



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CAMPUS I – CAMPINA GRANDE  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**MAURO STÊNIO CARDONA ROCHA**

**BLOG: ARQUITETÔNICO**  
**(TIPO: RELATÓRIO)**

**CAMPINA GRANDE - PB  
2014**

**MAURO STÊNIO CARDONA ROCHA**

## **BLOG: ARQUITETÔNICO**

Relatório apresentado ao Curso de Graduação em Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> MsC. Verônica A. de Oliveira Lima

CAMPINA GRANDE - PB  
2014

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

R672b Rocha, Mauro Stênio Cardona  
Blog [manuscrito] : Arquitetônico / Mauro Stênio Cardona  
Rocha. - 2014.  
30 p. : il. color.

Digitado.

Dissertação (Graduação em Comunicação Social) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2014.

"Orientação: Prof. Msc. Verônica A. de Oliveira Lima,  
Departamento de Comunicação Social".

1. Blog. 2. Arquitetura. 3. Arquitetônico. 4. Webjornalismo.  
I. Título.

21. ed. CDD 004.6

MAURO STÊNIO CARDONA ROCHA

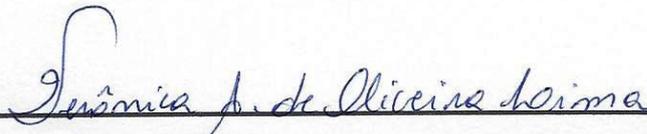
## BLOG: ARQUITETÔNICO

Relatório apresentado ao Curso de Graduação em Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social.

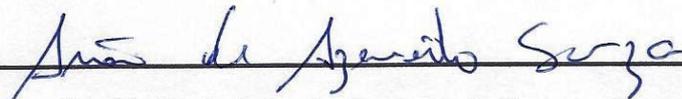
Campina Grande, 26 de Febrero de 2014.

NOTA: 10,0

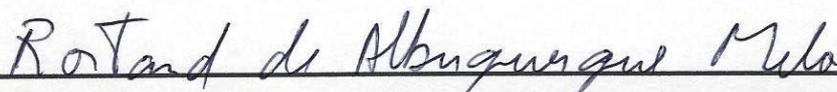
### BANCA EXAMINADORA



Prof.<sup>a</sup> MsC. Verônica A. de Oliveira Lima – Orientadora  
Universidade Estadual da Paraíba - UEPB



Prof.<sup>o</sup> MsC. Arão de Azevedo de Souza – Examinador  
Universidade Estadual da Paraíba - UEPB



Prof.<sup>o</sup> MsC. Rostand de Albuquerque Melo – Examinador  
Universidade Estadual da Paraíba / Universidade Federal de Campina Grande

**Dedicado aos meus pais Celia e Stênio e ao meu irmão Schneider.**

## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à minha mãe Celia, que apesar da distância, sempre soube se manter presente de alguma forma, seja através das manifestações de amor pelo telefone, seja pelas pequenas passagens aqui em Campina Grande. Sei que tudo o que sou hoje, foi fruto do seu amor e sua dedicação. Dedico todo o sucesso da minha vida a você. Mãe, te amo.

Ao meu pai Stênio, que de alguma forma, me ensinou como a vida realmente é, através de conversas, lições e ensinamentos. Me orgulho de ser o homem que sou hoje graças a você, pois muitas das qualidades que hoje me fazem receber elogios, são espelhadas no seu exemplo. Pai, te amo.

Ao meu irmão Xanaider, que, apesar do defeito de me encher de saudade pela distância geográfica que ele sempre mantém, compensa o vazio presencial da irmandade através de gestos de amor e companheirismo. Meu irmão, te amo.

À minha querida família Cardona, com quem, apesar da distância, divido os melhores momentos da minha vida. À minha avó Mariá por todos os momentos ao meu lado, e ao meu avô David (*in memoriam*). Aos meus tios Ari, Lula, Luiz Cláudio e Rômulo; às minhas amorosas tias: Betinha, Gueth e Mary, que não medem esforços para me ajudar nos momentos difíceis e no alcance da minha felicidade. Aos meus primos Anderson, Aninha, Arizinho, Arthur, Gabriel, Suellen e Wauh por todo amor cultivado em nossas relações. E que seja eterno!

À família Cordeiro que me acolheu de braços abertos em Campina Grande, que aqui se faz presente através de Edson e Lindalva. E à Renê Cordeiro, pelo companheirismo, amizade, amor e confiança depositados em mim e que me mantiveram fortalecido na jornada da vida.

Aos meus fiéis amigos que compartilharam momentos importantes nessa caminhada. Embora nem sempre presentes fisicamente, me mantiveram com fé nos desafios da vida e partilharam de ocasiões maravilhosas comigo. A eles, dedico todo a minha amizade e amor: Carolina Castilho, Alessandra Gomes, Patrícia Amaral, Talita Barbosa, Kátia Caroline, Karla Weruska, Aillane Rodrigues, Mayara Costa, Favianny Ricarte, Igor Dantas, Mariana Jerônimo, Iago Rafael, Beatriz Brito, João Batista, Alberto Burity, Olívia Andrade, Juliana Peixoto, Débora Leite, Derik Harisson, Plínio

Monteiro, Thiago Farias, Thais Simões, Zé Emerson, Liv Luna, Camilla Melo, Jean Fachine, Yroschima Cordeiro, Cris Leandro, Marina Molina, Marcinho Melo, Acácio Dutra, Yury Clesse, Andrea Procópio, Léo Guilherme, Gustavo Lopez, Nathália Lucena, Monic Cordeiro, Roque Júnior, Manuella Kelly, Andrea Millena.

À Verônica Oliveira por topar esta empreitada comigo.

E a Deus Pai Todo Poderoso, que me deu essa família extraordinária, esses amigos do peito e que sempre esteve presente ao meu lado, me guiando nas etapas da vida. Dura, porém, incondicionalmente proveitosa e bem vivida. Sei que sem Ele, nada disso seria possível.

## RESUMO

O presente trabalho descreve as etapas de criação de um produto midiático: o Blog ARQUITETÔNICO. Para tanto, técnicas do jornalismo online foram apreendidas e postas em prática através de estudos e análises do assunto que engloba a temática. Assim, buscamos compreender os conceitos básicos que cercam o desenvolvimento das boas práticas jornalísticas na web, especificamente as que servem de embasamento para a conceituação do produto em questão e as técnicas necessárias que permitem a construção do blog. Pretende-se, portanto, passar a descrição do percurso para a criação do blog, desde as ideias do nome, passando pela concepção da logomarca e do *layout*, até os princípios jornalísticos que envolvem o processo da criação de uma ferramenta na web.

**Palavras-chave:** Blog, arquitetura, arquitetônico, webjornalismo.

## **ABSTRACT**

The present work describes the steps of creating a media product: the blog ARQUITETÔNICO. For this purpose, techniques of online journalism were seized and put into practice through studies and analyzes of the subject that encompasses the theme. Thus, it seeks to understand the basic concepts surrounding the development of good journalistic practices on the web, specifically those that serve as basis for the conceptualization of the product concerned and the necessary techniques that allow the construction of the blog. It is intended, therefore, to pass the route description to the creation of the blog, from the ideas of the name, from the design of the logo and layout, to the principles involved in the process of creating a journalistic tool on the web.

**Keywords:** Blog, architecture, architectonic, webjournalism.

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 01. Pirâmide deitada .....	20
FIGURA 02. Logomarca do blog ARQUITETÔNICO .....	22
FIGURA 03. Captura de imagem da tela inicial do blog ARQUITETÔNICO.....	28
FIGURA 04. Captura de imagem da tela inicial do blog ARQUITETÔNICO.....	28
FIGURA 05. Captura de imagem da tela inicial do blog ARQUITETÔNICO.....	29
FIGURA 06. Captura de imagem da matéria ‘Casas de Praia’ do blog .....	29
FIGURA 07. Captura de imagem da ligação do conteúdo com as redes sociais .....	30
FIGURA 08. Captura de imagem do vídeo ‘Museu de Arte Popular da Paraíba – MAPP’ disponibilizado no canal do blog ARQUITETÔNICO (YouTube).....	30

## SUMÁRIO

<b>1. Introdução</b> .....	11
1.1 Objetivo geral .....	11
1.2 Objetivos específicos.....	12
1.3 Justificativa.....	12
1.4 Público alvo.....	14
1.5 Orçamento .....	14
1.6 Cronograma das atividades .....	16
<b>2. Capítulo 1 - Detalhamento técnico</b> .....	16
2.1 Descrição do produto.....	16
2.2 Conceitos básicos .....	18
<b>3. Capítulo 2 - Planejamento e execução</b> .....	22
3.1 Nome .....	22
3.2 Logomarca.....	23
3.3 Domínio na rede .....	23
3.4 <i>Layout</i> / estrutura.....	24
3.5 Integração com as redes sociais.....	25
<b>4. Considerações finais</b> .....	26
<b>Referências</b> .....	27
<b>Anexos</b> .....	28

## **1. Introdução**

Na última década a ferramenta de diário da rede, popularmente conhecida como blog, vem despontando como importante vetor de comunicação e troca de informações na web. Milhares de posts - os artigos publicados - são lançados na internet diariamente, trazendo conteúdo dos mais diversos temas possíveis de serem discutidos ou apenas visualmente apreciados.

Em 2003 o número de blogs espalhados na rede girava em torno de 2,5 a 4 milhões. Atualmente existem cerca de 200 milhões de blogs e diariamente são criados mais de 120 mil, de acordo com o estudo State of Blogosphere feito pelo site Technorati<sup>1</sup>, especializado em analisar e estudar o crescimento e as tendências na blogosfera (termo que representa o mundo dos blogs).

Apesar dos blogueiros estarem se profissionalizando cada vez mais; se unindo ao mercado publicitário e transmitindo conteúdos de qualidade, o que se constata ao vasculhar os blogs da rede é a imaturidade no trato com as informações publicadas, dando um tom de amadorismo para uma ferramenta que já exige certos cuidados pela condição do seu uso: livre acesso a todos, tanto na divulgação de informações quanto ao alcance dos internautas.

Apresentamos então, as etapas de criação e disponibilização na web de um blog com foco na temática da arquitetura, composto de parâmetros técnicos jornalísticos que sustentem o bom desenvolvimento da ferramenta como fonte de informação para os internautas que se interessam pelo assunto tratado. O referido blog recebeu o nome ARQUITETÔNICO.

Abordamos no blog assuntos inerentes à arquitetura, bem como, o urbanismo, o design, a construção civil, a sustentabilidade e tantos outros temas correlacionados à temática principal, transformando o espaço em um ambiente com informações relevantes e atuais, para os leitores que tenham afinidade e/ou interesse pela arquitetura.

### **1.1 Objetivo geral**

Disponibilizar na internet um blog voltado para a temática arquitetura, oferecendo conteúdo e informações com tratamento jornalístico, agrupados em um

---

<sup>1</sup> <http://technorati.com/state-of-the-blogosphere/>

ambiente com *layout* adequado, navegabilidade e funcionalidade, trazendo praticidade na leitura e no acesso à informação.

## 1.2 Objetivos específicos

- Explorar a internet como um dos vetores de disseminação de conteúdo com informações através da ferramenta do tipo ‘blog’.
- Fomentar a cultura de debates e discussões sobre a arquitetura e os seus temas correlatos, tendo como base a plataforma da internet através de suas ferramentas de interação.
- Proporcionar aos internautas um ambiente profícuo na busca por informações relevantes acerca da arquitetura.
- Suprir a carência de informação de uma área que se mostra em constante ascensão.
- Utilizar as técnicas jornalísticas assimiladas durante a graduação, como: produção de pautas, levantamento de dados, entrevistas, geração de conteúdo, captação de imagens, edição e etc.

## 1.3 Justificativa

O ramo da arquitetura vem se expandindo pelo bom incremento da economia brasileira nos últimos anos, que impulsionou a construção civil, transformando, muitas vezes, cidades em canteiros de obra e trazendo consigo, o crescimento das várias vertentes de atuação do profissional arquiteto.

Além dos edifícios institucionais, comerciais, prédios residenciais, casas, etc; as prefeituras vêm realizando grandes investimentos em obras de infraestrutura, visando o melhor desenvolvimento das cidades e contribuindo para a universalização do espaço de convivência humana.

Esses fatores auxiliam na valorização, tanto dos profissionais da arquitetura quanto na disseminação da compreensão e do saber ligados à arquitetura, pautando, esse saber, na constante atualização dos conhecimentos que se encontram em contínuo desenvolvimento no mundo pós-moderno.

De acordo com o Censo dos Arquitetos e Urbanistas do Brasil (2012), executado pelo Conselho de Arquitetura e Urbanismo (CAU-BR), os arquitetos e urbanistas

procuram se atualizar frequentemente com os novos rumos e as possibilidades que esse campo de atuação oferece, a fim de aperfeiçoar os conhecimentos, resultando assim, numa busca incessante por fontes de pesquisas que auxiliem os seus trabalhos.

Ainda através do parecer do Censo realizado pelo CAU-BR, o campo de atuação dos profissionais da área se mostra bastante variado, sendo que 34% dos profissionais trabalham majoritariamente com a concepção de projetos, 15,88% trabalham regularmente na fase de execução de projetos, 15% se dedicam à arquitetura de interiores e pequenas parcelas, de um total de 83 mil profissionais entrevistados, ainda se dedicam exclusivamente ao planejamento urbano (3,99%) e ao paisagismo (3,36%).

Esses dados nos fazem compreender a diversidade de possibilidades de atuação dos profissionais e na oportunidade de temas correlatos a serem explorados pelo blog em questão. Fontes como periódicos, revistas, jornais, sites e blogs, surgem como importantes fontes de consulta e conhecimento, não só para os profissionais da área como também para qualquer cidadão que tenha interesse em consumir ou assimilar assuntos correlatos.

A internet possui uma variedade de blogs sobre arquitetura e os mais variados temas constituintes dessa temática. Mas o que se constata é que eles são, em sua maioria, feitos exclusivamente por arquitetos e pessoas que tem interesse pelo tema. Exclui-se assim, a participação de um jornalista especializado, capaz de produzir conteúdo ou mesmo ajudar a criar *layouts* diferenciados para impulsionar o desenvolvimento da temática em tela, tão rica nesse aspecto.

As formatações são pobres e o *layout* também não fica atrás, deixam a desejar em muitos casos. O conteúdo também, em sua maioria, é apenas retirado de outras fontes e compartilhado através do blog. Assim sendo, a ferramenta se mantém como uma espécie de aglutinador de informações que o autor ache interessante.

A opção pela ferramenta blog se justifica pela facilidade de manuseio, de manutenção, além da facilidade com a linguagem; mas também se justifica pela transformação que esse meio alcançou ultimamente. Inicialmente possuíam um caráter de diário, onde qualquer internauta compartilhava sua vida e suas ideias. Posteriormente se modificaram e se transformaram em um local de geração e propagação de conteúdos

sérios, baseados em fontes seguras, configurando uma teia de informações, opiniões e debates, trazendo um novo entendimento para o webjornalismo.

O blog ARQUITETÔNICO irrompe para agregar valor aos conteúdos já existentes na web, como uma ferramenta de fonte segura e completa e com um conteúdo pertinente para aqueles que tenham interesse em se aprofundar na arquitetura ou apenas conhecer e se “antelar” com as tendências, por vezes ditas supérfluas, da área do design, decoração ou interiores.

Soma-se a todas essas justificativas, o fato do meu conhecimento específico na área de referência do blog, a arquitetura, por ser ela tema do segundo curso superior que venho me dedicando na Universidade Federal de Campina Grande – UFCG; contribuindo, assim, na busca por conteúdos correlatos e uma linguagem mais apurada e atenta para o tratamento dado ao tema objeto do blog.

#### **1.4 Público-alvo**

O público-alvo do blog é formado primordialmente por pessoas que tenham interesse na área de arquitetura e esse canal de conteúdo pretende não “fechar” o público, mas direciona o acesso àqueles que tenham interesse pela temática desenvolvida pelo blog.

O conteúdo do blog será desenvolvido com forte apelo visual, com o uso de muitas imagens, fazendo com que, a partir da interligação com as outras redes sociais, como o Instagram e o Facebook, a sua divulgação seja atraente e aproxime do blog, não só os profissionais da área que, por ventura, venham buscar repertório para seus projetos e tomar conhecimento de tantos outros, como também tem o intuito de atrair mais visitantes de toda e qualquer faixa etária, seja do sexo feminino ou masculino, de modo que os internautas possam encontrar no blog, um conteúdo que se adapte ao seu gosto, ao que procuram e ao seu tipo de “consumo” na internet, obviamente e como já mencionado, tudo dentro do tema proposto.

#### **1.5 Orçamento**

Para o desenvolvimento adequado do *layout* do blog, foi contratado um web designer, que tem experiência no mercado. Esse profissional foi de imprescindível contratação e de grande importância nas reuniões para a composição do espaço a ser

destinado ao blog, devido a sua capacidade de compreender possíveis erros na disposição das ferramentas que a internet nos oferece.

O apoio do web designer se mostrou uma ferramenta de profissionalismo para a excelência nas etapas de incremento do blog, pois havia um cuidado com o tipo de produto que iria se expor na internet. Ele participou ativamente nas discussões de estruturação do *layout* e assim, elaborou a estética e a funcionalidade do site, através dos seus conhecimentos sobre *softwares* de desenvolvimento voltados para a web, de modo a proporcionar um ambiente funcional e capaz de transmitir da melhor forma possível os conteúdos dispostos na página da web.

Vale salientar que os custos empregados na produção das matérias que foram inseridas no blog, apesar de não inseridos dentro da tabela de custos, gerou uma pequena despesa além da que foi descrita, evidenciando ai a necessidade de desembolso com a produção do material editorial. Além disso, o blog disposto na web ainda gerará um compromisso custoso para a sua manutenção (contratação de domínio e hospedagem da página) e constante atualização (desenvolvimento de novos layouts), que não foram contabilizados dentro da descrição dos itens pela incapacidade de prever tais dados futuros.

Através da futura profissionalização do espaço, que acarretará na venda de espaços publicitário ou mesmo matérias patrocinadas, ocorrerá captação de divisas para tais manutenções já mencionadas.

<b>ITEM</b>	<b>CUSTO (R\$)</b>
Web Designer	800,00
Logomarca	50,00
Transporte	50,00
Resma de papel - A4	10,00
<b>TOTAL</b>	<b>910,00</b>

## 1.6 Cronograma das atividades

	OUT	NOV	DEZ	JAN	FEV
Definição do produto midiático / conceito	X				
Encontro com o orientador		X	X	X	X
Criação da logomarca		X			
Planejamento do blog: <i>layout</i> e pautas		X	X		
Produção do blog (web designer)			X	X	
Desenvolvimento da pauta				X	X
Relatório				X	X
Inserção do conteúdo					X
Apresentação					X

## 2. Capítulo 1 - Detalhamento técnico

### 2.1 Descrição do produto

Não muito diferente de outras temáticas, a arquitetura vem se destacando como um dos conteúdos em ascensão na blogosfera. Profissionais e estudantes, principalmente, vem fazendo uso dessa ferramenta para lançar novas ideias, divulgar trabalhos, discutir problemáticas, entre tantos outros assuntos possíveis de serem tratados na web.

O blog de gênero, ou seja, aquele que possui uma temática específica e que trata de um assunto dominado pelo blogueiro – no caso a arquitetura - vem se destacando e alcançando grande espaço entre os profissionais, estudantes, clientes ou até mesmo amadores e leigos ávidos por novas ideias, inspiração, dicas, etc.

Sente-se a necessidade de divulgar na blogosfera um material com conteúdo diferenciado daquele que já existe na rede, tanto pela maturidade na construção das informações e do próprio *layout*, como pela formulação de novos dados. Essa característica de elaboração de conteúdo próprio é pouco explorada pelos atuais blogs

de destaque na internet, que se utilizam, em sua maioria, de matérias atemporais já disseminadas na rede.

O material divulgado e diferenciado que se pretende lançar é aquele que desperte o interesse e a curiosidade do leitor em se manter “antenado” na temática a qual se destina o blog, com a produção e divulgação de um conteúdo com qualidade e que acabe por criar um vínculo com o visitante do blog a fim de fidelizar a relação entre o internauta e o autor.

O blog ARQUITETÔNICO possuirá um enfoque na informação a todos os visitantes de forma simples e objetiva, atual e funcional de modo a criar um canal de diálogo, divulgação, discussões ou mesmo passatempo. O blog também se propõe a sistematizar as mais variadas notícias acerca da arquitetura, factual ou atemporal, que esteja dispersa pela rede, mas também se propõe a gerar novos conteúdos como: entrevistas, divulgação de novos trabalhos arquitetônicos, vídeos e etc.

Por se tratar de uma ferramenta de fácil acesso a todos e de excelente alcance, o produto também se propõe a ser um instrumento midiático de marketing, possibilitando aos profissionais do ramo de arquitetura e da construção civil, divulgar trabalhos e novos empreendimentos, bem como cobrir festas e lançamentos focados na temática proposta a fim de formar parcerias midiáticas para a manutenção do blog.

A fim de tentar focar em alguns assuntos relacionados a uma temática tão abrangente, o blog foi dividido em cinco seções<sup>2</sup>:

- ARQUITETURA
- INTERIORES
- INSPIRE-SE
- ENTREVISTAS
- VÍDEOS

Apesar dessa divisão, sua atualização segue a disposição comum dos blogs, com atualizações seguidas por uma ordem cronológica, contendo data, horário e por quem foi atualizado, seguindo assim, a disposição não linear de assuntos e deixando de engessar o seu conteúdo em simples seções.

---

<sup>2</sup> Seções descritas na página 25 do presente trabalho.

As seções com conteúdo mais alongado e profundo, como a seção ARQUITETURA, servirão aos visitantes com um vínculo maior com o tema proposto pelo blog, como os estudantes e profissionais da arquitetura e do urbanismo, possibilitando um maior aprofundamento nas matérias e conseqüentemente uma melhor bagagem de informação estará à disposição do leitor, demandando uma melhor concepção da pauta e uma maior atenção na produção do conteúdo, com pesquisa extensa e legítima à temática.

Já as outras seções, como por exemplo, a INSPIRE-SE e a INTERIORES, possuem temas que não irão demandar grande quantidade de texto para a sua abordagem temática, prendendo a atenção dos visitantes que estão em busca de informações visuais ou que sejam apenas curiosos acerca dos assuntos tratados.

O blog será atualizado sempre que houver produção de novos conteúdos - sem data específica para sua geração - com assuntos sobre temas gerais voltados à arquitetura e passíveis de serem integrados às seções propostas pelo blog. Os visitantes também poderão contribuir, podendo enviar projetos e estudos relacionados ao tema para poderem ser postados no blog, característica essa extremamente considerável no desenvolvimento do vínculo: blog/visitantes.

Esse intercâmbio de ideias e informações com os internautas também será enfatizado através de outras redes sociais: Instagram e Facebook, por meio das quais, poderá ser divulgado, através de links e fotos, todo o conteúdo postado no blog. Sendo essa interação, uma das partes mais importantes do blog, de maneira que ela possibilita não só divulgar o blog pela web como também é ela que cria um vínculo com o internauta, fazendo, muitas vezes, com que ele volte ao blog através da garantia prestada por meio das opções: seguir (Instagram) e curtir (Facebook).

Para atingir um maior número de visitantes, o blog não se restringirá a divulgar apenas fotos ou notícias, nem mesmo ficará atuando somente com postagens referente à arquitetura; tratará de temas que tenham uma ligação com ela, como o urbanismo e o design, oportunizando um melhor alcance e uma variedade na produção de conteúdo.

## **2.2 Conceitos básicos**

A internet é uma ferramenta muito utilizada atualmente pelo jornalismo e ainda tem muito a ser explorada. Apesar disso, já é compreendida como um instrumento capaz

de gerar infinitas possibilidades de conteúdo e propagação de informações. Para adentrar no mundo da *word wide web* (a teia mundial de computadores) é preciso apreender alguns conceitos básicos que serão úteis na formatação das ideias a serem propagadas através do veículo proposto: o blog ARQUITETÔNICO.

Para Bitencourt, “blogs são páginas na internet onde as pessoas escrevem sobre diversos assuntos de seu interesse e que podem vir acompanhadas de figuras e sons de maneira dinâmica [...]”. Ela ainda completa que esses espaços se afirmam como páginas da internet colaborativas onde “pessoas trocam informações e conhecimentos cooperativamente”. Com isso, compreende-se o meio na qual se está ingressando com a elaboração do produto midiático e permite destacar uma das virtudes do blog: a constante troca de informações com o leitor.

Um típico blog normalmente é uma combinação de imagens, textos e links que estabelecem conexões com outras páginas da web ou até mesmo para outras matérias ou seções do mesmo domínio. A possibilidade dos internautas visitantes deixarem comentários, de forma a interagir com o autor ou mesmo outros internautas, é uma das ferramentas que merecem destaque no blog, pois permite ao leitor se sentir mais próximo ao conteúdo exposto em função desta troca de ideias.

O jornalismo impresso desenvolvido a séculos e que foi difundido no mundo moderno através dos jornais e revistas, definiu um modelo de concepção e redação das matérias a ser fielmente seguido, e assim o é, através de uma sequência informativa que se configurou na ‘pirâmide invertida’. Segundo Canavilhas (2004, p.30), “usar a técnica da pirâmide invertida na web é cercear o webjornalismo de uma das suas potencialidades mais interessantes: a adoção de uma arquitetura noticiosa aberta e de livre navegação”.

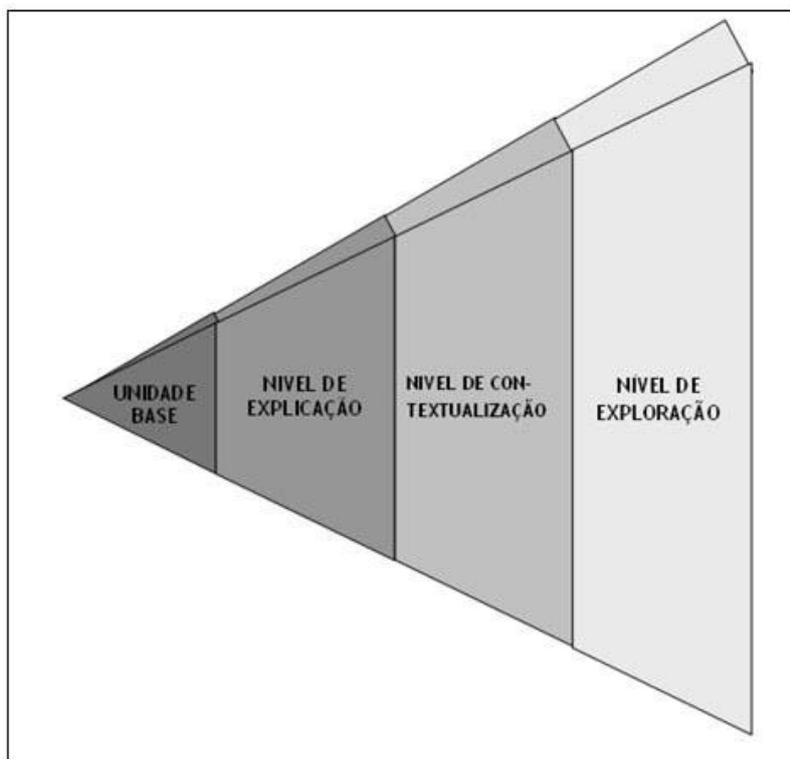
A partir daí, com o desenvolvimento do jornalismo nos meios digitais, a configuração da matéria tomou novos rumos, através dos hiperlinks (referência dentro de um texto a outras partes desse mesmo texto ou a outros documentos) pelas inúmeras possibilidades de interligação entre os conteúdos dispostos na web.

Foi necessária a criação de uma nova maneira de formatação do texto para a web, permitindo uma leitura dinâmica que fosse eficiente na recepção da informação ao mesmo tempo em que obedecessem as ligações de tempo e espaço do conteúdo disponibilizado. De acordo com Canavilhas (2004), o desenvolvimento de uma linguagem própria deve contemplar não só formas diferentes de repassar as

informações, como também modos de como disponibilizá-las para o público, quando em forma de texto.

O modelo desenvolvido, próprio para os textos na web e que por enquanto vem sendo utilizado por contemplar a utilização de várias de suas ferramentas, se configurou na “pirâmide deitada”. Esse modelo, ao contrário da “pirâmide invertida” que dispõe as informações em ordem decrescente, ou seja, da informação mais importante à menos importante, privilegia as informações correlatas variáveis à informação dada, não obedecendo uma ordem de importância e dispendo de *links* para levar a outras informações relevantes que o autor possa correlacionar.

Ainda de acordo com o conceito da pirâmide deitada, Canavilhas diz que se organizou uma experiência onde se convidam os leitores a efetuarem a leitura de uma notícia constituída por vários blocos de informação ligados através de hipertexto. Essa forma de disposição das informações na web é observada através da figura 01, aonde se pode constatar os vários níveis de exploração da leitura pelo visitante, possibilitado pelo seu interesse sobre o assunto através da navegação pela informação.



**Figura 01. Pirâmide deitada**  
Fonte: CANAVILHAS, 2004

Como já mencionado, a internet admite a utilização de vários acessórios que permitem uma construção não linear das informações num blog, por exemplo, vindo a enfatizar a aplicação de *hiperlinks* e prorrogando a permanência do leitor na página, através da teia de informações que lhes é concedida. Para Ferrari (2003, p. 52) é importante “reforçar os princípios da *hipermídia* de informar não mais de maneira linear, com começo, meio e fim da notícia, mas sim construir matérias múltiplas sobre o mesmo assunto”.

Essas características tornam a internet um modelo único e ágil de postagem de conteúdo, com características multifacetadas, transformando-se num meio onde é possível ousar e inovar através dos seus recursos. Para Ward (2007, p. 21), “o jornal diário pode ter manchetes dramáticas e conteúdo impressionante, mas não é particularmente dinâmico como uma entidade. O jornal tem um relacionamento estático com o seu leitor. [...] A publicação online pode abrir novas possibilidades na disseminação de informações e estabelecer um relacionamento mais dinâmico com o leitor”.

No que concerne à temática do blog ARQUITETÔNICO, é acertada a escolha pelo relacionamento entre o autor e os assuntos a serem desenvolvidos, já que o tema do blog também é um tema amplamente estudado pelo mesmo, visto que o autor desenvolve um curso superior na área em questão, a arquitetura.

Sobre a correlação entre o tema abordado e a intimidade do responsável pelo blog com o assunto tratado, Faustino (2010, p. 30) discorre:

Difícilmente você conseguirá sucesso a longo prazo se não for experiente na área onde pretende atuar. Mais importante, os usuários e leitores irão notar a sua falta de experiência, e a percepção que você está tentando criar – que você é uma fonte de informação credível – irá acabar por não funcionar. Embora você não tenha forçosamente de ser um expert, você deverá ter alguma experiência e gostar simplesmente daquilo que fala para seus leitores.

Alguns conceitos ainda mais específicos foram de necessária apreensão para o bom desenvolvimento do blog através das possibilidades da web e dos parâmetros jornalísticos que embasam o segmento online. Primeiramente é importante assimilar e compreender o espaço no qual está inserido o produto midiático: o ciberespaço.

Levy (2000, p. 92) define o ciberespaço como sendo um “[...] espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores”. Este espaço é onde se desenvolverão as conexões entre os diversos conteúdos espalhados pela rede. É através dessa rede que serão estabelecidas as

conexões que irão intermediar as relações entre o conteúdo divulgado e o internauta, sendo importante conhecer seus aspectos estruturais de modo a propiciar um melhor intercâmbio de informações nessa relação.

Outros conceitos fundamentais para compreensão versam sobre os elementos que permitem a melhor usabilidade do produto pelo internauta através da navegabilidade e da funcionalidade do blog. Caminhando juntas, elas norteiam o desenvolvimento de mecanismos para auxiliar o internauta enquanto navegam no site, possibilitando uma experiência satisfatória em sua visita.

Alguns cuidados são necessários para que seja assegurada essa boa navegação pelos visitantes. De acordo com Ward (*apud* PINHO, 2002, p. 143) a “navegação são os meios que você oferece para os seus usuários localizarem sua posição dentro do site e encontrarem seu caminho ao longo da estrutura, tanto adiante como para trás novamente”. A navegação também mantém uma relação direta com a interface gráfica. Os dois são elementos inseparáveis.

A funcionalidade e a navegabilidade são quesitos de especial importância na arquitetura da informação. Ambas focam na importância do leitor, e se manifestam principalmente através da navegabilidade, propiciando facilidade ao utilizador do blog ao longo da informação e das páginas do site, através da disposição de menus com fácil acesso, menus adicionais caso a página possua diversas seções, atalho para contato e redes sociais, etc. Esses conceitos postos em prática asseguram uma melhor experiência do leitor dentro do site.

### **3. Capítulo 2 - Planejamento e execução**

#### **3.1 Nome**

A escolha do nome é muito importante, pois, é através dele que os internautas identificarão o conteúdo do blog mais facilmente, estando condicionada assim, sua escolha à temática proposta. Portanto, o nome escolhido foi ARQUITETÔNICO, que é uma palavra muito utilizada no ambiente da arquitetura, e que pode se submeter a vários sentidos dentro do “fazer arquitetura”, como: desenho arquitetônico, partido arquitetônico, projeto arquitetônico ou mesmo levantamento arquitetônico.

De acordo com o dicionário Michaelis, a palavra arquitetônico significa: “relativo ou pertencente à arquitetura ou à arquitetônica; arquitetural” e é justamente

essa frase que se tornou o lema do blog pois consegue dar ênfase naquilo que o produto midiático se propõe: ser pertencente à arquitetura.

### 3.2 Logomarca

Para a concepção da logomarca (figura 02) foi levado em consideração que, para se manter presente na mente dos internautas e se constituir um elemento de fácil assimilação, deve-se optar por colocar uma imagem que representasse o título do blog. Sendo assim, houve uma contração da palavra ARQUITETÔNICO para formar a identidade visual da logomarca, originando a sigla AQTC.



Figura 02. Logomarca do blog ARQUITETÔNICO  
Fonte: IGOR DANTAS – webdesigner

Essa supressão do nome ARQUITETÔNICO vem a enfatizar também a atual contração das palavras empregadas nas redes sociais, por exemplo, como as palavras você = 'vc', também = 'tbn', blog = 'web log', *direct message* = 'dm'. Essa característica do nome contribui igualmente na propagação e divulgação do blog através dos meios atuais de interação na internet.

Para enfatizar a, ainda desconhecida sigla, logo abaixo foi disposto o nome do blog completo e ainda fez-se uso da cor amarela destacando algumas partes da logomarca, possibilitando chamar atenção devido as suas próprias características visuais de alerta e brilho e aos seus significados que, dentre eles, representam: luz, calor, descontração, além de ser uma cor inspiradora que desperta a criatividade e estimula as atividades mentais.

### 3.3 Domínio na rede

Embora seja possível disponibilizar na internet um blog utilizando apenas as plataformas grátis como, por exemplo, o Wordpress ou Blogger, que já possuem temas

padrões (*layout*), foi preferível registrar um domínio, com a função de relacionar um nome a um endereço da internet através do IP (Internet Protocol), proporcionando credibilidade e visibilidade ao blog. Isto por se tratar de um produto midiático que pretende ter uma continuidade dentro das linhas profissionais. Sendo assim, tentou-se registrar o domínio *.com.br* mas o mesmo não estava disponível, logo o endereço que foi possível registrar ficou com o domínio *.net* ([www.arquitetonico.net](http://www.arquitetonico.net)).

### 3.4 *Layout / estrutura*

O *layout* do blog se organiza da seguinte maneira: em cima se encontra a barra de *menu*, que, além das seções já mencionadas, possui o *link* QUEM SOMOS - local onde é apresentado o blog - e a caixa de pesquisa de assuntos no blog. Ao descer com a barra de rolagem, o *menu* acompanha o leitor, facilitando o acesso, sempre que necessário às seções.

Abaixo do *menu* aparecem a logomarca do blog e os ícones contendo: o menu de acesso às redes sociais, o e-mail para contato e há também o *feed* RSS (ferramenta onde, ao se cadastrar, é possível receber um resumo das atualizações do blog). Mais abaixo se encontra uma barra de imagens em movimento, das principais matérias postadas. Ao lado direito encontram-se os *plug-ins* de acesso às redes sociais que estão associados ao blog e também tópicos de acesso rápido como: Os *posts* mais lidos, os mais recentes, as *tags* (palavras-chave dos posts publicados) e os últimos comentários dos leitores.

No centro é disposto o conteúdo, que é organizado de forma cronológica inversa, obedecendo também, às características comuns dos blogs, possuindo como foco a temática proposta pelo blog e podendo ser escrito, por ventura, por um número variável de pessoas que venham a ser colaboradores do endereço da web.

Ainda sobre o conteúdo disposto; ele está estruturado nas seguintes seções:

- **ARQUITETURA:** seção mais geral trazendo informações do mundo da arquitetura que vão desde a descrição de projetos (arquitetônicos e urbanísticos), notícias de concursos para a área de arquitetura e urbanismo, passando pelos lançamentos das novas tecnologias empregadas (materiais, técnicas sustentáveis, etc.), mercado imobiliário, construção civil, enfim, conteúdo factual e atemporal do universo da arquitetura.

- **INTERIORES:** seção voltada à área do design e interiores trazendo matérias relacionadas à organização do espaço seja ele residencial, comercial ou institucional; e buscando trazer um conteúdo que permita ao leitor do blog obter conhecimento para a produção e concepção dos seus próprios espaços. Essas matérias irão buscar um enfoque do tipo ‘faça você mesmo’, com dicas de organização, ornamentação, disposição de mobiliário, etc.
- **INSPIRE-SE:** seção trazendo apenas fotos, mas com pequeno texto introdutório do que trará nas imagens. Essas fotos serão uma compilação de imagens relacionadas ao tema em pauta, podendo ser: de edifícios (comerciais, residenciais, mistos, etc.), de casas, casas de praia, casas de campo, tendências de interiores, sofás, peças de design, objetos de desejo, decoração (como receber amigos, festas temáticas em casa, etc.) entre outros.
- **ENTREVISTAS:** seção do blog contendo entrevistas relacionadas à temática geral da arquitetura, que busca correlacionar os temas em pauta pelo blog aos temas factuais da nossa realidade, ajustando a entrevista com algum “especialista” às questões atuais da nossa sociedade.
- **VÍDEOS (OLHA!):** seção de vídeos apresentando as obras da arquitetura sobre um olhar mais poético e conceitual, contendo além das “imagens poéticas” inserções de *off* com detalhes sobre a obra em questão, aprofundando o conhecimento com a ajuda de detalhes importantes sobre a obra.

### **3.5 Integração com as redes sociais**

Para a garantia no alcance das informações aos internautas, buscou-se mecanismos de atualização no ARQUITETÔNICO para assegurar a propagação do conteúdo postado através das seguintes redes sociais: Instagram e Facebook. Essa estratégia de possuir canais em contato com os possíveis leitores aumenta não só a visibilidade do blog, mas também reforça a interatividade e a troca de ideias entre o autor e o público.

#### **4. Considerações finais**

O blog ARQUITETÔNICO surgiu a partir do interesse em desenvolver um ambiente na internet onde pudesse reunir informações relevantes sobre a temática da arquitetura, compreendendo os anseios e dificuldades encontradas através de pesquisas realizadas com insucesso na internet, pelo desenvolvimento do Curso de Arquitetura e Urbanismo da UFCG na qual eu participo. A carência de fontes e conteúdos seguros sobre o tema na web, também se mostrou como fator de relevância para a realização e concepção deste produto midiático.

Conseguimos, através do desenvolvimento deste trabalho, compreender e assimilar de uma melhor forma, os conceitos e saberes apreendidos durante todos os anos de graduação no Curso de Comunicação Social, onde, a prática, com a realização do blog, foi realmente vivenciada.

Este produto midiático, fruto de um imenso trabalho, nasce para se agregar àqueles que desempenham e desenvolvem blogs com a mesma temática e que tem a mesma paixão pela arquitetura. Ele surge para acrescentar na web, um novo ambiente onde, pretensiosamente, só quer satisfazer os seus leitores.

Vale salientar, a extrema importância em mostrar e poder observar, o ecletismo da Comunicação, com as suas várias vertentes e também as várias possibilidades na transmissão da informação; ressaltando o desenvolvimento de novos meios de comunicação, como uma forma de inclusão, buscando sair do âmbito noticioso comum, na qual a arquitetura é condicionada, através especialmente das revistas, e alcançando novas formas de aproximação com o seu público.

Por fim, acredito que o jornalismo, independente de que meio ele se utilize para desempenhar a sua primordial função: a de informar; continua a ter seu papel assegurado dentro do contexto social e das novas tecnologias, além de que, é dentro desse meio tecnológico que a produção e a divulgação de novos conteúdos é facilitada e consegue alcançar, cada vez mais, lugares mais distantes.

## Referências

- ARAÚJO, Lindomar. **O hipertexto.** Disponível em: <http://www.infoescola.com/informatica/hipertexto/>. Acesso em: 04/01/2014
- BITENCOURT, Jossiane Boyen. **O que são blogs?** (2004) Disponível em: [http://penta3.ufrgs.br/PEAD/Semana01/blogs\\_conceitos.pdf](http://penta3.ufrgs.br/PEAD/Semana01/blogs_conceitos.pdf). Acesso em: 24/01/2014.
- Blogger. Disponível em: <http://www.blogger.com/>. Acesso em: 18/12/2013.
- CANAVILHAS, João Messias. **Webjornalismo: Considerações gerais sobre jornalismo na web.** Covilhã – Portugal: UBI, 2004.
- Estudo do Technorati da Blogosfera. **O estado da blogosfera.** 2011. Disponível em: <http://technorati.com/state-of-the-blogsphere/>. Acesso em: 03/01/2014.
- FAUSTINO, Paulo. **Como criar um blog: de desconhecido a problogger.** (2010). Disponível em: <http://www.escoladinheiro.com>. Acesso em 24/01/2014.
- FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital.** São Paulo: Contexto, 2003.
- Instituto de Arquitetos do Brasil. **Censo dos Arquitetos e Urbanistas do Brasil.** 2012. Disponível em: <http://www.iab.org.br/>. Acesso em: 19/12/2013.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: Editora 34, 2009.
- MONTEIRO, Silvana Drumond. **O ciberespaço: o termo, a definição e o conceito.** 2007. Disponível em: [http://www.dgz.org.br/jun07/Art\\_03.htm](http://www.dgz.org.br/jun07/Art_03.htm). Acesso em: 04/01/2014.
- PINHO, J. B. **Jornalismo na internet;** planejamento e produção da informações on-line. São Paulo: Summus, 2003.
- RECUERO, Raquel da Cunha. **Weblogs, Webrings e Comunidades virtuais.** Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/webrings.pdf>. Acesso em: 01/02/2014.
- ROCHA, Mauro. **ARQUITETÔNICO.** Disponível em: <http://www.arquitetonico.net>. Acesso em: 21/02/2014.
- WARD, Mike. **Jornalismo Online.** São Paulo: Rocco, 2007.

## Anexos



IMAGEM 3: captura de imagem da tela inicial do blog ARQUITETÔNICO.



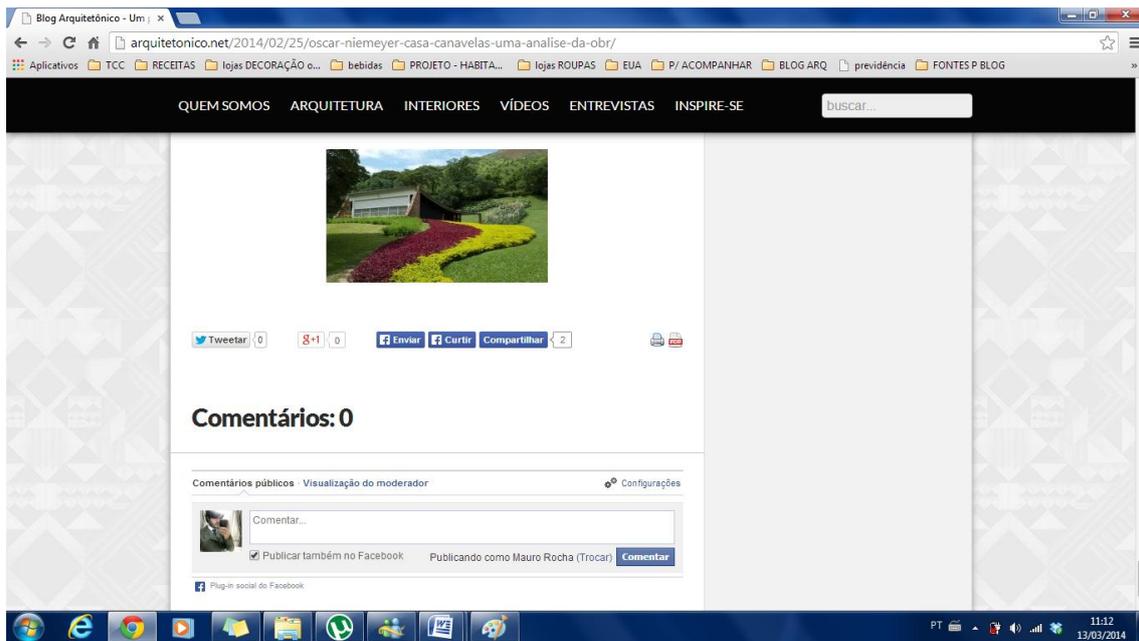
IMAGEM 4: captura de imagem da tela inicial do blog ARQUITETÔNICO.



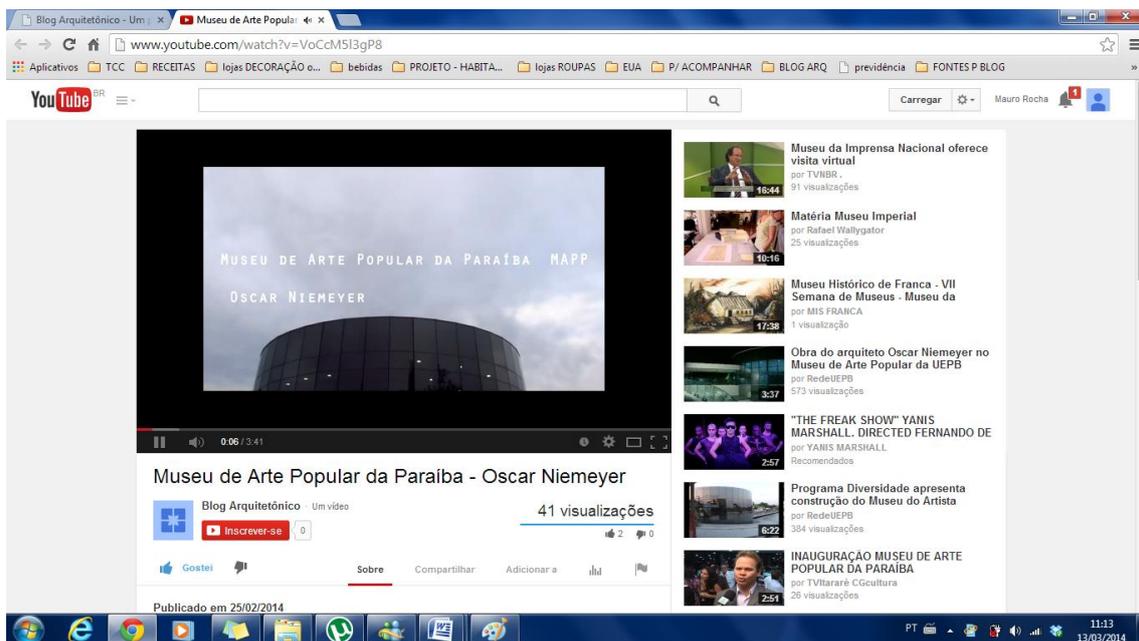
**IMAGEM 5:** captura de imagem da tela inicial do blog ARQUITETÔNICO.



**IMAGEM 6:** captura de imagem da matéria 'Casas de Praia' do blog ARQUITETÔNICO.



**IMAGEM 7: captura de imagem da ligação do conteúdo com as redes sociais.**



**IMAGEM 8: captura de imagem do vídeo 'Museu de Arte Popular da Paraíba – MAPP' disponibilizado no canal do blog ARQUITETÔNICO (YouTube).**