e da punição da tenista russa Maria Sharapova (USP/SP)	GP Comunicação e Esporte

Tabela 01 - Trabalhos selecionados

1- GPs e GTs

Em relação aos Grupos de Pesquisa (GPs) e Grupos de Trabalho (GTs), os 13 trabalhos foram inscritos em nove diferentes seções, havendo um caso em que a inscrição não foi especificada (NC). Três seções são integrantes da divisão Intercom Júnior (IJ) da

Intercom, destinada a alunos de graduação em iniciação científica. Quatro entre os 13 trabalhos fazem parte da II.

Seis entre os 13 trabalhos foram inscritos em divisões temáticas que tem no campo do Jornalismo sua questão central. Neste ponto, o recorte selecionado se aproxima do verificado no conjunto dos 49 trabalhos: dos 18 diferentes GTs e GPs, oito são ligados ao Jornalismo, havendo um total de 34 incidências de trabalhos inscritos em divisões temáticas dessa natureza.

Esses números demonstram que os trabalhos que tem no Colunismo Social seus objetos de pesquisa revelam grande aderência ao campo do Jornalismo, havendo pouco diálogo com outras áreas da Comunicação.

2- Universidades e Estados

Os 13 trabalhos que compõem o *corpus* deste estudo são vinculados a nove Instituições de Ensino Superior (IESs) em seis estados (Minas Gerais, Paraíba, Paraná, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e São Paulo). A região Sul registrou o maior número de trabalhos, sendo seis, seguido do Sudeste com cinco e do Nordeste com dois. No Nordeste, apenas a Paraíba registrou representação, com dois trabalhos inscritos pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). O Rio Grande do Sul registrou o maior número de trabalhos: cinco, concentrando sozinho mais trabalhos que toda a região Nordeste. A Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA) foi a IES com maior número de trabalhos registrados nesse recorte, sendo três no total.

O destaque do Rio Grande do Sul se repete também ao considerarmos o conjunto dos 49 trabalhos inicialmente selecionados: 11 artigos são vinculados a esse Estado, que conta sozinho mais registros do que toda a região Nordeste (com nove incidências) e Centro-Oeste (com cinco incidências). O Sudeste registrou 15 trabalhos e o Sul, 20. Acre, Alagoas, Amapá, Amazonas, Bahia, Espírito Santo, Mato Grosso do Sul, Pará, Pernambuco, Rondônia, Roraima, Sergipe e Tocantins não registraram nenhum trabalho. O volume de trabalhos por IES foi equilibrado ao se considerar o conjunto dos 49 trabalhos: as instituições com maior número de trabalhos (três artigos cada) foram a Universidade Federal de Goiás (UFG), a Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) e, novamente, a UNIPAMPA.

A discrepância entre quantidades de trabalhos apresentados e de estados representados revela que, no recorte analisado, a pesquisa brasileira em Comunicação voltada à análise do Colunismo Social concentrou-se no eixo Sudeste-Sul.

3- Palavras-chave

Juntos, os 13 trabalhos do *corpus* somam 56 palavras-chave, sendo 41 descontadas as repetições. O termo “Colunismo Social” aparece no título de cinco dos 13 artigos, além de figurar como palavra-chave em seis deles. O termo, inclusive, é o de maior incidência entre as 56 palavras-chave. A variável “Coluna Social” aparece em três títulos e em três palavras-chave. Os termos que trazem o radical “Colun” (Coluna, Coluna Social, Colunismo, Colunismo de notas, Colunismo Social e Colunista Social) somam 13 incidências contadas as repetições.

Outro destaque vai para a palavra-chave “Jornalismo” em sua forma original, com quatro incidências. O número aumenta ao considerarmos as variáveis do termo, que totalizam 10 resultados – História do jornalismo, Jornalismo (quatro incidências), Jornalismo cultural, Jornalismo de grife, Jornalismo impresso (duas incidências) e Telejornalismo local. Esse quantitativo reforça a tendência apontada no tópico GPs e GTs, que demonstra a grande aderência das pesquisas sobre Colunismo Social ao campo do Jornalismo.

O destaque dos termos que levam o radical “Colun” se repete no quantitativo total de 49 trabalhos. Das 210 incidências, 148 sem repetições, o radical “Colun” aparece em 24 – Coluna, Coluna cultural, Coluna social (três incidências), Coluna Televisão, Coluna Você conhece este lugar, Coluna Zapping, Colunas (três incidências), Colunas políticas, Colunismo, Colunismo de notas, Colunismo econômico, Colunismo negro, Colunismo social (seis incidências), Colunista social e Colunistas de opinião.

Ainda em relação ao quantitativo de 49 trabalhos, o termo “Jornalismo” e suas variáveis soma 38 incidências – História do jornalismo (três incidências), Jornalismo (18 incidências), Jornalismo científico, Jornalismo cultural (três incidências), Jornalismo de grife, Jornalismo econômico, Jornalismo impresso (três incidências), Jornalismo literário, Jornalismo opinativo (duas incidências), Jornalismo político (duas incidências), Telejornalismo local, Teoria construtivista do jornalismo e Teorias do

jornalismo. Há que se considerar uma vez mais, portanto, a aderência das pesquisas relacionadas ao colunismo (em suas diversas modalidades) ao campo do Jornalismo, o que se intensifica com a incidência de outras palavras-chave como “Imprensa”, “*Ombudsman*”, “Crítica jornalística” e “Gêneros jornalísticos”.

Tanto em se tratando do recorte de 13 trabalhos quanto do conjunto de 49 trabalhos, foi registrada grande dispersão entre as palavras-chave que fogem ao espectro do radical “Colun” e do termo “Jornalismo”. Entre os 13 trabalhos do *corpus*, a palavra-chave “História” obteve três incidências, o que pode estar ligado ao foco de atuação da ALCAR (História da Mídia). Já entre os 49 trabalhos, a maior incidência fora do leque “Colun”/“Jornalismo” foi dos termos “Política” e “Clarice Lispector”, com cinco e quatro incidências respectivamente.

A ênfase aos termos “Política” e “Clarice Lispector” demonstra duas tendências relacionadas ao olhar sobre as colunas enquanto formato integrante do gênero do Jornalismo Opinativo: a primeira delas é a estreita relação entre colunas e política. Os pesquisadores Murilo César Ramos e Davi Emerich, inclusive, chegaram a estabelecer o conceito de “Jornalismo político das colunas sociais” ou “Jornalismo político das colunas de notas” como subtipo do colunismo (EMERICH, 1997).

A segunda tendência é a identificação das colunas com a literatura – representada pela figura da escritora e colunista Clarice Lispector. De acordo com Paula Francinetti da Silva (2010), a aproximação se dá pelo fato de que o formato coluna é capaz de trazer simultaneamente o tom narrativo das crônicas e os acontecimentos jornalísticos.

De modo geral, portanto, é possível dizer que os trabalhos acadêmicos que tomam o colunismo como objeto, sobretudo do Colunismo Social, concentram sua análise no Jornalismo e áreas afins. O diálogo com outros temas – quando há – resume-se às áreas tradicionalmente identificadas com o Jornalismo, como política e literatura.

4- Objetos e autores de referência

Dos 13 trabalhos que centram sua investigação no Colunismo Social, nove empreendem uma pesquisa empírica. Tratam-se de estudos de caso que buscam identificar fenômenos, características e tendências em determinadas peças jornalísticas.

Embora tais peças sejam, em sua maioria, encontradas no formato impresso, dois casos fogem à essa linha: os trabalhos “Canal 20 Novo Hamburgo: O colunismo televisivo regional no programa "Alejandro Malo Recebe", apresentado na edição de 2011 da Intercom; e “Jornalismo esportivo, marketing e colunismo social: o caso de doping e da punição da tenista russa Maria Sharapova”, apresentado na edição de 2016 da Intercom. Enquanto o primeiro analisa um programa televisivo, o segundo debruça-se sobre textos *online*. Esses resultados estão relacionados ao fato de que, historicamente, o Colunismo Social identifica-se com o formato impresso, tendo o jornal como seu veículo por excelência (SOUZA, 2009).

Quanto aos quatro trabalhos que se distanciam da perspectiva empírica, seus esforços voltam-se em sua maioria a levantar informações históricas e desvendar o *modus operandi* dos colunistas em termos técnicos e éticos.

Em se tratando do suporte teórico dos trabalhos, foram referenciados 92 autores. Os mais citados foram José Marques de Melo, com seis menções; Rogério Martins de Souza, com quatro menções, e Muniz Sodré, também com quatro menções. De Marques de Melo, a obra “A opinião no jornalismo brasileiro” (1985) obteve destaque em reconhecimento à tentativa do autor de localizar as colunas sociais no universo do Jornalismo. Souza, por sua vez, ganha relevância com os textos “A sedução do colunismo: Uma análise das colunas de Ancelmo Gois e Ricardo Boechat” (2005) e “Dos canapés à política: a reinvenção permanente do colunismo como gênero jornalístico” (2009). Muniz Sodré figura na lista com citações do artigo “Colunismo Social: gente boa e gente fina”, publicado na página do Observatório da Imprensa em 2003⁶.

Tanto Marques de Melo quanto Souza e Muniz Sodré são autores alinhados ao campo do Jornalismo. Isso demonstra que os pesquisadores cujos trabalhos compõem o *corpus* deste estudo tendem a restringir suas pesquisas ao ponto de vista jornalístico não só no que diz respeito aos objetos de suas investigações, mas também em seu próprio referencial teórico.

⁶ Disponível em: <<http://observatoriodaimpresa.com.br/primeiras-edicoes/gente-boa-e-gente-fina-2/>>
Acesso em 28 jun 2019.

Considerações finais

Há mais de um século em atividade no mundo e há pelo menos 70 anos no Brasil, o Colunismo Social configura-se como uma expressiva atividade e formato no campo da Comunicação e, sobretudo, do Jornalismo. Identificada com o gênero opinativo, a coluna social notabiliza-se pelo tom autoral e pela linguagem própria que a diferem não só do modelo informativo de Jornalismo como dos demais tipos de coluna. Diante desses traços, o interesse pelo Colunismo Social como objeto de pesquisa acadêmica em Comunicação mostra-se, para além de coerente, desejável.

Os resultados levantados neste estudo, no entanto, demonstram que a visão do Colunismo Social como objeto de pesquisa legítimo ainda é incipiente. Essa afirmação pode ser comprovada pelo fato de que, em um período de dez anos e em se considerando quatro entre as maiores entidades ligadas à pesquisa em Comunicação no Brasil, somente 13 trabalhos com tal foco de investigação foram registrados – com o agravante de que duas entre as quatro entidades analisadas não obtiveram representação no *corpus* de pesquisa.

Uma hipótese capaz de explicar a ausência de interesse em torno do Colunismo Social como objeto de estudo é a de que, por sua origem intimamente ligada às fofocas e boatos, as colunas sociais ainda são vistas como um formato de pouco valor científico. Embora não seja comprovada ou refutada por este trabalho, tal hipótese vem servindo de inspiração para outros esforços de pesquisa.

Considerando os poucos trabalhos que elevaram o Colunismo Social à condição de objeto de pesquisa, é perceptível que a predominância é de investigações empíricas constituídas através de estudos de caso. Nesse sentido, o diálogo com outras áreas do conhecimento – até mesmo dentro do próprio campo da Comunicação – ainda é restrito. Os temas e referências teóricas nos quais os trabalhos do *corpus* encontram base estão situados em um terreno interno ao Jornalismo, o que acaba por condicionar as pesquisas a um alcance limitado.

Referências bibliográficas

ALCAR. **História**. Disponível em:<<http://www.ufrgs.br/alcar/sobre-a-alcar-1/historia-1>>. Acesso em 28 jun 2019.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011, 229 p.

COMPÓS. **Quem Somos**. Disponível em: <https://www.compos.org.br/a_compos.php>. Acesso em 28 jun 2019.

CRUZ, Karina Garcia Santos. **Colunismo social e e consagração das elites**. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão, 2015

DORNELLES, Beatriz. **Evolução da coluna social ao longo do século XX**. In: Revista Brasileira de História da Mídia. v.6. n.2, p. 126-142. julho-dezembro 2017.

EMERICH, Davi. **O beijo de Mangabeira: o jornalismo político das colunas de notas**. Dissertação (mestrado) - Universidade de Brasília, Brasília, 1997.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. **Delineamentos para uma Cartografia Brasileira dos Estudos Culturais**. In: ECO-PÓS. v.7. n.2, p. 19-30. agosto-dezembro 2004

KOVÁCS, Anamaria. **Coluna Social: Linguagem e Montagem**. Comum. Petrópolis: Vozes, 1979.

MARIA, Maurício de Fraga Alves. **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.

MARQUES DE MELO, José. **A opinião no jornalismo brasileiro**. 2. Ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo: compreensão e reinvenção**. São Paulo: Saraiva, 2009.

SBPJor. **Quem Somos**. Disponível em: <<http://sbpjour.org.br/sbpjour/institucional/quem-somos/>>. Acesso em 28 jun 2019.

SILVA, Paula Francinetti da. **A coluna social como gênero de fofoca**. Tese (doutorado) - Universidade de Brasília, Brasília, 2010.

SOUZA, Rogério Martins de. **Dos canapés à política: a reinvenção permanente do colunismo como gênero jornalístico**. Tese (doutorado) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.