



Jornal do Banheiro – A leitura que estimula a produção¹

Adriana CRUZ²
Alexandre FETTER³
Amanda TEIXEIRA⁴
Andréia CRUZ⁵
Camila COSTA⁶
Carolina CRUZ⁷
Dayana BEDNARCZUK⁸
Dina VIEIRA⁹
Douglas LEMOS¹⁰
Gisele MATOS¹¹
Jéssica LAURIE¹²
Juliana ASSIS¹³
Juliana FERREIRA¹⁴
Lidiane ALBUQUERQUE¹⁵
Mônica PADILHA¹⁶
Pablo CAMPOS¹⁷
Pamela CHICARINO¹⁸
Sara VERÔNICA¹⁹
Vanessa VIEIRA²⁰
Edileuson ALMEIDA²¹

Universidade Federal de Roraima, Boa Vista, Roraima

¹ Trabalho submetido ao IX Prêmio Expocom Norte 2010, na categoria Jornalismo, Modalidade Jornal Mural-Laboratório (conjunto/série).

² Estudante do 1º Semestre de Jornalismo, adrianacruzrr@hotmail.com

³ Estudante do 1º Semestre de Jornalismo, xfetter@yahoo.com.br

⁴ Estudante do 1º Semestre de Jornalismo

⁵ Estudante do 1º Semestre de Jornalismo

⁶ Estudante do 1º Semestre de Jornalismo

⁷ Estudante do 1º Semestre de Jornalismo

⁸ Estudante do 1º Semestre de Jornalismo

⁹ Estudante do 1º Semestre de Jornalismo

¹⁰ Estudante do 1º Semestre de Jornalismo

¹¹ Estudante do 1º Semestre de Jornalismo

¹² Estudante do 1º Semestre de Jornalismo

¹³ Estudante do 1º Semestre de Jornalismo

¹⁴ Estudante do 1º Semestre de Jornalismo

¹⁵ Estudante do 1º Semestre de Jornalismo

¹⁶ Acadêmica líder do Grupo e Estudante do 1º Semestre de Jornalismo, monicabv.marques@hotmail.com

¹⁷ Estudante do 1º Semestre de Jornalismo

¹⁸ Estudante do 1º Semestre de Jornalismo

¹⁹ Estudante do 1º Semestre de Jornalismo

²⁰ Estudante do 1º Semestre de Jornalismo

²¹ Orientador do Trabalho. Professor do Curso de Jornalismo, edileusonalmeyda@yahoo.com.br



RESUMO

O “Jornal do Banheiro – A leitura que estimula a produção” é uma criação dos calouros de Jornalismo da Universidade Federal de Roraima. Em três números avulsos os acadêmicos da disciplina História da Comunicação tiveram a oportunidade de idealizar e concretizar um suporte mediático (Jornal-Mural), de veiculação avulsa, circulação restrita (acadêmicos, técnicos e professores da UFRR) e tiragem reduzida (limitada ao total de banheiros dos Campus da UFRR), com o desafio de informar e entreter, num espaço de circulação intensa: o banheiro, quase sempre usado de forma reservada e restrita por alguns minutos do dia-a-dia de quem frequenta o Campus da Universidade Federal de Roraima (UFRR).

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Jornal-Mural; Informativo; Jornal do Banheiro; UFRR.

INTRODUÇÃO

A necessidade incessante de informação coloca o ser humano na condição de consumidor permanente dos conteúdos midiáticos em seus diversos formatos e suportes. Além disso, o tempo destinado à recepção quando não reduzido é fragmentado entre variadas mídias. Partindo dessas duas premissas veio a indagação: um informativo disponível num lugar onde o sujeito passa pelo menos alguns minutos do dia (especificamente, o banheiro) teria algum traço de audiência?

Quanto à resposta à questão acima, ainda não a temos. Entretanto, o veículo de comunicação com essa proposta foi criado.

O Jornal do Banheiro, cujo sugestivo sub-título afirma que traz “a leitura que estimula a produção”, é um suporte mediático avulso, surgiu na disciplina História da Comunicação do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Roraima, com dois desafios: o primeiro de dar aos calouros de jornalismo a oportunidade de escapar da chamadas “disciplinas teóricas” de primeiro semestre, ou seja, mostrar que teoria e prática são indissociáveis, mesmo numa disciplina da qual imagina-se



que se ocupa apenas de fatos passados, e portanto, é possível desenvolver práticas laborais em todas as fases da formação; e, depois, para dar oportunidade aos acadêmicos de participação de todas as fases de criação, produção, edição e veiculação de um suporte de comunicação, ou seja, a oportunidade de realizar o desejo de todo repórter: informar ao cidadão.

OBJETIVO

Geral

Informar e entreter a comunidade acadêmica, com reportagens, entrevistas, fotografias e ilustrações, sobre temas diversos de interesse coletivo, com um informativo de tiragem limitada para veiculação nos banheiros do Campus da Universidade Federal de Roraima.

Específicos

Produzir reportagens, entrevistas, etc. sobre temas de interesse da comunidade acadêmica da UFRR;

Hierarquizar, selecionar e editar reportagens, entrevistas, fotografias e ilustrações;

Diagramar e finalizar o jornal-mural no formato 45 cm X 60 cm para impressão em papel jornal;

Distribuir o informativo no campus da UFRR.



JUSTIFICATIVA

A falta de disponibilidade de suportes para a veiculação da produção dos acadêmicos de jornalismo é uma reclamação recorrente nas instituições de ensino, mesmo quando estamos de “posse” de um veículo mediático de capacidade ilimitada (espaço para conteúdo, possibilidades de circulação gratuita ou de baixo custo, democrática, participativa, etc.) como a internet, mas ainda com um único grande problema: baixíssimos índices de acesso entre a população brasileira.

O que invariavelmente se observa entre nós acadêmicos é a descrença com o produzir pelo produzir, como critério de obtenção de nota ou de aprovação. Em contraponto, um desejo intenso de ver publicado nossos escritos de sala de aula, fruto do exercício das técnicas jornalísticas.

O Jornal do Banheiro apresenta-se como uma resposta. Um suporte de baixo custo, fácil manutenção e bom índice de circulação no Campus. Fixado nas paredes e portas de banheiros da Universidade Federal de Roraima ao final do semestre de 2009.2, constituindo-se como atividade de encerramento da disciplina de História da Comunicação, mas planejado desde as primeiras aulas no início do semestre do curso de jornalismo na referida IES.

Sua existência é válida só por nos oportunizar circular no espaço da Universidade um veículo com notícias de interesse coletivo, produzido por acadêmicas e acadêmicos recém-ingressas/os “desafiadas/os” a convergir num produto o conhecimento construído ao longo do primeiro semestre do curso de jornalismo, com o máximo de auxílio das disciplinas cursadas em 2009.2.

Isso nos permite vislumbrar a importância e a contribuição do que produzimos, para nós, para o curso e para a comunidade acadêmica. Nós acreditamos. E a semente foi plantada.



MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Como já dito, a proposta do Jornal do Banheiro foi apresentada no início do semestre da disciplina de História da Comunicação, vista por quase todos como mais uma “teórica”. Aceita unanimemente, ficou acordado que a mesma seria desenvolvida ao longo do semestre, sendo que um sexto da carga horária (6h) seria destinada ao planejamento, produção e veiculação de três edições avulsas e independentes do referido jornal no tamanho 45 cm X 60 cm, impresso em cor ou PB em papel jornal.

Em duas aulas a turma se dividiu em equipes. Nos encontros seguintes discutiu-se a viabilidade, os custos, a possibilidade de veiculação, os temas, entre outras questões. Cada equipe teve a liberdade de propor a temática e, levando-se em consideração a independência de cada número, também de definiriam o título e o slogan de cada edição.

Em cada encontro foi realizada uma etapa do projeto, incluindo aí todas as fases de idealização de um produto jornalístico: reunião de pautas, produção de reportagens, entrevistas, edição, diagramação, finalização, impressão e veiculação. Os custos foram rateados entre os próprios alunos.

Ao final do semestre foram apresentadas três edições: Gazeta Sanitária; Uréia Coletiva; Invasão de Privacidade.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Cada uma das três edições teve a liberdade jornalística para produzir e finalizar o seu exemplar. Uma única condição valeu para todos: o tamanho (45 cm x 60 cm) decidido levando-se em consideração que o mesmo deveria ser fixado na porta interna dos banheiros, que na



maioria não passam de 60 cm de largura, na altura do vaso sanitário, para permitir a quem estiver sentado uma boa posição de leitura.

O primeiro a circular foi o Gazeta Sanitária – a informação que vem de dentro, que tratou sobre Reuni, Dicas, Denúncias, Humor, etc.

A segunda edição publicada foi o Uréia Coletiva, com entrevista, histórias de banheiro, Classificados, Charge.

Encerramento o semestre foi a vez de circular a terceira edição chamada de Invasão de Privacidade, com informações sobre cultura, cinema, colunismo social, charge.

A veiculação (fixação dos exemplares) foi e responsabilidade das equipes, cabendo as mesmas a manutenção dos exemplares, pelo período mínimo de uma semana.

O período de veiculação leva em consideração as características de revistas que o jornal-mural adquire, sendo lido paulatinamente, em pelo menos umas três idas ao banheiro ao longo da semana. O critério não se baliza em nenhum dado científico, foi fruto de consenso entre as equipes.

O público-alvo do Jornal do Banheiro foi composto, quase integralmente, pela comunidade acadêmica (discentes, docentes, técnicos e dirigentes).

O Jornal do Banheiro é um informativo da categoria de Jornalismo, que se enquadra na modalidade Jornal-Mural (Avulso), no caso o gênero (Avulso) se justifica, pois o mesmo se apresenta em três edições independentes.

CONSIDERAÇÕES

Com este trabalho não descobrimos a roda ou menos ainda o papel ou a pólvora, mas descobrimos que a circulação alternativa de informação, além de baixo custo, é possível e pode ser eficiente.



Porém, se no período de veiculação do nosso jornal do banheiro não chegamos a um traço de audiência, chegamos ao final do semestre conscientes e decididos na escolha da futura profissão.

Finalizamos o semestre conscientes que o saber-fazer jornalístico opera em todas as fases da formação profissional. Se ao final do curso o Jornal do Banheiro virá nosso motivo de risos (e até de vergonha), por ora é nosso motivo de satisfação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COSTELLA, Antonio F. Comunicação - Do Grito ao Satélite. São Paulo, Mantiqueira, 2002

HOHLFELDT, Antonio & **GOBBI**, Maria Cristina. Teorias da Comunicação: Antologia de Pesquisadores Brasileiros. São Paulo, Sulina, **2004**.

HOHLFELDT, Antonio; **FRANCA**, Vera Veiga; **MARTINO**, Antônio Luiz. Teorias da Comunicação - Conceitos, Escolas e Tendências. São Paulo, Vozes, 2005.

LOPES, Dirceu Fernandes. Jornal laboratório – do exercício escolar ao compromisso com o público leitor. São Paulo, Summus, 1989.

MARQUES DE MELO, José. Jornalismo: Forma e Conteúdo. São Paulo, Difusão Editora, 2009.