

Blog Academia Manfight¹

Fabio Alexandre de Vasconcelos PEREIRA²
Liliana Rodrigues da SILVA³

Faculdade Martha Falcão/DeVry, Manaus, AM

RESUMO

Esse trabalho tem como objetivo explicar como foi desenvolvido o Blog da Academia Manfight, através de uma análise sobre a comunicação desta instituição com seus membros e com os possíveis interessados em ingressar na academia. O blog em questão já existia, porém havia muitos problemas de comunicação que foram solucionados com novas ideias, resultando num produto totalmente novo. Essa foi a forma usada para atender uma solicitação da matéria de multimídia, onde apresentou-se o posicionamento da Academia Manfight frente as novas mídias.

PALAVRAS-CHAVE: Manfight; academia; multimídia; blog; ciberespaço.

1 INTRODUÇÃO

A academia de jiu-jitsu Manfight, fundada em 2003, pelo professor Almério Augusto, afiliada a Associação Monteiro de Jiu-jitsu, possui um grande número de atletas que participam dos campeonatos locais da modalidade, sempre ganhando muitos títulos dentro e fora do estado do Amazonas. Entre seus membros encontram-se atletas de todos os níveis sociais, faixas etárias e escolaridade. Existe uma grande deficiência quanto à comunicação entre os membros da instituição, a academia e o público geral. Entre as principais atividades que a academia gostaria de informar e tornar público, além dos treinos da equipe, está a participação e desempenho dos alunos nos campeonatos e a interação com outras filiais da Associação Monteiro.

Alguns canais já tentaram suprir essa necessidade, porém poucos com sucesso. Muitas vezes as informações referentes à academia são perdidas e nenhum dos canais usados até o momento tem um caráter profissional, o que afasta possíveis patrocinadores ou interessados em participar dos treinos. Muitas vezes a falta de uma centralização oficial das informações pertinentes acaba por causar um ruído na comunicação.

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Rádio, TV e Internet, na modalidade RT – 07 Website (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º período da FMF/deVry, email: fabioalex@tape.com.br.

³ Orientador do trabalho. Professor FMF/DeVry, email: lilianerodrigues86@gmail.com

A academia também possui interesse em abrir uma pequena loja de itens personalizados: camisetas, adesivos, *squeezes*, *pach*, etc.

Do ponto de vista da comunicação, ter um blog atualmente é forma mais dinâmica de divulgar organizadamente vários assuntos em torno de uma marca, usando vários tipos de mídia (vídeos, áudios, textos). Diferente de um site estático, um blog permite que seu administrador (ou administradores) possa atualizar de forma constante a página sem grande conhecimento técnico. Quanto a interação com o público, ele permite saber instantaneamente a opinião de seus leitores, conhecer quais as postagens que atraem mais o público, e saber o índice de visitação. Apesar de uma página no Facebook fornecer essas mesmas vantagens, na questão organização o blog se destaca com seus vários filtros e marcadores que podem dividir as postagens por assunto, datas, tipo de mídia usada, etc.

2 OBJETIVO

Criar um novo blog, integrando alguns dos canais já existentes, usando recursos de multimídia a fim de aumentar a visibilidade por meio de notícias relacionadas ao mundo da luta, e assim divulgando os produtos da academia, e buscando novos alunos e patrocinadores.

3 JUSTIFICATIVA

Vivemos numa época na qual todos são interligados de alguma forma, graças a internet e as ferramentas que surgiram depois. A cultura que vivemos hoje, a cibercultura, reflete o nosso comportamento perante as novas tecnologias de informação, através das quais cada um é alguém na internet, agindo de uma forma, tendo uma opinião, vendo certos assuntos, formando laços sociais, e principalmente querendo modificar o meio em que vive a cada momento, tornando-se um ator social.

Os atores são o primeiro elemento da rede social (...). Trata-se das pessoas envolvidas na rede que se analisa. Como parte do sistema, os atores atuam de forma a moldar as estruturas sociais, através da interação e da constituição de laços sociais. (RECUERO 2009. P.25)

É necessário lembrar que esse laço social entre academia e alunos já existe no mundo real, e que se busca é que a Manfight possa criar novos laços sociais além de reforçar os já existentes. Mas para usar o ciberespaço para tal finalidade, é preciso primeiro que a academia tenha relevância nesse mundo, pois não basta ter seu posicionamento somente no mundo real, sua atuação também precisa ficar bem definida no virtual. Assim

ambos, real e virtual, compõem somente um ambiente, no qual assuntos tratados no plano físico acabam influenciando o eletrônico, e vice-versa.

O que se pode conferir para além das possíveis divergências do que se constitui o ciberespaço é que o mesmo não se resume a internet. Nesse sentido, podemos afirmar que a rede mundial corresponde a uma parte constituinte do ciberespaço. Uma parte importantíssima, que sem sombra de dúvida atualiza para o cidadão a dinâmica do espaço cibernético. É a internet que apresenta para os olhos e mouse dos usuários mundiais, de certa forma, através de interfaces, sites, chats, e outras diversas dinâmicas, uma janela de entrada no ciberespaço. (LEMOS, PALACIOS 2001. P.129)

E é através desse espaço, que chamamos de ciberespaço, que a academia vai interagir outras pessoas, através de textos, imagens, sons, etc. Essa interação muitas vezes sairá do virtual partindo para real. É uma forma das pessoas conhecerem a Manfight por meio do ciberespaço, e criando laços através do estímulo sensorial de seus sentidos.

É possível comunicar-se de inúmeras maneiras, sempre estimulando um ou mais dos sentidos. A multimídia por meio dos recursos existentes no computador e em um ambiente hipertextual facilita esta comunicação, estimulando artificialmente os sentidos da visão, da audição, com determinados periféricos até mesmo o tato e o olfato... em breve quem sabe o paladar. (BARTOMEU 2010. P.40)

Mas qual seria essa ferramenta capaz de agregar tantos recursos, afim de centralizar nossos esforços? Segundo Cláudia Sardinha, autora do blog Tecnologia Outonal, tanto um site quanto um blog podem ser usados como instrumento de publicidade, possuindo vários aspectos em comum, com uso de hipertexto, distribuição de informações, e podem falar sobre muitos assuntos. Entre as principais diferenças que o blog possui é a atualização constante de conteúdo, além da possibilidade do leitor poder comunicar-se diretamente pelo blog, expressando a sua opinião, visto que nos sites usuais essa comunicação é feita via e-mail ou com uso de formulários. Assim fica claro que um blog é a ferramenta ideal para que haja essa convergência de recursos midiáticos.

O primeiro blog da academia Manfight não era atualizado com frequência, e muitas das informações não recebiam o devido tratamento. As próprias postagens antigas não seguiam o conceito de convergência de mídias: eram postagem só com fotos ou vídeos, não havia um texto explicando do que se tratavam.

Os sinais de áudio, vídeo e dados, que antes eram tratados e processados independentemente, passaram, com a digitalização, a integrar um mesmo sistema de dados com capacidade infinitamente maior de difusão, sem perda de qualidade. (ALVES, FONTOURA, ANTONIUTTI 2008, s/p)

Buscou-se para o novo blog, abrir postagem para outros temas relacionados ao jiu-jitsu, usando todos os recursos de multimídia que fossem pertinentes, tornando assim as postagens mais atraentes para o público em geral, aumentando as visitas e ao mesmo tempo a visibilidade da academia e dos seus produtos.

O experimental permitiu a aproximação de diferentes suportes para a comunicação, possibilitando as mais diferentes formas de leituras, compreensões e percepções, reforçando o diálogo entre o meio e a mensagem. (BARTOMEU 2010. P.38)

Assim percebe-se que não basta mostrar uma foto, se não escreve-se do que se trata a foto. Assim não cria-se conexões entre a academia e outras pessoas, e não haverá relevância alguma dessa foto no ciberespaço. A mensagem tem que ser percebida de várias formas, uma marca e os valores que a acompanham tem que permitir uma grande variedade de formatos, para que possa ser mais bem compreendido, e até ganhar destaque.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O blog foi desenvolvido na plataforma oferecida pelo site blogspot.com. Para usar as ferramentas disponíveis foi feita uma leitura dos tutoriais disponíveis no próprio Blogspot (ou Blogger, nome atual do serviço disponibilizado pela Google), usando um processo experimental em cada função.

Algumas opções disponíveis pelo serviço podem ser personalizadas usando o código HTML. Assim procurou-se conhecer primeiro do que se tratava esse código, e como ele poderia ser usado para melhorar o blog. Nesse ponto foram usados vários tutoriais disponíveis pelo Youtube que ensinam como usar esse código no blog.

As imagens da estrutura principal foram feitas no programa de edição Adobe Photoshop.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A professora Liliana Rodrigues pediu o para fosse feito um blog como forma de avaliar os conceitos ensinados na disciplina Multimídia. O primeiro passo seria escolher um cliente (fictício ou não), que nesse caso foi a Academia Manfight.

Com o cliente definido, ocorreu em sala de aula uma curta oficina de como desenvolver o blog usando a plataforma Blogspot. Nessa oficina foi explicado que primeiro seria necessário uma conta no Gmail para usar o serviço e administrar o blog, e depois seria necessário escolher um endereço para o blog. A conta fabioalex.vp@gmail.com foi usada para administrar o blog, e o domínio (endereço) manfightbjj.blogspot.com.br foi reservado para o novo blog.

A partir desse ponto, o aprendizado foi experimental, lendo calmamente as opções e tutoriais do serviço e aplicando no blog. O próximo passo era escolher o modelo de layout que o blog seguiria. O Blogspot possui cerca de 30 modelos, divididos em categorias (Simples, Dinâmicos, Espetacular, etc.), que podem ser seguidos ou apenas servir de base. Foi escolhido um modelo da categoria Simples visto que esses possuíam maior variedade de personalização. Assim foram modificadas as cores, seguindo o padrão visual da logomarca da academia, e a largura do blog. Vae ressaltar que a marca até então eram em P&B.

Após essas configurações, a atenção foi centrada no banner que ficaria no cabeçalho do blog. Criado no Adobe Photoshop, no banner foi baseado nas cores usadas pela academia na época (preto e branco) e da faixa preta de Jiu-jitsu (preto e vermelho). O Blogspot possui uma opção de visualização específica para mobiles, porém percebeu-se que essa poderia limitar a navegação no blog, impossibilitando os recursos de multimídia que se desejava. Assim optou-se por usar a mesma navegação utilizada em desktops. Devido a isso a largura do blog foi reajustada várias vezes, ocasionando a modificação da largura do banner em vários momentos durante o processo. Assim observou-se que a largura ideal seria de 930 pixels, possibilitando uma boa visualização em ambas as plataformas (smartphones, tabletes e desktops) e possibilitando maior possibilidade de visualização no ciberespaço.

A partir de então foram criadas páginas fixas para o blog: uma para informar a localização da academia, uma de produtos, uma com o resumo da história da academia e outra com os horários dos treinos. O atalho para essas páginas foram colocados no menu principal, junto com atalhos para as redes sociais da academia (Facebook e Instagram), um para o site do patrocinador, outra que disponibilizava arquivos da academia para download, e uma para o antigo blog que foi mantido para reaver a memória da equipe visto que muitos atletas mantinham um forte laço com as fotos e vídeos antigos da academia.

O menu principal foi criado diferente, pois ele não é um conjunto simples de botões, sendo mais semelhante a capa de um jornal, pois cada atalho possui um pequeno título, uma

imagens ilustrativa e uma pequena descrição. Assim o leitor do blog saberia do que se trata aquele atalho lendo e vendo e se envolvendo um pouco mais do que se envolveria com um simples botão.

Esse tipo de menu não seria possível seguindo um modelo padrão, porém o Blogspot possui ferramentas que podem ser adicionadas ao layout chamadas de Mini Aplicações, que consiste numa lista variada, sendo a usada no menu a chamada HTML/JavaScript, uma aplicação que abre uma janela com código editável, muito limitado mais eficiente. Usando alguns tutoriais disponíveis na internet, cada atalho no menu é uma mini aplicação formatada em HTML que leva o leitor a uma determinada página. Esse tipo de recurso é o principal exemplo de funcionalidade que seria perdida na versão para mobile usada pelo Blogspot.

A criação do layout do blog teve um esforço concentrado em deixar um visual limpo, com poucos efeitos gráficos. Com atenção especial nas postagens que foram organizadas a esquerda, vistos que assim seriam o primeiro destaque de conteúdo. Para não deixar as postagens extensas, elas foram apresentadas na página principal de forma simples: um título, uma pequena imagem que representaria um ícone para aquele post, e um pequeno resumo com até cinco linhas. Deixando assim a página principal mais agradável. O mesmo padrão foi seguido no menu, mas com um descrição minúscula. Assim as postagens e os atalhos usariam elementos textuais e ilustrativos para que o leitor tivesse um maior envolvimento com o conteúdo.

As postagens jornalísticas iniciais foram retiradas de matérias do site do jornal A Crítica. Essas matérias estavam relacionadas diretamente aos atletas que frequentam a academia, e foi dado o todo crédito necessário, como é feito comumente em outros blogs. Aos poucos foram postados vídeos antigos feitos pelos próprios professores da academia, e principalmente fotos dos eventos e rotinas de treinos da academia.

Como as postagens dos eventos da academia tomaram uma porcentagem grande da audiência do blog, essa atividade acabou por ter um pouco mais de atenção. As fotografias dos eventos eram distribuídas em duas ou mais postagens, e as fotografias eram selecionadas e sempre levavam o endereço do blog, gerando assim um retorno quando usadas pelos leitores do blog.

Mais tarde ficou nítido que as fotografias geravam mais audiência no blog que as próprias matérias, pois nelas estavam os atores do ciberespaço, representados pelos atletas. Assim aqueles momentos que eram vividos somente dentro da academia, e algumas vezes

perdidos, eram revividos no ciberespaço, mostrando que são os membros, e o que é a Manfight, seja no virtual ou no mundo real.

6 CONSIDERAÇÕES

O trabalho realizado serviu para mostrar com é movimentado o dia-a-dia do profissional que trabalha com blogs, principalmente a continua pela busca de conteúdo pertinente, tratando-se de algo que exige uma dedicação muito grande por parte da pessoa que administra o conteúdo.

Academicamente foi útil, pois através desse trabalho foi visto em prática o uso real dos conceitos de multimídia, como uso de atalhos e links no ciberespaço, e pensando em cada informação, escrita ou visual, a fim de cativar os leitores e prender a sua atenção.

Foi interessante também vê como funciona de forma quase orgânica na vida real os conceitos que até então só era lidos nos livros dentro de sala de aula, como o envolvimento dos atores sociais representados no blog pelas fotos e vídeos, e depois compartilhada em outros lugares. Entender de uma vez por todas como funcionam esses laços sociais que algumas vezes eram apenas vistos no mundo real, e como esses mesmos laços foram levados para o virtual.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Marcia Nogueira; FONTOURA, Mara; ANTONIUTTI, Cleide Luciane. **Mídia e produção audiovisual**. Curitiba: Editora Xinpex 2008;

BARTOMEU, João Vicente Cegato. **Criação visual e multimídia**. São Paulo: CIP 2010;

LEMOS, André; PALACIOS, Marcos. **Janelas do ciberespaço, comunicação e cibercultura**. Porto Alegre: Editora Sulina 2001.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Editora Meridional 2009.

SARDINHA, Cláudia. **Qual a diferença entre site e blog?** Blog tecnologiaoutonal.com.br 2009;