



## **Website Revitalização do Parque Zoobotânico<sup>1</sup>**

Luena Mitié Takada BARROS<sup>2</sup>  
Diego da Cruz Paes<sup>3</sup>  
Jéssica de Almeida Francês VASCONCELOS<sup>4</sup>  
Paola Maira Gomes CARACCILO<sup>5</sup>  
Vanja Joice Bispo SANTOS<sup>6</sup>  
Netília Silva dos Anjos SEIXAS<sup>7</sup>  
Universidade Federal do Pará, Belém, PA

### **RESUMO**

O *website* “[Revitalização do Parque Zoobotânico](#)” foi produzido pela equipe do projeto Laboratório de Comunicação Pública da Ciência na Amazônia - Labcom Móvel (MPEG/CNPq), em parceria com a Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Pará. Nele, além da apresentação do projeto de revitalização do centenário espaço, buscou-se mostrar os vários olhares acerca do Parque. A diversidade do conteúdo é mostrada de forma descontraída e multimídia. São textos, fotos, mapa, desenhos, vídeos, áudios e *gifs*, feitos, em sua maioria, com mídias móveis, que descrevem a importância do Parque Zoobotânico do Museu Paraense Emílio Goeldi (MPEG) para a cidade de Belém.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação institucional; comunicação da ciência; jornalismo; linguagem multimídia; mídias móveis.

Os recursos da *web* estão revolucionando as formas de ver e estar no mundo. A virtualização<sup>8</sup> espacial coloca ao alcance de um público vasto e desconhecido um imenso volume de informações, possibilitando o acompanhamento dos acontecimentos e a

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Produção Editorial e Transdisciplinar em Comunicação, modalidade Website (avulso).

<sup>2</sup> Aluna líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Pará, email: luenamitie@yahoo.com.br

<sup>3</sup> Estudante do 3º Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Faculdade Estácio do Pará, e-mail: publicitario@diegopaes.com.br

<sup>4</sup> Bacharel de Comunicação Social – Multimídia, email: jessicabsi@yahoo.com.br

<sup>5</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal do Pará, email: paola.caracciolo@gmail.com.

<sup>6</sup> Coordenadora do Laboratório e Mestre em Comunicação e Cultura Contemporânea (MPEG), email: joicesantos@museu-goeldi.br

<sup>7</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso Comunicação Social da Universidade Federal do Pará, email: netilia.aula@gmail.com.

<sup>8</sup> Nos termos de Lévy (1996), a virtualização é o “momento inverso da atualização”, que, além de uma transposição da realidade, envolve a mudança de identidade do que se torna virtual. O virtual não tem conexão espacial e torna fluidas as dicotomias objetivo *x* subjetivo, privado *x* público, autor *x* leitor, etc. É a passagem a algo heterogêneo e de múltiplos sentidos.



interação entre pessoas e organizações, em tempo real de qualquer parte do mundo que esteja conectada à internet. As possibilidades abertas pela evolução tecno-informacional e a expansão das redes no espaço virtual, conferem aos provedores de conteúdo maior visibilidade e interpretações diversas.

A cultura digital na era da convergência tecnológica está alterando as formas de comunicar: ela rompe as fronteiras entre as telecomunicações, comunicação de massa e informática ao permitir o uso integrado das mídias na internet, o que reforça o poder da informação, mas também exige a reformulação da produção de conteúdos, como aponta Gradim:

Está a convergência de meios e de tarefas, tal como temos vindo aqui a analisar, a alterar os gêneros e a linguagem dos novos *media*? Certamente. Mas antes de mais o que tem vindo a mudar é o público da nova geração (...), a forma como estes lêem nas redes, o tipo de produtos pelos quais têm apetência e a espécie de notícias que preferem consumir. Ora todos estes fatores somados implicarão uma renovação profunda nas formas jornalísticas do futuro, e maneiras diversas de apresentar a informação (GRADIM, s/d, p. 125).

As novas formas de comunicação criam um ambiente propício para as instituições científicas transporem a fronteira entre os produtores de conhecimento científico e a sociedade. A todo tempo emergem ideias criativas para levar informação e promover o diálogo das instituições com a sociedade. É neste cenário que o projeto de Revitalização do Parque Zoobotânico (PZB) do Museu Paraense Emílio Goeldi (MPEG), em Belém (PA), entra na *web*.

O Parque Zoobotânico é uma das bases físicas do Museu Goeldi. Trata-se de uma área verde de 5,2 hectares localizada no centro da cidade, que abriga cerca de 1200 exemplares da fauna e 3040 da flora amazônica. Há 116 anos, oferece lazer e conhecimento científico sobre a natureza e as culturas amazônicas para seus visitantes. Parte da história da cidade de Belém e da região, o Parque é um ícone, lugar de memória dos paraenses, que foi incorporado ao cotidiano da população.

Atualmente, este espaço passa por um extenso processo de revitalização, que vem gerando dúvidas e anseios entre frequentadores do Parque e funcionários do Museu. Ele deve adaptar-se ao conceito de bioparque, isto é, um local onde seja possível observar as relações entre plantas e animais como ocorrem na natureza, em detrimento da exposição tradicional separada destes elementos. Esta integração envolve também o visitante, que terá



a condição de apreender a complexidade do espaço a partir de experiências sensoriais - vendo, ouvindo, cheirando, tocando e degustando-o.

O Parque Zoobotânico reúne não apenas a diversidade de espécies da Amazônia, mas também de História e estórias, de paisagens, de pessoas e memórias. A construção do *website* “Revitalização do Parque Zoobotânico” foi uma resposta a este desafio: apresentar um conteúdo que transmita a diversidade e a natureza destas relações entre o Parque do Museu e as pessoas (que trabalham, visitam ou freqüentam periodicamente), de forma igualmente diversa e acessível.

## **OBJETIVO**

O objetivo do *website* é informar a população sobre o processo de revitalização do Parque Zoobotânico, sua mudança conceitual e as melhorias que a reforma trará, tanto para as espécies animais e vegetais quanto para os visitantes. Mais que isso, é mostrar o que ele representa para a cidade, os benefícios que traz ao seu entorno e os relatos daqueles que vivem o lugar.

## **JUSTIFICATIVA**

O Parque Zoobotânico é um dos principais pontos de educação pública e lazer da população paraense, sobretudo, nos finais de semana. É um espaço lembrado por oferecer tranquilidade e bem estar. Porém, algo que chama a atenção dos visitantes atualmente são construções e reformas de alguns espaços. Além de desagradarem aos olhos e aos ouvidos, algumas obras estão nos viveiros, onde antes havia animais, que são o foco principal dos visitantes. O público ainda desconhece o processo de revitalização do Parque, mas é a quem se dirige, prioritariamente, este novo modo de olhar a biodiversidade.

Além disso, o Parque é o contato do Museu Goeldi com a população. Ele é fonte de pesquisa, educação e melhoria da qualidade de vida para a cidade. Muitos visitantes consideram-no um local agradável, mas não sabem de todos os benefícios que ele oferece.

Para representar virtualmente este espaço físico tão importante, além de algumas de suas funções, foram utilizadas ferramentas multimídia. A linguagem digital permite um encadeamento de informações mais compreensível e atraente; possibilita a convergência de



mídias e a visualização de uma gama de sentidos sobre um espaço que está em constante transformação.

## MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Pensar em conteúdo para *web* implica atender alguns pontos descritos por Palácios (s/d), dos quais três são destacados neste trabalho: multimídia, hipertextualidade e interatividade.

Na produção, deve-se considerar a utilização de várias mídias para informar o usuário. Todavia, é importante que elas estejam integradas. Ferrari (2009, p. 48) aponta que é preciso “sempre pensar em elementos diferentes e em como eles podem ser complementados”. No *website* procurou-se trabalhar os vídeos, imagens, textos e áudios considerando os meios mais adequados para determinada abordagem.

Além disso, houve a preocupação em complementar os conteúdos com materiais distintos, que também abordassem o tema em questão. Há o direcionamento de textos informativos para galerias de fotos; clipping de notícias sobre o projeto de revitalização do PZB; produção de novos textos jornalísticos; entrevistas em vídeo com visitantes, direção e funcionários do MPEG; links de instituições parceiras, etc. Dessa forma, o usuário tece o seu próprio caminho narrativo e aprofunda-se nos assuntos que mais lhe interessam, o que se configura, segundo Palácios, como uma experiência interativa.

Porém, a interatividade do usuário que acessa o *website* está restrita a este caminho hipertextual. A produção de conteúdos envolveu a participação dos vários públicos, funcionários, visitantes e pesquisadores, que fazem parte do PZB, mas não culminaram em produtos que tragam a interatividade no *online*. A busca por experiências interativas permanece ainda como um desafio para a comunicação institucional.

O dinamismo da internet também exige um conteúdo rápido e eficaz. O trabalho teve como orientação a criação de produtos de fácil acesso para a população. Por isso, os textos são curtos e utilizam uma linguagem simples; as fotos foram organizadas em galerias temáticas, para facilitar o entendimento e a visualização; e, os arquivos em áudio e os vídeos de bolso foram feitos com mídias móveis (MP4s e celulares), porque os produtos têm uma linguagem (e um tamanho) mais leve.

O conteúdo jornalístico segue as regras de produção básicas: coleta e checagem de informações com pesquisas bibliográficas e documentais e entrevistas com as fontes. Neste caso, há ainda a preocupação com o tratamento da informação científica, que deve ser transmitida de forma direta e clara, mas também integrada a várias mídias.

## **DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

O conteúdo do *website* “Revitalização do Parque” é voltado para a apresentação do Parque Zoobotânico do Museu Goeldi. O *website* está dividido em 9 seções – “O Projeto”, “Funções do Parque”, “Quem faz o Parque?”, “Aproveite”, “Cantinhos”, “Mapa Interativo”, “Download”, “Galeria Multimídia” e “Patrocínio e Apoio”. O destaque é para o projeto da revitalização, em curso, tratado em duas seções.

A primeira seção é “O Projeto”, que apresenta um submenu dividido em 10 partes, onde há informações sobre o que é o projeto, por que e como ele está sendo realizado e qual a previsão de término. Em entrevista em vídeo, o coordenador do projeto, Nelson Sanjad, responde estas principais questões. Também há textos explicativos, fotos, apresentações do projeto e a lista de ações previstas.

Destacam-se aqui uma série de vídeos “Você Pergunta e o Museu Responde”, nos quais visitantes tiram dúvidas acerca do que observaram no PZB, e o “Videoguia da Cutia – Um roteiro pelas obras”, em que este animal, morador do Parque, conta informações sobre os pontos atualmente em reforma. É importante salientar que a cutia representa este projeto porque é um animal atento, que percorre (e observa) todos os espaços do Parque.

A segunda seção que trata do projeto de revitalização do PZB é o “Mapa Interativo”. Ele foi feito para que os usuários visualizem o que, efetivamente, irá mudar no Parque. No mapa, estão sinalizados os pontos que já foram, os que estão e os que ainda serão reformados. Com um clique, é possível ver a foto do local sinalizado e saber mais detalhes sobre a sua revitalização.

A idéia do *website* é mostrar a diversidade que o PZB possui e a necessidade de valorizá-la com a revitalização. Por isso, a outra parte do conteúdo é voltada para aspectos gerais e singulares do PZB, o que é e quê importância ele tem para a população.

Mostrando como ele é, há a seção “Quem faz o Parque?”, onde um texto e um vídeo falam sobre o universo de pessoas que trabalham para o seu bom funcionamento. Na “Galeria Multimídia” e “Download”, há também as galerias de temáticas e *gifs*, nas quais se



observa o Parque por vários aspectos: histórico, da fauna e flora, abrigo de espécies ameaçadas, arquitetura, etc. As fotos dos topos variam de acordo com a página aberta, o que indica também os vários pontos de vista pelos quais ele pode ser observado.

Em “Funções do Parque” estão listadas algumas contribuições deste espaço para a área ao seu entorno: é a maior área verde do centro da cidade, contribui para a melhoria da qualidade de vida, é objeto de estudo e local de atividades educativas para a população, etc. Esta importância é também mostrada pelo vínculo emocional que as pessoas, neste caso, os funcionários, mantêm com o espaço. Em “Aproveite” e “Cantinhos”, eles dão dicas de locais e de aspectos do Parque que mais lhe agradam, para que o visitante busque novas formas de aproveitar este espaço.

## CONSIDERAÇÕES

O digital relaciona-se e reúne uma teia de relações, de mídias, usuários e significações; transpõe os limites da realidade ao virtual, desterritorializa e aumenta o alcance do espaço real. Mais que “deslocados”, os elementos constitutivos do Parque são sujeitos a uma nova condição, que os representa por meio das mídias e dá visibilidade de alcance global.

Assim, a linguagem digital potencializa os sentidos do texto. Segundo Lévy (s/d), “o computador é um potencializador de informação”, isto é agrega dados iniciais e permite um número infinito de manifestações e interpretações a partir deles. Isto porque o processo da leitura digital é alinear; segue a narrativa adotada pelo próprio usuário – mais rápida e intuitiva – e, desta forma, mescla os papéis do autor e do leitor, da narrativa e da leitura.

Um pensamento se atualiza num texto e um texto numa leitura (numa interpretação). Ao remontar essa encosta da atualização, a passagem ao hipertexto é uma virtualização. Não para retornar ao pensamento do autor, mas para fazer do texto atual uma das figuras possíveis de um campo textual disponível, móvel, reconfigurável à vontade, e até para conectá-la e fazê-la entrar em composição com outros corpus hipertextuais e diversos instrumentos de auxílio à interpretação. Com isso, a hipertextualização multiplica as ocasiões de produção de sentido e permite enriquecer consideravelmente a leitura (LÉVY, s/d, p. 25)

A abordagem multimodal do Parque Zoobotânico no *website* da Revitalização enaltece o que já é, por si só, plural. A forma apropria-se do conteúdo para transmitir a



diversidade de olhares, inclusive dos produtores das informações, para que o público possa também adquirir uma nova visão sobre um velho conhecido.

O uso de mídias móveis é o auge deste virtual, que contribui para “mudar o modo como percebemos e interagimos com o espaço, o tempo e o outro, na medida em que atividades descentralizadas desafiam as estruturas hierárquicas da sociedade” (SANTAELLA, 2008, p. 23). São ferramentas que estão ao alcance da população, literalmente em suas mãos e bolsos, e que exigem uma linguagem mais próxima, criativa e acessível.

Contudo, as bases desta comunicação online são ainda recentes. É comum observar a reprodução de formatos das mídias tradicionais na *web*. Os limites de formatos e mídias devem ser superados, nos tempos de uma comunicação mais fluida e interativa. Diante disto, a comunicação institucional e o jornalismo podem explorar novas linguagens, que valorizem as relações sensoriais e de sociabilidade, o diversional e a interpretação do leitor. Relembrando Gradim, citado no início deste artigo, a convergência dos meios e a portabilidade dos artefatos de comunicação parecem apontar o surgimento de uma nova forma de literatura jornalística no século XXI. Será?

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FERRARI, P. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Editora Contexto, 2009.

GRADIM, A. O jornalista multimídia do século XXI. In: FIDALGO, A. SERRA, P. (Orgs.) **Informação e Comunicação Online: Jornalismo Online**. V. 1. Covilhã, Portugal: Universidade da Beira Interior, s/d.

LÉVY, P. **O que é o virtual?**. São Paulo: Editora 34, 1996.

MPEG. Belém, Museu Paraense Emílio Goeldi. Contém informações institucionais, técnicas, notícias, de projetos e de serviço. Disponível em: <<http://www.museu-goeldi.br>>. Acesso em: 27 abr. 2011.

PALÁCIOS, M. Jornalismo Online, informação e memória: apontamentos para debate. In: FIDALGO, A. SERRA, P. (Orgs.) **Informação e Comunicação Online: Jornalismo Online**. V. 1. Covilhã, Portugal: Universidade da Beira Interior, s/d.



SANTAELLA, L. A ecologia pluralista das mídias locativas. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 37, dezembro/2008. Disponível em: <  
<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/4795>>. Acesso em: 25 abr, 2011.

\_\_\_\_\_. Da cultura das mídias à cibercultura: ao advento do pós-humano. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 22, dezembro/2003. Disponível em: <  
<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3229/2493>>. Acesso em: 15 abr. 2011.