



## **Jerimum no Papo<sup>1</sup>**

Anna Jéssica Pinto de Andrade<sup>2</sup>

Haluaê Benatto Guatura<sup>3</sup>

Madja Laila Carlos Lopes<sup>4</sup>

Josimey Costa da Silva<sup>5</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN



**[www.jerimumnopapo.com.br](http://www.jerimumnopapo.com.br)**

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XIX Expocom, na categoria E2 Áreas Emergentes, modalidade 4 como representante da Região Nordeste.

<sup>2</sup> Aluna do Curso de Comunicação Social - Radialismo da UFRN, email: [anna\\_andrade@jerimumnopapo.com.br](mailto:anna_andrade@jerimumnopapo.com.br).

<sup>3</sup> Aluna do Curso de Comunicação Social - Radialismo da UFRN, email: [luabenatto@jerimumnopapo.com.br](mailto:luabenatto@jerimumnopapo.com.br)

<sup>4</sup> Aluna do Curso de Comunicação Social - Radialismo da UFRN, email: [madja\\_laila@jerimumnopapo.com.br](mailto:madja_laila@jerimumnopapo.com.br).

<sup>5</sup> Orientadora do projeto. Professora Josimey Costa da Silva do Curso de Comunicação Social da UFRN, email: [josimey@digizap.com.br](mailto:josimey@digizap.com.br).



## RESUMO

O Jerimum no Papo atua como um veículo de comunicação que usa a mídia digital e o entretenimento como ponte de ligação entre os potiguares e a sua história. Atua como forma de registro da cultura, comportamento e meio ambiente no estado do Rio Grande do Norte, visando estimular ações sustentáveis em benefício dos potiguares.

O veículo alia ferramentas jornalísticas como fotojornalismo, fotografia-artística e foto-amadora somadas a estilos textuais como crônicas, artigos, matérias, reportagens e em alguns espaços com a produção de vídeos que ilustram e complementam as informações fornecidas.

Um projeto de prática jornalística e de produção de conteúdo para a publicação em mídia digital, que na prática do jornalismo intervenção não se restringe somente a produção e reprodução de informações.

**PALAVRAS-CHAVE:** cultura; comportamento; meio ambiente; rio grande do norte; Internet.



## INTRODUÇÃO

O Jerimum no Papo foi desenvolvido com o entendimento de que há necessidade e espaço no mercado para um veículo de comunicação que valorize o Rio Grande do Norte. Nessa perspectiva, o trabalho realizado busca ressaltar a cultura local sob um novo ponto de vista. O nosso Estado é mais que somente um pólo turístico, é rico em histórias, culinária, costumes e belezas naturais. O projeto ressalta o meio ambiente e o papel da sociedade com o compromisso de incentivar ações que valorizem a cultura local.

Os grandes desafios do desenvolvimento passam pelo conhecimento. Ele é fundamental para que os cidadãos possam, em seu cotidiano, tomar decisões de estilo de vida, conscientes de seus impactos ambientais e sociais. O Jerimum no Papo surge como proposta de um novo veículo de comunicação que segue princípios que freqüentemente divergem do ponto de vista dominante. Não é só uma forma de apurar e escrever, mas também um modo de vida, de olhar o mundo e de ver a si mesmo. Parte de um conceito de serviço social, que busca reconhecer o que há de melhor no Rio Grande do Norte e dar voz ao potiguar.



## OBJETIVO

O Jerimum no Papo busca, através da valorização da cultura, do social e do meio ambiente gerar um conhecimento que estimule um novo estilo de vida em direção ao desenvolvimento sustentável. O desafio é comunicar esse saber sem o peso do jargão ecológico-científico, torná-lo acessível ao maior número possível de pessoas para incentivar a formação de um novo comportamento em prol da sustentabilidade.

O objetivo é propor reflexões que resultem em ações individuais, que quando somadas, favoreçam o meio. Da mesma forma que o homem está inserido nesse contexto como agente de mudanças, as cidades se formam como reflexo dessas transformações.

O *site* reúne uma seleção de reportagens, artigos, fotografias e recursos de vídeo que expressam para o público virtual uma visão diferenciada em relação aos *sites* jornalísticos que já existem no Rio Grande do Norte, que geralmente trabalham com notícias diárias seguindo a linha de conteúdo de jornais impressos.

Objetivos específicos:

- Discutir os problemas ambientais que ocorrem no estado do Rio Grande do Norte, priorizando as ações que estão sendo tomadas para reverter quadros e identificar quem são esses agentes de mudança, valorizando essas iniciativas;
- Divulgar projetos e ações que realizadas podem auxiliar na transformação da realidade do potiguar;
- Iniciar um processo de sensibilização ambiental nos leitores, para que sintam a necessidade de aprender e divulgar as informações obtidas;
- Oferecer aos leitores informações sobre alimentação e estilo de vida saudável, valorizando a produção local e os hábitos do potiguar;
- Formar opinião e sugerir ações que venham a melhorar a qualidade de vida do leitor;
- Mostrar a produção cultural baseada em ações de aproveitamento de matéria-prima, sem perder o referencial cultural da comunidade.



## JUSTIFICATIVA

*“Uma das premissas do jornalismo é perceber a realidade que nos cerca de um ângulo mais abrangente, privilegiando a qualidade de vida no planeta e do planeta”. (TRIGUEIRO, 2003).*

Optamos por um *site* pela oportunidade de levar a informação além das limitações territoriais. No caso da escolha de um veículo impresso (revista ou jornal), implicaria na restrição do alcance, além de um custo mais elevado para a sua veiculação. A Internet possibilita a utilização de diversos recursos como: texto, vídeo, fotografia e áudio em um único veículo. Outra vantagem é poder ligar nosso conteúdo a outros *sites* por meio de *links*.

Atualmente, a Internet delineia um novo padrão de entretenimento de massa, uma mistura entre as antigas mídias e a nova, que se complementam e geram competitividade entre si. Quase que instantaneamente a mídia digital passou a ser um recurso necessário no cotidiano das pessoas. Como um instrumento democrático, tornou-se uma ferramenta de trabalho, estudo, entretenimento e pesquisa, pois, consegue atingir o indivíduo de acordo com suas preferências editoriais. O internauta tem a liberdade de escolher o que vai consumir dentro da rede, deixando de se tornar um consumidor passivo de informações.

Os Norte-rio-grandenses são conhecidos no Estado como Papa Jerimum, principalmente no interior. Tal fator influenciou na escolha de um nome que fizesse referência aos potiguares. Para expressar o objetivo de abrir um diálogo com a população e com o veículo de comunicação, optamos pela palavra “Papo”.

O Jerimum no Papo oferece diversas possibilidades de aprofundamento e discussões em torno do ecossistema, da cultura e do comportamento. Desenvolvendo uma busca direta de pautas que resgatem o conhecimento direcionado sobre o povo potiguar e a sua história social, percorrendo bairros, apresentando sugestões e levando a informação antes desconhecida, para o público. Mais do que apresentar as belezas da terra procuramos incentivar a mantê-las por meio de exemplos a serem seguidos. Mais do que exibir o drama da população mostramos como essas pessoas superam as dificuldades de forma criativa e estimulante.



## MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A primeira iniciativa tomada pelo grupo foi a realização de uma enquete qualitativa e quantitativa, com o objetivo de identificar a faixa etária do público e as reais necessidades de mercado, no que diz respeito a *sites* que falam sobre o Rio Grande do Norte. A partir da pesquisa foi identificada a carência de veículos de mídia digital que tratem o Estado sob a perspectiva proposta pelo Jerimum no papo. A utilização deste recurso foi de fundamental importância para a composição do veículo.

A linha editorial escolhida busca conquistar o público virtual através de recursos visuais e textuais dispostos a entreter e informar sem gerar peso na leitura e na absorção da informação. O conteúdo do *site* foi dividido em sessões, nomeadas de forma bem-humorada para incitar a curiosidade. Para o desenvolvimento do *layout*<sup>6</sup>, foi necessária a contratação de um web designer apto a realizar o trabalho de acordo com a proposta idealizada, necessidades e recursos financeiros.

As pautas foram distribuídas entre o grupo para que cada um pudesse desenvolver as habilidades aprendidas no curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFRN. Muitas vezes os integrantes foram a campo juntos para melhor distribuir o trabalho da captação de informações e material fotográfico. Encontramos inúmeras dificuldades para a execução de algumas pautas e superá-las foi de grande aprendizado para o processo de formação profissional do grupo.

Após a apuração das informações, material fotográfico e elaboração dos textos, as matérias foram encaminhadas para a revisão e posteriormente introduzidas no *layout*. Foi necessário elaborar um planejamento para definir a linha editorial, estruturação e distribuição do conteúdo para que as matérias pudessem ser dispostas de acordo com a proposta do produto.

---

<sup>6</sup> Ver anexo 1



## DESCRIÇÃO DO PRODUTO

Para o jornalismo *on-line*, é importante entender quais são as tendências que estão surgindo no mercado virtual e quais delas podem se traduzir em novos títulos. Olhando para o mercado dessa maneira, sobram veículos que enfatizam o Estado como rota turística e poucos que ressaltam e valorizam o Rio Grande do Norte pela sua conjuntura social.

### Descrição do Site

#### **Página principal:**

As cores escolhidas para ilustrar o *site*, foram definidas com o propósito de compor uma harmonia entre a proposta (Jerimum – laranja e verde), e conforto para os olhos do leitor. A disposição dos elementos gráficos também foi escolhida de acordo com esta proposta.

A configuração visual caracteriza-se por apresentar a logomarca <sup>7</sup>desenvolvida no topo da lateral esquerda. Ao lado, uma moldura no formato de balão de diálogo destaca em fotografias algumas peculiaridades do Estado. O *menu* principal, de cor laranja, localiza-se logo abaixo formando uma linha divisória entre o cabeçalho e as chamadas para o conteúdo. Do lado esquerdo uma coluna com três destaques diferenciados pelas cores, juntamente com fotos, onde estão localizadas as chamadas para matérias em destaque. No centro uma caixa, de cor laranja, ilustrada por pequenas imagens e contém links e chamadas para o restante do conteúdo. As sessões: Colunas do Papo, Cesta Básica e Já pra rua estão dispostas na lateral direita. Para ilustrar, as caixas divisórias receberam tons de verde, azul, amarelo, laranja e cinza favorecendo a leveza do *layout*. Esta primeira versão apresentada terá 12 sessões.

#### **Sessões:**

##### **Diga aí**

O objetivo desse espaço é propor a interação com o público. O leitor poderá comentar as matérias, sugerir novas pautas, enviar críticas e material para ser publicado.

##### **Andança**

---

<sup>7</sup> Ver Anexo 2



Aqui se procura mostrar um Rio Grande do Norte fora do roteiro turístico comum. Por meio das matérias dessa sessão o leitor poderá conhecer a peculiaridade dos lugares, seja no aspecto cultural, ambiental ou histórico. Uma nova forma de evidenciar a vida dos potiguares.

### **Entre Vistas**

Esse espaço caracteriza-se por expor dois pontos de vista sobre um mesmo tema. Será dado um assunto e convidados, com conhecimento na área escolhida, irão expor suas opiniões. O objetivo desta sessão não é confrontar idéias, mas sim propor reflexões pessoais.

### **NAcapiTAL...**

Aqui a cidade é discutida através de crônicas, matérias, poesias, artigos e qualquer outro tipo de construção escrita feita pelos seus moradores, através de suas vivências. O leitor será levado para lugares que muitos não conhecem. Bairros, ruas, esquinas, detalhes que passam despercebidos no dia-a-dia. O objetivo é trazer uma nova visão sobre a cidade, sempre valorizando a reflexão e a inspiração.

### **Bom Proveito**

Informações úteis sobre temas diversos. Caracteriza-se por conter dados relacionados à prestação de serviços de utilidade pública.

### **Lacuna Social**

Uma proposta ousada de adaptar o conceito de coluna social tradicional onde o espaço é utilizado para promover a elite da sociedade. Andando nas ruas da cidade, facilmente nos deparamos com comerciantes de rua, pessoas comuns, que não participam da inclusão social através dos *flashs* das camadas mais elevadas. Essas pessoas devem ser enxergadas.

A idéia é fazer sempre um ensaio fotográfico, com temáticas diferentes mostrando pessoas comuns. A Lacuna Social é um espaço reservado aos atores sociais que formam a grande massa da sociedade e tem como intuito mostrar a realidade sem denegrir a imagem das personagens.

### **Já pra rua**

Espaço para divulgar a agenda cultural, valorizando eventos que não possuem espaço na mídia.

### **Impulso**

Nessa sessão, a atividade física vista por uma nova proposta. O objetivo é mostrar o esporte como um agente de integração entre a saúde, a mente e a natureza.



## **Brincantes**

Para valorizar a cultura local, deve-se antes de tudo apoiar e divulgar o trabalho dos artistas da terra. Por isso, nessa sessão mostra-se o que o RN tem de melhor em termos de produção cultural e artística. Além de ajudar a quebrar o mito de que o potiguar só valoriza o que é de fora e que não possui identidade cultural.

## **Cesta Básica**

Espaço destinado para sugestões de livros – Letras com Café, filmes – Na Película, cds – Sonomatopéia, *blogs* - Liberdade Digital. Podendo haver acréscimo de outras subcategorias.

## **Colunas do Papo**

Sessão de colunas sobre temas variados. Esse espaço conta com a ajuda de colaboradores convidados.

## **Meu Ambiente**

Atualmente o meio ambiente é um tema muito abordado nos meios de comunicação devido aos efeitos do aquecimento global que já estão sendo presenciados ao redor do mundo. Aqui procuramos destacar às questões ambientais do Estado dando visibilidade às discussões dos problemas e as soluções propostas por entidades e pessoas que trabalham em prol da conservação do meio ambiente

## **Aspectos operacionais**

Essa distribuição favorece uma melhor divisão do conteúdo. Alguns desses tópicos terão um destaque maior, como é o caso dos espaços: Entre Vistas, Lacuna Social e Andança. Além dessas sessões o veículo abriga serviços de utilidade pública como previsão do tempo e tábua de maré. Para a execução de algumas das sessões, contamos com a ajuda de colaboradores que escrevem para o *site*.



## **6 CONSIDERAÇÕES**

A situação do meio ambiente no globo nos desafia a preservar os recursos naturais e ao mesmo tempo, possibilitar um desenvolvimento social mais justo, permitindo que as sociedades humanas atinjam uma melhor qualidade de vida em todos os aspectos. A necessidade de consolidar novos modelos de desenvolvimento na nossa cidade exige a construção de alternativas de utilização dos recursos, orientada por uma racionalidade ambiental e uma ética de solidariedade. Estamos tentando levar para a população através da mídia digital a informação como forma de consciência social.



## REFERÊNCIAS

- AMARAL, M.; *Jornalismo Popular*. 1ª ed. São Paulo: Contexto, 2006 – (Coleção Comunicação).
- ATLAN, H.; *Entre o Cristal e a Fumaça: Ensaio sobre a organização do ser vivo*. Rio de Janeiro: Zahar, 1992.
- FERRARI, P. *Jornalismo Digital*. 3ª ed. São Paulo: Contexto, 2006 – (Coleção Comunicação).
- MELLO, Reynaldo França Lins de (1999). *Em busca da sustentabilidade da organização antropológica através da reciclagem e do conceito de auto-eco-organização*. Curitiba, UFPR (Dissertação).
- MORIN, E.; *Introdução ao Pensamento Complexo*. Lisboa: Instituto Piaget, 1995.
- MORIN E.; **O método I**: A natureza da natureza. Portugal: Publicações Europa-América. \_\_\_\_ (S/d). **O método II**: a vida da vida. Portugal: Publicações Europa-América. (S/d)
- MORIN, E.; *Sete Saberes para a Educação do Futuro*, Os. 2ª Ed. São Paulo: Editora Cortez, 2000.
- SCALZO, M.; *Jornalismo de Revista*. 3ª ed. São Paulo: Contexto, 2006 – (Coleção Comunicação).
- FUNDAÇÃO GAIA, <http://www.fgaia.org.br/> acesso em junho e julho de 2007.
- GREEN PEACE <http://www.greenpeace.org/brasil/> acessado em maio, junho e julho de 2007.



ANEXO 1

Layout

[www.jerimumnopapo.com.br](http://www.jerimumnopapo.com.br)

**Jerimum no Papo**

Carverna do Mal

Diga af | Andança | Entre Vistas | NAcapiTAL | Lacuna Social | Bucho Cheio | Impulso | Brincantes | Bom Proveito | Meu Ambiente

**:: Matéria Principal**

 non non on onon ononono  
 no no no no no nnonono-  
 non nonononononononono  
 nonononon non nononon  
 nononon nonon nonon  
 nononon nonononon  
 nonononon nonononon

**:: Matéria X**

 Texno no no no non o non nonono  
 Texno no no no non o non nonono  
 Texno no no no non o non nonono  
 [Leia Mais ]

**:: Matéria X**

 Texno no no no non o non nonono  
 Texno no no no non o non nonono  
 Texno no no no non o non nonono  
 [Leia Mais ]

**:: Título**  
 nonon no nno non nononono-  
 non nononononononononono

**:: Título**  
 nonon no nno non nononono-  
 non nononononononononono

**:: Título**  
 nonon no nno non nononono-  
 non nononononononononono

**:: Título**  
 nonon no nno non nononono-  
 non nononononononononono

**:: Título**  
 nonon no nno non nononono-  
 non nononononononononono

**Colunas do Papo**

Escolha a Coluna

**Cesta Básica**

Escolha a Informação

**Já pra Rua**

Escolha o Destino

Banner

Banner

contato@jerimumnopapo.com.br  
 Jerimum no Papo - Todos os direitos reservados

Quem Somos?



## ANEXO 2

Logomarca -

