

**Centro Universitário Augusto Motta**  
**Disciplina: Jornalismo e Terceiro Setor**  
**Professora Vanessa Paiva**  
**Trabalho para A1**

**Componentes:**

Alexandre Madruga – Mat. 06101038  
Caio Cascardo – Mat. 06101936  
Claudio Felipe – Mat. 06102679  
Gustavo Rezende – Mat. 07202948  
Thiago Guimarães – Mat. 07202905

**Veículo Estudado:**



Visitamos a redação do referido jornal, que fica na rua Aimoré, 191, Penha, subúrbio do Rio de Janeiro. A redação, na verdade a sede do jornal é a casa de Alberto Barbosa, conhecido como Beto. O jornal, propriamente dito, está restrito em parte de um cômodo da casa, com mesa e computador, além dos telefones que o jornal possui.

Nada disso altera o brioso trabalho da família Fonseca, uma vez que toda ela ajuda de alguma forma no trabalho do periódico. O jornal de bairro RIO SUBURBANO completou recentemente 10 anos, e, essa longevidade é fruto de um abnegado trabalho em prol da comunidade que o periódico atende. O jornal começou com outro nome: A Voz da Penha. A mudança se fez necessário para ampliar os horizontes do jornal, uma vez que o mesmo circula em vários outros bairros do subúrbio da Leopoldina. Hoje, existe um programa em uma rádio comunitária na Penha, que mantém o nome antigo do jornal. O programa é um espaço cedido pela rádio ao jornal, em prol dos serviços prestados a comunidade.

Pensamos em realizar o trabalho da maneira tradicional, onde, por fim, ressaltaríamos os possíveis problemas e suas soluções. Essas soluções seriam baseadas no conceito de melhor leitura, alinhamento e padronização.

No entanto, pensando nos problemas financeiros do jornal como empecilho para seguir

regras rígidas, optamos por buscar soluções possíveis para o periódico, sem prejudicar seu lado financeiro, cientes que o jornal vive somente e exclusivamente dos anúncios. A mesma dependência está à família Fonseca, que vive do, e para o jornal. Ou seja, falar de menos anúncios e mais matérias simplesmente, seria prejudicar a vida dos integrantes do jornal.

Apesar da quantidade de anúncios, o jornal procura colocar algumas matérias importantes para a região, além de conceder espaços para instituições de cunho social e comercial.

Toda a diagramação preza pela imagem. Existe uma clara opção pelas fotos, seja na quantidade, seja no tamanho.

Segue um histórico detalhado do RIO SUBURBANO, e, ao fim dos questionamentos, as soluções de entendemos como adequadas a realidade do jornal, não prejudicando seu lado comercial.

### **1 - A quem se destina o jornal?**

O jornal se destina aos moradores dos bairros Penha, Penha Circular, Braz de Pina, Olaria, Ramos, Bonsucesso, Vicente de Carvalho, Vila da Penha e Vista Alegre.

### **2 - Surgimento e histórico**

O Rio Suburbano surgiu tem 10 anos, da vontade de Alberto Barbosa da Fonseca de fazer um jornal que falasse dos problemas do bairro onde ele mora, a Penha.

### **3 – Equipe do jornal**

Alberto Barbosa da Fonseca é o diretor e redator do jornal. Valeria Ruffoni da Fonseca (esposa) também é diretora, mas também acumula a função de contato comercial. Daiana Ruffoni da Fonseca (filha), cuida da arte e diagramação do jornal.

### **4 – Participação da comunidade na elaboração das pautas do veículo**

O jornal está sempre tentando resolver problemas que possam surgir na comunidade, como falta de água ou buracos nas ruas. Sabendo disso, os leitores do jornal já entram em contato com o Alberto quando tem algum problema perto de suas casas.

### **5 - Sustentabilidade financeira**

O Rio Suburbano possui vários anunciantes e nenhum deles interfere nas matérias publicadas pelo jornal.

## **6 – Distribuição**

Ele é distribuído gratuitamente nos bairros citados na questão um. É o próprio Alberto, com alguns ajudantes freelances, quem faz a distribuição do jornal. A tiragem do jornal é de 19.000 exemplares, comprovados em nota fiscal do Jornal do Comercio.

## **7 – Assuntos abordados**

Geralmente são assuntos que dizem respeito à comunidade, como, por exemplo, a Festa da Penha. O jornal possui uma coluna sobre receitas culinárias e também abre espaço para que especialistas em determinadas áreas, como advogados, possam escrever artigos.

## **8 – Regularidade**

Mensal

## **9 – Problemas e Soluções**

9.1 – Capa não possui manchetes.

**SOLUÇÃO:** O uso de manchetes pode atrair mais público a ler o jornal. Isso também destacaria que o jornal, apesar da “capa” cheia de publicidade, também possui um conteúdo a ser lido e apreciado, com destaque para o que acontece na comunidade ou o que a mesma precisa.

9.2 – Fotos coloridas muito próximas de anúncios, causando poluição visual.

**SOLUÇÃO:** Nos casos em que as fotos ficarem na mesma página de anúncios coloridos, recomendamos como as fotos em preto e branco, para que fiquem bem destacadas dos anúncios, dando menos poluição visual a página. O recurso de redução da foto, por vezes, pode ser utilizado.

9.3 – Páginas com muitos anúncios e outras sem nenhum.

**SOLUÇÃO:** Deve haver um equilíbrio harmonioso entre publicidade e matérias. Isso deixaria o jornal mais balanceado. O ideal seria páginas só de anúncios e outras só de matérias. No entanto, em virtude da quantidade de anúncios, a divisão da página seria a solução mais próxima do ideal. Com isso, adotar a barra de separação dos textos e anúncios torna-se fundamental.

#### 9.4 – Expediente no fim do jornal.

**SOLUÇÃO:** A assinatura do jornal precisa ficar no início. No expediente constam informações importantes, como endereço e e-mail do jornal. Como ele tem que estar em página preto e branco, em função dos anúncios, recomendamos passar o expediente para a primeira página PB que do jornal, no caso da edição de setembro, a página 3.

9.5 – Faltam de alinhamento e padronização. Algumas páginas mostram falta de alinhamento entre as fotos e textos. As páginas não têm uma padronização de quantidade de colunas por página. Na maioria delas, o jornal fica com apenas duas colunas, deixando as mesmas muito largas e espaçosas. Nem todas as fotos têm legendas.

**SOLUÇÃO:** Alinhar fotos, com separação uniforme entre elas, inclusive com as matérias. Todas as fotos devem ter legendas. A legenda pode dar significado a foto. O padrão ideal de colunas deve ficar em quatro. Isso torna a leitura melhor, além de tornar o jornal com uma estrutura mais harmônica.

#### 9.6 – Poluição visual

**SOLUÇÃO:** Entendemos a opção pelas grandes fotos, uma vez que, na maioria das vezes os textos são pequenos. Recomendamos, nas páginas com demasia de cores, que as fotos sejam em preto e branco. A redução das fotos, ou o destaque em apenas uma delas, a certa distância dos anúncios, também seria uma alternativa. Com o acréscimo das legendas, mais espaços “em branco” poderão surgir, dando um visual mais “clean” ao periódico.

9.7 – Ausência de Editorial. O jornal não mostra seu posicionamento, sendo apenas um portador de informação.

**SOLUÇÃO:** Apesar de entender que a linha editorial do jornal é apenas informativa, entendemos que é de vital importância que o jornal tenha uma voz própria, o que daria uma maior identificação do veículo com seu público alvo: os moradores. O espaço também poderia ser usado como um elo direto da sociedade com as autoridades em geral. A posição do jornal sobre determinado assunto, mostraria seu lado social, de luta pela sociedade.

9.8 – Matérias unicamente informativas. Curtas com o básico lead.

**SOLUÇÃO:** Não mudando o perfil editorial do jornal, uma vez que entendemos ser esse o perfil do seu editor, recomendamos que as matérias tenham, pelo menos, depoimentos

das pessoas envolvidas ou que estiveram no local a respeito do assunto. Alguma autoridade “falando” também seria uma forma de dar mais sustentação ao conteúdo editado, além de permitir um maior conteúdo nas páginas já carregadas de anúncios e cores.

Estamos cientes que as críticas acima explicitadas, seguidas de algumas orientações para a solução delas, são facilmente aplicadas, sem fazer com que o jornal perca seu espaço comercial, no qual o mantém circulando nos últimos dez anos.

Como estudantes de comunicação, não podemos deixar de criticar o estimo do jornal, preterindo a informação pelo visual ou propagandístico. No entanto, também é de nossa responsabilidade entender suas carências, e buscar as soluções possíveis sem prejudicar o andamento do jornal.

Estar dez anos no mercado, numa comunidade de classe C,D (e com isso, baixo poder de compra) é um mérito que temos que dar ao trabalho comunitário de seu editor, que com isso, conceitua o jornal ao qual edita.

Esperamos que as sugestões possam ajudar um pouco no perfil do jornal, podendo, com isso, deixar o jornal com uma qualidade gráfica e de conteúdo melhor.