

Caroço de Jaca: Blog de Redação Publicitária¹

Geovanna DANTAS²

Luana INOCENCIO³

Mayara GOMES⁴

Isabele CLEMENTE⁵

Ana Flávia CAMBOIM⁶

Instituto de Educação Superior da Paraíba – IESP, João Pessoa, PB

RESUMO

O presente trabalho apresenta o *blog* “Caroço de Jaca” através dos fundamentos teóricos que sustentaram e orientaram sua concepção, criação e execução. O projeto é fruto de uma iniciativa educacional realizada na disciplina Redação Publicitária II ministrada no Instituto de Educação Superior da Paraíba (IESP) e busca, através de um seminário colaborativo, gerar a interação de seus usuários e a construção coletiva e cooperativa do conhecimento de forma consciente e fundamentada por parte dos alunos.

PALAVRAS-CHAVE: Educomunicação; *blog*; seminário colaborativo; interação.

1 INTRODUÇÃO

A evolução dos meios de comunicação e a importância dos mesmos para o funcionamento da sociedade vêm representando significativas mudanças nos diversos âmbitos da existência humana. Nesse sentido, a educação aparece como uma das áreas que tem recebido maior contribuição com o desenvolvimento comunicacional.

São novas formas de ensino-aprendizagem caracterizadas pelas particularidades do ambiente digital, a exemplo da Educação a Distância e dos seminários colaborativos

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Blog (avulso).

² Aluna líder do grupo e estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda. E-mail: geoadya@gmail.com

³ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda. E-mail: luanahinocencio@hotmail.com

⁴ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda. E-mail: mayara_limag@hotmail.com

⁵ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda. E-mail: isabele.taisla@live.com

⁶ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda. E-mail: fla.alerta@gmail.com

provenientes da quebra da barreira espaço-temporal e frutos da multidisciplinaridade, interação e liberação do discurso próprios do ciberespaço.

Nesse contexto, deu-se a iniciativa da professora mestre Ana Flávia Luna Camboim de implantar no Instituto de Educação Superior da Paraíba (IESP) um projeto de educomunicação que consistia na criação de um seminário colaborativo mediado por um *Blog* desenvolvido especificamente para dar suporte a essa atividade, o *blog* “Caroço de Jaca”. O seminário colaborativo foi ministrado na disciplina Redação Publicitária II e consistia na produção de *posts* feitos pelos próprios alunos referentes ao conteúdo programático e no debate gerado pelos comentários postados em resposta aos mesmos.

O *blog* “Caroço de Jaca” justifica-se na busca pela evolução intelectual dos alunos que a partir do debate e da interação, mediados pela plataforma, constroem opiniões conscientes e chegam a conclusões fundamentadas ao considerar os contrapontos expostos e outros pontos de vista.

2 OBJETIVO

O objetivo do *blog* “Caroço de Jaca” consiste na criação de um ambiente educacional interativo capaz de estimular a expressão, discussão e contraposição de idéias através de um seminário colaborativo onde os alunos da disciplina de Redação Publicitária II expõem seu entendimento sobre o conteúdo programático, gerando comentários e debates dentro e fora da plataforma.

A iniciativa explora o crescente interesse, especialmente por parte dos jovens, na comunicação virtual e as possibilidades que surgiram, a partir do ciberespaço, no contexto educacional. Sendo assim, o projeto busca favorecer a aprendizagem a partir da interação entre os alunos possibilitando a construção coletiva de conhecimento de uma forma familiar e atraente para os mesmos.

3 JUSTIFICATIVA

A sociedade é um organismo em constante transformação cujos registros históricos confirmam a efetiva congruência entre grandes mudanças ocorridas ao longo do tempo e a necessidade do indivíduo de comunicar-se. Essa natureza interativa do homem, que o caracteriza como ser social, tem gerado um contínuo processo de evolução das formas e

meios de comunicação e representado consideráveis mudanças em diversos âmbitos da existência humana, dentre os quais destaca-se a educação.

A educomunicação refere-se à junção da educação e da comunicação na constituição de um campo de intervenção social que busca inserir a comunicação no contexto educacional através de meios destinados a viabilizar uma forma interativa, cooperativa e inovadora de aprendizagem. Segundo Soares (2006, p.179 *apud* SANTANA; VITAL, 2010), ela se caracteriza como:

“o conjunto das ações inerentes ao planejamento, implementação e avaliação de processos, programas e produtos destinados a criar e fortalecer ecossistemas comunicativos em espaços educativos presenciais ou virtuais, tais como escolas, centros culturais, emissoras de TV e rádios educativos”, e outros espaços informais de ensino aprendizagem”.

A noção da importância da ação comunicativa não apenas para a interação social, mas para produção de conhecimento e concretização de mudanças na sociedade é fundamental para a compreensão de sua produtiva parceria com a educação. Nas últimas décadas, com a globalização e revolução tecnológica, a educação abandonou sua forma unicamente conceitual, ministrada anteriormente nos centros educacionais, passando a materializar-se como uma prática transformadora. Ela deixou de ser um conceito apenas “aprendido” para ser um conceito “construído” e “vivido” pelo alunado.

Entre a teoria e a atividade prática transformadora se insere um trabalho de educação das consciências, de organização dos meios materiais e planos concretos de ação; tudo isso como passagem indispensável para desenvolver ações reais, efetivas. Nesse sentido, uma teoria é prática na medida em que materializa, através de uma série de mediações, o que antes só existia idealmente, como conhecimento da realidade ou antecipação ideal de sua transformação. (SAVIANI, 2003, p. 73)

Dessa forma, fundamentado na difusão de ideias e ações que incentivem a construção prática do conhecimento, o ramo da comunicação disponibiliza um leque de plataformas capazes de estimular a produção discente a partir da colaboração e produção interativa, sendo as novas mídias, aquelas mediadas pelo ciberespaço, as mais efetivas nesse aspecto.

Segundo Levy (1999), as tecnologias intelectuais suportadas pelo ciberespaço favorecem o acesso à informação, bem como novos estilos de raciocínios e de

conhecimento amplificando e modificando numerosas funções cognitivas humanas, a exemplo da memória, da imaginação e da percepção.

A liberação do discurso, a multidisciplinaridade e a interatividade características do ciberespaço permitem uma nova forma de aprendizagem onde é possível constituir o saber a partir de uma inteligência coletiva, ou seja, do acúmulo das inteligências e saberes individuais, do debate, das contraposições e das conclusões alcançadas. Essa inovadora forma pedagógica classifica a atual demanda por aprendizado.

A demanda de formação não apenas conhece um enorme crescimento quantitativo, ela sofre também uma profunda mutação qualitativa no sentido de uma necessidade crescente de diversificação e de personalização. Os indivíduos toleram cada vez menos seguir cursos uniformes ou rígidos que não correspondem as suas necessidades reais e a especificidade de seu trajeto de vida. (LEVY, 1999, p. 169)

Nesse meio, o papel do professor transcende o papel de orador, de “dono da verdade” e passa a ser o de incentivador e coordenador da construção coletiva de conhecimento ou, como citou Levy (1999), de “animadores da inteligência coletiva”.

Compondo o quadro de ferramentas digitais que podem ser satisfatoriamente aplicadas à educomunicação pelos novos profissionais do ensino, o *blog* aparece como um grande mediador da maximização de recursos.

Pode ser concebido de forma a romper com as práticas usuais e tradicionais de ensino-aprendizagem como transmissão e passividade do aluno e possibilitar a construção de uma cultura informatizada e um saber cooperativo, onde a interação e a comunicação são fontes da construção de aprendizagem. (SOARES e ALMEIDA, 2005, p.3 *apud* BOEIRA, 2011)

O *blog* conta com: disposição cronológica do conteúdo, favorecendo o controle e registro dos temas estudados na disciplina em questão; convergência midiática evidente na plataforma, ou seja, possibilidade de expressão através de textos, hipertextos, imagens, vídeos, e áudios e elevado potencial interativo ao incentivar a participação dos usuários através do espaço reservado para comentários após cada *post*.

Considerando a natureza do *blog* e as potencialidades de seu uso, justifica-se a escolha do mesmo como ferramenta pedagógica no projeto de educomunicação da disciplina de Redação Publicitária II do Instituto de Educação Superior da Paraíba.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Após a etapa de busca por referências, exemplos e teorias que dessem fundamento ao projeto desenvolvido e apresentado neste trabalho, deu-se início a criação do *blog* “Caroço de Jaca” que obedeceu ao processo de concepção da ideia principal, construção da plataforma midiática, produção de layout e posteriormente alimentação e manutenção da página.

Em meio a sua trajetória acadêmica, a professora mestre Ana Flávia Luna Camboim desenvolveu pesquisas na área de educomunicação, cibercultura e ciberpublicidade. Seus estudos levaram-na à idealização de um projeto educ comunicativo na *web* dentro de uma instituição carente deste tipo de atividade. A proposta consistia em uma nova forma de seminário colaborativo e interativo que, baseado nas particularidades do ciberespaço, potencializaria o aprendizado e a interação entre os usuários.

Conforme o comentário da professora Ana Flávia no próprio *blog*, “uma das principais intenções é explorar as possibilidades que surgiram a partir da Web 2.0, em que o usuário deixou de ser apenas um consumidor (usuário passivo) para ser um prosumidor, denotando um papel ativo, quando o indivíduo fica mais envolvido no processo”.

Para tanto, deu-se, a priori, a escolha da plataforma digital utilizada. A convergência midiática evidente nos *blogs* favorece a maximização de recursos potencialmente cognitivos. A possibilidade de ouvir, ler, assistir e comentar os temas abordados no *blog* proporciona um novo ambiente para a construção colaborativa de conhecimento onde a informação se apresenta de forma atrativa e inovadora vista sob a ótica dos aprendentes. Além disso, a facilidade de produção, uso e coordenação da ferramenta e a disposição clara e cronológica do conteúdo facilitam o controle do programa da disciplina e acompanhamento da mesma pelos alunos.

Para a construção do *blog* optou-se pelo aplicativo para o sistema de gerenciamento de conteúdo WordPress, tendo em vista os benefícios e facilidades proporcionados por um programa gratuito e capaz de ser continuamente aperfeiçoado por seus usuários. A produção e administração do mesmo deram-se pelos próprios alunos.

Segundo Villas-Boas (2003), sob o aspecto funcional, dizem respeito ao *design* gráfico todos aqueles projetos gráficos que têm a finalidade de comunicar através de elementos visuais (textuais ou não) uma dada mensagem para persuadir o observador, guiar sua leitura ou vender um produto. Com base nessa premissa, a Identidade Visual (Projeto

Gráfico) do “Caroço de Jaca” buscou utilizar diagramação e design simples, coerentes e sem uso de muitas imagens com intuito de conduzir uma leitura proveitosa e concentrada no conteúdo informativo do *blog*. Pontualmente, deu-se:

Logo - Com o objetivo de estabelecer um vínculo de “camaradagem” entre o usuário da página e a própria ferramenta, mantendo uma identidade agradável, descontraída e confiável, utilizou-se uma “mascote” para a logo.

Fonte - Tendo em vista a temática pedagógica do *blog* foram utilizadas fontes relativamente graúdas e arredondadas para facilitar o fluxo de leitura.

Cores – As cores escolhidas não remetem apenas ao campo cromático delimitado pela semântica do nome “Caroço de Jaca”, elas foram pensadas para causar sensação de clareza, inovação e tranquilidade ajudando a criar um ambiente cognitivo produtivo. Segundo o significado universal das cores, as mesmas representam entre outras sensações: Amarelo – Solidez e desenvoltura; Marrom – Clareza e desenvoltura; Verde claro – Refrescante e novo.

Diagramação – Planejou-se uma página de fácil visualização com um único tipo de alinhamento horizontal para o texto e demais componentes visuais. Tendo em vista a proposta pedagógica intrínseca ao *blog*, organizou-se a diagramação para que o destaque principal fosse direcionado ao conteúdo e as matérias publicadas. Além disso, seguindo o aconselhável para a leitura na *web*, a logo está disposta no canto esquerdo superior da página e as seções estão organizadas de forma lógica e intuitiva para os usuários. Sendo criadas as abas: Início (página de acesso do site); Sobre (dedicada a explicar um pouco sobre o Projeto); Trabalhos (apresenta um breve resumo sobre algumas temáticas “discutidas” no *blog*); Cronograma (trata das datas de postagem, discussão e apresentação); Download (destinado à publicação dos materiais utilizados nas apresentações orais de cada grupo em sala de aula); Receita (buscando transmitir um pouco da descontração e criatividade próprias aos jovens de publicidade e propaganda esse espaço é destinado à publicação de uma receita utilizando o caroço da jaca, especialmente para aqueles que acessam o *blog* por engano em busca das mesmas).

Navegação – O *blog* é consistente no que remete a continuidade da navegação pelas demais páginas com design seguindo um padrão único. Além de possuir um sistema de navegação que fornece um conjunto de *links* direcionados a diferentes áreas do *website* e a outros *sites* como o *youtube*.

A alimentação e manutenção do *blog* são realizadas pelos alunos com o auxílio e coordenação da professora Ana Flávia.

FIGURA 1
LAYOUT DO PRODUTO



Fonte: <http://carocodejaca.wordpress.com/>

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O *blog* "Caroço de Jaca" consiste primeiramente na utilização dessa ferramenta digital, o *blog*, para criação de um eficaz ambiente educacional que propõe uma forma diferenciada de seminário colaborativo onde a elaboração, disposição e discussão dos temas baseados no conteúdo programático da disciplina Redação Publicitária do Curso de Publicidade e Propaganda estão baseadas na realidade vivenciada e observada pelos alunos no meio publicitário.

Seminário Colaborativo

A avaliação de alunos através de seminários, ou seja, da apresentação oral de algum tema da disciplina, é bastante utilizada no meio acadêmico, no entanto, no caso do "Caroço de Jaca", o seminário é colaborativo, porque no *blog* todos contribuem com o assunto através dos comentários postados e da geração de debate antes das apresentações orais.

Identidade

No que concerne ao nome do *blog*, “Caroço de Jaca”, a ideia surgiu de forma espontânea em meio a um processo de *Brainstorm* informal durante a aula de Redação Publicitária II, no momento em que a professora Ana Flávia Luna propunha aos alunos avaliar a turma através de um seminário colaborativo mediado por um *blog* que contemplasse todos os temas previstos para a disciplina. Considerando a natureza criativa da publicidade e a simplicidade das grandes ideias, o *blog* assumiu sua identidade.

Conteúdo

O conteúdo do *blog* baseia-se na ementa da disciplina Redação Publicitária II, no entanto, o texto publicitário é abordado de forma prática e atual exemplificada por *cases*, *Jobs* e campanhas do mundo da publicidade e propaganda. Esse *link* abstrato que se estabelece no imaginário do usuário entre o tema acadêmico e a realidade do mercado constitui condições mais favoráveis para a aprendizagem e para o acúmulo de repertório profissional por parte do alunado. Sendo assim, os *posts* são produzidos pelos próprios alunos e carregam seu entendimento e sua visão sobre determinado assunto, bem como a aplicação deste no mercado de trabalho ou no ramo da publicidade como todo.

A sequência de produção obedece a um sorteio onde cada grupo escolhia o tema sobre o qual iria escrever conforme o conteúdo programático da disciplina. A revisão e edição das matérias são feitas pela professora e coordenadora do “projeto” Ana Flávia e só então liberadas para a publicação.

Publicação

O *blog* “Caroço de Jaca” apresenta um leque de oportunidades de aprendizagem que abrangem desde a produção de conteúdo à manutenção da página. Dessa forma, buscando proporcionar aos alunos maior interação com essa tecnologia e conhecimento sobre o funcionamento desta plataforma de comunicação, a publicação é feita por uma dupla ou pequeno grupo de alunos que devem interagir com os demais grupos responsáveis pela produção dos *posts*, considerar as limitações técnicas da ferramenta e o caráter convergente (no sentido de multiplicidade de linguagens, de hipermídia) da plataforma.

Interação e debate

Em seus relatos a respeito do crescente intercâmbio de informação e de conteúdo simbólico entre indivíduos que compartilham de um ambiente em comum (nesse caso o virtual) frente à interação face a face, Thompson (2008) afirma que uma forma de interação não acontece em detrimento da outra e, na verdade, em alguns casos a difusão dos produtos

da mídia estimula a interação face a face. O projeto educacional do *blog* “Caroço de Jaca” confirma esse pressuposto.

No projeto, todos os *posts* finalizavam com uma questão polêmica e após a publicação do material, determinava-se um tempo para a discussão do mesmo na plataforma, contando, é claro, com as contribuições dos demais participantes da rede não matriculados na disciplina Redação Publicitária II.

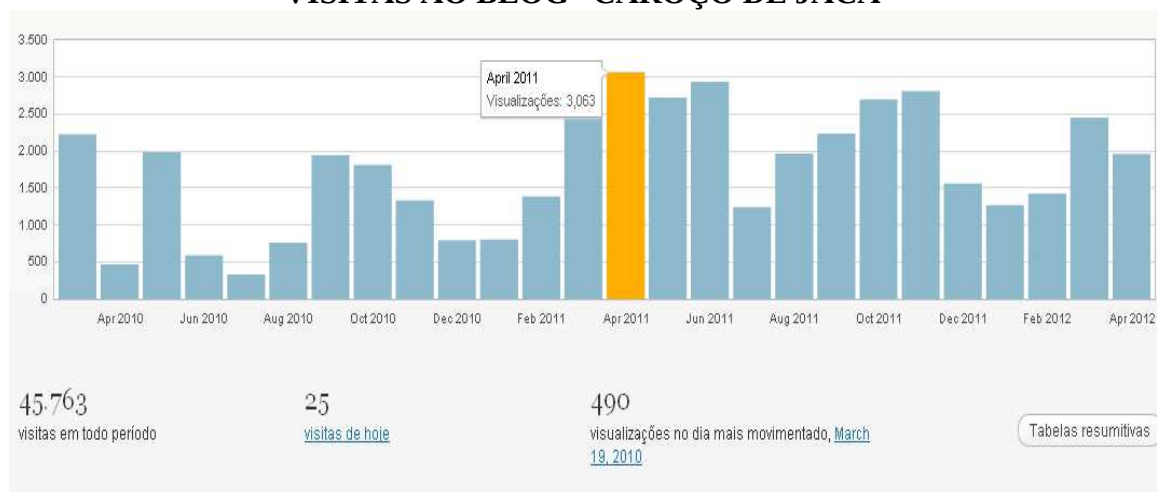
Ao final do período letivo, tendo discutido o programa da disciplina e verificado suas aplicações, era organizado um seminário co-presente para que os alunos defendessem seu tema junto à sala e exercitassem a oratória e o discurso público na apresentação. Na defesa oral, o tema era apresentado, com ênfase na questão e nas principais respostas dadas pelos alunos nos comentários, trazendo opiniões divergentes e forçando o grupo responsável a se posicionar sobre o assunto.

Sendo assim, é notória a influência que uma forma de interação exerceu sobre a outra e os benefícios da junção destas para a aprendizagem gerando maior interação entre os alunos que já haviam maturado o conhecimento adquirido e as opiniões dos demais usuários e maior repertório para debate em sala.

Resultados

A trajetória do *blog* “Caroço de Jaca” confirma resultados consideravelmente positivos. Ao todo, o *blog* já soma mais de 45 mil visitas desde que foi criado em março de 2010, sendo o mês de abril de 2011 o com maior número de acessos em toda a história do Caroço de Jaca: 3.063 visitas.

GRÁFICO 1
VISITAS AO BLOG “CAROÇO DE JACA”



Fonte: Dados do *Blog* gerados pelo Wordpress.

Em 2012, os acessos permanecem constantes e com bons números, o primeiro trimestre do ano atingiu a marca de 5.141 visitas frente 5.010 do ano anterior.

6. CONSIDERAÇÕES

A concentração do conteúdo programático referente à produção de textos na publicidade apresentados por meio de exemplos provenientes deste nicho de mercado significa primeiramente uma importante fonte de estudo para o alunado.

Segundo a professora Ana Flávia citou no próprio blog, “dos assuntos mais complexos, os grupos conseguiram extrair temas leves, porém polêmicos. Todos abordados com muita maestria.”

Esse aspecto interativo, propiciado pelos comentários postados no *blog*, foi responsável pela formação de um conhecimento construído de forma coletiva baseado no debate a partir de vários pontos de vistas e considerando diversos contrapontos, o que resultou em opiniões mais conscientes e conclusões fundamentadas por parte dos alunos.

Além de representar uma eficaz fonte de conhecimento para os alunos, é possível observar-se que, atualmente, o *blog* constitui um rico acervo sobre redação publicitária para todo usuário da rede que buscar esse tipo de informação.

REFERÊNCIAS

- BOEIRA, A. F. **Blogs na Educação**: Blogando algumas possibilidades pedagógicas. Disponível em: <<http://tecnologiasnaeducacao.pro.br/revista/a1n1/art10.pdf>>. Acesso em: 03 abr. 2012.
- LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.
- SANTANA, E. C.; VITAL, C. D. de A. Educomunicação na produção de conteúdos audiovisuais na formação de jovens. In: **3º Simpósio Hipertexto e Tecnologias na Educação**, 2010, Recife. Anais eletrônicos. Disponível em: <<http://www.ufpe.br/nehte/simposio/anais/Anais-Hipertexto-2010/Everaldo-Costa&Cleyton-Douglas-Vital.pdf>>. Acesso em: 03 abr. 2012.
- SAVIANI, D. **Escola e Democracia**. 36. ed. Campinas: Autores Associados, 2003.
- THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 9. ed. Petrópolis: Ed. Vozes, 2008.
- VILLAS-BOAS. André. **O que é e o que nunca foi design gráfico**. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.