



Site Naoehumblog.com¹

Juliana Bulhões Alberto DANTAS²
Cintia Bezerra DA HORA³
Lamonier Charles Souza de ARAÚJO⁴
Myrianna ALBUQUERQUE⁵
Ricardo Luís de Souza MOREIRA⁶
Taciana de Lima BURGOS⁷

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

RESUMO

Apresenta a iniciativa dos estudantes do curso de Rádio e Tv na construção do website www.naoehumblog.com voltado para o entretenimento dos visitantes. Mostra também o processo de elaboração do conteúdo, bem como a proposta de interação com o internauta, tendo em vista que uma das propostas do Não eh um blog é construir conteúdo de forma colaborativa. Considera-se uma importante ferramenta de informação e divulgação de ideias no que diz respeito aos temas da área de entretenimento.

PALAVRAS-CHAVE: site; internet; cultura jovem; cultura na cibermídia.

INTRODUÇÃO

O site www.naoehumblog.com é um ambiente online cujo foco é o entretenimento em todas as suas nuances: cinema, televisão, música, literatura, fotografia, esportes, lazer e o que mais for de interesse do público-alvo, que é o jovem (dos 15 aos 29 anos). É um espaço no qual seus idealizadores - e futuramente também os internautas - podem exprimir o que consideram importante na cultura atual, principalmente a cibernética. Hospedado no endereço www.naoehumblog.com, o sítio tem linguagem coloquial, própria das pessoas dessa faixa etária, sempre com humor e ou ironia.

Em Natal, capital do Rio Grande do Norte, não havia nenhuma iniciativa de um site voltado exclusivamente para o público jovem e que falasse sobre entretenimento. Percebendo este fato, em setembro de 2009 seis alunos do curso de Comunicação Social da Universidade

¹ Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Produção Editorial e Produção Transdisciplinar em Comunicação, modalidade Website.

² Aluna líder do grupo e estudante do 6º Semestre do Curso de Comunicação Social da UFRN, email: julianabulhoes.ad@gmail.com.

³ Estudante do 6º Semestre do Curso de Comunicação Social da UFRN, email: cinthiadahora@gmail.com.

⁴ Estudante do 7º Semestre do Curso de Comunicação Social da UFRN, email: lamoniercharles@yahoo.com.br.

⁵ Estudante do 8º Semestre do Curso de Comunicação Social da UFRN, email: myricoeli@gmail.com.

⁶ Estudante do 7º Semestre do Curso de Comunicação Social da UFRN, email: ricardo.127@hotmail.com.

⁷ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social da UFRN, email: tacianaburgos@hotmail.com



Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) tiveram a ideia de unir seus blogs em um único endereço de domínio. Eram eles o magrofalante.blogspot.com, que tratava de eventos e lazer na cidade de Natal-RN; o blog-simulacro.blogspot.com, que explanava principalmente os temas envolvendo música, televisão e cinema; e o telacast.blogspot.com, que tinha como foco um *Podcast* (programa de áudio próprio para a web) sobre cinema e televisão, além de resenhas sobre filmes, seriados e programas televisivos.

2 OBJETIVO

O site www.naoehumblog.com tem como objetivo difundir entre os jovens a cultura da cibermídia, para oportunizar aos mesmos um espaço para exprimir seus gostos no que se diz respeito ao entretenimento.

Em uma segunda etapa do projeto, os internautas poderão enviar textos de suas autorias a serem postados no site; a única exigência é que se enquadre no perfil requerido do mesmo. Almeja-se uma campanha de divulgação entre os jovens potiguares, a fim de atingir o objetivo da interação.

3 JUSTIFICATIVA

A popularização dos computadores de uso pessoal e da internet trouxe ao nosso cotidiano uma nova forma de comunicação. O maior exemplo desse fato é o advento da Web 2.0 que introduziu características próprias para a rede mundial de computadores, podendo-se destacar: interfaces fáceis de utilização sem a necessidade de um conhecimento aprofundado de programação de computadores; maior facilidade para armazenar e compartilhar dados; participação dos “internautas” na edição e construção de conteúdos; atualizações constantes de softwares e aplicativos; crescimento de comunidades/redes sociais unindo pessoas que costumam ter os mesmos interesses, etc. (BOTTENTUIT JÚNIOR et al., 2007). Segundo Bufarah Júnior (2003) “a Internet [é] um dos maiores fenômenos de comunicação, com grandes impactos sociais, econômicos e políticos, comparável à invenção da imprensa, do rádio, da televisão e do computador...” (p. 04).

Nesse contexto se faz necessário que o profissional da área de comunicação esteja preparado para produzir conteúdo para esses novos meios, não se esquecendo das especificidades e características próprias de cada veículo.



No caso do Não eh um blog, buscamos potencializar o acesso a informações de entretenimento, bem como, na segunda fase do projeto, a participação ativa dos internautas na elaboração de conteúdo. Além disso, vale ressaltar a inexistência de um website deste tipo no estado do Rio Grande do Norte, especialmente produzido por profissionais de comunicação. Desde o seu lançamento oficial em 21 de março de 2010 até o presente momento (30/03) já foram feitas 919 visitas e mais de 4 mil pageviews. Desses visitantes, 75% são da cidade do Natal e o restante de outras regiões do país. O que mostra o interesse do público local pelos assuntos tratados no nosso website.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Na elaboração e planejamento de um site, segundo Pinho (2000) é importante que o mesmo seja altamente visível, ou seja, esteja nos principais mecanismos de busca; o conteúdo esteja sempre atualizado; páginas ricas em informação; apresentação no site sobre a empresa; as páginas devem ter elementos que ajudem na navegação, como por exemplo setas; os links para outros sites devem ser colocados de maneira que não faça com que o visitante mude de local rapidamente; ele deve ser visto em diferenciados navegadores; cada página deve ser tratada como um ponto de partida; deve ter valor agregado, oferecer serviços diversos; ter um bom gerenciamento do site; ter um bom suporte; ter um bom design.

Tendo em vista todos esses elementos, o grupo de estudantes fez uma pesquisa online de outros sites de entretenimento já existentes e buscou analisar as principais características de suas arquiteturas da informação e usabilidade utilizadas em cada um dos sítios analisados⁸.

Após a análise, decidimos criar uma logo que remetesse a ideia de diversidade que o website possui, mas sem que com isso houvesse uma desarmonia visual. Utilizamos imagens para destacar os posts e fazer com que, a partir delas, que funcionam como hiperlinks, o internauta escolha o que quer ler ao clicar nas imagens. As cores laranja e pink são utilizadas para destacar seções e links, pois segundo Farina (1982), representam a criatividade e a jovialidade. Além disso, estão bastante presentes em sites e no próprio universo pop, que é onde está o nosso público alvo.

⁸ Sites analisados: Papel Pop, Chonga, Judão, Portal MTV, Rolling Stone, Omelete, Variety, EW, TMZ, Moda Sem Frescura, E! Online e Belzebu de Saia.



5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

Inicialmente, os testes de arquitetura da informação e usabilidade para o site foram feitos em um blog (era usado o endereço naoehumblog.blogspot.com), porém em 2010 passou a ser um domínio ".com". A ideia do nome do sítio surgiu da discussão do grupo sobre o produto em que o projeto iria resultar, se seria um novo blog ou um website. Diante do que foi decidido, que não podia ser um blog, surgiu o nome “Não Eh Um Blog”.

5.1 Colunas

O site é dividido nos hiperlinks, que funcionam como categorias, “Música”, “Literatura”, “Televisão”, “Especiais”, “Notícias”, “Cultura Na Net”, “Fotografia”, “Lazer” e “Cinema”. Dentro destas, encontram-se as seguintes colunas:

Caça-Palavras: uma sessão do site na qual é inserida uma palavra estranha aos nossos vocabulários, com o significado da mesma e os internautas poderão contribuir com frases utilizando a palavra; Inquilino: uma sessão do site que terá o estilo Carta ao Leitor das revistas impressas. Será tipo um mural e será contínuo. As pessoas mandarão para o nosso e-mail os comentários delas e nós publicaremos os melhores textos. Nesta página vale tudo, desde comentários sobre o nosso site até comentários e textos sobre qualquer assunto; Vá e Fui: notícia e comenta eventos de cultura e lazer na nossa cidade e do Brasil. Os internautas podem mandar as resenhas dos eventos que eles tenham participado;

Fotolegenda: três vezes por semana são exibidas fotos seguidas de legendas irônicas ou engraçadas. O objetivo da coluna é descontrair ainda mais as notícias do site; Ensaio fotográfico: quinzenalmente são postados ensaios fotográficos em cidades interessantes ou eventos de interesse do nosso público-alvo; Cinematógrafo: coluna destina a discutir e comentar sobre filmes nacionais ou estrangeiros, além dos principais festivais da área; Cinetrailer: é voltada para a divulgação e comentários sobre trailers de cinema, independente de serem lançamentos; O que é que tem de bão na casa da tela grande: Apresentação semanal dos filmes que estão sendo lançados no final de semana, nos principais cinemas do Brasil e do mundo; Nostalgia: Coluna especial sobre temas do passado, sem um tema específico. Pode ser música, televisão, cinema, curiosidades, etc;



Toma!: mostra vídeos, textos e/ou imagens da internet que tenham como foco principal alguém levando uma dura; Megahit: apresentação de hits do Youtube. Os vídeos mais vistos na semana pelos internautas; Rascunho: tirinha humorística feita pelos membros do site; Push/Play: apresenta dicas de sete músicas para serem ouvidas durante toda a semana pelo internauta; Pesadelo: comentários sobre as músicas que de tão ruim grudam na nossa mente ou músicas que não deveriam, mas que fazem sucesso; Bombril na antena: comentários e discussões sobre tudo o que passa na televisão aberta brasileira;

Na série: comentários, resenhas e discussões sobre as séries de televisão fechada; Minha vida é uma Sitcom: crônicas sobre situações engraçadas e inusitadas do cotidiano; Papel Pautado: apresentação de crônicas, contos e resenhas literárias. Poderá ter a participação do internauta; Vendi até mamãe: Coluna sobre as melhores propagandas mundiais; Mentxira!: espaço diário para as maiores fofocas do mundo do entretenimento; Informe!: Notícias sobre música, literatura, cinema, televisão, tecnologia e tudo que envolve o entretenimento brasileiro e internacional; Esporte: coluna sobre os mais diferentes esportes. Fala sobre campeonatos, resultados de jogos, disputas, grandes prêmios; In/Out: comentários sobre o universo fashion.

Além das colunas, o site tem os hiperlinks Home (capa do site), Quem Somos (descrição bem-humorada dos participantes do sítio), Contato e os links de interação para as redes de relacionamento do grupo (Twitter, Facebook, comunidade do Orkut, Flickr, dentre outros).

5.2 Layout

Era objetivo para o layout ser minimalista e ao mesmo tempo colorido. A solução para isto foi deixar o fundo branco e colorir os detalhes dos demais elementos de hipermídia do site. Veja a seguir um *printscreen*⁹ do site.

Ao reunir os conceitos gráficos dos layouts que passariam a compor a interface de hipermídia do sítio virtual do NãoEhUmBlog, identificamos o antagonismo entre os desenhos minimalistas e o excesso de elementos cromáticos, grafos e sonoros. Para promover usabilidade aos leitores, organizamos a arquitetura da informação de maneira que

⁹ Captura da imagem que aparece na tela do computador ao acessar o site.



reunisse uma ergonômica navegabilidade e uma comunicabilidade específica para designar o conteúdo noticioso.



Não eh um blog - Entretenimento do jeito que você precisa. - Mozilla Firefox

Arquivo Editar Exibir Histórico Favoritos Ferramentas Ajuda

http://www.noeuhumblog.com/

não eh um blog Entretenimento do jeito que você precisa.

Home | Minha Vida é Uma Sítcom | Papel Pautado | Cnetraiter | Cinematógrafo | Toma! | Na Série | Pesadelo | Push/Play | Mentxira! | Megahit | Rascunho | Vendi até Mamãe | Bombril na Antena | O Que Tem de Bão na Casa da Tela Grande | Música de Feira | Vã e Fui | Contato | Quem Somos

Aaron Sorkin e o amor pelos bastidores

Cotillard e McAdams cotadas para novo projeto de Woody Allen
As atrizes Marion Cotillard e Rachel McAdams estão em negociação com o diretor Woody Allen para participarem de ...

Baterias carregadas por ruidos
Você já pensou se o barulho, as ondas sonoras, pudesse gerar energia? Fique sabendo que isso já foi pensado e já está em testes. Pesquisadores da Universidade de ...

Fra quem ainda não viu: Lindsay Lohan e Jennifer Aniston
Não, não! Elas não estão tendo um caso e nem fazendo um filme juntas. Simplesmente foram alvo de ...

Pete Doherty e os Libertines juntos
O que poderia reunir Pete Doherty, Carl Barât e os Libertines? O quê, o quê, o quê? Infelizmente vou dizer, ...

63º Festival de Cannes traz Juliette Binoche em cartaz de divulgação
O famoso festival de cinema francês divulgou seu cartaz promocional com a imagem da atriz, de mesma nacionalidade, ...

Vendi até Mamãe: Bad Food, Bad Dog

NetMovies Locadora Online
+ 20.000 filmes
+ Frete grátis
+ Sem prazo de devolução
R\$15,99
NetMovies.com.br

Publicidade

Abderiano
Maçador
Concupiscente
Licenmancia

FOTOLEGENDA
Por Cintia da Hora

ENSIAO FOTOGRAFICO
Franz Ferdinand em Brasília

LinkLog
Ociosos
Quebra OS MELHORES LINKS

SOAM HOJE OS BONS E OS MAIS TAMBEM

Home | Literatura | Televisão | Audio | Especiais | Notícias | CBN (Cultura Na Net) | Fotografia | Lazer | Cinema | Contato | Quem Somos

Concluido



6 CONSIDERAÇÕES

Podemos observar que com o advento e expansão da Internet um fato novo é colocado para os comunicadores sociais: novas formas de produção de produtos midiáticos. Dessa forma os websites têm papel de ferramenta fundamental para o comunicólogo no seu fazer profissional.

Para isso se faz necessário que o mesmo tenha domínio das possibilidades que a Internet proporciona e, assim, utilizá-las da melhor maneira possível para divulgar informação e conteúdo de qualidade para os internautas.

Além disso, pode-se perceber que há uma demanda de público para este tipo de produto da comunicação o que nos dá expectativas para a segunda fase do projeto: a participação ativa dos internautas na construção de conteúdo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOTTENTUIT JÚNIOR, João Batista, COUTINHO, Clara Pereira. **Podcast em educação: um contributo para o estado da arte.** Disponível em: <http://www.repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/7094?mode=full&submit_simple=Mostrar+registro+em+formato+completo>. Acesso em 10 de Abril de 2009.

BUFARAH JÚNIOR, Álvaro. **Rádio na INTERNET: convergência de possibilidades.** Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP06_bufarah.pdf>. Acesso em 10 de Abril de 2009.

FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das cores em Comunicação.** São Paulo: Edgard Blucher, 1ª edição, 1982.

PINHO, JB. **Publicidade e Vendas na Internet: táticas e estratégias.** São Paulo: Summus, 2000.