

**UNIVERSIADADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

PATRICIA HERMAN

**PROJETO GRÁFICO PARA UM JORNAL SINDICAL BASEADO NAS
EXPERIÊNCIAS DO JORNAL *ÚLTIMA HORA***

CURITIBA

2014

PATRICIA HERMAN

**PROJETO GRÁFICO PARA UM JORNAL SINDICAL BASEADO NAS
EXPERIÊNCIAS DO JORNAL *ÚLTIMA HORA***

Monografia apresentada como requisito de avaliação da disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso IV. Do Curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, do Setor de Artes, Comunicação e Design.

Orientação: Prof. Dr. Mário Messagi Júnior.

CURITIBA

2014

AGRADECIMENTOS

À família Herman – Gustavo, Jaqueline e Sueli –, que mesmo distantes são meu principal apoio e motivo dos sorrisos mais sinceros. Ao Gregório que, aonde quer que esteja, está sempre presente.

Ao professor e orientador Mário Messagi Júnior, que no meio do caminho aceitou assumir comigo o desafio de realizar esse trabalho, captou meus objetivos e soube me guiar. Também agradeço o professor Toni André Scharlau Vieira pelas primeiras coordenadas.

Meu agradecimento especial aos camaradas de luta, principalmente ao Rafael, à Dalane e Nicole, e à todos os trabalhadores desse mundo.

RESUMO

O presente trabalho faz um breve resgate histórico do jornalismo sindical, identificando que seu desafio ao longo dos anos foi sempre atrair um público que não tem o costume de ler. Partindo da avaliação de que a forma dos jornais tem uma grande importância na atração do leitor e que esse tipo de jornalismo tem uma preocupação maior com o conteúdo de seus materiais, o resgate foca na avaliação do uso dos elementos gráficos nessas publicações. Este trabalho também faz uma breve análise do *Última Hora*, jornal comercial fundado em 1951 que tinha como objetivo claro atingir um público massivo, semelhante ao dos jornais sindicais. A *Última Hora* soube utilizar os elementos gráficos como forma de conquistar e fidelizar seus leitores, alcançando as massas. A partir dessa análise, este trabalho elaborou um projeto gráfico e editorial para um jornal de sindicato (para o Sindicato dos Trabalhadores dos Correios do Paraná apenas como exemplo) baseado nos erros e acertos da *Última Hora*.

Palavras-chave: sindicalismo, jornalismo sindical, projeto gráfico, projeto editorial, *Última Hora*.

ABSTRACT

This paper gives a brief historical review of the union journalism, identifying that their challenge over the years has always been to attract an audience that doesn't have the habit of reading. Based on the assessment that the form of newspapers have a major importance in attracting the reader and that this kind of journalism has a greater concern with the content of their materials, this rescue focuses on assessing the use of graphics in these publications. This paper also provides a brief analysis of the *Última Hora*, newspaper business founded in 1951 which had the clear goal to reach a massive audience, similar to the trade union newspapers. The *Última Hora* learned to use the graphics as a way to acquire and retain readers, reaching the masses. From this analysis, this study presents a graphic and editorial design for a newspaper syndicate (for the Sindicato dos Trabalhadores dos Correios do Paraná, for example only) based on the rights and wrongs of the *Última Hora*.

Key-words: unionism, unionjournalism, graphical projects, editorials projects, Última Hora.

SUMÁRIO

| | |
|---|-----------|
| 1 INTRODUÇÃO | 7 |
| 2 COMUNICAÇÃO SINDICAL BRASILEIRA | 10 |
| 2.1 HISTÓRICO | 10 |
| 2.2.1 Forma e linguagem | 15 |
| 3 A ÚLTIMA HORA E A RELAÇÃO ENTRE FORMA E CONTEÚDO | 20 |
| 3.1 PROJETO GRÁFICO E EDITORIAL | 20 |
| 3.1.1 Fotografia e cores | 25 |
| 3.1.2 Contraste | 29 |
| 3.1.3 Charges e caricaturas | 30 |
| 3.1.4 Elementos pouco considerados pela <i>Última Hora</i> | 33 |
| 3.1.4.1 Nivelamento | 33 |
| 3.1.4.2 Agrupamento | 35 |
| 3.1.4.3 Regularidade | 36 |
| 3.1.4.4 Simplicidade | 37 |
| 3.2 PÚBLICO..... | 38 |
| 4 ELABORAÇÃO DO PROJETO GRÁFICO E EDITORIAL | 40 |
| 4.2 PÚBLICO ALVO | 41 |
| 4.3 MENSAGEM A ENVIAR | 41 |
| 4.4 RESPOSTA ESPERADA | 41 |
| 4.5 JUSTIFICATIVA..... | 42 |
| 4.6 DETALHAMENTO DO PROJETO | 42 |
| 4.6.1 Dimensões e paginação | 42 |
| 4.6.2 Margens e Colunas | 42 |
| 4.6.3 Entrelinhas e entreletras | 43 |
| 4.6.4 Tipografia | 43 |
| 4.6.4.1 Famílias escolhidas | 43 |
| 4.6.5 Editorias | 43 |
| 4.6.5.1 Editorial | 43 |
| 4.6.5.2 Prestação de contas | 43 |

| | |
|--|-----------|
| 4.6.5.3 Notícias da categoria..... | 44 |
| 4.6.5.4 Giro pelo mundo..... | 44 |
| 4.6.5.5 Boca no trombone..... | 44 |
| 4.6.5.6 Hora do intervalo..... | 44 |
| 4.6.5.7 Galeria..... | 45 |
| 4.6.6 Espelho da edição do projeto..... | 45 |
| 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 46 |

1 INTRODUÇÃO

O jornalismo sindical tem diversas particularidades em relação ao jornalismo comercial – a principal delas é o conteúdo com posicionamento político bem definido e explícito diante dos acontecimentos sociais. Isso porque, a partir do advento da Revolução Industrial, que disseminou as bases para o modo de produção capitalista, os jornais tornam-se comprometidos com a visão da nova classe dominante – a burguesia. O século XIX representou a multiplicação dos veículos de comunicação em todo o mundo, sempre usados como instrumento de disputa de hegemonia. É também nessa época em que surgem milhares de fábricas onde trabalham milhões de operários e, com elas, os sindicatos que buscavam representar os interesses dos trabalhadores. Os jornais dessas entidades faziam frente à imprensa burguesa e se contrapunham claramente à visão dos grandes veículos, segundo Giannotti (1988).

De acordo com Ferreira (1988), nessa época havia pouca preocupação com questões de forma do jornal operário. O formato tabloide era o mais utilizado, mas o número de páginas não era determinado e, normalmente, não havia periodicidade. Apesar disso, já eram empregados alguns recursos visuais nas publicações: o uso de charges na primeira página era muito comum e todo o jornal era intercalado por textos e imagens.

A figura do repórter profissional ainda não existia nesses veículos, sendo a comunicação feita pelos diretores sindicais e/ou pelos próprios trabalhadores das categorias representadas pelas entidades. “As salas de redação recebiam farto material sobre o movimento operário e notícias afins, transformando todo o proletariado em repórter de seu jornal. Esse material recebido pelos jornais era composto de relatórios dos sindicatos, cartas pessoais, denúncias etc.” (FERREIRA, 1988, p.22). Ou seja, a comunicação era mais participativa do que profissional, no sentido de que não era produzida pelo jornalista, mas existia uma integração efetiva entre o jornal e o leitor.

No final da década de 1970, início dos anos 80, as publicações do sindicato acompanham as mudanças ocorridas na conjuntura política e econômica do Brasil. Após a ditadura militar, o país passou por um período intenso de luta dos trabalhadores e os sindicatos tinham papéis de protagonistas das movimentações da época. Além disso, o desenvolvimento tecnológico que se aplicava aos jornais comerciais passou a ser aproveitado também pelos jornais sindicais. Esse contexto

de transformações sociais abre espaço para um novo personagem interno aos sindicatos: o profissional de comunicação, funcionário assalariado da entidade, seja jornalista, publicitário, chargista ou diagramador. “(...) a figura do jornalista da classe operária, saído de sua própria classe, tende a desaparecer nessa fase da imprensa operária.” (FERREIRA, 1988, p.54).

Com a etapa de profissionalização, aumenta também a preocupação com o formato e os recursos gráficos dos jornais sindicais, influenciados por periódicos comerciais que vinham investindo nesses quesitos há décadas. O auge das transformações gráficas do jornalismo impresso veio com a reforma do *Jornal do Brasil*, na década de 1960. A *Última Hora*, no entanto, foi um dos jornais comerciais que deu início ao processo de modernização da forma dos veículos impressos. Fundado em 1951 como um jornal popular, o periódico inovou na diagramação com o uso de cores e fotografias, além de dar novos sentidos às caricaturas e charges que tinham um posicionamento político claro.

Mas foi só na década de 70 que o conceito da diagramação se difundiu amplamente. “A partir do final dos anos setenta, a imprensa começou a recorrer cada vez mais à cor, à infografia, aos sumários de primeira página, a suplementos, à segmentação de temas complexos em pequenas peças de maior acessibilidade, etc.” (SOUSA, 2001, p. 353). Com a comunicação sindical, não foi diferente. A partir da profissionalização, os jornais passaram a acompanhar o processo de estabelecer uma relação mais direta entre a forma e o conteúdo. Assim, os projetos gráficos ganharam vida, se aproximaram dos objetivos e do posicionamento político das entidades e se profissionalizaram.

As grandes greves dos trabalhadores no ABC Paulista, no final da década de 70, vão dar impulso em toda imprensa sindical através de materiais diversificados e inovação na imagem. Uma das características desse período é a tentativa de diferenciar esses novos jornais daqueles que eram produzidos pelas direções sindicais que foram cooptados pela burguesia e se voltaram contra os trabalhadores. “Assim, para se contrapor ao movimento comportado, assistencial e oficialista dos sindicatos pelegos e subservientes ao estatuto legal do Ministério do Trabalho, foram criados personagens carrancudos e (na imagem) dispostos para a luta” (VIEIRA, 1996, p.57).

Esse período de intensa atividade grevista, segundo Araújo (1991), abre espaço para uma comunicação mais analista e ao mesmo tempo convocatória, que

convença e chame os trabalhadores a aderir a movimentação. “Isto é, condições de produção artesanal e centralizada dos jornais vão sendo substituídas por um trabalho de equipe com periódicos, cuja diagramação está mais preocupada com a mensagem mobilizadora do trabalhador que com a ocupação integral do espaço” (ARAÚJO, 1991, p.140).

Assim, os avanços tecnológicos, aliados ao profissionalismo, permitiram um avanço significativo na imprensa sindical, colocando-a em um novo patamar. A partir dos anos 2000, a capacidade de comunicação das entidades aumenta, os jornais são produzidos e distribuídos com maior agilidade e aliados a um conjunto de outros veículos, como sites, boletins eletrônicos, redes sociais, entre outros.

Partindo de uma breve análise sobre a imprensa sindical e da avaliação de um projeto gráfico de um jornal popular, esta monografia pretende estudar a relação entre forma e conteúdo, levantando a discussão do papel que a representação visual tem na comunicação sindical. O trabalho vai relatar as escolhas do projeto gráfico do jornal *Última Hora*, por ser um veículo que se propôs a inovar graficamente e que nasce com semelhanças ao jornalismo sindical: era voltado às camadas populares e tinha um objetivo político claro (no caso, de apoiar o então presidente eleito, Getúlio Vargas). A partir dessas análises, este estudo visa propor um formato de jornal impresso para um sindicato de trabalhadores, com alinhamento técnico, mas ainda fácil de ser aplicado. O projeto será elaborado para o jornal do Sindicato dos Trabalhadores nos Correios do Paraná (Sintcom-PR) apenas como exemplo e para conseguir delinear melhor a parte editorial, mas sem pretensão de estudar ou aprofundar seu conteúdo.

2 COMUNICAÇÃO SINDICAL BRASILEIRA

2.1 HISTÓRICO

A comunicação sindical no Brasil teve seu início entrelaçado com as primeiras organizações operárias – por este motivo, cabe expor aqui um breve histórico da forma como os trabalhadores foram se organizando no país. A exemplo do que aconteceu na Europa durante e após a Revolução Industrial, em meados do século XVIII, os operários começam a se aglutinar em associações de ajuda mútua, uma espécie de sociedade solidária entre trabalhadores para se defender dos patrões. Só depois essas associações viriam a se consolidar e ganhar um caráter reivindicatório.

No final do século XIX, com o aumento do proletariado brasileiro e a vinda de imigrantes oriundos principalmente da Europa, onde já havia experiência de luta operária, os trabalhadores passam a exigir melhores salários e melhores condições de trabalho no país. Assim, as primeiras associações se transformam aos poucos em ligas e uniões reivindicatórias, vistas como embriões do sindicato. Segundo Ferreira (1988), pela influência dos imigrantes já havia uma presença marcante do anarcossindicalismo, corrente do anarquismo que defende a atuação prioritária dentro dos sindicatos como instrumento para transformar a sociedade. Essa ideologia “iria transparecer tanto na organização proletária como no conteúdo e na forma como era produzida a imprensa operária” (FERREIRA, 1988, p.10).

Na Rússia, o primeiro país a organizar uma revolução socialista, o jornal teve suma importância na organização, na mobilização e na politização da classe trabalhadora, conforme propunha Lenin (1902). No Brasil, não foi diferente. O principal instrumento de organização utilizado pelos militantes anarquistas era o jornal. Faz-se necessário ressaltar a participação dos intelectuais que, segundo Ferreira (1988), foram de grande utilidade para a movimentação e difusão das doutrinas socialistas e revolucionárias no meio operário e estiveram presentes em todo jornal ou revista que se fundou nesse período.

O crescimento das publicações operárias se dá no início do século XX, como reflexo do surgimento dos sindicatos propriamente ditos, da necessidade de defender as reivindicações dos trabalhadores e difundir os ideais principalmente anarquistas, mas também socialistas. Apesar desse aumento, a imprensa operária não tinha nenhuma periodicidade, tanto por dificuldades financeiras, quanto por

perseguições por parte do Estado. Os jornais também não tinham um formato ou um papel definido, o número das páginas variava de acordo com a quantidade e o tamanho dos textos que seriam publicados e muitos circulavam clandestinamente para evitar a repressão policial. O jornalista profissionalizado também ainda não existia nessa época.

Nesse período, influenciados pela Revolução Russa e pelo agravamento das crises econômicas no país, um grupo de operários e intelectuais se reúnem com o objetivo de criar um partido político nacional que desse conta das necessidades dos trabalhadores. É fundado, então, em março de 1922 o Partido Comunista Brasileiro (PCB).

O surgimento do PCB tem impacto direto sobre a imprensa operária. Os jornais que até então eram estruturados sob a ideologia anarquista e apartidária, passam a se ligar intimamente ao partido. Segundo Ferreira (1988), várias publicações surgiram nessa época como porta-voz do PCB e algumas chegaram a atingir grandes resultados no trabalho de massa. Claro, nem anarquistas, nem outros grupos políticos deixaram de produzir seus jornais, mas foram perdendo força e presença no movimento operário do país.

A consolidação da imprensa mais partidária do que sindical nesse período é influenciada também pelo governo de Getúlio Vargas, que chega ao poder em 1930. Com um cenário externo carregado de conflitos entre a política burguesa e a operária, surge a necessidade de criar um Estado forte para conter os avanços da classe trabalhadora, um Estado controlador, mas apaziguador. Dessa forma, Vargas procurou elaborar diversas reformas e leis que atendessem às reivindicações dos trabalhadores na época. Entre elas, segundo Leite (1985), criou um conjunto de medidas legais que atrelavam o sindicato ao Estado retirando dos operários a autonomia dos seus órgãos de classe.

Os princípios corporativistas aplicados na legislação sindical desde 1931 se aperfeiçoarão em 1939 através do retorno ao conceito dos sindicatos como órgãos delegados do poder público, de onde advém o princípio da unicidade sindical e do controle estatal e do enquadramento por categorias econômicas ou profissionais, o que leva à possibilidade de divisão dos trabalhadores até mesmo no interior de uma mesma empresa. (LEITE, 1985, p. 90).

A estrutura corporativa é ainda mais reforçada com a instituição do imposto sindical compulsório, que estabelece o desconto para todos os trabalhadores,

sindicalizados ou não, de uma quantia direto da folha de pagamento para o sindicato representante da sua categoria. Como nem a contribuição financeira para a entidade depende da aceitação dos trabalhadores, alguns sindicatos vão perdendo seu caráter de resistência, há um esvaziamento da participação operária e Vargas conta com o colaboracionismo desses órgãos. Assim, segundo Ferreira (1988), os instrumentos da classe trabalhadora passam a ser os partidos e seus jornais.

Pode-se afirmar que no período compreendido entre 1943 e 56 existia uma hegemonia do aparelho partidário sobre os dirigentes sindicais. (...) Nesse período, o crescimento da imprensa operária ligada a partidos operários é notável, principalmente com relação ao PCB. (FERREIRA, 1988, p. 41).

O governo de Vargas, mesmo durante a ditadura do Estado Novo, foi marcado pela política paternalista e populista. Assim, seu caráter massivo permitiu que ele fosse eleito democraticamente e voltasse ao poder em 1951, sob a insígnia do Partido Trabalhista Brasileiro (PTB). O descontentamento dos conservadores civis e militares com essas características, que foram mantidas nos governos pós-Getúlio, somado à crise de crescimento que o país atravessava, culminou no golpe militar de 1964.

O movimento operário sofreu logo nos primeiros anos de ditadura. Se por um lado novos partidos e organizações de esquerda surgiram, sejam grupos saídos do PCB ou novos grupos marxistas, por outro a classe se encontrava desarticulada e desorganizada, padecendo de um grande achatamento salarial e de uma precarização de condições de trabalho e de vida. Como afirma Ferreira (1988), a liderança que se apresentava nesse período era aquela que não sofria repressão, que havia se agravado em 1968 com o decreto do Ato Institucional n.º 5 (AI-5). Ou seja, os sindicatos passivos, desmobilizadores e assistencialistas. “Nesse contexto, a imprensa operária passa também a atuar no sentido de desmobilização, assistencialismo e colaboracionismo” (FERREIRA, 1988, p. 49). Os setores mais combativos da imprensa são desarticulados, muitos jornais deixam de circular e o conteúdo dos que permaneceram evidenciam o esvaziamento da política. Até 1975, o Estado conseguiu não só dispersar a ação de todas as organizações operárias legais ou clandestinas, como também matou ou exilou a imensa maioria dos seus líderes.

O processo de reorganização dos trabalhadores se inicia em 1974, segundo Ferreira (1988), com uma mudança de estratégia do movimento: passa-se a fortalecer a atuação no meio sindical, principalmente através da construção de oposições às direções pelegas.

A resistência operária despontou, portanto, no interior da própria fábrica, a partir do movimento operário, expressando não só a insatisfação dos trabalhadores, com relação à exploração econômica e à dominação do capital, como também a dificuldade de os sindicatos acompanharem a mobilização das bases. Nesse sentido, o movimento trouxe também à tona o descompasso entre a movimentação dos trabalhadores e os aparelhos sindicais burocratizados e atrelados ao Estado, conforme já se tornara evidente em outros momentos da história do sindicalismo brasileiro. (LEITE, 1985, p. 102).

Assim, a dinâmica imprimida pelas oposições atingiu profundamente os sindicatos ao final da década de 70. Pressionados e ameaçados pela base, as lideranças sindicais pelegas foram obrigadas a encampar as reivindicações da classe, culminando numa série de greves entre 1978 e 1980, principalmente no ABC paulista. Somadas ao processo de abertura do regime militar, as lutas se tornam o terreno fértil para a criação de novos grupos políticos que foram surgindo inclusive de forma legal durante todo esse período. Segundo Ferreira (1988), esses grupos se aglutinaram em torno da formação de um novo partido político e, em fevereiro de 1980, é fundado o Partido dos Trabalhadores (PT).

Esse período de efervescência política e crise econômica faz com que aumente a necessidade de uma comunicação efetiva entre os sindicatos e os trabalhadores, com o objetivo de organizar e mobilizar a classe. Para Araújo (1991) as lideranças sindicais passam a utilizar de melhor forma a capacidade instrumental-organizativa de sua imprensa.

A comunicação sindical que se lançou à investida de prática intensa, em meados da década de 1970, responde a uma busca de identidade de classe no sindicalismo, ao caráter educativo do seu trabalho, à necessidade de organizar econômica e politicamente os trabalhadores e de passar propostas de mudanças sociais. (ARAÚJO, 1991, p.120).

A intensa atividade grevista acaba exigindo uma comunicação impressa analista e mais ofensiva, renovando o caráter da imprensa operária. Além disso, o desenvolvimento do sindicalismo que avançou para a construção de federações por categorias e por grandes regiões exigem uma racionalização maior da imprensa. “A

maioria dos jornais apresenta edições regulares, com um departamento de imprensa dirigido por um jornalista profissional dentro do sindicato” (FERREIRA, 1988, p. 57). É a etapa de profissionalização da imprensa sindical. Diferente dos jornais operários produzidos até então, já não é o trabalhador ou o intelectual diretamente ligado às causas da classe que faz a notícia, mas um jornalista assalariado, funcionário do sindicato. No que diz respeito ao conteúdo, também há mudanças: apesar de continuar divulgando os problemas e as reivindicações do operariado, o jornal apresenta a posição da diretoria do sindicato, ou seja, do ponto de vista opinativo, a imprensa sindical segue mais a visão da diretoria do que a da categoria representada.

(...) no seu aspecto formal não é feita por operários em tipografias ou gráficas cedidas aos operários, muitas vezes clandestinamente; ou é feita em gráficas pertencentes a sindicatos ou é encomendada a empresas profissionais. Algumas dessas empresas são especializadas em imprensa sindical. (FERREIRA, 1988, p. 54)

Com o trabalho de uma equipe profissional e especializada, segundo Araújo (1990), a diagramação também passa a ser mais preocupada com a forma de mobilizar e convencer os trabalhadores, ao invés de ser a simples ocupação integral do espaço. Em meados da década de 80, com os avanços tecnológicos, a imprensa sindical também começa a se aproximar do formato da imprensa comercial, com o uso de fotos, grandes reportagens, etc., características que persistem até hoje.

2.2 O QUE É O JORNALISMO SINDICAL

O jornalismo sindical é definido basicamente por três características principais. A primeira é que é um veículo de comunicação destinado a um público bem específico, tem o objetivo claro de defender uma determinada categoria dentro de uma classe. “O objetivo da comunicação sindical é palpável, concreto. Está intimamente ligada à ação. A ação que o sindicato vai desenvolver” (GIANNOTTI e SANTIAGO, 1999, p. 41).

A segunda característica é que o jornal sindical não é comercializado, não é vendido nas bancas. Ele chega de forma gratuita nas mãos do trabalhador que, na maioria das vezes, não está ansioso por aquelas informações ou tão interessado a

ponto de comprá-lo. Mais interesse que o operário tem em ler, tem o sindicato em divulgar uma ideia ou um acontecimento.

A terceira característica é que o jornal sindical vai para as mãos de trabalhadores que, em sua imensa maioria, não têm o costume de ler jornais. Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia realizada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência (Secom) entre outubro e novembro de 2013, 75% da população do país não lê jornal impresso, enquanto apenas 6% lê diariamente. A mesma pesquisa também mostra que quanto menor a renda e a escolaridade, menor é o hábito de leitura de jornais impressos. Essa particularidade impacta diretamente na produção dos materiais e é a principal motivação deste presente trabalho.

Se chegarmos à conclusão de que o operariado brasileiro não lê, evidentemente sindicatos e partidos deverão levar isso em conta ao fazer um jornal dirigido ao operariado. Deveremos pensar em novos meios de comunicação de massa. Ao mesmo tempo que se deverá pensar em tornar mais comunicativos e atrativos os jornais e boletins que forem feitos. (GIANNOTTI, 1998, p. 36).

Em resumo, o jornalismo sindical é um jornalismo especializado e dirigido para um público específico, que em sua maioria não tem o costume de ler: a classe trabalhadora. É um instrumento político que tem como objetivo principal organizar o operariado em torno de suas reivindicações e estimular o processo de transformação social. Para cumprir essa sua função, o jornal sindical não pode correr o risco de não despertar o interesse de seu público. Portanto, é necessário conhecer o leitor e adaptar o impresso em forma e conteúdo para que ele seja efetivamente lido e compreendido.

2.2.1 Forma e linguagem

Na maioria das vezes, a principal preocupação dos dirigentes sindicais é com o conteúdo do seu jornal. Para Giannotti e Santiago (1999), esquece-se que para transmitir o que pretende transmitir, o jornal sindical precisa, antes de tudo, ser entendido. E na comunicação direta para a classe trabalhadora há que se considerar algumas condições previamente.

Na sociedade capitalista, o trabalho de cada um tem influência direta sobre sua personalidade. A atividade em si, a maneira como ela é praticada e o que ela produz, são determinantes para o processo de consolidação do indivíduo. Além disso, segundo Giannotti (1998), cada profissão se insere de uma forma própria na sociedade, está encaixada em determinadas relações de produção e reproduz todo um modo de vida específico.

Assim, um bancário faz questão de diferenciar-se de um peão de obra, mesmo que hoje em dia as duas profissões tenham um valor monetário bem parecido. (...) Ao mesmo tempo, um e outro julgarão o serviço de bancário bem mais nobre que o vulgar serviço sujo do servente de pedreiro. (GIANNOTTI, 1998, p. 17)

Por isso, a qualidade do trabalho da categoria a ser atingida deve ser levada em conta na hora de produzir um jornal sindical. Por exemplo, a atividade do operariado fabril é uma atividade concreta, com plano definido, objetivos claros, tempo determinado e um resultado padrão. É também um trabalho objetivo e direto – ou a peça serve ou não serve, não há mediações. Para Giannotti (1998), o jornal para esses trabalhadores também precisa concreto, objetivo e direto. “A arte de quem escreve para operários é conseguir explicar conceitos complexos com simplicidade. É quase um ‘traduzir’ de ideias abstratas. (...) Traduzir em palavras concretas, práticas” (GIANNOTTI, 1998 p. 22). No trabalho do operário não há espaço para rodeios, nem grandes elucubrações. Assim também deve ser seu jornal.

A linguagem escrita utilizada nos veículos de comunicação do sindicato deve ser uma língua inteligível para aqueles a quem se quer atingir. Mesmo aquela típica da grande imprensa, a linguagem-padrão, é de difícil entendimento para aqueles trabalhadores que não completaram o ensino médio, por exemplo. Por isso, o produtor da notícia precisa conhecer seu público-alvo. Giannotti e Santiago (1999) também apontam para o problema de que, muitas vezes, o jornal é escrito não para o trabalhador, mas para a diretoria do sindicato. Com esse entendimento, os textos acabam contendo uma série de termos políticos incompreensíveis para a maioria dos leitores.

Se queremos, através da comunicação sindical, que a classe trabalhadora assuma seu papel de “vanguarda histórica do processo”, a primeira coisa a se fazer é não chamá-la de vanguarda histórica. Nem escrever num jornal de massa que a categoria precisa tomar seu lugar no “processo histórico”.

Traduzir. Eis o problema! Para traduzir é preciso conhecer muitíssimo bem as duas línguas. (GIANNOTTI E SANTIAGO, 1999, p. 63).

Para os autores, não existe uma fórmula única para escrever jornais sindicais devido à variedade das categorias; mas alguns apontamentos gerais podem ser feitos. As frases devem sempre ser curtas, com cerca de 20 palavras. Também devem estar na ordem direta e os parênteses, as aspas e as frases intercaladas devem ser evitadas. Um texto deve se concentrar em poucas ideias e repeti-las de várias formas, sob vários ângulos. “(...) para a comunicação sindical, é preciso aprender a arte da repetição de uma ideia até... ficar claro. Até convencer. Ou seja, centrar fogo em duas ou três ideias, em cada artigo”. (GIANNOTTI E SANTIAGO, 1999, p. 84). Como a linguagem escrita do jornal sindical não é foco deste trabalho, não cabe um maior aprofundamento deste assunto.

O outro aspecto da linguagem da comunicação sindical, a linguagem visual, é pouquíssimo abordada tanto pelos dirigentes sindicais, quanto pelos teóricos do tema. A quantidade de material encontrado a respeito desse tema mostra como o projeto e os elementos gráficos ainda são trabalhados de forma amadora pela maioria dos sindicatos. Ora, se avaliamos que o jornal sindical, para cumprir seu objetivo, precisa ser lido por uma classe trabalhadora que não tem o costume de ler, o aspecto visual dos materiais é de fundamental importância.

A relevância de um projeto gráfico atrativo já foi identificada pelos jornais comerciais brasileiros há anos. Criada em 1808, a *Gazeta do Rio de Janeiro* foi o primeiro jornal oficialmente editado e impresso no país. Apesar do seu formato gráfico bastante discreto devido às limitações tecnológicas da época, já em 1809 foi possível notar pequenas mudanças visuais como forma de adaptação do jornal a partir de um planejamento dos editores, segundo Conceição (2011). Mas foi a partir das primeiras décadas do século XX que as transformações nas páginas dos jornais diários ganham força, principalmente influenciados pelas mudanças arrojadas nas revistas da época.

Neste período, projetos gráficos e editoriais se mesclavam para dar visibilidades às notícias, sem preocupações com a ousadia. O que importava era dar destaque à informação, fosse com chamadas atrativas e exageradas ou com cores vibrante e fontes enormes. (CONCEIÇÃO, 2011, p. 47).

Como já vimos anteriormente, a imprensa sindical buscou seguir os passos da modernização dos jornais comerciais, mas só na década de 80 esse processo se consolida, a partir da profissionalização dos jornais sindicais. Para Verdelho (1986), a ampliação da presença de imagens tinha como objetivo se aproximar da linguagem do trabalhador. A imprensa sindical deveria “recorrer frequentemente a imagens para transmitir uma ideia e abrir amplo espaço para recursos visuais, como ilustrações, charges, cartuns, fotos e quadros esquemáticos” (VERDELHO, 1986, p. 97).

A imagem finalmente passa a ser entendida como mais um elemento da representação da realidade que auxilia na constituição da formação ideológica da classe trabalhadora. O seu uso, casado com a narrativa textual, compõe as linguagens iconográficas tão difundidas nos jornais, tais como histórias em quadrinhos, caricaturas, cartuns e, em especial, as charges. Esta última vai ganhar peso na imprensa sindical ao longo dos anos por se caracterizar como “instrumento de persuasão, intervindo no processo de definições políticas e ideológicas do receptor, através da sedução pelo humor, e criando um sentimento de adesão que pode culminar com um processo de mobilização” (MIANI, 2002, p. 11). Isto é, além de ser um atrativo visual, a charge ganha espaço também como material de opinião, como mais uma forma de transmitir uma ideia e facilitar sua compreensão pelo trabalhador.

Hoje em dia, o desafio de produzir um jornal que chame a atenção é cada vez maior, “pois os trabalhadores vivem num mundo feito de comunicação. Mundo de apelos, estímulos, informações visuais. Televisão, rádio e vídeo invadem a vida de bilhões de habitantes do globo” (GIANNOTTI E SANTIAGO, 1999, p. 14).

Pensando nisso, os jornais comerciais gastam fortunas para elaborar ou atualizar seus projetos gráficos. Essa construção é feita não a partir de achismos dos diretores dos jornais, mas de pesquisas de público detalhadas, que visam entender quem é o leitor do veículo, quais as seções que interessam mais, quais os cadernos menos lidos, etc. Mas na maioria dos sindicatos, não é assim que acontece. “Muitos jornais ou boletins não têm seu projeto gráfico definido. Quando o têm é feito de forma amadora. E isto acontece mais porque não se dá importância à apresentação dos vários produtos da comunicação do que para fazer economia” (GIANNOTTI E SANTIAGO, 1999, p. 108). Sem abdicar da importância dos elementos verbais na imprensa sindical, este trabalho vem destacar o papel da

linguagem visual e iconográfica como ferramenta para atrair o trabalhador para a leitura do jornal, para reforçar uma ideia e, assim, contribuir para atingir o objetivo político de informar e mobilizar uma determinada categoria.

3 A ÚLTIMA HORA E A RELAÇÃO ENTRE FORMA E CONTEÚDO

O jornal *Última Hora* foi fundado em 1951, no Rio de Janeiro, pelo jornalista Samuel Wainer. Ele foi criado com um objetivo político claro: apoiar o presidente recém-eleito, Getúlio Vargas, quando nenhum outro jornal sequer divulgava a agenda de seu governo. Vargas tinha o apoio das camadas populares e oposição das elites – sendo assim, o periódico também visava ser um jornal popular e de qualidade, para atingir o público que sustentava o governo.

Nessa época, a taxa de analfabetismo da população brasileira de 15 anos ou mais era de 50,6%, segundo dados do Censo Demográfico realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 1950. Para a outra metade da população, a prática de leitura ainda não era bem consolidada. Ou seja, para ser massivo, a *Última Hora* precisava enfrentar uma barreira semelhante com a que os jornais sindicais se deparam hoje em dia: ser lido por um público que não tem o costume de ler.

A *Última Hora* nasceu, portanto, como um jornal essencialmente político, mas que viria a usar de diferentes estratégias para atrair e conquistar o público, como uma diagramação e um projeto editorial diferenciados, a exploração da charge e da caricatura, e uma utilização inédita da fotografia, especialmente nos esportes.

3.1 PROJETO GRÁFICO E EDITORIAL

O projeto gráfico da *Última Hora* foi elaborado pelo diagramador paraguaio André Guevara que, segundo Wainer (1998), havia modificado profundamente a fisionomia da imprensa argentina. O jornal possuía 16 páginas, a princípio, com oito colunas cada uma, e abusava dos recursos visuais.

A proposta era completamente inovadora para os padrões da época. No entanto, estava mais preocupada em chamar a atenção e conquistar leitores, do que com a legibilidade da página ou a estética. Nas palavras de Lessa (1995), o jornal “inova ao buscar uma caracterização visual ruidosa e marcante, conseguida com a ajuda de uma farta e desordenada distribuição de vinhetas, fios e medidas especiais pela página (...)” (LESSA, 1995, p. 38).

O fio é a linha usada para separar colunas e matérias na página e a vinheta é o símbolo que destaca uma sessão fixa de um jornal. De fato, ambos os recursos

Etcheverry achou que deveríamos criar uma seção com o nome de 'Fala o povo' (...). Foi uma explosão. Iam para o céu, na seção, os benfeitores do povo, e para o inferno, seus inimigos. "Hoje vai pro inferno o diretor de tal repartição porque mandou cortar a luz de fulano" (...). A comunicação com os leitores foi imediata e total. (WAINER, 1998, p. 146).



FIGURA 3 – Seção “Fala o povo” na quinta edição da *Última Hora* (16 de junho de 1951). FONTE: Biblioteca Nacional

As tentativas de atingir as camadas populares se seguiram durante todo o processo de consolidação do jornal. A 12ª edição da *Última Hora* foi dividida em duas: uma matutina, com oito páginas, principalmente com conteúdo esportivo, policial e de entretenimento; e a vespertina, com 12 páginas, com a seção convencional de política, economia, internacional, etc. O caderno matutino fez sucesso imediato, com textos curtos e muitas fotos, claramente voltado para o público semialfabetizado. Para Louzada (2009), essa edição funcionou como uma espécie de balão de ensaio para a utilização inovadora da fotografia no jornal.

A *Última Hora* nunca chegou a passar por uma reforma do seu projeto gráfico, mas é possível identificar algumas mudanças ao longo de sua existência. De forma geral, a capa continuou valorizando as fotos, mas com padronização das fontes e mais espaços em branco (Figura 4). No interior do jornal, as páginas foram organizadas de forma mais definida, a paginação ganhou destaque e os textos foram separados por editorias (Figura 5).



FIGURA 4 – Capa com mais brancos (02 de dezembro de 1969).
 FONTE: Arquivo Público do Estado de São Paulo



FIGURA 5 – Páginas mais organizadas (02 de dezembro de 1969).
 FONTE: Arquivo Público do Estado de São Paulo

3.1.1 Fotografia e cores

Em sua primeira edição (Figura 6), a *Última Hora* já mostrou que renovaria os padrões gráficos da imprensa diária. Fotografia e manchete tinham o mesmo peso na primeira página, conduzindo o olhar do leitor diretamente para a informação mais importante. O título, em letras garrafais, anunciava uma “Nova Tragédia” e os tipos sucessivamente menores completavam a informação “a qualquer momento – desmorona a Central”, até entrarem dentro da fotografia. Segundo Louzada (2009), nesta única página já estavam presentes três das características que seriam as principais do jornal: o apelo visual, a exploração do sensacional e a inclusão das temáticas populares.



FIGURA 6 – Primeira edição da *Última Hora* (12 de junho de 1951).
 FONTE: Biblioteca Nacional

A imagem principal desta capa não é meramente uma fotografia. É uma montagem que mostra uma locomotiva se fundindo a um trem completamente cheio de passageiros, inclusive pendurados para fora do vagão. Mais do que ilustrar, a imagem traduzia a informação principal do texto, facilitando sua compreensão.

Última Hora foi responsável pela introdução do fotojornalismo nos jornais diários brasileiros. Através de sequências fotográficas, especialmente de esportes, possibilitou que o público aprendesse a ler fotografias e, posteriormente, instantâneos fotográficos, ao mesmo tempo em que buscou o aproveitamento máximo da linguagem fotográfica para ancorar seu projeto editorial. Num momento em que a televisão apenas engatinhava no país, UH foi responsável pela popularização da imagem associada à notícia e criou narrativas inovadoras para fidelizar um público ainda pouco familiarizado com a leitura de texto e de imagem. (LOUZADA, 2009, p. 163).

A cobertura esportiva também se tornou marca da *Última Hora*. Primeiro porque percebeu que o futebol era uma paixão nacional em ascensão, que vinha crescendo mais após a Copa de 1950. E segundo porque o jornal soube explorar os recursos de imagem do esporte, atraindo cada vez mais leitores. A capa do caderno matutino da 18ª edição foi completamente ocupada por imagens: eram três fotografias em sequência de um gol do Vasco, time que havia jogado e vencido no dia anterior (Figura 7).

O uso sequencial das imagens foi utilizado durante toda a trajetória do jornal, num lance de gol, na briga de uma torcida e até num golpe de jiu-jítsu, permitindo o que o acontecimento fosse recriado. “Enquanto no cinema a ilusão de movimento era obtida projetando 24 quadros por segundo, UH possibilitava que o leitor reconstruísse mentalmente o lance do gol em cerca de quatro vezes esse tempo. Um filme sem movimento, impresso em página inteira” (LOUZADA, 2009, p. 175).



FIGURA 7 – Capa da 18ª edição da *Última Hora* (02 de julho de 1951).
 FONTE: Biblioteca Nacional

Também com foco no esporte foi a inovadora capa da edição de 21 de janeiro de 1952. O Fluminense havia acabado de conquistar o título de campeão carioca e a *Última Hora* publicou uma foto do time em cores. “(...) pela primeira vez na história da imprensa brasileira a foto colorida de um time de futebol saiu na primeira página de um jornal. A edição esgotou-se rapidamente e eu descobri a cor, que seria um dos ingredientes mais picantes da receita de sucesso da *Última Hora*” (WAINER, 1998, p. 146). Pouco tempo depois, a última página do segundo caderno passou a publicar exclusivamente notícias esportivas, com fotos coloridas (Figura 8).

Vale ressaltar que esses recursos utilizados pelo periódico não eram novos na imprensa brasileira. Segundo Barbosa (2007), a cor foi empregada pela primeira vez em 1907 pela *Gazeta de Notícias* e a fotografia ocupando integralmente uma página já havia sido usada em inúmeras publicações ao longo da primeira década do século

XX. Ainda assim, a *Última Hora* consolidou uma série de experiências que os impressos vinham elaborando até então e fez dessas estratégias gráficas sua marca registrada.

Paralelamente, a imprensa brasileira também passou por intenso processo de transformação. Novos jornais foram criados, outros fizeram modificações na forma de apresentar e diagramar suas matérias (...). O jornal *Última Hora* é um exemplo desse quadro de mudanças que já vinha se delineando desde o início da década. Fundada em 1951, a *Última Hora* revolucionou a imprensa, introduzindo uma série de novas técnicas de comunicação de massa. (FERREIRA, 1996, p. 143).



FIGURA 8 – Última página do segundo caderno da *Última Hora* (03 de outubro de 1955).
 FONTE: Arquivo Público do Estado de São Paulo

3.1.2 Contraste

Em todas as artes, o contraste é uma ferramenta marcante de expressão, um meio para intensificar o significado e, com isso, simplificar a comunicação. Para o layout de jornalismo impresso, não é diferente. “É o contraste que torna claro o conteúdo, uma vez que ele permite o controle dos efeitos visuais” (CONCEIÇÃO, 2010, p. 89).

Os elementos que compõem uma página podem ser contrastados através da cor, do tamanho, do tom, da forma, entre outros. No caso da Última Hora, o contraste mais utilizado era o de tamanho, seja da fotografia ou da fonte. Segundo Hurlburt (2002), uma imagem grande parecerá ainda maior se for colocada ao lado de uma imagem pequena. Esse tipo de composição é frequentemente encontrado no jornal (Figura 9).



FIGURA 9 – Jango parece ainda maior ao lado da foto da apuração (08 de janeiro de 1963).
 FONTE: Arquivo Público do Estado de São Paulo

3.1.3 Charges e caricaturas

Ainda com o objetivo de atingir um público massivo, a *Última Hora* fez o uso intensivo de charges, caricaturas e tirinhas para veicular assuntos de conteúdo social e político, representando mais uma inovação gráfica do jornal. Segundo Macedo e Melo (2008), essas ilustrações também usavam do recurso de humor para atrair a atenção dos leitores.

Nas ilustrações de cunho político nota-se duas atitudes: o elogio e a crítica social pelo riso. Getúlio Vargas sempre será apresentado em ilustrações de maneira respeitável e responsável. O elogio ao líder. Enquanto os outros políticos ganharam a representação de maneira a promover o humor visual, sobretudo os adversários do jornal. (MACEDO E MELO, 2008, p. 8).

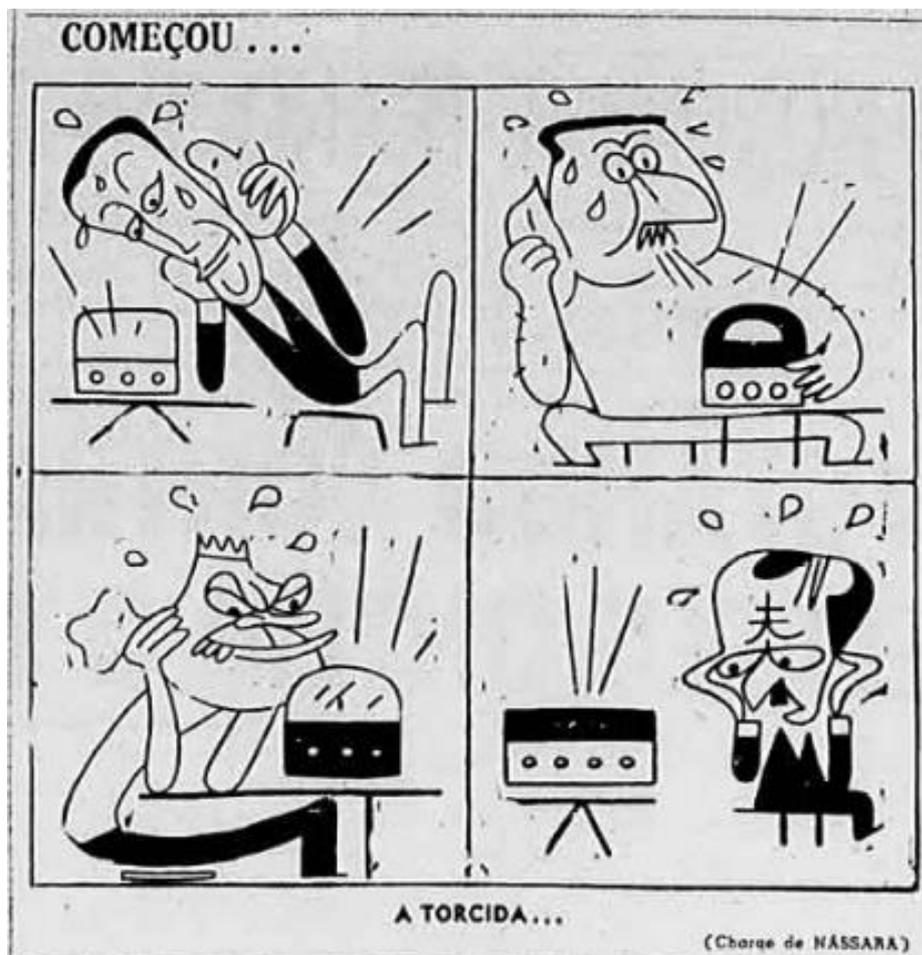


FIGURA 10 – Charge sobre a apuração das eleições na *Última Hora* (04 de outubro de 1955).
 FONTE: Arquivo Público do Estado de São Paulo

Uma das caricaturas mais marcantes do jornal foi a retratação de Carlos Lacerda como um corvo (Figura 11). Lacerda era jornalista, representante da União

Democrática Nacional (UDN), anti-getulista e travou diversas batalhas na tentativa de tirar a *Última Hora* de circulação. Segundo Wainer (1998), a ideia da caricatura surgiu em um velório de um repórter da *Última Hora*, no qual Lacerda compareceu apenas por interesses políticos. O sucesso da imagem foi tão grande, que “corvo” tornou-se um apelido bastante difundido do jornalista.

Na redação, convoquei à minha sala o caricaturista Lan e pedi-lhe que desenhasse Lacerda como corvo. Em seguida, propus a Paulo Silveira que escrevêssemos um editorial cujo título, naturalmente, era ‘O Corvo’. O editorial, enorme e violento, descrevia a cena que vira no cemitério e desancava Lacerda. Nunca mais o apelido deixaria de acompanhá-lo. (WAINER, 1998, p. 181).



FIGURA 11 – Caricatura de Carlos Lacerda como “corvo” feita por Lan (25 de maio de 1954).
FONTE: Biblioteca Nacional

Além das charges e caricaturas espalhadas entre os textos da edição de um jornal, a *Última Hora* distribuía no segundo caderno um encarte com histórias em quadrinhos. Outro recurso bastante utilizado foi a publicação de notícias em forma de tirinhas. Em uma série chamada “Crimes que abalaram o Rio”, por exemplo, grandes reportagens policiais já noticiadas anteriormente ganhavam ilustrações e eram transformadas em quadrinhos. Com um texto simplificado, essas tirinhas eram publicadas ao longo de várias edições, numa espécie de novela impressa (Figura

12). Também no segundo caderno, outros quadrinhos e tiras de humor, romance e suspense eram veiculados junto com jogos, como palavras cruzadas (Figura 13).

Para Macedo e Melo (2008), uma das maiores contribuições da *Última Hora* para a imprensa brasileira foi a profissionalização dos chargistas e cartunistas, que contribuiu para a valorização e a difusão desses recursos pelos jornais do país.



FIGURA 12 – Reportagem policial em forma de tirinha (07 de novembro de 1951).
FONTE: Biblioteca Nacional



FIGURA 13 – Página de tirinhas, quadrinhos e cruzadas (29 de novembro de 1955).
FONTE: Arquivo Público do Estado de São Paulo

3.1.4 Elementos pouco considerados pela *Última Hora*

O formato de um jornal é criado a partir de inúmeras cores, formas, texturas e proporções que relacionam o conteúdo de uma página para atingir um significado (Dondis, 1997). É a partir da diagramação que a informação poderá ser melhor compreendida pelo leitor, de acordo com a intenção editorial do veículo. Ou seja, é possível guiar a atenção do leitor, direcionar seu olhar, manipular sua percepção através da diagramação.

Na época em que a *Última Hora* circulou, poucos veículos possuíam essa preocupação e o jornal inovou ao dar primeiros passos nessa direção. No entanto, como já mencionado, essa preocupação era menos estética e mais para atrair leitores. Grande parte do que foi elaborado pelo jornal, apesar de bastante efetivo, foi intuitivo. Hoje, com os diversos avanços já feitos na área do design gráfico, é possível avaliar que muitos elementos foram deixados de lado ou pouco trabalhados pela *Última Hora*. Como o intuito deste trabalho é produzir um projeto gráfico para jornal sindical, faz-se necessário pontuar algumas dessas faltas.

3.1.4.1 Nivelamento

Uma página que possui nivelamento é aquela que está em completa harmonia, que não produz nenhuma surpresa visual no leitor quando se trata de posicionamento dos elementos na página. É como um ponto localizado bem no centro de um quadrado – é um cruzamento óbvio do eixo horizontal com o eixo vertical e, portanto, harmônico. Caso o ponto estivesse em um dos cantos do quadrado, ele chamaria mais a atenção do leitor, pois causaria uma tensão, chamada de aguçamento.

Além disso, Dondis (1997) ressalta que o olhar tem uma preferência pela zona inferior esquerda de qualquer campo visual, o que torna essa região harmônica. “O favorecimento da parte esquerda do campo visual talvez seja influenciado pelo modo ocidental de imprimir, e pelo forte condicionamento decorrente do fato de aprendermos a ler da esquerda para a direita” (DONDIS, 1997, p. 40).

Assim, pode-se concluir que os elementos que estiverem na área favorecida serão vistos com mais harmonia, enquanto os que se situarem nas áreas de tensão

chamarão mais a atenção. Vale destacar que ambas as situações são válidas na organização de uma página, tudo depende da intencionalidade do projeto gráfico.

No caso da *Última Hora*, a grande quantidade de textos e imagens preenchia todos os espaços de uma mesma página, tanto as áreas favorecidas como as áreas de tensão. Pelo quesito de nivelamento, normalmente é impossível saber a informação que queria ser destacada pelo jornal. Além disso, muitas vezes as áreas de tensão, que dariam mais destaque, eram ocupadas pelas imagens mais irrelevantes (Figura 14).



FIGURA 14 – Falta de nivelamento (01 de novembro de 1955). FONTE: Arquivo Público do Estado de São Paulo

3.1.4.2 Agrupamento

Em uma página de jornal, os elementos que estão próximos são atraídos e agrupados pelo olhar. Segundo Conceição (2011), essa técnica visual permite relacionar informações distintas e agrupá-las, sem precisar usar recursos com o box ou o fio.



FIGURA 15 – Página sem agrupamento (06 de abril de 1961). FONTE: Arquivo Público do Estado de São Paulo

Nesta página vemos que a distância entre os textos é a mesma e, por isso, não há nenhuma atração entre os elementos. Sem os fios, por exemplo, seria extremamente difícil identificar qual imagem ou título se relaciona com qual texto. Nas edições da Última Hora a falta de agrupamento é bastante presente.

3.1.4.3 Regularidade

O posicionamento dos elementos de forma regular em uma página é no consiste essa técnica. “A regularidade no design constitui o favorecimento da uniformidade dos elementos, e o desenvolvimento de uma ordem baseada em algum princípio ou método constante e invariável” (DONDIS, 1997, p. 143). O seu oposto – a irregularidade – pode ser usado como estratégia para causar tensão e efeitos visuais inesperados. Na *Última Hora*, no entanto, a irregularidade é regra e não exceção. O efeito era utilizado para chamar a atenção, mas também pode causar o excesso de confusão visual (Figura 16).



FIGURA 16 – Página irregular (12 de setembro de 1961).
 FONTE: Arquivo Público do Estado de São Paulo

3.1.4.4 Simplicidade

Uma página composta por muitos elementos e, portanto, de estrutura complexa, dificultará o processo de compreensão de seu conteúdo, o processo de organização de seu significado. Como forma de composição oposta, a simplicidade faz com que a mensagem seja compreendida mais rapidamente e de forma mais clara, segundo Conceição (2011). Assim como na irregularidade, a *Última Hora* abusava da complexidade, carregando as páginas de elementos – principalmente as capas – e dificultando sua compreensão (Figura 17).



FIGURA 17 – Página complexa (31 de julho de 1956).
FONTE: Arquivo Público do Estado de São Paulo

3.2 PÚBLICO

Os investimentos no projeto gráfico e editorial da *Última Hora* com o objetivo de atingir as camadas populares deram resultado. Segundo um levantamento do Anuário Brasileiro de Imprensa (1950-57) e do Anuário de Imprensa, Rádio e Televisão (1958-60)¹, a tiragem do jornal no Rio de Janeiro passou de 70 mil exemplares em 1952, para 117 mil em 1960, alcançando o segundo lugar em circulação de vespertinos no estado – a *Última Hora* só ficava atrás do *O Globo*, que passou de 120 mil para 218 mil. No mesmo período, a tiragem da *Tribuna da Imprensa* caiu de 25 para 18 mil, *A Notícia* de 130 para 56 mil e o *Diário da Noite* passou de 129 para 40 mil.

Os dados não evidenciam as características e o perfil do leitor, mas pela quantidade e pela qualidade, fica claro que a *Última Hora* era um jornal massivo. Ramos (1996) ao analisar o vespertino *O Popular*, que também tinha como objetivo alcançar as camadas populares, afirma que o jornal não conseguiu grande penetração como o periódico de Samuel Wainer.

A *Última Hora*, pela qualidade de sua apresentação gráfica, aliada ao plantel profissional de alto nível – o mais bem pago do Rio de Janeiro – e com capacidade de cobrir jornalisticamente todos os setores – político, esportivo e de assuntos do cotidiano – tornara-se imbatível na preferência do público que *O Popular* pretendia alcançar. (RAMOS, 1996, p. 113).

Além do Rio de Janeiro, a *Última Hora* ganhou redações e edições regionais em São Paulo, Curitiba, Porto Alegre, Niterói, Belo Horizonte e Recife, todos carregando o mesmo nome e os mesmos princípios. O jornal tornou-se uma cadeia nacional homogênea e cravou sua influência em todo o país. Todas as redações tinham repórteres, fotógrafos, colunistas, diretores, mas o material era remetido para o Rio de Janeiro e as diferentes edições eram montadas ali. Segundo Wainer (1998), o segredo para o periódico carioca alcançar leitores em outras cidades foi reservar três ou quatro páginas para o noticiário estritamente regional, através de técnicas de paginação bastante inovadoras.

¹ In: BARBOSA, Marialva. História cultural da imprensa. Brasil 1900-2000. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

Assim, bastava substituir páginas que continham reivindicações cariocas, ou reportagens que só interessavam aos leitores do Rio de Janeiro, por assuntos exclusivamente pernambucanos, ou mineiros, ou gaúchos (...). Graças a esses truques, os leitores de cada Estado tinham a nítida sensação de que toda a edição fora feita visando a seu universo de interesses. (WAINER, 1998, p. 232).

A versatilidade da *Última Hora* permitiu que ela sobrevivesse à primeira Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) do Brasil, instaurada em 1953 a partir das acusações feitas por inimigos políticos de Wainer e de Getúlio Vargas, e também por um longo período do regime militar brasileiro. Aos poucos, as edições regionais foram fechadas, embargadas pela ditadura, vendidas, trocadas de nome e de dono. A *Última Hora* carioca foi a que resistiu por mais tempo até que, no dia 21 de abril de 1972, foi vendida a um grupo de empreiteiros.

4 ELABORAÇÃO DO PROJETO GRÁFICO E EDITORIAL

A *Última Hora* tinha como desafio atingir um público massivo e que não tinha o costume de ler jornal. Para isso, se utilizou de um projeto editorial e gráfico que chamou a atenção dos leitores, conseguindo se tornar o segundo periódico mais lido do Rio de Janeiro, além de atingir proporções nacionais. A partir das análises dos acertos e erros da *Última Hora*, este trabalho irá construir um projeto gráfico para um jornal sindical, fazendo um paralelo e extraindo algumas das ideias elaboradas pelo periódico de 1951.

Como já avaliado neste presente trabalho, o projeto gráfico é baseado na definição de um projeto editorial – ou seja, é preciso conhecer o público-alvo, definir objetivos, para então construir uma imagem para o jornal. Por isso, escolhi elaborar o projeto para o Sindicato dos Trabalhadores nos Correios do Paraná (Sintcom-PR), onde tive uma longa prática profissional e pude ter acesso facilmente às informações necessárias para estabelecer a linha editorial.

4.1 OBJETIVOS DO PROJETO

“Jornal do Sindicato” é um jornal projetado para ser um veículo de comunicação dos trabalhadores dos Correios, que procurará informar principalmente sobre as questões que envolvem as reivindicações específicas da categoria, como aumento de salários, melhores condições de trabalho, redução da jornada, participação nos lucros e resultados, entre outros, e também irá propagandear as ações do sindicato.

Além disso, haverá uma seção com matérias que tragam reivindicações específicas dos locais de trabalho, a exemplo do “Fala o povo” da *Última Hora*; uma seção sobre questões mais gerais que afetam a classe trabalhadora como um todo, como forma de fazer uma contraposição à visão da imprensa burguesa – textos sobre educação, saúde, economia, política –; uma seção só com fotografias dos locais de trabalho, porque foi identificado que a categoria gosta de se ver no jornal; e uma seção de entretenimento, com quadrinhos e jogos como na *Última Hora*, que prenda a atenção do trabalhador.

Será um jornal mensal, com tiragem inicial de 6500 exemplares – um exemplar por trabalhador de base da categoria. O material pode ser lido em

qualquer lugar e a qualquer hora, mas identificou-se que o momento que os trabalhadores mais leem é nos intervalos da jornada, como o horário de almoço e o café. Para garantir uma boa leitura, possuirá um formato fácil de manusear e de transportar, podendo ser guardado facilmente em espaços de bolsas e mochilas.

A distribuição será feita no próprio local de trabalho ou durante as assembleias e entregue em mãos ao trabalhador pelo dirigente sindical ou delegado sindical.

4.2 PÚBLICO ALVO

O jornal tem como objetivo alcançar todos os trabalhadores da categoria representada – diretamente, através do recebimento do jornal, ou indiretamente, através da circulação das informações contidas no periódico entre os colegas.

A categoria recebe um dos menores salários do serviço público federal, se enquadrando, em sua maioria, nas classes D e E. Foi identificado também que esse público alvo no geral tem baixa escolaridade, possui uma grande dificuldade de leitura e perde a atenção fácil.

4.3 MENSAGEM A ENVIAR

“Jornal do Sindicato” pretende difundir aos trabalhadores toda a informação que precisam para reforçar sua capacidade de luta, organizar a categoria e, principalmente, mobilizá-la para a ação em torno de suas reivindicações. Além disso, o jornal transmitirá o posicionamento do sindicato, servindo como material de propaganda para uma política classista.

Por causa das características do público alvo, a linguagem utilizada será objetiva, sem rebuscamento, com frases curtas e diretas. Os textos também serão curtos e o jornal terá apenas oito páginas.

4.4 RESPOSTA ESPERADA

É esperado que, a partir do jornal, a categoria participe cada vez mais de atividades preparadas pelo sindicato e que se organizem em torno das suas reivindicações (tanto no seu próprio local de trabalho, como participando das greves,

mobilizações, passeatas, etc.). Também espera-se colaborar para o desenvolvimento de criticidade da categoria e, com isso, contribuir no avanço de consciência da classe trabalhadora.

4.5 JUSTIFICATIVA

O projeto desse jornal foi concebido a partir da avaliação de que as atuais publicações do gênero têm pouca preocupação em elaborar sua comunicação, principalmente a visual, de forma raciocinada.

Por isso, esse projeto tomou como base o jornal *Última Hora*, que foi a primeira publicação popular a se empenhar em construir uma imagem que chamasse a atenção do público e que o convidasse à leitura. Através dessa análise, buscou-se construir um jornal que atraia os trabalhadores, sem fugir do seu objetivo principal de informar e mobilizar a categoria.

4.6 DETALHAMENTO DO PROJETO

4.6.1 Dimensões e paginação

As páginas do jornal possuem, em formato fechado, 350 milímetros de altura por 250 milímetros de largura. Aberto, a largura das páginas é 500 milímetros e a altura permanece a mesma.

A publicação deverá conter oito páginas, incluindo a capa. Considerando que este jornal será voltado para um público que não tem o costume de ler, mais do que oito páginas ficaria maçante, cansativo e não atingiria seu objetivo.

4.6.2 Margens e Colunas

As margens superior, inferior, interna e externa terão 10 milímetros cada. As páginas serão divididas em três colunas, principalmente, com o espaço de 5 milímetros entre cada uma delas. Esses espaços são suficientes para garantir leveza à publicação e deixar mais agradável a leitura.

4.6.3 Entrelinhas e entreletras

A entrelinha básica desse projeto é automática, assim como as entreletras.

4.6.4 Tipografia

4.6.4.1 Famílias escolhidas

Os tipos usados nesse projeto serão as da família *Calisto*, as da família *Andada* e as da família *Franklin Gothic*.

Calisto foi escolhida para o texto em geral por ser uma fonte moderna e por apresentar serifa, o que facilita a leitura no papel, pois faz o texto parecer contínuo aos olhos do leitor, as letras aparecem melhor interligadas.

Já *Andada*, apesar de também possuir serifa, é forte e tem uma aparência que se destaca. Por isso foi escolhida para ser utilizada principalmente em títulos, subtítulos e chamadas.

Além dessas principais, a família *Franklin Gothic*, sem serifa, será usada para o logotipo do jornal, box, fólio e outros efeitos que forem necessários.

4.6.5 Editorias

O jornal terá algumas editorias fixas como forma de organizar melhor os conteúdos referentes às ações sindicais e também já dando uma previsão ao leitor de que naquela edição haverá espaço para um determinado assunto.

4.6.5.1 Editorial

Contém um breve texto com a posição da diretoria do sindicato sobre algum assunto que esteja latente no momento.

4.6.5.2 Prestação de contas

Deve conter uma tabela e uma breve explicação dos gastos do sindicato referentes ao mês anterior à publicação do jornal. Dessa forma, o leitor ficará informado sobre quais as ações da entidade e para quais atividades a sua contribuição tem servido.

4.6.5.3 Notícias da categoria

Essa é a seção que contém a matéria principal do jornal, que trabalha com a questão mais relevante daquele momento. Deve conter subdivisões com intertítulos ou em box para dar a impressão de que o texto é mais curto e, assim, evitar de torná-lo maçante. Também deve conter sempre que possível uma charge, quadrinho ou caricatura relacionada ao assunto.

4.6.5.4 Giro pelo mundo

Aqui os trabalhadores serão informados de questões que extrapolam a própria categoria, sejam greves de outras empresas ou mesmo notícias relacionadas à política, economia, saúde e educação.

4.6.5.5 Boca no trombone

Este espaço deverá ser dedicado às reivindicações mais específicas da base, seja de um determinado setor ou determinado local (agência, Centro de Distribuição Domiciliar, etc.), além de dar espaço às denúncias feitas pelos trabalhadores de forma anônima. Terá uma subseção chamada “Na boca do povo” onde o trabalhador poderá contar uma história divertida ou interessante que aconteceu em seu local de trabalho.

4.6.5.6 Hora do intervalo

Nesta editoria deve conter divulgação de algum evento cultural de interesse do público alvo que esteja acontecendo no Paraná ou que esteja sendo organizado pelo sindicato, além de joguinhos (como palavras cruzadas), quadrinhos ou charges de humor.

4.6.5.7 Galeria

Seção com fotos de assembleias, passeatas, atividades no sindicato ou mesmo dos locais de trabalho.

4.6.6 Espelho da edição do projeto

- Página 1: Capa, chamadas principais
- Página 2: Editorial e prestação de contas
- Página 3: Boca no trombone
- Página 4 e 5: Notícias da categoria
- Página 6: Galeria
- Página 7: Outras notícias da categoria e Giro pelo mundo
- Página 8: Hora do intervalo

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde o seu surgimento, a imprensa sindical teve como desafio conseguir passar informações à classe trabalhadora que, seja pela baixa escolaridade, seja por fatores socioculturais, não tem o costume de ler. Apesar dessa dificuldade, a preocupação dos sindicatos, de forma geral, fica muito mais presa ao conteúdo que deve ser transmitido, deixando de lado ou secundarizando o formato de suas publicações.

A partir de uma breve análise de um jornal comercial – a *Última Hora*, de 1951 –, verificou-se que a disposição das informações em uma página, o uso de imagens na capa e no miolo, as cores, o emprego de charges e quadrinhos para ilustrar uma ideia ou mesmo para entreter, são elementos que tem tanta importância em chamar e prender a atenção do leitor quanto o conteúdo das notícias. Não à toa, a *Última Hora* conseguiu atingir um público de massas, que até aquele momento não tinha como prática a leitura, e chegou a ser o segundo vespertino mais lido da cidade do Rio de Janeiro. Vale ressaltar que o jornal também tinha uma linha editorial bem definida, com o objetivo claro de apoiar o então presidente Getúlio Vargas e fazer com o que o povo tivesse acesso às ações do governo. Ou seja, o projeto gráfico e o editorial andavam lado a lado.

Mais de seis décadas depois do lançamento inovador da *Última Hora*, no âmbito sindical o desenvolvimento da tecnologia e a profissionalização do jornalista dentro do sindicato são fatores que estimulam uma produção mais elaborada dos veículos da entidade. Porém, o formato da maioria das publicações continua sendo deixado ao acaso e seu potencial é muito pouco explorado.

Assim, este trabalho buscou propor um projeto gráfico de jornal sindical que fosse raciocinado, levando em conta o grau de escolaridade do público, seu costume de ler ou não, etc. A primeira ideia era que fosse um projeto gráfico genérico, que pudesse ser aplicado em diversas categorias. No entanto, ao longo do trabalho foi avaliada a necessidade de definir algumas linhas editoriais antes e, por isso, o projeto foi elaborado para o Sindicato dos Trabalhadores dos Correios do Paraná como exemplo. Ainda assim, o material pode ser facilmente adaptado a sindicatos de outras categorias.

Na definição editorial, foi traçado o objetivo do jornal, que é o de informar a categoria sobre suas questões e reivindicações específicas, com o intuito de politizar

os trabalhadores e levá-los à ação para lutar por seus direitos. Também foi identificado o perfil do público – de baixa escolaridade, com dificuldades de leitura –, o que auxiliou na escolha das editorias, no tamanho da publicação e nos elementos gráficos em geral que deveriam ser utilizados.

O jornal proposto tomou como base alguns elementos da *Última Hora*. A capa é composta por uma grande imagem e um grande título relacionados à principal matéria da edição, além de três chamadas para outros textos. O nome “Jornal do Sindicato” é simples e direto, escolhido apenas como um exemplo universal. O uso de cores, tanto na capa como no miolo, também foi pensado como forma de atrair a atenção do público. Na parte interna, foram empregados títulos com fontes grandes e também intertítulos como forma de dividir melhor os textos e evitar que fiquem cansativos.

O uso de fotografias em quase todas as matérias, assim como na *Última Hora*, é o ponto forte deste projeto gráfico. Além de captar o olhar do leitor e deixar a leitura mais leve, o trabalhador pode se ver no jornal de seu sindicato e se identificar pessoalmente com aquele material. Nesse ponto, algumas dificuldades foram encontradas, pois a necessidade de ter uma grande quantidade de fotos exige que o conteúdo tenha um limite bem definido, o que nem sempre acontece. Em vários momentos ou o texto precisa ser reduzido, ou fotos precisam ser cortadas. A seção “Galeria”, reservada para as imagens da categoria em diversos momentos, ajuda a reduzir essa dificuldade, além de potencializar a identificação com os trabalhadores.

Também baseado nas experiências da *Última Hora*, charges e caricaturas foram aplicadas enquanto ilustração das matérias, mas principalmente como forma de reforçar a ideia do texto com esse elemento que é de fácil entendimento para o leitor. O problema é que nem sempre existem charges relacionadas a um determinado assunto que podem ser usadas livremente, exigindo a contratação de um profissional que produza uma imagem específica para aquele contexto – esses obstáculos podem reduzir muito o uso das charges nos jornais.

A tirinha, por sua vez, também foi utilizada, porém apenas como entretenimento e diversão para o público, sem nenhuma relação direta com a categoria ou com o conteúdo do jornal.

Outro destaque gráfico e editorial do “Jornal do Sindicato” é a seção “Boca no Trombone” e a subseção “Na boca do povo”. Ambas inspiradas no “Fala o povo” da *Última Hora*, essas editorias estabelecem uma conexão com o público de forma

politizada, mas também divertida. Como a categoria pode participar diretamente da produção dos textos, é também uma forma de fidelizar o leitor. Gráficamente, essas seções tem uma aparência leve, com pouco texto e elementos como o box e a charge – são como um respiro para o jornal.

Mas, de fato, o maior aprendizado que os jornais sindicais podem extrair da *Última Hora* é a possibilidade de conquistar um público massivo, mesmo que esse público não tenha o hábito da leitura, através de um planejamento gráfico e editorial elaborado. Com uma clara definição de objetivos e uma boa análise sobre quem era o alvo, o jornal soube fazer o uso estratégico dos elementos gráficos e atraiu novos leitores. Para os jornais sindicais, falta compreender que a diagramação não pode ser uma mera disposição de textos e fotos em uma página. Forma e conteúdo são inseparáveis, se inter-relacionam e, juntos, completam o objetivo de transmitir uma informação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, Sílvia Maria Pereira. **Imprensa sindical: instrumento de ação e objeto de conhecimento (1977-1990)**. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Universidade de São Paulo, São Paulo, 1991.

ARAÚJO, Vladimir Caleffi. **O jornalismo de informação sindical no Brasil: atores, práticas e estratégias de produção jornalística**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/araujo-vladimir-jornalismo-sindical.pdf>>. Acesso em agosto de 2014.

ARQUIVO PÚBLICO DO ESTADO DE SÃO PAULO. **Acervo digital do jornal Última Hora**. Disponível em: <<http://www.arquivoestado.sp.gov.br/uhdigital/pesquisa.php>>. Acesso em setembro de 2014.

BARBOSA, Marialva. **História cultural da imprensa: Brasil 1900-2000**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

BIBLIOTECA NACIONAL DIGITAL. **Acervo digital do jornal Última Hora**. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=386030>>. Acesso em setembro de 2014.

COLLARO, Antonio Celso. **Projeto gráfico: teoria e prática da diagramação**. São Paulo: Summus, 1978

CONCEIÇÃO, Juliana Karpinski da. **A relação entre forma e conteúdo nos projetos gráficos e editoriais de jornal. Os exemplos da Gazeta do Povo e Folha de S. Paulo**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2011.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

EMERY, Edwin. **Jornalismo gráfico: técnicas de produção**. São Paulo: Loyola, 1981.

FERRAZ, Marcos Alexandre dos Santos. **Jornalismo nos sindicatos: Da prática à abstração da ação sindical**. Dissertação (Mestrado em Sociologia). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2000.

FERREIRA, Marieta de Moraes. **A reforma no Jornal do Brasil**. In: Abreu, Alzira Alves de (org.). *A imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1993.

FERREIRA, Maria Nazareth. **Imprensa Operária no Brasil**. São Paulo: Editora Ática, 1988.

FIGARO, Roseli. **Imprensa sindical: formas e usos**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Universidade de São Paulo, São Paulo, 1993.

GIANNOTTI, Vito e SANTIAGO, Cláudia. **Comunicação sindical: a arte de falar para milhões**. Petrópolis: Vozes, 1999.

GIANNOTTI, Vito. **Muralhas da linguagem**. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

GIANNOTTI, Vito. **O que é jornalismo operário**. São Paulo: Brasiliense, 1998

HURLBURT, Allen. **Layout: o design da página impressa**. São Paulo: Nobel, 2002.

IBGE. **Anuário Estatístico do Brasil**. Rio de Janeiro, 1951. Disponível em: <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/20/aeb_1950.pdf>. Acesso em outubro de 2014.

LEITE, Márcia de Paula. **A classe operária e a questão sindical**. In: Fleury, Maria Tereza Leme e Fischer, Rosa Maria (coords.). *Processo e relações do trabalho no Brasil*. São Paulo: Atlas, 1985, pp. 81-96

LEITE, Márcia de Paula. **Reivindicações sociais dos metalúrgicos**. In: Fleury, Maria Tereza Leme e Fischer, Rosa Maria (coords.). *Processo e relações do trabalho no Brasil*. São Paulo: Atlas, 1985, pp. 97-121

LENIN, Vladimir Ilitch. **Que Fazer? Problemas candentes do nosso tempo: 1901-1902**. São Paulo: Expressão Popular, 2007.

LESSA, Washington Dias. **Dois estudos de comunicação visual**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.

LOUZADA, Silvana. **Última Hora: em cena a modernidade fotográfica**. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/view/2941>>. Acesso em setembro de 2014.

MACEDO, Roberto Gondo e MELO, Wanderson Fábio de. **O periódico Última Hora e sua relevância na história da mídia impressa brasileira**. Disponível em <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/6o-encontro-2008-1/O%20PERIODICO%20ULTIMA%20HORA%20E%20SUA%20RELEVANCIA%20NA%20HISTORIA%20DA%20MIDIA.pdf>>. Acesso em setembro de 2014.

MIANI, Rozinaldo Antonio. **A charge na imprensa sindical: uma iconografia do mundo do trabalho**. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/congresso2002_anais/2002_np16_miani.pdf>. Acesso em agosto de 2014.

MOUILLAUD, Maurice e PORTO, Sergio Dayrell. **O Jornal – da forma ao sentido**. Brasília: UNB, 2012.

RAMOS, Plínio de Abreu. **A imprensa nacionalista no Brasil**. In: Abreu, Alzira Alves de (org.). *A imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1996.

RODRIGUES, Leôncio Martins. **Partidos e sindicatos: escritos de Sociologia Política**. São Paulo: Ática, 1990

SAMARA, Timothy. **Guia de design editorial: manual prático para o design de publicações**. Porto Alegre, Bookman, 2011.

SANTOS, Dalane. **Comunicação entre as direções sindicais e suas bases a partir de uma análise de jornais internos**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2011.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de Jornalismo Impresso**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-de-jornalismo-impresso.pdf>>. Acesso em agosto de 2014.

VERDELHO, Valdeci. **A nova imprensa sindical**. In: FESTA, Regina; SILVA, Carlos Eduardo Lins da. *Comunicação popular e alternativa no Brasil*. São Paulo: Paulinas, 1986. pp. 80-98.

VIEIRA, Toni André Scharlau. **Comunicação sindical**. Canoas: Ulbra, 1996

WAINER, Samuel. **Minha Razão de Viver: memórias de um repórter**. Rio de Janeiro: Record, 1988.