

O futuro é agora: transformações e o desejo de modernidade

Larissa Ripardo

Quando nas eleições de 1945 o General Eurico Gaspar Dutra recebeu a maioria dos votos, elegendo-se como o novo presidente da república, após 15 anos de governo do Estado Novo de Vargas, buscava se passar uma idéia de mudança, ressaltando o aspecto democrático do novo governo que tinha como objetivo estabilizar o país nesse momento pós-guerra.

Pressupunha-se que, agora passado o conflito, era hora de cuidar dos problemas internos, como inflação, moradia e industrialização, que haviam crescido ao longo da década de 1940. Aguardavam-se com ansiedade as transformações que certamente viriam, “ainda mais que havia a promessa de que o dinheiro resultante do *superávit* da nossa exportação (dólares-congelados, libras-congeladas) que iria ser pago depois do fim do conflito, trazendo resultados positivos à sociedade brasileira” (CARONE, 1985, p. 19 e 20). No entanto o que se observou a partir de 1946 foi um aumento das nossas importações de produtos de luxo e bens de consumo. Essa situação tinha como origem a pressão de determinadas camadas da sociedade que vinham enriquecendo desde o governo de Getúlio Vargas, cujas necessidades advinham da busca pela identificação com o um novo modo de viver – o *American Way of Life* – que era difundido através dos filmes, livros, da imprensa e das músicas que eram consumidas por essas classes¹ e evocavam a vontade de pertencer àquele mundo de modernidade e consumo.

Através do cinema, das visitas de atores hollywoodianos ao Brasil, dos programas de rádio, dos anúncios dos produtos americanos, à disposição do mercado brasileiro, das diversas visitas de autoridades ianques ao País foi sendo alimentado, gradativamente, uma visão unilateral do que significava ser moderno. (SANT'ANNA, 2005, p. 102)

Por experiência moderna, entende-se aquilo que Marshall Berman conceitua logo nos primeiros parágrafos de sua obra (BERMAN, 1987. p. 15) como “um tipo de experiência vital”, que seria partilhada pelas pessoas do mundo hoje, e, que, ao mesmo tempo, que proporcionaria “aventura, poder, alegria, crescimento, autotransformação e transformação das coisas em redor”, ameaçaria acabar com “tudo o que temos, tudo o que sabemos, tudo o que somos”, nos despejando em um “turbilhão de permanente desintegração e mudança, de luta e contradição, de ambigüidade e angústia”. Para Mara Rúbia Sant'Anna, modernidade é o conjunto de experiências sociais e culturais decorrentes da modernização, que é por ela caracterizada como o “processo de renovação das condições materiais de existência” que, no sistema capitalista teria sido desencadeado pela “industrialização dos meios produtivos e urbanização” (SANT'ANNA, 2005. p. 35 e 36). Momento que o Brasil estava vivendo na década de 1950.

Junto à entrada de capital externo, e com o início do nacional-desenvolvimentismo no Brasil, assistimos a difusão da ideia de que o futuro da sociedade brasileira viria a partir das modificações provocadas pelos bens de consumo importados para o país. Tais objetos iriam intervir nas práticas cotidianas da população, modificando o modo de vida das pessoas, trazendo o progresso e o “jeito de ser” moderno. Esse modelo era veiculado pelos meios de comunicação da época – no caso de Florianópolis com especial ênfase nos jornais, rádios e cinema – que divulgavam e vendiam uma nova forma de viver, a qual as pessoas deveriam se adaptar e perseguir.

Era um momento singular na situação do país: possuíamos grande independência financeira frente aos Estados Unidos. No entanto optamos pela subordinação ao capitalismo americano, escolhendo um dos “lados” na guerra silenciosa que viria a seguir no cenário mundial, cortando nossas relações diplomáticas, políticas e econômicas com a União das

Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS). Uma escolha pelo modo de vida sedutor do consumo, da empolgação frente às novidades científicas, da facilidade prometida pelos produtos eletrodomésticos, da beleza atraente das novas indumentárias.

Ao mesmo tempo em que o país buscava se modernizar através do aumento das importações de bens de consumo e cultura americana, outra parcela da população ainda estava pedindo pela diminuição da inflação e demonstrando insatisfação pela falta de produtos nas prateleiras, o que resultou em diversas manifestações e greves operárias as quais o governo logo tratou de reprimir e abafar com violência, espalhando através da imprensa que se tratava do movimento comunista tentando dominar o país. Para Carone (1985, p. 22) fica claro neste cenário a oposição entre liberdade para as classes dominantes e a coerção com a qual é tratado o movimento dos trabalhadores.

Foi nesse momento de crise que Kubitschek assumiu a presidência, em 1956, tendo como objetivo proporcionar uma mudança na estrutura econômica do país através do Plano Nacional de Desenvolvimento. O período indicava grande alinhamento político com os Estados Unidos, e a proposta era correr atrás da modernização através da intensificação da industrialização o que geraria um crescimento econômico suficiente para retirar o Brasil da condição de mero importador de mercadorias e bens de consumo, dando-lhe a possibilidade de concorrer no mercado com as grandes potências. Kubitschek apostava em uma “política econômica que tratava de combinar o Estado, a empresa privada nacional e o capital estrangeiro para promover o desenvolvimento, com ênfase na industrialização” (FAUSTO, 1998, p. 427).

O clima é de grande otimismo frente à modernização do país. O período de 1955 a 1960, conhecido como o dos “anos dourados” da história do Brasil, foi um momento de diversas transformações urbanas, políticas, econômicas e culturais. De acordo com Bastos (2009, p. 152), as produções da indústria cultural, que estavam envoltas nessa aura de desenvolvimentismo, buscavam desvincular o país de sua imagem *rural*, de *atraso*. Na música, a influência de outros ritmos, especialmente o jazz norte americano, geraria uma mudança que traria uma nova cara ao samba, ritmo com o qual a classe ascendente não se identificava. No entanto vemos uma mudança, não um rompimento. Foi delimitada uma espécie de fronteira entre a cultura *popular* – de morro, dos trabalhadores, operários – e a cultura das classes média e alta, que tem como característica a necessidade de se diferenciar, de se distanciar e se enxergar como um setor que *avançou* e se afastou do restante da população, vista como inferior.

[...] Aliás, quase cometíamos uma injustiça referindo-se em “parte fina do programa”, pois o que se viu e ouviu foi todo um desfile de cousas 'bem', de gosto apurado. Até a música popular foi apresentada em refinada elegância, valorizando-se e fazendo-nos crer em melhores dias para o rádio no Brasil, se entregue a intelectuais de responsabilidade.²

Aqui, na edição do dia seis de fevereiro de 1955 do jornal *O Estado*, Machado dá indícios sobre o que ele – e a classe a qual ele representava – pensava acerca da música popular, dando a entender que esta não era naturalmente elegante ou de bom gosto, sendo a intérprete responsável por ter lhe acrescentado tais características na apresentação.

Essa imagem da música popular viria a se transformar com um novo ritmo que surgiu em meados da década de 1950. Mistura de *jazz* com samba, foi chamado de bossa nova, estilo musical que embalaria a ascendente classe média, que não apenas se identificava com essa nova sonoridade, mas também enxergava nela uma mercadoria digna de exportação e que mudaria a imagem do país, transferindo a música brasileira dos *morros* para a *zona sul*, ressaltando a parte moderna, urbana e rica do Rio de Janeiro, que viria a se tornar a imagem do Brasil no exterior.

Um exemplo dessa tentativa de mostrar um país urbano e industrial na música é a

composição da *Sinfonia da Alvorada*, assinada por Tom Jobim e Vinícius de Moraes – dois grandes representantes do ritmo – em 1958, a pedido do próprio presidente Kubitschek, para criação de Brasília. Na sinfonia, a idéia de que o Brasil está em direção a um *futuro* de modernização.

(...) No princípio era o agreste: O céu azul, a terra vermelho-pungente/ E o verde triste do cerrado.

(...) Para tanto, era necessário convocar todas as forças vivas da Nação, todos os homens que, com vontade de trabalhar e confiança no futuro, pudessem erguer, num tempo novo, um novo Tempo³.

É o sonho do *progresso*. O desejo de um país urbano, industrial e *desenvolvido* que era partilhado por uma parcela da população e que se concretizava a através de Brasília. Uma nova capital para um “novo” Brasil.

Brasília trouxe consigo não apenas a arquitetura arrojada, de formas novas, “que não se apoiassem no chão [...], mas que mantivessem os palácios como que suspensos, leves e brancos, nas noites sem fim do Planalto”⁴. A construção de uma capital federal no coração do país criava a necessidade de acesso rápido. Assim, rasgou-se o país com estradas, sendo construídas mais de 13.000 quilômetros de rodovias federais entre 1955 e 1961.⁵ Mais de 300 bilhões de cruzeiros foram gastos pelo governo brasileiro em sua construção. O governo havia aprovado uma lei que lhe dava carta branca para fazer as operações de crédito, sem que para isso fosse necessária a aprovação prévia do Congresso⁶. Crises econômicas e políticas eram adiadas em nome da materialização do sonho de urbanidade. Era a euforia desenvolvimentista ditando as regras em prol do ideal de modernização das camadas mais abastadas da população.

Essa classe que vinha ascendendo socialmente desde a década de 1930, num momento em que o Estado passou a participar mais da economia e onde havia significativo aumento na industrialização e urbanização do país, foi chamada de classe média emergente. Esta se diferenciava da classe média tradicional por ser menos escolarizada e por ser composta – em sua maioria – por trabalhadores assalariados (funcionários, gerentes de grandes empresas e repartições públicas) ao invés de proprietários de pequenos meios de produção ou de pequenos empresários dos setores do comércio e serviços.⁷ Apesar dessa diferença de salários e formação, esse grupo foi considerado pertencente a tal classe social por aproximar-se do modo pelo qual busca distinguir-se: o consumo. Tal classe busca constantemente diferenciarse e afastar-se de um grupo social *popular*, encontrando no consumo a legitimação social de sua distinção (SANT'ANNA, 2005, p. 81.). Para o economista e pesquisador do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), Guilherme Delgado, “clase media es un conjunto de ocupaciones y funciones de la sociedad dentro de la economía que dan acceso a poder, riqueza, bienes socioculturales y una cierta modernidad” (DELGADO APUD OLIVEIRA, p. 180, 2010).

O consumo aparece, desde modo, vinculado a modernidade. Florianópolis, estando também em pleno processo de ascensão social, incorporara à mentalidade desenvolvimentista que estava sendo veiculada e passa a consumir os “aparelhos e modismos de todo o tipo, que apareciam como portadores do futuro” (LOHN, 2002, p. 10). Esse *ser moderno* demanda, portanto, a adaptabilidade do sujeito ao novo. Dentro desse contexto, a inovação constante torna-se mais que necessária, indispensável para a inserção no mundo moderno, “ela torna-se a lei da modernidade a que cada um deve se submeter, sob o risco de morte política” (SANT'ANNA Apud BECK, 1997, p. 32). É detentor do poder quem tem o domínio da tecnologia, quem tem condições de estar acompanhando novidades, quem conhece e lida com o novo, estando em constante atualização, para, desta forma, manter a dinâmica do poder. O consumo aqui passa a ser entendido não apenas numa relação do sujeito com os objetos, mas com o mundo, através dos objetos.

Porém, essa constante atualização implica numa questão de acesso a essas inovações, tanto no sentido de disponibilidade destas na cidade – que na época estudada ainda se encontrava parcialmente isolada do restante do país, pelas péssimas condições das rodovias e do transporte marítimo – quanto no que se refere às possibilidades econômicas da maioria da população. Durante a década de 1950, Florianópolis ainda ostentava o título de menor capital, algo considerado constrangedor nesse momento em que todas participavam da corrida em busca de um desenvolvimento e urbanidade similares às de grandes capitais européias. No início dos anos de 1960, sua população ainda não ultrapassava os 100 mil habitantes, era descrita como pacata, pequena e – na fala de um cronista da época – uma “pálida caricatura de cidade grande” (SILVA APUD LOHN, p. 21). E por conta disso, esforçava-se para se inserir nesse processo de industrialização. Através de modificações feitas na estrutura física da cidade – como abertura de avenidas, embelezamento do espaço público e medidas sanitárias – buscou seguir as características das grandes cidades na corrida pelo ideal de civilização.

A partir do planejamento dos governantes – junto à parcela da população de grande influência política – iniciou-se ao longo da década de 1950 e 1960 modificações correspondentes à imagem de cidade que desejava-se construir. Decidia-se, neste momento, o modelo de cidade e de futuro que Florianópolis viria a perseguir pelas décadas seguintes, que vai ser discutido com mais profundidade no segundo capítulo deste trabalho.

Os meios de comunicação da capital catarinense durante o período estudado estavam extremamente atrelados aos poderes político-partidários. A imprensa escrita era representada pelos jornais *O Estado*, *A Gazeta* e *Diário da Manhã* – além de outras cinco publicações que não tinham uma periodicidade regular – enquanto as rádios *Guarujá*, *Anita Garibaldi*, *Diário da Manhã* e *Jornal A Verdade* serviam como veículo de informação para aqueles que preferiam escutar as notícias⁸. Levando-se em conta que no início da década de 1960, 64% da população de Florianópolis contava com pelo menos um aparelho de rádio em casa, enquanto que aproximadamente 30% da população não era alfabetizada⁹, somado ao valor dos jornais – “A Gazeta” custava em 1955 Cr\$ 1,00, passando em 1961 para Cr\$ 5,00 (VENTURA, 2010, p. 42) e o jornal “O Estado” custava em 1955 Cr\$ 1,00 e em 1960, Cr\$ 3,00 – nos faz refletir sobre quem era o público leitor dessa imprensa escrita.

Os jornais que circulavam na cidade essa década mantinham uma forte vinculação com os dois principais partidos da época, a UDN (União Democrática Nacional) e o PSD (Partido Social Democrático). Medeiros afirma que, cada jornal, mais do que servir como um veículo de informações, buscava divulgar os ideais e posições políticas do “seu” respectivo partido, bem como derrubar e difamar o adversário (MEDEIROS, 2009, p. 63). Deste modo, os jornais da capital catarinense comportavam-se como peças de disputa política, o que de acordo com Ana Paula Goulart Ribeiro, era prática comum em periódicos na década de 1950.

O matriz político e ideológico era um fator importante na construção da identidade dos diários e na segmentação do público leitor. Nos anos 1970, os jornais perderam essa característica (Hons, 1982). O desaparecimento do pluralismo político da imprensa diária era resultado da chegada do jornalismo informativo, baseado nas normas técnicas do modelo norte-americano e centrado nos ideais de objetividade, neutralidade e imparcialidade. Mas a ‘despolitização’ da imprensa foi consequência também do sistema autoritário que se impôs à nação no pós-1964. A censura e a pressão governamental sobre os jornais e os jornalistas tiveram, nesse contexto, papel fundamental. (RIBEIRO, 2006, p. 430)

Deste modo, era possível enxergar em Florianópolis a divisão partidária através de seus principais meios de comunicação impressa: *O Estado* e *A Gazeta*. O primeiro, que possuía o título de jornal de maior circulação na época, pertencia à família Ramos, a qual controlava o Partido Social Democrático (PSD) em Santa Catarina, tendo Nereu Ramos como seu presidente. Já o segundo, que possuía como proprietário Jairo Callado, se auto-intitulava um “jornal sem ligações partidárias”, mas críticas ao PSD se faziam sempre presentes e era

recorrente vê-lo apoiando os governos da UDN. Essa divisão da cidade em torno do partidário político acabava ultrapassando os meios de comunicação e estendia-se a outros espaços, em lugares como Bares, Futebol, Cafés, e Clubes.¹⁰

Em ambos os jornais as “notas sociais” estavam presentes. Elas eram responsáveis por informar os aniversários, festas, jantares, bailes de debutes ou casamentos de pessoas conhecidas e/ou importantes na cidade e seus familiares. No entanto “antes de 1955 tais notas não eram assinadas por nenhum cronista social nem havia uma seleção, expressa pela simpatia ou não, de quem compunha a coluna” (SANT'ANNA, 2005, p. 207). Ou seja, todos aqueles que desejassem ter seu nome impresso naquela parte do jornal deviam entrar em contato com a redação e expressar sua vontade. Não que todas as pessoas tivessem o mesmo destaque, a algumas era destinadas linhas a mais, enquanto a outras restava a listagem no final da coluna. *Coluna da vida social* era o nome desse espaço no jornal *O Estado* antes de 1955 quando Zury Machado começaria a assinar esta seção.

1.2 Coluna Social, relatos comportamentais: Zury Machado e... Acontecimentos Sociais

O processo de selecionar a fonte a ser utilizada na pesquisa não se dá de maneira fácil. É um trabalho de exclusão, onde temos a sensação de que nada pode ser recortado e retirado do todo. De acordo com Tânia Regina de Luca, “os trabalhos sobre imprensa no Brasil têm se voltado para análises pontuais e fragmentadas, por vezes pensadas em amplo espectro, mas que acabam interrompidas e inconclusas pela inviabilidade da magnitude empreitada” (LUCA, 2008, p. 14). É uma enorme quantidade de material a ser trabalhado e, exatamente por isso, é necessário fazer recortes às vezes tão curtos de tempo ou de uma temática tão específica. Decidir pesquisar na Biblioteca Pública do Estado de Santa Catarina e utilizar apenas uma coluna de um único jornal da cidade durante os seus seis primeiros anos resultou em um volumoso material de mais de mil fotografias digitalizadas¹¹.

No que se refere ao tipo de fonte escolhida, alguns apontamentos se fazem necessários. Até a década de 1970 a História pouco se utilizou dos periódicos como fontes válidas para a produção de conhecimento científico. Tal situação se dava por conta da tradição historiográfica – que tinha como fim a busca pela verdade – que iniciara no século XIX, com a tentativa do campo de firmar-se como ciência. Para tanto, o historiador deveria optar por aquelas documentações que, em sua visão, estivessem mais próximas da objetividade e neutralidade necessárias para a tentativa de “descobrir” o que “realmente aconteceu”, ignorando o fato de que a história é uma narrativa construída a partir de um local e de um tempo, contendo, deste modo, as características e visões daquele momento e lugar; sem falar nas crenças, visões de mundo e posições sociais que o próprio historiador ocupa e que estarão junto a ele, impressas em seus textos. Tal visão iria começar a mudar com a *Escola dos Annales* em 1930, ainda que apenas a partir da década de 1970 daquele século no qual, com o advento da Nova História¹², passou-se a reconhecer outros resquícios e fragmentos como fontes dignas de análise, ampliando significativamente as áreas de pesquisa trazendo novos atores para o centro da escrita. Deste modo, este trabalho parte do princípio que “o conhecimento histórico é perspectivista, pois ele também é histórico e o lugar ocupado pelo historiador também se altera ao longo do tempo” (ALBUQUERQUE JR, 2007, p. 61).



Contudo, esse aumento de volume e variedade de documentação a ser utilizada nas pesquisas demandou também novas metodologias de análise, devendo ser papel do historiador estar atento às particularidades do material estudado. No caso da imprensa, uma de suas principais características é ser uma via de mão dupla: ao mesmo tempo em que forma opiniões através de seus discursos, ela também imprime os pensamentos, posicionamentos e hábitos da população – ou de parte dela –, se transformando e se moldando a partir das mudanças vivenciadas por esta mesma população. Logo, ela pode vir a ser uma excelente aliada da escrita da História, tomando-a como um dos principais meios de difusão e formação de valores, desde que – novamente – o historiador tome os devidos cuidados, tendo em vista que da mesma forma que em uma documentação oficial sabemos que está ali impressa a posição do Estado, em um material jornalístico deve-se observar o local de onde falam seus porta-vozes.

Quando ele surgiu, que assuntos ele mais discute, que posição política ele toma e de quais grupos sociais ele é porta-voz, são questões primordiais para não correr o risco de cair em análises errôneas ou ingênuas, tendo em mente que os meios de comunicação são pertencentes, controlados e – principalmente – são representantes de determinadas camadas da população e de seus interesses.

Zury Machado e... Acontecimentos Sociais localizava-se, inicialmente, na terceira página do jornal, mudando algumas vezes, conforme o periódico ia aumentando e ganhando novas sessões e colunas. Na maioria das vezes, ela ocupava o lado esquerdo da parte da frente da folha, lugar de destaque que saltava aos olhos logo que a página anterior fosse virada. Em alguns momentos aparece na página anterior, lado esquerdo da parte detrás da folha e freqüentemente contava com a presença de imagens, normalmente fotografias de candidatas à miss, de escolhidas para a lista das dez mais elegantes ou mesmo de pessoas em festas ou

jantares. Algumas mudanças também são percebidas na apresentação da coluna no decorrer dos anos pesquisados¹³: seu cabeçalho muda algumas vezes, tornando-se mais sofisticado no ano de 1960; as fotografias se tornam mais frequentes e em tamanho maior; a escrita do colunista, antes um texto corrido, passa a ser apresentada através de tópicos curtos, separados por barras divisórias, facilitando a leitura; a coluna também passa a possuir uma borda preta, destacando-a na página; por fim a fonte e o tamanho, que aumentam.

Era o cotidiano de uma parcela da população de Florianópolis através das lentes de Zury Machado.

O colunista, natural de Tijucas, veio a se estabelecer na capital ainda bastante jovem. Logo passou a residir no centro da capital, parte da cidade que estava presente como pano de fundo para a maioria das sociabilidades descritas em sua coluna. Trabalhou em uma série de lugares antes de conseguir o cargo como funcionário público do Estado. Ocupando a função de Chefe do Cerimonial da Assembleia Legislativa, Zury Machado chegou a organizar a posse de alguns governadores, como Celso Ramos, Ivo Silveira, Colombo Salles, Antônio Carlos Konder Reis, Jorge Bornhausen, Henrique Córdova, Esperidião Amin e Pedro Ivo Campos (TANCREDO, 2009, p.21), estabelecendo redes que viriam a aparecer na coluna.

Ao longo dos seis anos pesquisados viu-se a fonte estudada dividir espaço com outras colunas, publicidades e publicações de utilidades diversas. *Última Moda* é uma dessas colunas que acompanharam por vezes a *Acontecimentos Sociais* até meados de 1957. Nos anos seguintes, sua presença torna-se rara e sem o mesmo formato de antes. Inicialmente, este espaço tinha como objetivo trazer para o/a leitor/a – mais direcionado às mulheres – as roupas que estavam fazendo sucesso em grandes centros, como Nova Iorque, Paris ou, já aqui no Brasil, Rio de Janeiro. Tal tendência se apresentava através de uma imagem – durante o ano de 1955 era quase sempre uma gravura em preto e branco e, a partir de 1956, em fotografias – que ilustrava a breve descrição da vestimenta. Em alguns momentos, no entanto, começam a surgir tendências de roupas para crianças e pré-adolescentes, cortes de cabelo, e até mesmo novidades em objetos de decoração para o lar.



Com relação às publicidades presentes nessa parte do jornal, pode-se observar que elas geralmente estavam relacionadas às lojas de roupas. Era relativamente comum encontrar convites para inauguração, chamadas de promoções – que chegavam a ocupar até meia página – la, anúncios de novas coleções ou de desfiles. Tais publicidades abusavam do uso de orações imperativas, atribuindo características positivas àqueles que se vestissem com roupas daquele lugar¹⁴. É interessante perceber a ênfase dada ao “ser elegante” e “ser moderno” nessas chamadas, características que poderiam ser adquiridas, *compradas*, junto à referida vestimenta.

Em menor proporção, mas constantes e presentes, encontram-se os anúncios publicitários de artigos domésticos – eletrônicos, fogões a lenha, moedores de café, alimentos –, remédios, hotéis, restaurantes e passagens aéreas. Tais anúncios ressaltam as facilidades da vida moderna, onde a praticidade e a rapidez são valorizadas.

Podemos observar que tanto as imagens presentes da *Última Moda*, quanto àquelas das publicidades ou nas imagens das candidatas a – ou vencedoras – miss, mostram o ideal de beleza o período. Tal modelo também se fazia presente nos filmes que eram exibidos nos cinemas da capital, cujos horários podiam ser consultados no próprio jornal O Estado, muitas vezes na mesma página da coluna de Zury Machado. Alguns filmes recebiam grande destaque, como “O Preço da Ilusão”, de 1957, que foi amplamente divulgado e comentado no jornal. Lançamentos que eram muito aguardados ou que obtiveram grande sucesso de público em outras grandes cidades tinham seus pôsteres publicados, junto aos horários e cinemas em que estariam sendo exibidos. De acordo com Ricardo Medeiros, na década de 1960, a capital catarinense contava com os cinemas Roxy, Império, São José, Imperial, Ritz e Glória, sendo todos administrados pela tradicional família Daux (MEDEIROS, 2009, p. 51). O hábito de frequentar os cinemas era programa bastante comum no cotidiano e fazia parte do roteiro da vida social florianopolitana da época.

Ia-se às sessões cinematográficas do Cine São José, onde os homens só podiam entrar de terno e gravata; às sessões chics e às sessões das moças do Cine Ritz, ou às

sessões duplas do Cine Odeon, onde eram exibidas as grandes produções hollywoodianas da época, com suas estrelas glamorosas e seus charmosos galãs. (BEIRÃO e MICHELS, 2005, p. 122)

E através desses filmes eram difundidos os modismos internacionais: penteados, trajes, jeito de andar, fumar ou dançar; que eram prontamente copiados pelo público que. Tais modismos podiam ser vistos em momentos como o *footing* no centro, onde a juventude fazia o “passeio” entre o *Senadinho* e a Praça XV. Os rapazes se juntavam e ficavam parados, encostados nas lojas e casas da Felipe Schmidt, enquanto as jovens moças faziam a caminhada, indo e voltando através desta rua¹⁵. Era através do *footing* que aconteciam os flertes e onde, muitas vezes, se iniciavam relações entre os jovens florianopolitanos.

No caso da Florianópolis da segunda metade do século, percebe-se que as fontes trabalhadas eram uma forma de determinado grupo exercer sua luta por espaço. Utilizando-se da imprensa – que é detentora da legitimidade, da voz autorizada¹⁶ - tal grupo busca delimitar e reafirmar seu espaço político-ideológico dentro da cidade. O gênero coluna social tem a intenção de ser *descartável*, de rápida leitura, rápida absorção e cujo assunto principal vai ser facilmente substituído no dia seguinte por um outro, e é daí que ele retira a força, “da aspiração de ser comentado” (DAMACENO, p. 11). Colunas sociais são compostas de opiniões e impressões. Ela é produzida através de subjetividades do autor – e de quem ele representa –, e ficam expostas suas ideias, preconceitos, crenças e gostos.

No entanto, como já comentado, esse gênero de coluna social se iniciou em Florianópolis apenas em 1955, com Zury Machado, já que anteriormente o espaço não travava efetivamente de acontecimentos sociais, restringindo-se apenas a publicação de aniversários, casamentos, óbitos etc., além de também não ser assinada. Segundo o próprio colunista:

Zury Machado: Tinha uma pessoa aqui, um senhor aqui que ele, eu não cheguei a ter intimidade com ele, mas eu sabia que ele escrevia sobre alguns acontecimentos um grande casamento, uma coisa assim, ele escrevia sobre aquela festa. Até era uma coisa assim simples, *tá lá* e pronto. Não era uma coluna, não era sempre. Eu acho que eu fui o primeiro a fazer uma coisa assim de...

Entrevistadora: Uma coluna social mesmo com o título como coluna social. .

Zury Machado: É sim. E foram surgindo outros. (Entrevista concedida a Prof^{ra} Mara Rúbia Sant’Anna em 15 de maio de 2004)¹⁷

Percebe-se uma tentativa de mudança na forma de noticiar as notas sociais, tirando-as da impessoalidade e criando um estilo narrativo onde fica clara a presença do autor, que se posiciona, colocando sua opinião. Machado personificou a *Acontecimentos Sociais*, sendo impossível desvinculá-la de sua imagem. Ali ele divulgava – e construía – seu próprio cotidiano.

Buscando um aprofundamento na vida cotidiana do colunista, bem como o cruzamento com as informações do jornal, além da *Acontecimentos Sociais*, utiliza-se aqui como suporte a obra *Zuri Machado: em sociedade tudo se sabe*, no qual Luiz Henrique Tancredo traça o perfil do colunista através de depoimentos, documentos e fotografias de pessoas que conviveram e/ou fizeram parte da vida do mesmo. Tal obra, publicada em 2009 é definida pelo próprio autor como uma *longa reportagem*, “sem pretensão se apresentar-se como obra de grande profundidade” (TANCREDO, 2009, em “nota do autor”). Se tratando de uma biografia, alguns pontos devem ser levados em consideração. De acordo com o historiador francês François Dosse, é necessário ultrapassar a idéia que Pierre Bourdieu fazia acerca da biografia, onde a pressupunha como uma ilusão, tendo em vista a impossibilidade de se contemplar a vida inteira de uma pessoa, levando-se em consideração que os vazios que os documentos não conseguirem preencher iriam ser substituídos pela imaginação do escritor. Assim, na biografia não haveria a preocupação com a verdade dos fatos. Entretanto, para Dosse, tanto o fazer biográfico quanto o fazer histórico são construídos pelo próprio escritor, e em ambos os gêneros um pouco de “ficção” estará presente. Assim, a historiografia do tempo presente busca utilizar este tipo de material de modo a considerar a análise do contexto social daquele

indivíduo, tornando possível a identificação de valores, costumes e hábitos de grupos sociais.

Deste modo, a biografia será aqui utilizada como um suporte para a construção da escrita histórica. Não deve ser entendida como uma referência bibliográfica, mas como uma fonte que oferece características do personagem e do momento estudado, e que como tal deve ser questionada e contextualizada. Deve-se levar em conta, por exemplo, que Tancredo, como Zury Machado, trabalhou durante muitos anos no jornal *O Estado* aonde chegou a ser editor chefe. O autor da biografia também se aproxima do colunista por conta da rede de relações sociais, nas quais possuem vários amigos e conhecidos em comum, o que fica claro ao longo do livro. O jornalista e ex-procurador do Estado também é responsável pela publicação do livro *Doutor Deba – Poder e Generosidade*, biografia do ex-governador Aderbal Ramos da Silva.

Não apareciam apenas *grandes* festas, *grandes* acontecimentos sociais. O colunista também tinha por costume narrar uma noite comum, na qual ele visitava um bar (ou vários seguidamente) para conversar com amigos, como em 15 de fevereiro de 1955, onde descreve:

Noite muito quente, encontrei alguns amigos e fomos ao Sabino's Bar, onde batemos um papo. O bar estava repleto, mas graças à bondade do proprietário consegui uma mesa no terraço. Vi muitos casais, muita moça bonita, e alinhados cavalheiros.¹⁸

Sua simples presença em bares ou restaurantes invariavelmente resultava em uma referência a tais locais, podendo prolongar-se a adjetivos e quem sabe descrições elogiosas e divulgação dos eventos do local. Sabino's Bar¹⁹ era nome frequente presença nas páginas da coluna, onde seus convites para festas eram sempre divulgados pelo autor²⁰. Tal fator pode ter como explicação a “forte amizade que se sedimentara entre ele [Machado] e o dono da casa” (TANCREDO, 2009, p. 121), o pianista Luiz Fernando Sabino. As notas direcionadas a este eram muito constantes e sempre elogiosas o que admite certa margem para acreditarmos que existia ali uma estreita amizade.

Zury Machado se fazia presente em grande parte das festividades da High Society da capital catarinense, à qual servia como uma espécie de porta voz: comentando e partilhando seus valores e formas de comportamento. Assim, o colunista social pode ser percebido como um agenciador de fichas simbólicas. Sendo responsável pela criação e – principalmente – distribuição de tais fichas, o que se vê é um constante estímulo para que os leitores mantenham-se correndo atrás da visibilidade através da coluna social (SANT'ANNA, 2005, p. 214). Percebe-se que os convites para participar daquele *universo moderno* eram abertos a todos sendo, contudo, acessível para determinados grupos sociais.

1 A conceitualização de classe social se dá de forma bastante imprecisa, pois, de acordo com Bourdieu, os sentimentos de pertencimento a uma ou outra classe são ocasionados por motivações de ordens subjetivas diversas e não apenas pelo fator financeiro, que o autor busca trabalhar através dos conceitos de *habitus* e de campos de poder. BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1989.

2 MACHADO, 6 de fevereiro de 1955 – O Estado

3 MORAES; JOBIM, 1958, Sinfonia da Alvorada.

4 Coleção Nosso Século – 1945/1960. A Era dos Partidos. São Paulo: Abril Cultural, 1980. p. 216, (depoimento retirado de Forma e Função na Arquitetura).

5 IDEM

6 IDEM

7 OLIVEIRA, Fabiana Luci de. “Movilidad Social y Económica em Brasil: ¿Una nueva clase media?”. In: FRANCO, Rolando et al. Las clases medias en América Latina: Retrospectiva y nuevas tendencias. Buenos Aires: Siglo veintiuno editores, 2010. P. 168 – 229.

8Cf. MEDEIROS, 2009.

9 Dados do IBGE, 1955. Tabela em anexo (1).

10 Cf. MEDEIROS, 2009, p. 63.

11 A pesquisa tinha como intenção o alcance dos dez primeiros anos da “Acontecimentos Sociais”, estendendo-se até 1965. Entretanto, ao perceber o extenso volume do material, optou-se por fechar nos cinco primeiros anos,

indo até 1960, buscando analisar a segunda metade da década de 1950.

12 A Nova História foi fruto da terceira geração da Escola dos Annales – composta por nomes como Françoise Furet, Georges Duby, Jacques Le Goff, Michèle Perrot e Pierre Nora – que trouxe à História novas perspectivas de análise dos documentos, levando em consideração os aspectos culturais da sociedade, trazendo para o campo epistemológico novos problemas, novas abordagens e novos objetos (LE GOFF, Jaques; NORA, Pierre. História: novos problemas). Assim, novos personagens são trazidos ao centro da cena, sendo proposta, inclusive, a construção de uma história “vista de baixo” (BURKE, Peter (org.). A Escrita da História: novas perspectivas. São Paulo: Unesp, 1992).

13 Imagens em anexo (2).

14 Como por exemplo na publicidade da *Imperial Extra* do dia 20 de janeiro de 1957: “Escolha pela etiqueta!”;

15 38 IDEM, p. 122.

16 De acordo com Bourdieu, na obra A Economia das trocas simbólicas, sendo a linguagem um instrumento de poder, “o discurso supõe um emissor legítimo dirigindo-se a um destinatário legítimo, reconhecido e reconhecedor”.

17 Publicada em *Moda Palavra* e-periódico. Acesso em:
<http://www.ceart.udesc.br/modapalavra/edicao2/entrevista.php>

18 O Estado, 15 de fevereiro de 1955.

19 Ocupando o lugar onde anteriormente funcionava a boate do Kalifa, no terraço do Edifício Ipase (localizado na praça Pereira Oliveira, atrás da Catedral de Florianópolis), o Sabino's Bar fez parte – segundo Luiz Henrique Tancredo – da vida “da chamada high society de Florianópolis” (p. 121).

20 Como, por exemplo, em 17 de fevereiro de 1955.