



A enunciação não-verbal dos jornais *Última Hora* e *Jornal do Brasil* sob as estratégias de planejamento visual de Andrés Guevara e Amílcar de Castro¹

Paulo César Castro²

Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

Resumo

O paraguaio Andrés Guevara, já reconhecido pela sua atuação como caricaturista em diversos jornais e revistas cariocas nas décadas de 1920 e 1930, tem destaque fundamental também na caracterização gráfica dos jornais da capital fluminense. O ápice desta trajetória, que começou com a revista *A Maçã*, em 1923, foi a criação do projeto gráfico do jornal *Última Hora*, fundado pelo jornalista Samuel Wainer em 1951. Este trabalho pretende mostrar a singularidade do trabalho de Andrés Guevara como o estabelecimento de um contrato de leitura com seu público, feito sob uma enunciação diametralmente oposta à colocada em prática no *Jornal do Brasil* pelo artista plástico Amílcar de Castro. Entretanto, a concepção é de que os dois, sob óticas diferentes, deram importantes contribuições para a modernização do jornalismo brasileiro a partir dos anos 1950.

Palavras-chave:

Andrés Guevara; Amílcar de Castro; Última Hora; Jornal do Brasil; diagramação

¹ Trabalho apresentado no GP Jornalismo Impresso, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da UFRJ, onde é professor e coordenador do curso de Produção Editorial. E-mail: paulocastro@hotmail.com.



1. Introdução

Entre 1956 e os primeiros anos da década de 1960, o *Jornal do Brasil* implementou uma radical reforma gráfica em suas páginas. Sob inspiração do Concretismo, movimento de renovação das artes plásticas brasileiras do qual fazia parte, o escultor mineiro Amílcar de Castro transformou o sisudo *JB*³ em uma das mais importantes referências do jornalismo gráfico nacional. A reformulação visual tinha como base o minimalismo vindo do campo da arte e, como consequência principal, resultou na “limpeza” do desenho das páginas, com a retirada de tudo aquilo que era graficamente supérfluo (como o fio que separava as colunas, por exemplo), possibilitando, assim, a ordenação hierarquizada das notícias. Outro projeto gráfico deste mesmo período que merece destaque é o do jornal *Última Hora*. Criado em 1951 por Samuel Wainer, o então vespertino teve a sua concepção visual definida sob uma proposta radicalmente oposta à do *JB*, pois fazia uso de setas, grisês e fios de várias espessuras, além da cor azul no logotipo, marca inconfundível do único diário a apoiar o segundo governo do presidente Getúlio Vargas.

Se por trás das marcantes mudanças visuais do *Jornal do Brasil* estava Amílcar de Castro, no caso da *UH* a responsabilidade era do paraguaio Andrés Guevara, convidado por Samuel Wainer para projetar o jornal do zero. O cartunista foi um dos importantes atores do processo de mudanças do jornalismo carioca da segunda metade no século XX, com uma contribuição iniciada já na década de 1920, quando chegou ao Rio de Janeiro. Foi a partir deste período que a imprensa passou por profundas transformações em relação às técnicas de redação, à organização empresarial e até mesmo à diagramação⁴ dos veículos, fazendo com que saísse da fase “literária” para a “empresarial”⁵.

³ Numa decisão tomada em 1906, quando o jornal passava por sérias dificuldades financeiras advindas da construção de uma nova sede e da aquisição de novas máquinas, quase todo o espaço da primeira página foi destinado a anúncios classificados, levando o diário a ser chamado de “Jornal das Cozinheiras”. Cf. FERREIRA, Marieta de Moraes. “A reforma do Jornal do Brasil”. In ABREU, Alzira Alves de. *A imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1996. p. 147.

⁴ “Diagramar é desenhar previamente a disposição de todos os elementos que integram cada página de jornal ou revista. É ordenar, conforme uma orientação predeterminada, como irão ficar, depois de montados e impressos, os títulos, os textos, as fotografias, os anúncios, os desenhos e tudo o mais a ser apresentado na edição (...)” Cf. ERBOLATO, Mário. *Jornalismo gráfico: técnicas de produção*. São Paulo: Loyola, 1981. p. 54. Realizada na redação, a diagramação – e a conseqüente racionalização de fechamento dos jornais que colocava em prática – chegava para orientar a paginação, processo este de distribuição do conteúdo noticioso (textos, títulos, fotos etc.) pelas páginas que seguia um precário rascunho desenhado pelo secretário de redação, mas que tinha no chefe da oficina de impressão o responsável final pela apresentação gráfica do jornal.

⁵ Os termos, originariamente formulados por Habermas, são usados por LATTMAN-WELTMAN, Fernando. “Imprensa carioca nos anos 50: os ‘anos dourados’”. In ABREU, Alzira Alves de. *A imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1996. p. 158.



As mudanças sofridas pela imprensa brasileira a partir da implementação, nos jornais cariocas, do modelo americano de produção de notícias — como o *lead*, a pirâmide invertida e até a “objetividade” que se pretendia com estas técnicas redacionais —, em substituição ao modelo francês, têm recebido razoável atenção de pesquisadores da história do jornalismo. Entretanto, se considerarmos que já se passaram 200 anos desde que aqui tardiamente um prelo foi introduzido pela família real portuguesa e que a imprensa é fértil pela facilidade em provocar indagações e questionamentos, muitas respostas sobre ela ainda estão por ser dadas, apesar de algumas obras que já se tornaram clássicos da historiografia da imprensa brasileira em âmbito mais geral⁶ ou sobre um determinado período⁷, e mesmo aquelas que tratam de veículos⁸, jornalistas⁹ ou de algumas linguagens específicas¹⁰.

Entre outros temas e debates correlacionados à imprensa que ainda estão por ter a devida atenção dos pesquisadores no país está a história da linguagem gráfica dos jornais diários – assim como de outros periódicos impressos –, devendo ser apreciada sob as suas mais variadas condicionantes. A avaliação de tal aspecto é imperiosa pela importância – ainda não devidamente apontada – que têm as variadas estratégias usadas por um veículo de comunicação para construir o seu discurso e, conseqüentemente, o seu público. Defendemos, portanto, que, assim como os textos, os títulos, as fotos, as charges e outros elementos que compõem a cena discursiva de um jornal, a disposição destes elementos sobre a página, assim como a forma e os recursos visuais que utiliza para instituir percursos, caminhos, modos de olhar e modos de ver, têm uma contribuição fundamental para a enunciação do discurso que ele oferta à sua recepção. Na Modernidade, o jornal transmite a sensação, com tais atribuições de ordem

⁶Entre eles podem ser incluídos SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999; BAHIA, Juarez. *op. cit.*; RIZZINI, Carlos. *O livro, o jornal e a tipografia no Brasil*. Rio de Janeiro: Cosmos, 1945.

⁷ Cf. ABREU, Alzira Alves de. *A imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1996; VIANNA, Ruth Penha Alves. *Informatização da imprensa brasileira*. São Paulo: Loyola, 1992; RIBEIRO, Ana Paula Goulart. *Imprensa e história no Rio de Janeiro dos anos 1950*. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

⁸ Cf. HOHLFELDT, Antonio e BUCKUP, Carolina. *Última Hora: populismo nacionalista nas páginas de um jornal*. Porto Alegre: Sulina, 2002; BARROS, Antônio Theodoro de Magalhães. *Última Hora e a renovação da imprensa brasileira*. Niterói: UFF, IACS (tese de concurso para professor titular), 1978; PEROSA, Lílian M. F. de Lima. *Última Hora: uma revolução na imprensa brasileira*. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social, 2003; NETTO, Accioly. *O império de papel: os bastidores de O Cruzeiro*. Porto Alegre: Sulina, 1998.

⁹ MORAIS, Fernando. *Chatô: o rei do Brasil, a vida de Assis Chateaubriand*. 2ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1994; BIAL, Pedro. *Roberto Marinho*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004; LAURENZA, Ana Maria de Abreu. *Lacerda x Wainer: o corvo e o bessarabiano*. São Paulo: Senac São Paulo, 1998. WAINER, Samuel. *Minha razão de viver: memórias de um repórter*. 17ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2000.

¹⁰ Cf. PEREGRINO, Nadja. *“O Cruzeiro”: a revolução da fotorreportagem*. Rio de Janeiro: Dazibao, 1991; LIMA, Herman. *História da caricatura no Brasil*. 4 vols. Rio de Janeiro: José Olympio, 1963; ANDRADE, Joaquim Marçal Ferreira de. *Primórdios da fotorreportagem no Brasil: a fotografia na imprensa do Rio de Janeiro, 1839-1900*. Dissertação de mestrado. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2002.



diagramática, de ser o lugar central da ordenação do sentido, o espaço onde a entropia do mundo fica sob controle.

O próprio Nelson Werneck Sodré reconhece que, apesar de sua volumosa obra, uma das mais completas sobre a história da imprensa no Brasil até os anos 1960, ele mesmo não conseguiu fazer, com o devido mérito, o estudo dos aspectos que dizem respeito ao planejamento gráfico dos veículos impressos.

Não nos foi possível (...) detalhar alguns aspectos importantes da história da imprensa brasileira (...); os diferentes estágios que a arte gráfica apresentou, através do tempo, com estudo mais acurado do almanaque, da circular, do panfleto avulso, do pasquim, do folheto, do opúsculo; (...) o desenvolvimento das técnicas de impressão, a litografia, a xilogravura, até as modernas; a evolução do maquinário, desde as prensas de madeira às modernas rotativas elétricas, passando pelo complexo aparelhamento de uma oficina moderna de jornal de grande tiragem, com a sua complexa divisão do trabalho que a faz, hoje, tão semelhante a uma grande fábrica; (...) a das gravuras, desde a litografia até à radiofoto; as mudanças na paginação, acompanhando o destaque primitivo do editorial político, às vezes matéria única do jornal, até a preponderância da parte informativa sobre a opinativa, e a estreita relação entre elas; as transformações na crítica ilustrada, das caricaturas à *charge* moderna; (...)¹¹

Passados 40 anos desde o lançamento de *História da imprensa no Brasil*, estes estudos, em profundidade e com a atenção que a imprensa de nosso país requer, ainda estão por ser feitos. As referências ao tema são curtas e esparsas, como a comparação feita por Juarez Bahia entre o período em que começou a modernização da imprensa – e a conseqüente conscientização sobre a importância da racionalização gráfica dos veículos impressos – e seu estágio anterior.

Em 1956, o modelo do velho jornal diário, pesado e feio, de linguagem rebuscada, quase ilegível e pouco atraente, seccionado em colunas por fios verticais e outros adereços, parece definitivamente esgotado. (...) (...) Com acontece em *Última Hora* e no *Diário Carioca*, surgem um novo conceito de notícia e um novo *design* que retificam padrões editoriais e gráficos tradicionais no jornalismo diário e introduzem concepções de estilo formalmente em choque com as práticas vigentes no país. A repercussão dessa revolução é nacional e internacional.¹²

O estudo histórico das estratégias visuais dos jornais permanece relegado, portanto, a segundo plano. O mesmo pode-se dizer a respeito da contribuição especial

¹¹ SODRÉ, Nelson Werneck. *op. cit.* pp. 7-8.

¹² BAHIA, Juarez. *op. cit.* p. 379.



de Guevara, como artista gráfico, para esta área¹³. Este trabalho se propõe, assim, a discutir a contribuição do paraguaio para a imprensa carioca e a mostrar a diferença entre os modelos diagramáticos do *Jornal do Brasil* e *Última Hora*, a meu ver diametralmente opostos devido às matrizes que fundavam as escolhas colocadas em práticas nos dois diários. Por outro lado, é pretensão ainda, com este texto, contribuir para o debate necessário ao papel da linguagem gráfica para os discursos construídos pelos veículos impressos¹⁴.

2. Andrés Guevara: uma vida através dos veículos impressos cariocas

A entrada do jornalismo carioca numa fase de racionalização de sua produção gráfico-visual deve muito ao caricaturista Andrés Guevara, “o único paraguaio que nos venceu”, segundo definição de Humberto de Campos¹⁵. Ao introduzir no Brasil a técnica da diagramação – através do cálculo e da tabela de correspondência entre a lauda datilografada (com um número pré-estabelecido de linhas e de batidas por linha) e a composição nos variados corpos tipográficos e larguras de coluna –, Guevara passou a substituir a paginação artesanal, sem sistematização, através da qual as páginas dos jornais eram lentamente fechadas. O processo tornou-se ainda mais célere com o uso, pelo paraguaio, da folha milimetrada, que permitia a produção antecipada, na redação, das “bonecas” e dos “espelhos” das páginas que, assim, eram seguidas pela oficina, agilizando a produção das matrizes de impressão do jornal. Com isso, a *Última Hora* economizava matéria-prima (chumbo e zinco) e evitava desperdício de tempo e de mão-de-obra na oficina¹⁶.

Mas antes de seu destaque na área de planejamento visual de jornais, Guevara foi reconhecido por sua atuação como caricaturista. E foi a partir deste talento que ele acabou vindo parar no Brasil. Em 1923, quando ainda contava 19 anos¹⁷, ganhou – como prêmio – uma viagem artística para a Europa. Tomaria o navio no Rio de Janeiro,

¹³ Como cartunista, Guevara foi retratado na obra *Guevara e Figueroa: caricatura no Brasil nos anos 20*, de Cássio Loredano (Rio de Janeiro: Instituto Nacional de Artes Plásticas, 1988).

¹⁴ Este trabalho é parte do projeto de pesquisa “A linguagem gráfica do jornalismo carioca: a diagramação como instrumento de significação da informação”, que tem como proposta mais geral caracterizar a evolução histórica do planejamento gráfico dos jornais diários, avaliando as diferentes variáveis que concorreram para a constituição das etapas de seu progresso e, de certa forma, para a constituição de modelos para os veículos.

¹⁵ Trecho de uma dedicatória escrita pelo escritor e membro da Academia Brasileira de Letras Humberto de Campos, editor da revista *A Maçã*, em um livro com o qual presenteou Andrés Guevara.

¹⁶ LOREDANO, Cássio. *op. cit.* p. 10.

¹⁷ Guevara nasceu em 1904, em Villeta (Paraguai), e morreu em 1964, em Buenos Aires (Argentina).

mas acabou convencido pelo embaixador paraguaio Modesto Guggiar a permanecer e exibir seu talento como caricaturista na cidade.

Guevara começou sua carreira na então capital do Brasil publicando caricaturas na revista *A Maçã*, semanário dirigido ao público masculino lançado no dia 11 de fevereiro de 1922. Em pouco tempo, já estava ilustrando quase todos os importantes jornais e revistas da época: *O Paiz*, *A Manhã*, *O Globo*, *O Malho*, *Crítica*, *Para Todos*, *Ilustração Brasileira*, *Cruzeiro*, e ajudando a fundar publicações como *A Manha*, *O Papagaio* e *Jazz*¹⁸. No entanto, mesmo na sua estréia no jornalismo da cidade, Guevara não se limitou a produzir *portrait-charges* em *A Maçã*; já ali começou a mostrar o seu pendor para a estruturação gráfica das publicações por onde passava.

Em 29 de dezembro de 1923 acontece a primeira mudança radical no projeto gráfico da revista [*A Maçã*]. A capa, de Andrés Guevara, não possui mais o cabeçalho com o logotipo d'*A Maçã* utilizado até então e a partir daí não há mais um padrão, o logotipo da revista passa a fazer parte da ilustração.¹⁹

Michaella Pivetti considera que a contribuição do paraguaio como planejador gráfico em *A Maçã* pode ser percebida a partir da colocação em prática de uma estruturação funcional do uso das imagens, cores e do espaço em branco das páginas:

Por meio de uma organização racional e programática, o desenhista/planejador reorganiza a comunicação no espaço das páginas: uso mais objetivo de vinhetas e ilustrações; predileção por uma imagem mais forte ao invés de várias espalhadas num mesmo contexto espacial e temático; valorização dos tipos; valorização dos espaços em branco, contrapondo-os a zonas mais compactas de texto, num claro movimento de racionalização do aproveitamento do espaço disponível; valorização das imagens coloridas em páginas duplas, [...] revelando, com isso, uma visão global característica da edição de arte em função de um determinado projeto gráfico; simplificação e geometrização dos desenhos, aproximando-se de um maior simbolismo na representação gráfica dos conceitos da revista – e, portanto, indo ao encontro de certo funcionalismo, aquele tão exercitado pelos modernistas.²⁰

Sete anos depois de sua chegada ao Brasil, a relação nada amistosa do governo Vargas com a imprensa fez com que se mudasse para a Argentina. O empastelamento, em 1930, do jornal *Crítica* (de Mário Rodrigues), no qual publicava desenhos e ilustrações, foi mais do que suficiente para a partida do caricaturista, que, como estrangeiro, não se sentia seguro com um governo que chegava ao poder através de uma

¹⁸ LOREDANO, Cássio. *op. cit.* p. 9.

¹⁹ HALUCH, Aline. *A Maçã: manifestações de design no início do século XX*. Dissertação de Mestrado, Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ), 2002. p. 88.

²⁰ PIVETTI, Michaella. *Planejamento e representação gráfica no jornalismo impresso: a linguagem jornalística e a experiência nacional*. Dissertação de mestrado. São Paulo: Universidade de São Paulo (USP), 2006. p. 129.



revolução. Durante o tempo em que morou em Buenos Aires, exerceu a direção dos “serviços de desenho” do vespertino portenho *Critica* e colaborou, na mesma cidade, com outros jornais e revistas, além de assinar trabalhos para periódicos em Assunção. Foi também o responsável pela criação do logotipo e do projeto gráfico das páginas, em formato tablóide, de um dos principais jornais do país vizinho, *Clarín*.

Na sua volta ao Rio, em 1943, Guevara trazia na bagagem um curso de artes gráficas feito nos Estados Unidos, o que se supõe ter sido parte da Política de Boa Vizinhança empreendida pelo governo Roosevelt a partir da primeira metade da década de 1930 para a América Latina e que, do Brasil, levou jornalistas como Pompeu de Souza, Danton Jobim, Samuel Wainer e Alberto Dines. A avaliação a respeito das artes gráficas colocadas em prática pelos americanos foi a mais entusiástica possível, como pode ser atestada na entrevista para a revista *Diretrizes*, de Samuel Wainer: “Impossível dispor de tempo e ‘espaço vital’ para dizer de modo completo a minha impressão. Sintetizo-a com um adjetivo, aliás pouco elogioso hoje em dia: Fantásticas”²¹.

Apesar dos trabalhos como reformulador visual de alguns veículos em sua primeira estada no Rio, é a partir da segunda metade dos anos 1940 que se acentua a faceta de Guevara como planejador gráfico. À sensibilidade estética que lhe era inerente juntou-se a consciência, rara para o contexto jornalístico da época no Brasil, sobre o aspecto visual racional e planejado para o sucesso dos veículos.

A coisa que mais me empolga, num jornal, é a sua apresentação gráfica, já que isto sempre foi e será o fator fundamental para o êxito de qualquer publicação. Randolph Hearst (*sic*), o maior jornalista do mundo, marcou rumos novos e com sua técnica e sua ousadia, aliadas a um grande senso artístico, quebrou todas as rotinas.²²

E completa, reforçando a importância que já dava ao uso da tipografia:

A apresentação gráfica é o primeiro objetivo visual num diário. Trás ela consigo o problema que surge da ‘simplificação’ que o leitor intimamente exige. O jornal deve ir ao público e não o público ao jornal. (...) Fator imprescindível na realização de um bom jornal é a tipografia. A função tipográfica deve obedecer à concepção de um artista, que é o ‘diagramador’, como chamamos na Argentina, e que vi em todos os jornais de Nova York. A má distribuição tipográfica leva à confusão e anula até o melhor texto.²³

²¹ Cf. “Guevara: o jornal de ontem e de amanhã”. In *Diretrizes*, Rio de Janeiro, 20 de janeiro de 1944.

²² *Idem*. O jornalista aqui referido é William Randolph Hearst (1863-1951), magnata da imprensa americana que, em seu apogeu como publisher, nos anos 1930, possuía 28 diários e 18 revistas. Hearst serviu de inspiração ao cineasta Orson Welles para o filme *Cidadão Kane*.

²³ *Ibidem*.

Em seu retorno ao Brasil, Guevara assumiu a função de diretor de arte da *Folha Carioca* e com seu talento, segundo Herman Lima, ofereceu aos leitores “um jornal de moderníssima apresentação gráfica”²⁴.

Mas foi com o projeto gráfico da *Última Hora* que Guevara, no Brasil, alcançou o ápice de sua carreira como artista gráfico. Não por acaso Samuel Wainer considerava-o um “diagramador absolutamente excepcional”. Para o caricaturista Álvaro Cotrim, mais conhecido como Alvarus, além de Guevara ter contribuído para o aperfeiçoamento do uso das caricaturas nos diários cariocas, também foi o principal mentor da implantação de técnicas que ajudaram a racionalizar a produção dos impressos.

Dono de privilegiado talento e espírito de iniciativa, Guevara imprimiria um sopro renovador à nossa caricatura assim como contribuiria de forma excepcional para transmutar a fisionomia plástica das folhas de rosto de nossos primeiros principais jornais, criando a novidade da diagramação gráfica. Até então a apresentação era realizada de forma empírica e repetitiva, subordinada ao “olhômetro” a medida de espaços dos paquets conforme o gosto arbitrário do chefe das oficinas ou do secretário da redação²⁵.

É mais enfático ainda ao afirmar que “a caricatura brasileira e a modificação fisionômica de nossa imprensa tem um nítido divisor de águas – antes e depois de Guevara (...)”²⁶.

As mudanças gráficas nos jornais do Rio fazem parte da profunda transformação pela qual começava a passar a imprensa a partir da década de 1950, que, do caráter eminentemente familiar e atrelada a interesses pessoais e a projetos políticos, teve que passar a uma estrutura gerencial para se enquadrar ao novo cenário de indústria cultural que a cidade assumia. Por isso, era necessário cada vez mais racionalizar o processo de produção e impressão dos periódicos, vistos a partir deste momento como produtos e suas capas como embalagens. Dessa forma, ganhava ainda mais relevância a disposição visual organizada das notícias na imprensa, que se dava, na verdade, pela própria mudança da matriz gráfica implementada nos principais veículos.

O jornalismo brasileiro, também na perspectiva visual, seguiu até então o modelo francês: excesso de títulos, ausência de lógica na hierarquia do material etc. As inovações gráficas dos jornais cariocas (principalmente as do *Jornal do Brasil* e as da *Última Hora*) impuseram um estilo mais ordenado. As manchetes e títulos passaram a ser padronizados e a ter uma coerência interna. Recursos editoriais e formais, típicos de revistas, passaram a ser utilizados nos jornais

²⁴ LIMA, Herman. *História da caricatura no Brasil*. 4º vol. Rio de Janeiro: José Olympio, 1963. p. 1471.

²⁵ COTRIM, Álvaro. *Boletim ABI*, jun-jul de 1980, p. 20.

²⁶ *Idem*, p. 20.



diários. Subtítulos, entretítulos, *boxes*, textos complementares movimentavam e embelezavam as páginas, tornando a sua leitura mais agradável²⁷.

Jornal do Brasil e *Última Hora*, com suas respectivas propostas visuais, são a marca mais expressiva deste momento singular da imprensa brasileira, em seus mais variados aspectos. Se Amílcar de Castro causa sua revolução pelo primeiro²⁸, Andrés Guevara deixa sua marca no segundo.

3. *Última Hora* e *Jornal do Brasil*: jornal popular e jornal de referência na forma de contrato de leitura

O jornal *Última Hora* circulou pela primeira vez no dia 12 de junho de 1951, nascido sob uma linha editorial popular, dando ênfase a temas que, segundo Wainer, eram habitualmente desprezados pela imprensa, como esporte e polícia, além do propósito de sustentar politicamente o segundo governo de Getúlio Vargas²⁹. Com o apoio do presidente da República, através de financiamento do Banco do Brasil, Wainer conseguiu investir na contratação de funcionários, repórteres, fotógrafos, caricaturistas e escritores de renome, assim como pôde buscar na Argentina Andrés Guevara. Quando convidou-o para empreitada, o jornalista tinha a noção da importância e da competência do paraguaio: “Ele fizera uma revolução na imprensa argentina, modificando profundamente a fisionomia dos jornais daquele país”³⁰. E com o vespertino de Wainer não foi diferente, com atesta o próprio patrão.

Na primeira noite em que se sentou conosco, Guevara desenhou em alguns minutos o logotipo. Depois, voltou-se para mim e decidiu: “Vou dar-lhe a cor dos seus olhos”. As letras seriam azuis. Eu nem sabia que a velha impressora do *Diário Carioca* podia rodar um jornal em quatro cores. Àquela época, só usavam cores dois jornais brasileiros: *A Vanguarda*, no Rio, e *A Gazeta*, em São Paulo, ambos utilizando o vermelho. A criatividade era intensa. João

²⁷ RIBEIRO, Ana Paula Goulart. “Jornalismo, literatura e política: a modernização da imprensa carioca nos anos 1950”. Estudos Históricos, Mídia, nº 31. Centro de Pesquisa e Documentação da Fundação Getúlio Vargas: 2003/1, p. 5.

²⁸ A reformulação visual realizada pelo escultor mineiro pode ser melhor compreendida com o texto “Amílcar de Castro e a reforma do *Jornal do Brasil*”. In LESSA, Washington Dias. *Dois estudos de comunicação visual*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.

²⁹ O jornal foi o resultado da decisão de Getúlio Vargas, em seu segundo governo - agora por voto direto -, de ter pelo menos um órgão oficioso, de base popular capaz de permitir-lhe enfrentar a maciça frente dos jornais controlados pelas agências estrangeiras de publicidade. Para isso, permitiu a liberação de vultosos e rápidos créditos para Samuel Wainer fundar o vespertino, que logo conquistou lugar de destaque na imprensa carioca e brasileira. Cf. SODRÉ, Nelson Werneck. *op.cit.* pp. 457-458.

³⁰ WAINER, Samuel. *Minha razão de viver: memórias de um repórter*. 17ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2000. p. 134.



Etcheverry sugeriu um *slogan* que se tornaria célebre: “Um jornal vibrante, uma arma do povo.” Ofereci um prêmio em dinheiro a quem sugerisse o melhor título de seção. O vencedor foi Augusto Rodrigues, que propôs ‘Na hora H’; Guevara acrescentou ao título dois olhos imensos, uma idéia genial. Sucediãms-se noitadas inesquecíveis, ao longo das quais o jornal ia tomando forma.³¹

A equipe trabalhou nos meses que antecederam o lançamento do jornal, desenhando o modelo-base de um diário com 16 páginas. Segundo Antônio Theodoro Magalhães Barros³², Guevara foi responsável por organizar o próprio processo de produção do jornal. Na *Última Hora*, o diagramador implantou métodos mais ágeis e mais econômicos, através da adoção das folhas de espelho, disciplinando os repórteres a escreverem dentro de um limite calculado previamente, e também com a paginação decidida na redação do jornal e não mais na oficina. Essas mudanças reduziram as possibilidades de erros cometidos e de cortes a serem feitos após a montagem do clichê de impressão, acelerando o ritmo de fechamento do jornal e diminuindo os gastos com matéria-prima.

O que chama atenção, observando o desenvolvimento do jornalismo impresso nacional, é a constatação de que Guevara representou, por meio de sua atuação [...], o planejamento gráfico/editorial mais próximo à concepção contemporânea especializada.³³

Além disso, Guevara fez importantes avanços com o uso da cor azul no logotipo do jornal e com a valorização de imagens de grandes proporções associadas a uma manchete com tipografia de tamanho destacado nas capas, consolidando-se como uma estratégia visual de impacto para atrair os leitores. O paraguaio também priorizou o uso das fotografias, caricaturas e charges ao longo das páginas, fixando o perfil popular do periódico por meio do apelo visual.

Em relação ao formato, a *Última Hora* era composta de oito colunas, utilizando a técnica da “coluna falsa”³⁴, a fim de distribuir uniformemente as matérias no espaço das páginas e de fazer predominar o sentido vertical delas. Para tanto, dispunha as matérias e seus títulos em uma, duas três e quatro colunas, “alterando completamente o padrão tradicional de paginação que prevalecia, na época, nos demais jornais

³¹ *Idem*, pp. 134-135.

³² BARROS, Antônio Theodoro Magalhães. *Última Hora e a renovação da imprensa brasileira*. Niterói: UFF, IACS (tese de concurso para professor titular), 1978. pp. 12, 13 e 14.

³³ PIVETTI, Michaela. *op. cit.* p. 128.

³⁴ Coluna em largura superior ou inferior à largura da coluna base do jornal.



brasileiros”³⁵. O projeto gráfico de Guevara utilizava ainda grisês, setas e fios para separar as colunas e boxes, caixas pretas com letras em “negativo” (na cor do papel) e também a combinação de tipos serifados e não-serifados. No entanto, era comum o uso de ícones, desenhos ou imagens para identificar as seções e o espaço dos colunistas.

Embora a distribuição dos títulos na primeira página lembre em muito a proposta visual dos jornais populares atuais, existe uma tensão nas páginas expressa pelo contraste entre as massas de texto e cor (azul) e as variações tipográficas dos títulos, que nos remete ao contexto político de seu tempo, onde o jornal getulista se opunha ao discurso de seus opositores também pelos aspectos gráficos.³⁶

É partir deste trabalho, invisível ou não, de enunciação diagramática realizada através das páginas de um jornal, pela articulação de elementos distantes uns dos outros, justapondo conteúdos que aparentemente nunca se encontrariam, dando uma simetria ou organizando um dispositivo de significação próprio ao mundo dos veículos impressos, que pode-se anunciá-lo como um *sujeito semiótico*³⁷. Cada *medium*, portanto, interpela os leitores através de uma territorialidade única, estabelecida a partir de uma gramática construída pela sua linha editorial e seu projeto gráfico. Sua função está em alinhar a aparente desorganização que existe no emaranhado de matérias significantes sobre sua superfície (textos, títulos, subtítulos, sobretítulos, fotos, legendas, vinhetas, gráficos, tabelas, charges, mapas, seções, colunas, editoriais, cadernos, páginas etc.) e, assim, a ordenar a avalanche “caótica” de informações rotineiramente produzidas a partir dos acontecimentos.

É com este trabalho semiótico que cada jornal estabelece sua relação com o leitorado, à qual Eliseo Verón dá o nome de contrato de leitura³⁸. Para ele, o discurso do suporte, de um lado, e seus leitores, de outro, são as duas “partes” entre as quais se estabelece, como em todo contrato, um vínculo, neste caso, a leitura do veículo.

O estudo do contrato de leitura dirige-se, portanto, sobre todos os aspectos da construção de um suporte de imprensa, *na medida em que eles constroem a relação com o leitor*: capa, relações textos/imagens, modo de classificação do material redacional, dispositivos de “apelo” (títulos, subtítulos, sobretítulos

³⁵ BARROS, Antônio Theodoro Magalhães. *op. cit.* p. 11.

³⁶ MORAES, Ary e NOJIMA, Vera Lucia. “Reflexões sobre a formação do design de notícias”. Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo: 8 a 11 de outubro de 2008, pp. 1558-9. In <http://www.modavestuario.com/142reflexoessobredesign.pdf> (acessado no dia 5 de julho de 2009)

³⁷ LANDOWSKI, Eric. *A Sociedade Refletida: ensaios de sociosemiótica*. São Paulo: EDUC/Pontes, 1992.

³⁸ VERON, Eliséo. “L’Analyse do ‘Contrat de Lecture’: une nouvelle methode pour les etudes de positionnement des supports presse”. In *Les Médias - Expériences, Recherches Actuelles, Applications*. Paris: IREP, juillet-1985. pp. 203-230 (tradução livre).



etc.), modalidades de construção das imagens, tipos de “percursos” propostos ao leitor (por exemplo: capa → índice → artigo) e as variações que se produzem deles, modalidades de paginação e muitas outras dimensões que *podem* contribuir para definir o modo específico pelo qual o suporte constrói a relação com seu leitor.³⁹

Verón quer dizer, assim, que a análise semiológica tem por objetivo indicar e descrever todas as operações que, no discurso do suporte, determinam a posição do enunciador e, por consequência, a do destinatário. O conceito de contrato de leitura implica que o discurso de um suporte de imprensa é um espaço onde percursos múltiplos são propostos ao leitor, formando uma paisagem onde ele pode escolher seu caminho com maior ou menor liberdade, onde há zonas nas quais ele se arrisca a se perder ou, ao contrário, que são perfeitamente balizadas.

A descrição de todas as operações semióticas colocadas em prática pela *Última Hora* não será possível aqui, mas o planejamento colocado em prática por Guevara define o vespertino como um sujeito semiótico que, pelo discurso gráfico, estabelece um contrato com seu leitorado. E que, por sua vez, difere do contrato de leitura proposto pelo *Jornal do Brasil* através da reforma gráfica empreendida por Amílcar de Castro, como mostrado acima.

Com a *Última Hora* Samuel Wainer tinha um objetivo muito claro de se aproximar das camadas populares, pois ainda estava inserido num contexto em que predominavam as disputas típicas do jornalismo panfletário e político. Esse cenário não era propício ao rompimento radical dos padrões estéticos vigentes, até porque Guevara precisou criar um projeto gráfico para o periódico e não reformar um jornal já estruturado e conhecido pelos cariocas. Para isso, o paraguaio utilizou técnicas novas e antigas, adaptando o desenho da *UH* a um perfil que pudesse provocar identificação com o leitor.

Se o jornal de Samuel Wainer estabelece seu vínculo com o leitor através de uma ruidosa feição gráfica, típica, como defendem Moraes e Nojima, de veículos populares, o *JB*, por outro lado, constrói seu contrato sob a perspectiva de resgatar o bom conceito que tinha antes de adotar o estilo “Jornal das Cozinheiras”⁴⁰, reforçado

³⁹ *Idem*, pp. 203-230.

⁴⁰ A partir de 1906, com dificuldades por causa da construção de uma nova sede e da compra de novo maquinário gráfico, o jornal passa a apresentar a primeira página totalmente ocupada por anúncios classificados, o que lhe rendeu o pejorativo epíteto. Cf. LESSA, Washington Dias. *Dois estudos de comunicação visual*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.



ainda pelo fato de ser um matutino⁴¹. O jornal de referência nacional que o *Jornal do Brasil* passou a ser a partir daquele momento está baseado, entre outros aspectos, nas estratégias gráfico-visuais que usou para definir o contrato com seus leitores, ao mesmo tempo em que marcou a diferença com seus concorrentes, entre eles a *Última Hora*.

4. Conclusão

Feito o percurso de Andrés Guevara, mesmo que de modo rápido, é possível defini-lo como um dos principais precursores das mudanças na feição gráfica dos periódicos cariocas. Sabe-se que o paraguaio teria contribuído com outras publicações fora do Rio, mas este é um trabalho de pesquisa ainda a ser feito, de modo a mostrar, talvez, que o caricaturista foi uma referência além da capital fluminense e, portanto, uma matriz nacional de jornalismo gráfico. Como também é ainda merecedora de estudos a influência do curso de artes gráficas realizado por ele nos Estados Unidos, o que poderia demonstrar de que modo decisivo seus projetos gráficos, no Brasil, Argentina e Paraguai, são apenas a tradução do modelo maior – objetivo e racional – que passou a vigorar na imprensa “moderna” a partir dos anos 1950.

Independente disso, é perceptível perceber como as soluções de Amílcar de Castro e Andrés Guevara eram radicalmente opostas e, por isso, capazes de estabelecer distintos contratos de leitura com seus públicos. A história não nos deixou ver como o contrato de leitura da *Última Hora* avançaria no tempo, mantido ou reformulado para acompanhar as infindáveis transformações porque passaram os veículos impressos nos últimos 40 anos. Entretanto, apesar de não ter realizado nenhuma análise da evolução do *JB*, acredito que, entre outros motivos, a explicação para a posição nada confortável do jornal nos dias de hoje, que nada lembra o diário de referência nacional que já foi, resulta do não ajustamento, por muito tempo, de seu contrato de leitura, inclusive no que diz respeito ao projeto gráfico. Quando mudou, sob uma concepção radical no formato e na feição visual, não soube simultaneamente manter os leitores fiéis que tinha e angariar os novos que pretendia.

⁴¹ Ana Paula Goulart relaciona o turno de publicação dos jornais ao perfil que cada um apresentava. Aos vespertinos, restava uma linha editorial mais popular, como a da *Última Hora*, e aos matutinos, a seriedade e a densidade, ao estilo do novo *JB*. Cf. *Imprensa e história no Rio de Janeiro dos anos 1950*. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.



5. Bibliografia

- BARROS, Antônio Theodoro Magalhães. *Última Hora e a renovação da imprensa brasileira*. Niterói: UFF, IACS, 1978 (tese de concurso para professor titular).
- CASTRO, Paulo César. A dimensão não-verbal da enunciação jornalística: a reforma gráfica do jornal *O Globo*. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 1996 (dissertação de mestrado).
- COTRIM, Álvaro. Boletim ABI, jun-jul de 1980.
- ERBOLATO, Mário. *Jornalismo gráfico: técnicas de produção*. São Paulo: Loyola, 1981.
- FERREIRA, Marieta de Moraes. “A reforma do Jornal do Brasil”. In ABREU, Alzira Alves de. *A imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1996.
- GOULART, Ana Paula. “Jornalismo, literatura e política: a modernização da imprensa carioca nos anos 1950”. Estudos Históricos, Mídia, nº 31. Centro de Pesquisa e Documentação da Fundação Getúlio Vargas: 2003/1. Disponível em www.cpdoc.fgv.br/revista/arq/345.pdf. Acesso em 16/abr/2008.
- GOULART, Ana Paula. *Imprensa e história no Rio de Janeiro dos anos 1950*. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.
- Guevara: o jornal de ontem e de amanhã. In *Diretrizes*, Rio de Janeiro, 20/01/1944.
- HALUCH, Aline. *A Maçã: manifestações de design no início do século XX*. Dissertação de Mestrado, Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ), 2002.
- LATTMAN-WELTMAN, Fernando. “Imprensa carioca nos anos 50: os ‘anos dourados’”. In ABREU, Alzira Alves de. *A imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1996.
- LESSA, Washington Dias. *Dois estudos de comunicação visual*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1995.
- LIMA, Herman. *História da caricatura no Brasil*. 4º vol. Rio de Janeiro: José Olympio, 1963.
- LOREDANO, Cássio. *Guevara e Figueroa: a caricatura no Brasil nos anos 20*. Rio de Janeiro: Instituto Nacional de Artes Gráficas, 1988.
- MORAES, Ary e NOJIMA, Vera Lucia. “Reflexões sobre a formação do design de notícias”. Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em



Design. São Paulo: 8 a 11 de outubro de 2008, pp. 1558-9. In <http://www.modavestuario.com/142reflexoessobredesign.pdf> (acessado no dia 5 de julho de 2009)

PIVETTI, Michaella. *Planejamento e representação gráfica no jornalismo impresso: a linguagem jornalística e a experiência nacional*. Dissertação de mestrado. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2006.

REIS, Bianca Rocha do Nascimento. *O jornal de papel na era dos veículos on-line: recursos e conceitos da internet nas páginas impressas*. Monografia de graduação. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 2007.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Graal, 1977.

VERON, Eliséo. “L’Analyse do ‘Contrat de Lecture’: une nouvelle methode pour les etudes de positionnement des supports presse”. In *Les Médias - Expériences, Recherches Actuelles, Applications*. Paris: IREP, juillet-1985.

WAINER, Samuel. *Minha razão de viver: memórias de um repórter*. 17ª ed. Rio de Janeiro: Record, 1989.