



BLOG DA REVISTA LUPA¹

Marcel Rodrigues Queiroz Ayres Dantas²

Samuel Anderson Rocha BARROS³

Tarcízio Roberto da SILVA⁴

Beatriz Muniz RIBAS⁵

Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA.



www.revista-lupa.blogspot.com

RESUMO

O blog da **Revista Lupa** – <http://www.revista-lupa.blogspot.com> - é, desde sua concepção, um instrumento de interação com o leitor. A Lupa, por sua vez, é uma revista laboratório, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (Facom-UFBA), ligada a disciplina Temas Especiais em Jornalismo Impresso. O blog, até mesmo pelas características de seu meio, é um espaço em potencial para a experimentação e inovação, pautada pela responsabilidade ao informar e entreter.

PALAVRAS-CHAVE: blog; jornalismo; *internet*; revista; comunicação.

1. INTRODUÇÃO

O blog da Lupa foi criado, em outubro de 2007, pela equipe assessoria da quarta edição da versão impressa. Desde o princípio, já era nítido que o blog seria um espaço

² Aluno líder do grupo e estudante do 2º. Semestre do Curso de Jornalismo da UFBA, email: marcel.ayres@gmail.com.

³ Estudante do 3º. Semestre do Curso de Jornalismo da UFBA, email: samuel100barros@hotmail.com

⁴ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Produção Cultural da UFBA, email: tarushijio@gmail.com.

⁵ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo Digital do Curso de Jornalismo da UFBA, email: biaribas77@gmail.com



para confluência da linguagem da revista impressa, com outras possibilidades – vídeos, músicas, *hiperlinks*. Os repórteres que produzem as matérias para a versão impressa fazem prévias, que funcionam como chamadas, aguçando a curiosidade do leitor.

O formato blog traz a interação entre repórter e público para o campo pessoal. O leitor ganha nome e voz, ao poder comentar as matérias e passar mensagens diretamente para os autores. Essa possibilidade é um exercício de crítica que contribui muito para a formação profissional do estudante, ao tempo que a participação do leitor é valorizada e estimulada.

É também uma característica do blog a possibilidade de interação, quase irrestrita, de várias linguagens, o que possibilita ao repórter uma formação mais global e ao leitor informações mais dinâmicas e agradáveis. Assim, pensar uma matéria, já é programar a produção de conteúdos extras, a exemplo de vídeos, fotos, informações que fogem à pauta da Revista, mas que são interessantes.

Outro diferencial em relação à Revista é o espaço. Enquanto na versão impressa é necessário se adequar a 36 páginas, o blog não tem preocupações com a quantidade de matérias, mas sim a qualidade e a devida adequação do texto à sua linguagem própria. O exercício de busca de uma linha editorial, de parâmetros narrativos e de ferramentas faz do Blog da Lupa um espaço ímpar para a construção das linhas-mestras do, ainda novo, campo do jornalismo online.

2. OBJETIVO

Inicialmente o blog da revista Lupa, uma publicação da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, foi criado por estudantes com o objetivo de divulgar a versão impressa na *web* e aumentar a sua visibilidade para um público-alvo mais vasto que o soteropolitano. Hoje, a partir da iniciativa do blog, iniciou-se um processo de criação de um site que será a versão digital da revista impressa e uma ferramenta webjornalística da Faculdade.

Em média, cada turma que produz um número da revista é composta de 25 alunos. Isso desemboca, uma vez que cada um deles produz mais que uma matéria, em uma produção superior à necessária para preencher a revista. Por isso, eventualmente algumas boas reportagens ficavam de fora da publicação. Conforme o passar do tempo e



o exercício e pesquisa sobre publicação na *web* decidiu-se tornar o blog também um produto jornalístico por si mesmo, veiculando reportagens, resenhas, críticas e vídeos produzidos especificamente para o meio.

Então, a partir da realização do blog, a disciplina passou a contar com uma segunda etapa de aprendizado: produção de material *webjornalístico*. Algumas das matérias que “sobram” da versão impressa são adaptadas ao meio digital, e também são produzidas outras pensadas, desde a pauta, como reportagens *webjornalísticas*.

3. JUSTIFICATIVA

Os blogs são, atualmente, um dos modelos de publicação na *internet* mais difundidos. Segundo estatísticas do Technorati, atualmente existem mais de 110 milhões de blogs pelo mundo. Fáceis de criar e fáceis de ler tornaram-se um meio de comunicação indispensável a qualquer empresa, produto ou meio de comunicação.

Blog é uma contração de *weblog*, que significa “diário na rede”. De fato, nos primórdios de utilização das ferramentas blog, praticamente a totalidade dos blogs existentes eram diários pessoais de usuários jovens. Apesar do preconceito que sugere que estas são formas discursivas menores, esse foi um passo muito importante na descentralização da produção de conteúdo na internet.

O nome blog – diário virtual – permaneceu, mas o tipo de conteúdo produzido ultrapassa em muito a variedade possível nos blogs pessoais. Crítica cultural, política, moda, saúde, mídia, e todo e qualquer aspecto da vida é representado em blogs atualmente.

Mesmo os jornais que têm *websites* elaborados e atualizados constantemente, utilizam ferramentas de blog como espaço de comunicação mais pessoal e direta com os leitores. Uma prática comum, em jornais *online* é a inclusão de blogs da equipe, sejam repórteres, designers, fotógrafos ou editores. Por ser relacionada a um produto laboratorial, a publicação em blog é especialmente importante no que se refere às facilidades apresentadas. A cada semestre são novos alunos e a capacitação em



ferramentas de publicação em blog é simples e rápida. Simplicidade que, apesar disso, não significa subutilização dos recursos digitais.

Dessa forma, os alunos que passam pela disciplina, depois de praticar o jornalismo impresso, têm a oportunidade de também praticar o webjornalismo e entender as interações entre uma versão impressa e uma versão *online* de um mesmo produto jornalístico.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Cada vez mais profissionais da área de comunicação optam por utilizar o blog como um espaço livre e desvinculado, em alguns casos, das empresas as quais trabalham para publicarem seus produtos noticiosos. Isso é possível devido aos recursos disponibilizados por um *weblog*, como, por exemplo, a facilidade de publicação, edição e configuração da página. Em seu artigo “**Usos e consumos de meios digitais entre participantes de weblogs**”, Adriana Braga diz que “a Internet, como meio de comunicação, trouxe uma série de alterações na configuração do campo das mídias, não apenas redefinindo os meios tradicionais, mas criando e ampliando contextos de interação social, que são apropriados por novos sujeitos enunciativos de diversas maneiras, a partir de protocolos e lógicas de interação específicas”.

Nesse contexto, os *weblogs* estão imersos nessa nova possibilidade de interação social, mas também servem como um modelo simples e fácil para a veiculação de informação, explorando as potencialidades multimidiáticas oferecidas pela *web*. Qualquer um, independente se é um profissional da área de comunicação ou não, pode criar um blog e disponibilizar conteúdos de sua preferência.

Para a elaboração do blog da revista Lupa, optou-se por utilizar o modelo disposto no site <http://www.blogger.com>, conhecido como **blogspot**. Este modelo oferece ao administrador da página a liberdade de modificar dentro de uma estrutura o layout, as ferramentas de interatividade - *links*, enquetes, caixa de comentários - e a organização dos conteúdos inseridos na página.

Durante o processo de apuração da revista impressa, o blog da revista Lupa serviu como suporte para a veiculação de chamadas, prévias e resenhas sobre a nova



edição que estava por vir. Inicialmente, o blog tinha o intuito de divulgar o produto impresso e servir apenas como uma “vitrine”. Com o passar do tempo, percebeu-se a possibilidade de se veicular textos e matérias que não entraram na versão impressa.

Com o aumento das postagens e do número de visitantes, o blog da Lupa passou a ter uma certa autonomia diante a sua versão impressa, o que estimulou a produção de notícias voltadas para o blog e ao seu público, desenvolvendo narrativas mais curtas e abertas (através dos *hiperlinks*) e explorando recursos multimidiáticos como vídeos, podcasts, animações. Além disso, o blog conta também com versões em pdf. das edições anteriores da revista Lupa e com o publicações no site ISSUU - www.issuu.com -, que disponibiliza online as revistas para serem apreciadas pelo leitor virtual.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O blog da lupa apresenta uma estrutura de navegabilidade que dá duas opções de acesso aos arquivos nele publicados. Através da ferramenta de categorização denominada “marcador” é possível navegar pelas editorias que correspondem à linha editorial da revista. São elas: Circo Urbano (editoria voltada a comportamento), Passepartout (editoria sobre artes em geral), Prova dos nove (editoria sobre educação), Meio e Mensagem (editoria sobre mídia, tecnologia e comunicação), Cubo Mágico (editoria literária) além das seções Impressões (ensaios fotográficos) e ilustrado (charges e ilustrações).

A outra possibilidade oferecida pelos marcadores é a de acessar postagens por tipo de texto, como matérias produzidas para o blog, prévias sobre matérias que serão veiculadas na versão impressa, notícias em geral ou textos relacionados à equipe que compõe a revista. Além dos marcadores, o blog apresenta um sistema de linkagem que serve como ponte para outras páginas de instâncias e produtos da faculdade.

REFERÊNCIAS

BRAGA, Adriana. **Usos e consumos de meios digitais entre participantes de weblogs: uma proposta metodológica**. XVI COMPÓS: Curitiba/PR, 2007. http://www.compos.org.br/data/biblioteca_162.pdf

CANAVILHAS, João. **Webnoticia: proposta de Modelo Periodístico para La WWW**. Disponível em: <http://www.labcom.ubi.pt/livroslabcom/pdfs/canavilhas-webnoticia-final.pdf>