

*Blog Petcom*¹

Gabriel de Souza OLIVEIRA²
Daniella de Lima e SILVA³
Swenny Azevedo da SILVA⁴
Tiago da Cruz Carvalho CALADO⁵
Victor Corrêa da COSTA⁶
Ítala Clay de Oliveira FREITAS⁷
Universidade Federal do Amazonas, Manaus, AM

RESUMO

O *Blog Petcom* procura funcionar como um ambiente comunicacional em que bolsistas e voluntários do programa possam experimentar práticas de redação e comunicação colaborativa, fazendo uso das possibilidades do meio da *web*. Além disso, o *blog* almeja se consolidar como ferramenta importante no contexto acadêmico, ao se relacionar intrinsecamente com atividades de ensino, pesquisa e extensão da universidade.

PALAVRAS-CHAVE: *blog*; comunicação; experimentação; Petcom.

1. INTRODUÇÃO

O *Blog Petcom* é um espaço comunicacional dos bolsistas e voluntários do Programa de Educação Tutorial de Comunicação Social (Petcom) da Universidade Federal do Amazonas (Ufam), em que os alunos podem exercitar práticas que vão desde a redação de textos jornalísticos e não-jornalísticos à produção de vídeos e fotos, além de outras experimentações.

Criado em 1979, o PET (Programa de Educação Tutorial) é um projeto vinculado à Secretaria de Ensino Superior (Sesu), em que grupos de alunos de graduação desenvolvem atividades de ensino, pesquisa e extensão sob a orientação de um professor tutor. O PET Comunicação (Petcom) foi criado em 1988, pelo Prof. Dr. Walmir Albuquerque, e

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na categoria Rádio, TV e Internet, modalidade *Blog* (avulso).

² Aluno líder do grupo, estudante do 6º semestre do Curso de Jornalismo e integrante do Programa de Educação Tutorial de Comunicação Social (Petcom). E-mail: gaabriel.oliveira92@gmail.com

³ Estudante do 4º semestre do Curso de Jornalismo e integrante do Programa de Educação Tutorial de Comunicação Social (Petcom). E-mail: daniellacoriolano16@gmail.com.

⁴ Estudante do 8º semestre do Curso de Relações Públicas e integrante do Programa de Educação Tutorial de Comunicação Social (Petcom). E-mail: swennyazevedo@gmail.com.

⁵ Estudante do 4º semestre do Curso de Relações Públicas e integrante do Programa de Educação Tutorial de Comunicação Social (Petcom). E-mail: tiagocalado94@gmail.com.

⁶ Estudante do 4º semestre do Curso de Jornalismo e integrante do Programa de Educação Tutorial de Comunicação Social (Petcom). E-mail: vikthorcosta@gmail.com.

⁷ Orientadora do trabalho, professora do Curso de Jornalismo e tutora do Programa de Educação Tutorial de Comunicação Social (Petcom). E-mail: iclayfreitas@hotmail.com.

encontra-se hoje sob a tutoria da Prof.^a Dr.^a Ítala Clay de Oliveira Freitas. O programa conta com bolsistas e voluntários dos cursos de Jornalismo e Relações Públicas, além de eventuais colaboradores.

Em abril de 2011, foi criado o *Blog Petcom*, com o objetivo de gerir um *blog* de notícias editado pelos petianos, a fim de torná-lo uma fonte de informação para os alunos dos cursos de Comunicação Social e dos demais grupos PET. Afinal, como as pesquisadoras Amaral, Montardo e Recuero bem definem, “o *blog* é mais do que uma ferramenta de publicação caracterizada pelo seu formato: é uma ferramenta de comunicação, que é utilizada como forma de publicar informações para uma audiência.” (Amaral; Montardo; Recuero, 2009, p. 31)

Nesse sentido, desde sua criação, o *blog* já passou por algumas reformulações de *layout* e conteúdo, a fim de se consolidar como um ambiente comunicacional dentro da universidade, exercendo um papel importante dentro do tripé acadêmico de ensino, pesquisa e extensão. A mais recente mudança ocorreu em junho de 2013, quando o *blog* mudou de sua plataforma anterior (o *Blogger*) para o *Wordpress*, uma ferramenta popular na criação e desenvolvimento de *blogs*, e adotada principalmente por quem almeja um *blog* mais profissional e com maiores recursos diferenciais. Com a migração do *Blogger* para o *Wordpress*, o *blog* também adotou um novo visual, mais atrativo e dinâmico.

O resultado tem sido positivo desde a mudança de plataforma: desde o dia 21 de junho de 2013, quando o *blog* passou a estar disponível via *Wordpress*, o Blog Petcom já teve cerca de 50 mil visualizações, mantendo sua média de visitas diárias. Esse resultado, somado ao índice anterior, indica um total de quase 100 mil visualizações do *blog* desde sua primeira reformulação, em 2012⁸.

2. OBJETIVO

O Blog Petcom tem como objetivo não apenas funcionar como uma oficina de práticas comunicativas aos integrantes do grupo, mas proporcionar a eles um ambiente comunicacional e colaborativo onde eles também possam exercitar uma postura crítica e reflexiva. Além disso, o *blog* procura funcionar como espaço de ensino e aprendizagem, ao

⁸ Dados coletados através da ferramenta *Google Analytics*, serviço gratuito oferecido pelo Google que recolhe estatísticas de visitação de *sites* cadastrados a cada exibição, de forma que os donos e *webmasters* possam usar esses dados para otimizar seu site de acordo com seu público-alvo. Estatísticas do Blog PETCOM recolhidas no dia 16/03/2014, às 16h13.

passo que estimula e divulga atividades relacionadas ao tripé acadêmico do ensino, pesquisa e extensão.

3. JUSTIFICATIVA

Ao dispor do *Blog Petcom* como um espaço comunicacional de aprendizagem e experimentação, os membros do grupo podem exercitar a produção de textos de diferentes gêneros, desde matérias com teor jornalístico a crônicas, e até mesmo outras práticas, como videorreportagens, fotografias e *podcasts*. Em tempos de comunicação digital, esse tipo de experiência é importante para os estudantes que, independentemente de serem de Relações Públicas ou de Jornalismo, serão comunicadores, e deverão pensar em como trabalhar com as possibilidades oferecidas pelo ambiente virtual. Ao comentar sobre *blogs* e seu papel no planejamento comunicacional de corporações, por exemplo, a pesquisadora Carolina Terra frisa a importância desse aprendizado:

Conciliar cultura e conhecimento geral com o domínio ou, pelo menos, o entendimento de novas tecnologias digitais são exigências dos profissionais de comunicação do futuro. Além disso, características como domínio multimídia (da linguagem de várias mídias) e unificação de multimeios em informação e comunicação são importantes para quem inclui o ferramental *web* em seus planejamentos. (TERRA, 2007, p. 82)

Além disso, o *Blog Petcom* também desempenha um papel de relevância frente à comunidade acadêmica como um todo, no momento em que evidencia o tripé acadêmico do ensino, pesquisa e extensão. Isso acontece através de postagens que refletem diretamente o ensino de determinadas disciplinas, ou que se relacionam com atividades de pesquisa e extensão. Nesse sentido, o *blog* funciona como espaço de extensão e reafirmação das práticas e teorias estudadas na sala de aula, além de também ser uma vitrine do que é produzido dentro do próprio *Petcom* nesse contexto.

Assim, o *blog* também pode ser visto como o que Amaral, Montardo e Recuero definem como “artefato cultural”: “um repositório vivo de significados compartilhados produzido por uma comunidade de ideias” (Shah, 2005, apud Amaral; Montardo; Recuero, 2009, p. 31). Conforme essa definição, “*blogs*, se observados enquanto artefatos culturais, podem revelar diferentes ideias de por que as pessoas blogam e quais são os motivos do meio – ciberespaço – que eles herdaram” (Shah, 2005, apud Amaral; Montardo; Recuero, 2009, p. 32). Logo, ao prezar por conteúdos de interesse dos alunos de Comunicação Social

e outros estudantes da Universidade Federal do Amazonas, o *blog* ganha um papel de relevância acadêmica e cultural.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Como já mencionado anteriormente, o Blog Petcom migrou para a plataforma *Wordpress* em junho de 2013. A mudança foi motivada pelo bom índice de acessos do *blog*, e o desejo de experimentar uma ferramenta que, embora ainda seja simples e intuitiva, é mais complexa e profissional que o *Blogger*, por exemplo. Afinal, o *Wordpress* oferece vantagens como o total controle do *site* e total possibilidade de personalização, fácil otimização e a disponibilidade de *plugins* para uso.

A migração de plataforma também implicou em uma nova mudança de *layout*, baseada em conceitos de arquitetura de informação, definida por Toub (2000) como “a arte e a ciência de estruturar e organizar ambientes de informação para ajudar as pessoas a satisfazerem suas necessidades de informação de forma efetiva”. Em termos mais práticos, podemos dizer que se trata da estruturação dos objetos na página inicial e demais páginas. Para tanto, procurou-se aplicar preceitos como facilidade de navegação, utilização eficiente, padrão de cores e gráficos, usabilidade e atratividade, conforme definidos por Morville; Rosenfeld (1998). Com esses requisitos em mente, optou-se por um modelo de *layout* chamado *Gonzo*, e fez-se as adaptações necessárias para o Blog Petcom, como, por exemplo, o uso de cores que remetem a logo do programa. O resultado mostrou-se eficiente e dinâmico, dando um visual mais atraente ao blog.

Além disso, considerando que o desenvolvimento desse produto deve ser contínuo, os petianos discutem frequentemente os rumos do Blog Petcom, seja em relação ao conteúdo ou ao seu visual. Com o objetivo de ampliar esse debate à comunidade universitária, em dezembro de 2012, o grupo promoveu o evento *Seminário de Acompanhamento e Avaliação do Blog Petcom*, que se constituiu como um procedimento metodológico fundamental para pensar as mudanças feitas no decorrer do ano de 2013.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O Blog Petcom está disponível no endereço eletrônico <www.petcomufam.com.br>, e é atualizado frequentemente com conteúdo de autoria dos integrantes do grupo, aberto para sugestões e comentários do público, seja através do formulário incorporado às

postagens individuais, seja pela página de contato ou das redes sociais. Atualmente, a estrutura do *blog* consiste em uma barra superior de menu, em que se tem acesso às principais categorias em que as postagens estão organizadas; um *slideshow* dinâmico que mostra as postagens destacadas; os *posts* mais recentes vêm logo abaixo, divididos em duas colunas; e uma barra lateral, em que se tem acesso a um campo de pesquisa, integração com as mídias sociais do Petcom, arquivo do blog e, em destaque, uma espécie de vitrine dos outros produtos desenvolvidos pelo grupo. Na imagem abaixo, pode-se ver a página principal do blog.

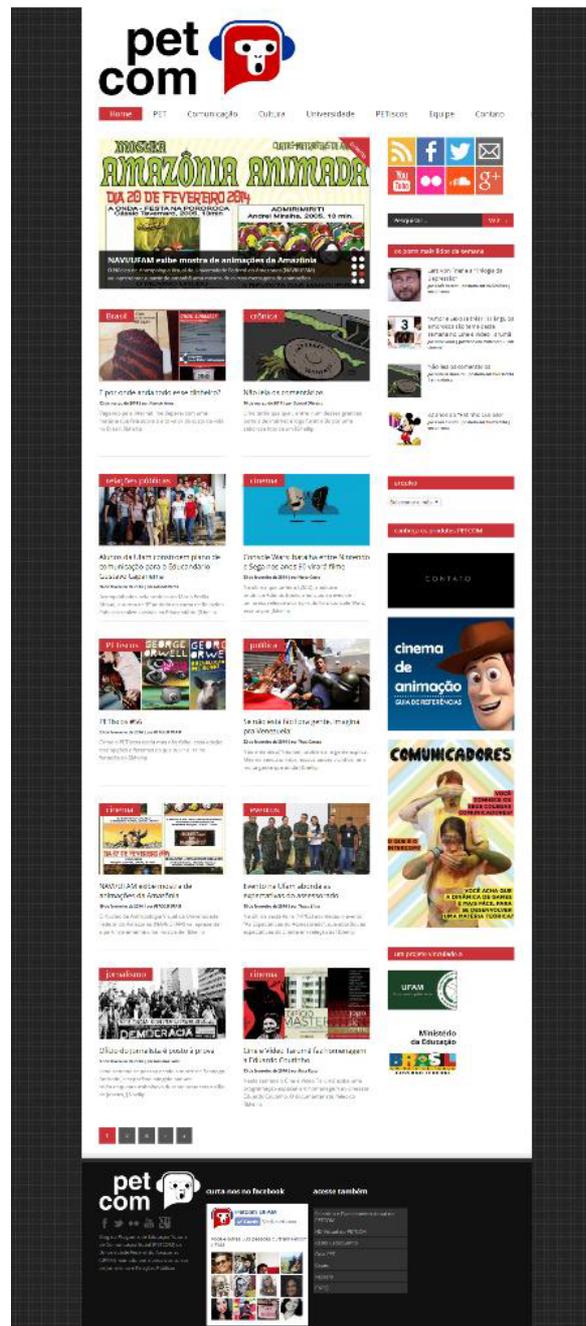


Imagem 1. Layout da página principal do Blog Petcom.

Além disso, uma das vantagens trazidas pela mudança de plataforma e *layout* foi que o visual escolhido trata-se de um *design* responsivo, que se adapta ao tamanho das telas de dispositivos móveis, como *tablets* e *smartphones*. Isso é um fator importante quando se pensa na mobilidade cada vez maior dos meios digitais. Pensando também na socialização das informações, o Blog Petcom se insere também nas redes sociais, como o *Facebook* e o *Twitter*, em que compartilha conteúdos do *blog* e outras informações extras, e procura interagir com seu público.

Já em relação ao conteúdo, como já reforçado anteriormente, o *blog* se relaciona com ensino, pesquisa e extensão, e busca proporcionar aos alunos que produzem conteúdo para o *site* a possibilidade de explorarem o ambiente virtual. Afinal, como Arlindo Machado bem afirma, ao ser citado por Márgda Cunha, o discurso na comunicação digital deve ser feito de forma integrada:

Machado (2002:109) entende que a novidade introduzida pela informática está justamente na possibilidade que ela abre de fundir num único meio e num único suporte todos os outros meios e de invocar todos os sentidos, pelos menos os mais desenvolvidos no homem. Mas ela o faz de uma forma integrada, de modo que textos escritos e oralizados, imagens fixas e em movimento, sons musicais ou ruídos, gestos, toques e toda sorte de respostas corporais se combinam para constituir uma modalidade discursiva única e holística. A informática nos impõe, portanto, o desafio de aprender a construir o pensamento e expressá-lo socialmente através de um conjunto integrado de meios, através de um discurso áudio-tátil-verbo-moto-visual, sem hierarquias e sem a hegemonia de um código sobre os demais. (CUNHA, p. 141)

Esse é o desafio para a produção de conteúdo para o Blog Petcom, e é um princípio que já pode ser observado em várias das 649 postagens já publicadas⁹. Um bom exemplo é a cobertura colaborativa do Festival Alimenta Dança¹⁰, realizado em setembro de 2013, que envolveu vários alunos da equipe se revezando nos dias de evento. O grupo buscou fazer pleno uso das ferramentas da *web*, produzindo alguns textos curtos e informativos e outros mais profundos e reflexivos, vídeos com entrevistas e momentos de destaque do evento, galerias de fotos e entrevistas em áudio. A página no *Facebook* também foi essencial para ajudar a repercutir esse conteúdo e também servir como suporte de extras como pequenos vídeos publicados no momento do evento, fazendo valer a questão da rapidez da informação na *web*. Essa experiência permitiu aos integrantes do grupo uma vivência de

⁹ Dados atualizados referentes ao dia 12 de março de 2014, segundo o painel do *Wordpress*.

¹⁰ As postagens referentes à cobertura do festival podem ser vistas aqui: <<http://petcomufam.com.br/tag/festival-alimenta-danca>>.

jornalismo cultural e de produção para a *web* que reforça práticas aprendidas na sala de aula.

Cumprindo seu papel acadêmico, o *blog* também põe em discussão o ensino, através de postagens como entrevistas com professores sobre temas relevantes e atuais¹¹, matérias sobre eventos e atividades realizadas pelos outros alunos¹² e produções dos petianos feitas dentro da própria sala de aula, e que poderiam ficar esquecidas e confinadas à universidade se não fosse pelo espaço dedicado no *blog* a divulgá-las¹³.

Nesse contexto, o Petcom também divulga seus próprios produtos: é o caso da primeira edição da *Revista Comunicadores*, um produto institucional¹⁴, o livro digital *Cinema de Animação – Guia de Referências*¹⁵, que está diretamente ligado ao ensino, e o vídeo experimental *Contato*¹⁶, produzido para o *Human Connection Project* – no caso desse último, vale destacar também que o processo de construção do vídeo foi todo registrado no *blog*¹⁷, levando-o a servir até mesmo como referência no *blog* oficial do projeto, onde esse conteúdo foi incorporado¹⁸.

Ainda em relação ao conteúdo, expandindo o âmbito do *blog* e permitindo aos alunos a experimentação e prática, surgem também outras produções, como é o caso de crônicas¹⁹, textos reflexivos e opinativos²⁰, experiências colaborativas, como é o caso da

¹¹ Um exemplo é a entrevista realizada com a professora, jornalista e pesquisadora Mirna Feitoza Pereira, publicada em duas partes. A primeira parte está disponível no link <<http://petcomufam.com.br/2013/10/bate-papo-com-mirna-feitoza-web-universidade-novo-momento-do-jornalismo-parte-1.html>> e a segunda em <<http://petcomufam.com.br/2013/10/bate-papo-com-mirna-feitoza-web-universidade-novo-momento-do-jornalismo-parte-2.html>>.

¹² Alguns exemplos são as matérias como a do Educandário Gustavo Capanema (<http://petcomufam.com.br/2014/02/alunos-do-8o-periodo-da-ufam-trabalham-para-construir-plano-de-comunicacao-para-o-educandario-gustavo-capanema.html>), *Contos Sonoros* (<http://petcomufam.com.br/2014/01/contos-sonoros-uma-experiencia-em-podcast.html>) e a série especial sobre o Intercom 2013 (<http://petcomufam.com.br/category/comunicacao/intercom>).

¹³ Alguns exemplos são a reportagem *Jornalismo cidadão: porque a pirâmide invertida não é mais o suficiente* (<http://petcomufam.com.br/2013/11/jornalismo-cidadao-porque-a-piramide-invertida-nao-e-mais-o-suficiente.html>), a entrevista *Joaquim Marinho: 70 anos respirando cultura* (<http://petcomufam.com.br/2013/11/joaquim-marinho-70-anos-respirando-cultura.html>) e as séries especiais de *Audiodocumentários* (<http://petcomufam.com.br/category/especiais/audiodocumentarios>), *Personagens da Ufam* (<http://petcomufam.com.br/category/especiais/personagens-da-ufam>) e *Contos de Poe* (<http://petcomufam.com.br/category/especiais/contos-de-poe>).

¹⁴ Disponível no link <<http://petcomufam.com.br/2013/06/leia-a-primeira-edicao-da-revista-comunicadores.html>>.

¹⁵ Disponível no link <<http://petcomufam.com.br/2013/06/conheca-o-livro-digital-cinema-de-animacao-guia-de-referencias.html>>.

¹⁶ Disponível no link <<http://petcomufam.com.br/2014/01/human-connection-project-contato.html>>.

¹⁷ As postagens podem ser vistas aqui: <<http://petcomufam.com.br/tag/human-connection-project>>.

¹⁸ As referências do blog oficial do Human Connection Project podem ser encontradas aqui (<http://humanconnectionproject2013.wordpress.com/2013/08/20/ufam-5/>) e aqui (<http://humanconnectionproject2013.wordpress.com/2013/08/05/ufam/>).

¹⁹ As crônicas produzidas para o blog podem ser encontradas aqui: <<http://petcomufam.com.br/category/cronica>>.

²⁰ Alguns exemplos de postagens nesse estilo são *Ofício do jornalista posto à prova* (<http://petcomufam.com.br/2014/02/oficio-do-jornalista-e-posto-a-prova.html>) e *Consciência de quê?* (<http://petcomufam.com.br/2013/11/consciencia-de-que.html>).

coluna semanal *PETiscos*²¹, e até mesmo matérias que poderiam ser meramente factuais, mas que se beneficiam pela individualidade e autoria dos alunos²².

6. CONSIDERAÇÕES

Como se pode notar pela sua extensa produção, o *Blog Petcom* se constitui como um espaço de ensino e aprendizagem, desempenhando assim um papel relevante para a prática dos estudantes de Comunicação Social, que podem experimentar e exercitar práticas comunicativas – vale lembrar que, embora com liberdade de escolha de temas, o trabalho é feito também sob a orientação de uma tutoria. O *blog* é, atualmente, o principal produto da equipe, e a intenção é de que esse canal com o público seja aprimorado continuamente.

Percebe-se também como o *blog* é capaz de ir além do seu papel de oficina e se tornar efetivamente um ambiente comunicacional, uma vez que o *blog* reflete a produção do PET e da academia, e se possibilita a discussão sobre esse espaço físico através de um meio virtual, em que pode haver interação e comunicação com o público, seja pela própria plataforma do *blog* ou pelas redes sociais em que ela está inserida. O desafio agora é consolidar esse espaço e exercitar cada vez mais as práticas de comunicação que o meio oferece.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, Adriana; MONTARDO, Sandra; RECUERO, Raquel. Blogs: mapeando um objeto. In: AMARAL, Adriana; MONTARDO, Sandra; RECUERO, Raquel (org.). **Blogs.com: estudos sobre blogs e comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009. Disponível em: <<http://www.sobreblogs.com.br/blogfinal.pdf>> Acesso em: 5 dez. 2012.

ARAÚJO, Artur Vasconcellos. **A notícia que é notícia: o blog jornalístico**. Disponível em: <<http://penta3.ufrgs.br/PEAD/Semana01/conceito.pdf>> Acesso em: 5 dez. 2012.

CUNHA, Mágda. Os blogs e a prática do jornalismo no Brasil: uma reflexão sobre os meios, as linguagens e a cultura. **Revista PRISMA.COM**, Centro de Estudo das Tecnologias e Ciências da Comunicação, n. 3, p. 130-147, 2006. Disponível em: <<http://revistas.ua.pt/index.php/prismacom/article/view/625>> Acesso em: 12 mar. 2014.

MORVILLE, Peter; ROSENFELD, Louis. **Information architecture for the world wide web**. [S.l.]: O'Reilly, 2006.

TERRA, Carolina Frazon. **Comunicação corporativa digital: o futuro das relações públicas na rede**. 2007. 173 f. Dissertação (Mestrado em Relações Públicas) – Escola de

²¹ As postagens da coluna *PETiscos* podem ser encontradas aqui: <<http://petcomufam.com.br/category/colunas/petiscos>>.

²² Um exemplo é a matéria produzida sobre o evento *Música no Espaço* (<http://petcomufam.com.br/2014/01/x-edicao-da-serie-guarana-apresentou-espetaculo-musica-no-espaco.html>).

Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-02072007-144237/pt-br.php>> Acesso em: 12 mar. 2014.

TOUB, Steve. **Evaluating information architecture**: a practical guide to assessing web site organization. Argus Associates, Inc., 2000. Disponível em: <http://argus-acia.com/white_papers/evaluating_ia.pdf> Acesso em: 1 dez. 2012.