



Blog Via Kant¹

Thalles ATAÍDE²

Hernan HERREIRA³

Aline XAVIER⁴

Fatima VARGAS⁵

Lia BEZERRA⁶

Glauca CHAIR⁷

Faculdade Boas Novas, Manaus, AM

RESUMO

Blog é uma ferramenta que permite a exposição de ideias e pensamentos a serem compartilhados com o público que usa a web. A partir deste conceito percebe-se a necessidade de expor opiniões e trabalhos científicos de maneira pública para que através das postagens sejam ampliados os horizontes dos leitores a visualizarem o contexto que as cercam. Nesse espaço são expostos conhecimentos aprendidos em sala de aula.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; cidadania; ética; jornalismo; blog

1. INTRODUÇÃO

O *Blog Via Kant* foi criado durante os meses de março e abril de 2012 com a finalidade de levar aos acadêmicos do curso de jornalismo, bem como o público virtual em geral, conhecimento sobre as inúmeras situações que cercam a comunicação, garantindo uma prática de conhecimento científico.

O nome foi inspirado em Immanuel Kant, considerado como o último grande filósofo da era moderna, reconhecido pela sua proposta de filosofia moral. Com isso, pretende-se seguir uma linha editorial baseada na Ética.

O *Blog Via Kant* traz diversos artigos relacionados à comunicação, à política e à

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Rádio TV e Internet, na Modalidade Blog (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º Semestre do Curso de Jornalismo da FBN, email: hernan.editor@gmail.com

³ Estudante do 5º Semestre do Curso de Jornalismo da FBN, email: thallesataide@hotmail.com

⁴ Estudante do 5º Semestre do Curso de Jornalismo da FBN, email: alinex.adm@gmail.com

⁵ Estudante do 5º Semestre do Curso de Jornalismo da FBN, email: prafatil23@hotmail.com

⁶ Estudante do 5º Semestre do Curso de Jornalismo da FBN, email: ranam@ranam.com.br

⁷ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação, email: glauca.fbn@hotmail.com

sociedade por meio de uma abordagem teórico-prática que busca oferecer aos leitores uma alternativa de informação e pesquisa. Por meio deste modelo, deseja-se oferecer aos leitores uma fonte de informação confiável e eficiente, que responda suas inquietações e dúvidas com relação a temas éticos do Jornalismo.

Nesta realidade, foi criado o *blog*, ferramenta de internet que não exige grande domínio técnico, o que contribui para a facilidade nas postagens de textos. Dessa forma, o acadêmico de Jornalismo poderá redigir e ler artigos e matérias com conteúdo crítico e embasado em teorias de pesquisadores. Nessa abordagem será analisada a ética empregada no meio jornalístico e seus reflexos no meio social.

Vale lembrar ainda que, no exercício da alimentação de um *blog*, os alunos aprenderem vários processos necessários para a produção de conteúdos. Tal prática será útil tanto na formação de conceitos jornalísticos, como na divulgação de artigos produzidos no meio acadêmico, além de melhor compreensão das habilidades necessárias para a publicação de conteúdos em meios digitais.

2. OBJETIVO

Praticar os conceitos aprendidos em sala de aula, na disciplina de Ética em Jornalismo, do curso de Jornalismo e divulgar artigos acadêmicos que reflitam a prática do Jornalismo, possibilitando aos alunos a interpretação da realidade que os cercam, além da divulgação de artigos produzidos no meio acadêmico.

3. JUSTIFICATIVA

O termo *Blog* vem da língua inglesa *boardlog* e significa diário de bordo. A palavra foi inspirada nos diários de bordo dos comandantes de navios, que usavam para fazer anotações de suas longas viagens e assim, se necessário, refazê-las. O primeiro *blog* foi criado em 1997 para divulgar a *World Wide Web*. Ficava mais no nível de comentários pessoais *on-line*. Com o surgimento dos *blogs* de maneira intensificada, o que até então era secreto, passou a ser compartilhado e acima de tudo questionado. Eles possibilitam a postagem de textos e links externos (fora da página da qual o blog se encontra) ou internos (dentro da própria página), alcançando assim milhares de pessoas.

Estima-se que haja mais de 50 milhões de blogs em todo o mundo, segundo dados da empresa americana que monitora blogs, a Technorati (<http://www.technorati.com.br>). Um blog é criado a cada segundo e cerca de 1,2 milhão de novos artigos são postados todos os dias. Os textos são escritos por mais de 35 milhões de pessoas. O volume dobra a cada seis meses, aponta a empresa (MOHERDAUI, 2007, p.185).

Entretanto, o que se escreve num *blog* deve ser redigido de forma ética, já que pode afetar direta ou indiretamente pessoas e instituições. Na rede mundial, o plágio e uso de informações incorretas são bastante disseminados.

A moralidade popular se dilacera entre mensagens diversas e muitas vezes incompatíveis, fluindo de fontes cuja autoridade não é muito mais estável, nem muito menos volátil. Portanto, a prática de conteúdo ético não deve ser um pressuposto apenas nos meios de comunicação a serem analisados nos textos, mas deve fazer parte de todo o conteúdo a ser abordado no blog, já que ética é, também, um exercício a ser praticado.

Na verdade, escrever um *blog* requer conhecer o texto e o contexto em que estão inseridas as pessoas e como se comportam. Nisto é claro estão envolvidas questões objetivas e subjetivas de cada pessoa, tornando mais difícil a imparcialidade e apuração de fatos a serem publicados. Os textos a serem inseridos devem promover o bem-estar público, sem uso de sensacionalismo e promoção de histerias coletivas.

Este modo de pensar que permite apreender em conjunto o texto e o contexto, o ser e seu meio ambiente, o local e o global, multidimensional, em suma, o complexo, isto é, as condições do comportamento humano. Permite-nos compreender igualmente as condições objetivas e subjetivas (*self-deception*, possessão por uma fé, delírios e histerias). (MORIN, 2006, p. 100)

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O *blog* Via Kant foi publicado por meio da plataforma *Wordpress*, que permite a criação de blogs de forma rápida e sem custo. Esta plataforma permitiu realizar um layout e uma formatação satisfatória, pois dispõe de um gerenciador de conteúdo eficiente. A busca pela pesquisa na internet deu ao aluno a possibilidade de desempenhar com facilidade e qualidade a publicação do conteúdo.

O processo de conformação se baseou numa tonalidade fria com uma imagem que liga a cidadania e aponta que a informação chega a todos os lugares. Como parte da mesma temática o cabeçalho foi desenvolvido com elementos gráficos que transportam o leitor à tranquilidade. Tal imagem foi feita por meio de técnicas específicas no programa *Adobe*

Photoshop CS5, ferramenta que permite a manipulação profissional de todo de tipo de fotografias ou imagens. Segundo Tanaka (Central de ajuda do Adobe *Photoshop*, 2003) no *Photoshop* “A imagem pode ser manipulada de tantas maneiras que fica difícil dizer que ela teve origem numa foto”.

Os acadêmicos pertencentes a este grupo de trabalho escrevem diversos artigos relacionados à comunicação; desde o meio televisivo até as redes sociais.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O *Blog Via Kant* (<http://viakant.wordpress.com/>) destina-se a popularizar o conhecimento aprendido no meio acadêmico, levando conteúdos que sirvam de reflexão sobre o fazer jornalístico.

Nos procedimentos para a elaboração do Blog (Figura 1), os alunos passam por várias fases para a preparação dos conteúdos: seleção e elaboração de conteúdos, desenvolvimento e criação de layout na plataforma digital, correção e seleção de matérias. No caso específico, a preocupação foi a de selecionar textos que tivessem a capacidade de informar os leitores sobre os conceitos do Jornalismo ético e da visão política dominante.

Um exemplo perceptível é a situação da repressão na imprensa. Tais fatos presentes no fazer jornalístico também serão analisados no *Blog Via Kant*, para que questões observadas na imprensa sejam analisadas com senso crítico.



Figura 1: Home do Blog Via Kant.

Entre os artigos postados no *blog*, destacam-se “A repressão militar aos meios de comunicação” nele se faz um breve relato dos episódios violentos e de censura a que foram submetidos os jornalistas e meios de comunicação no Brasil.

Por meio deste relato histórico, o leitor compreenderá o caos vivido na época da Ditadura Militar no Brasil. Outro destaque refere-se à polêmica relação entre a Política e a Comunicação. Muitas vezes se entende a Política como um elemento exclusivamente eleitoral, esquecendo a parte sociológica desta ciência. No artigo em questão é feito um paralelo que busca informar o leitor, esclarecendo que a Política é um elemento social da vida humana. O estilo de texto redigido tem o intuito de prender a atenção dos internautas através de uma narrativa fácil e dinâmica.

Apesar de ser um blog, o Via Kant não está limitado a apenas uma página. Conta com um menu de cinco páginas nas quais se abordam: o Código de Ética dos Jornalistas, Quem Somos, no qual se descrevem os objetivos do projeto; a página da Equipe que traz os nomes e as funções de cada integrante do projeto. Também foi reservado um espaço para informações sobre a Faculdade Boas Novas, que inclui link direto ao site da instituição e a página de contatos, elementos fundamentais para garantir maior interação com o público.



Figura 2: Código de ética do jornalismo no blog Via Kant

O blog Via Kant da FBN também contém um espaço reservado para o Fale Conosco. Nessa página, os leitores podem enviar pautas, solicitar atualizações de conteúdo, além de enviar sugestões e críticas para a melhoria do produto.



6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Blog Via Kant possui apenas um mês de vida, entretanto, objetiva-se que a ferramenta seja um instrumento prático de conscientização social, por meio de textos, artigos e matérias jornalísticas. Os alunos já reconhecem o *blog* como instrumento de prática laboratorial e, principalmente, como meio de informação e reflexão sobre os assuntos que estão em pauta na sociedade.

A importância de um espaço onde se possa expor o pensamento é fundamental também no meio acadêmico, uma vez que permite ao aluno uma experiência jornalística próxima da realidade das redações em meios digitais. Aliado a isso, o aluno passa a contar com objetivos de promoção da responsabilidade social e cultural, aumentando o seu compromisso com a sociedade, tarefa já arraigada na imprensa, já que o Jornalismo tem como propósito principal colaborar na transformação da realidade por meio da difusão de informação.

REFERÊNCIAS

MANUAL de Redação da Folha de São Paulo. São Paulo: **Publifolha**, 2001. NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal Diário**. São Paulo: Contexto, 2002.

MORIN, E., **Os sete saberes necessários à educação do futuro**. Brasília: UNESCO, 2003.

MACHIAVELLI, N., **O Príncipe**. 2000. Disponível em: <eBooksBrasil.org> Acessado em março de 2012.

MOHERDAUI, L. **Guia de estilo Web: produção e edição de notícias on-line**. 3ed. rev. e ampl. São Paulo. Senac, 2007.

PACHECO, R.P.M., **A importância dos jornais laboratórios da PUC Minas para o exercício do jornalismo regional**. Disponível em:
<<http://www.metodista.br/poscom/cientifico/publicacoes/discentes/art/artigo-0057>> Acessado março de 2012.

REVISTA Época, 2011, Outubro, Ed. Globo.

TANAKA, E., **Adobe Photoshop Elements 2.0**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.