

## O Bagageiro: uma viagem cultural na blogosfera<sup>1</sup>

Gustavo AGUIAR<sup>2</sup>, Amanda CAMPELO<sup>3</sup>, Amanda PINHO<sup>4</sup>, Caio OLIVEIRA<sup>5</sup>, Mariana CASTRO<sup>6</sup>, Natália COSTA<sup>7</sup>, Renan MENDES<sup>8</sup> Roberta MACHADO<sup>9</sup>

Élida de CRISTO<sup>10</sup>

Pedro Loureiro de BRAGANÇA<sup>11</sup>

Universidade Federal do Pará, Belém, PA

### RESUMO

Este trabalho visa apresentar o relato de experiência dos alunos do Laboratório de Jornalismo Digital com o blog O Bagageiro. Descrevemos o planejamento, a produção de conteúdo, as dificuldades e as inovações desenvolvidas como forma de apresentar como foi construído o blog e como as ferramentas livres da Internet podem ser utilizadas pelo jornalismo. Discorremos também, sobre como se deu a produção de informação e a utilização das plataformas escolhidas para a produção de conteúdo de forma coletiva.

**PALAVRAS-CHAVE:** Cultura; Internet; Redes Sociais; Blog; O Bagageiro.

### 1 - INTRODUÇÃO

A globalização, em termos gerais, é a diminuição das distâncias entre pessoas e lugares, com interações e trocas culturais. Esse fenômeno já existia antes do popularização da internet, mas ficou ainda mais perceptível a partir de então. Henry Jenkins (2009), um dos mais influentes pesquisadores da mídia na atualidade, analisa as transformações do mundo contemporâneo e as convergências entre os diversos meios de comunicação e produções culturais ao redor do mundo.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Rádio, TV e Internet, modalidade Blog.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo da UFPA, email: aguiarjornal@gmail.com

<sup>3</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo da UFPA, email: campelo.jor@gmail.com

<sup>4</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo da UFPA, email: atorrespinho@gmail.com

<sup>5</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo da UFPA, email: caioluanoliveira@gmail.com

<sup>6</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo da UFPA, email: marianacocastro@gmail.com

<sup>7</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo da UFPA, email: natalia.hac@gmail.com

<sup>8</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo da UFPA, email: renanmendes\_s@hotmail.com

<sup>9</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo da UFPA, email: robertaragao@gmail.com

<sup>10</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social da UFPA, email: elida.fmc@gmail.com

<sup>11</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social da UFPA, email: pedrohloureiro@gmail.com

A convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos (JENKINS, 2009, p. 29-30).

Partindo da premissa de que na chamada Era Digital as informações são compartilhadas cada vez mais rápido, e pessoas do mundo inteiro podem descobrir interesses em comum e propagar conhecimento, o blog O Bagageiro<sup>12</sup> surge como uma tentativa de demonstrar de forma efetiva essa convergência cultural. Utilizando as mais diversas ferramentas que a internet oferece, o blog mostra como a convergência cultural, assunto tão presente nos estudos atuais sobre a comunicação, pode ser apresentada de forma simples e didática, através de conteúdo informativo e atrativo.

O Bagageiro é um blog de viagens que opta por uma linguagem leve e criativa para abordar diversos temas referentes à cultura de um dado país. Buscávamos associar diversos elementos midiáticos, como fotos, vídeos, áudios e hiperlinks<sup>13</sup> na produção de conteúdo e informação diversificada, ideia que desenvolveremos ao longo deste relato.

## 2 - OBJETIVOS

A construção do blog O Bagageiro teve como objetivo geral e primeiro o cumprimento das atividades do Laboratório de Jornalismo Digital, ministrado no sexto semestre do curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo. Deveríamos obter como produto do Laboratório a construção de um blog coordenado em equipe, sob o acompanhamento dos professores. A plataforma deveria ter postagens semanais de cada um dos integrantes e ser um espaço de aplicação dos conhecimentos que eram discutidos em sala de aula, durante as aulas de teoria, técnica e prática.

Dentre os objetivos específicos, tínhamos ainda a responsabilidade de administrar as páginas adjacentes ligadas ao blog. As redes sociais deveriam ter acompanhamento constante. A intenção inicial era de que todas as postagens fossem divulgadas na página do blog no Facebook e na sua respectiva conta no Twitter, objetivos que acabaram sendo alcançados em níveis diferentes nas duas redes. Estabelecemos, ainda, em nosso grupo, que também postaríamos links

---

<sup>12</sup> <http://obagageiro.wordpress.com/>

<sup>13</sup> “Qualquer coisa armazenada em formato digital pode ser acessada em qualquer tempo e em qualquer ordem. A não linearidade é uma propriedade do mundo digital. Nele, não há começo, meio e fim. Quando concebidas em forma digital, as ideias tomam forma não-lineares. A chave-mestra para essas sintaxes de descontinuidade se chama *hiperlink*, a conexão entre dois pontos no espaço digital, um conector especial que aponta para outras informações disponíveis, e que é o capacitor essencial do hipertexto e da hipermídia (SANTAELLA, 2010, p.94)

de publicações de outros sites nas páginas das duas redes sociais. Por meio desses perfis nas redes sociais, procuramos divulgar os conteúdos que eram postados no blog e ainda estimular a participação dos leitores, tanto nessas redes quanto nos comentários do próprio O Bagageiro.

A popularidade também é relacionada ao número de comentários e ao tamanho da audiência de cada *blog* ou *fotolog*, pelo número de visitas em um perfil, bem como a quantidade de *links*. Por exemplo, blogueiros que buscam popularidade costumam engajar-se em atividades como trocas de comentários e *links*, busca de visibilidade social, etc. (RECUERO, 2009, p.111-112)

Buscamos também gerar conteúdos além dos textos para alimentar o blog. Esses conteúdos envolveram a produção de vídeos a serem postados no perfil d'O Bagageiro no canal de vídeos Youtube, e ainda outros produtos de áudio que foram publicados no perfil do Soundcloud, canal voltado para compartilhamento desses produtos de áudio. Além disso, ainda que não fossem de produção autoral, sempre tivemos o direcionamento de apresentar conteúdos em mídias diversificadas em cada publicação: vídeos, áudios, fotografias e *gifs*<sup>14</sup> deveriam compor as postagens tanto quanto os textos.

As postagens deveriam ser feitas em um mesmo horário específico. O intuito era fazer análises dos horários de postagem em três diferentes momentos do dia e, partindo dessas análises, definir qual seria o horário mais oportuno, de acordo com o número de visualizações e curtidas na Fanpage d'O Bagageiro.

Por fim, ao considerar que “o ciberespaço é o espaço simbólico onde se realizam, todos os dias, ritos de passagem do espaço físico e analógico ao espaço digital sem fronteiras” (LEMOS, 2008, p.132) foi definido ainda um objetivo específico, voltado para a proposta geral do blog: o de que as postagens buscassem possibilitar ao leitor uma viagem virtual por aspectos culturais de um determinado país, a ser definido a cada duas semanas.

### **3 - JUSTIFICATIVA**

Com o produto da disciplina de Laboratório de Jornalismo Digital sendo a criação de um blog, precisávamos definir uma temática que seria o eixo central da produção dos textos. Em reunião em sala de aula, discutimos várias temáticas que eram de interesse comum e que renderiam pautas e textos interessantes para a alimentação do blog durante o semestre.

---

<sup>14</sup> Sigla para *Graphic Interchange Format*, um formato de imagem que pode apresentar animações e que é atualmente amplamente utilizado na Internet.

Várias opções foram consideradas até a decisão final. Após algum tempo de discussão, foi possível perceber que viajar era um gosto comum entre os integrantes, especialmente a ideia de conhecer novos lugares e culturas.

A partir das experiências pessoais de cada integrante com viagens – e principalmente pelas experiências internacionais de duas integrantes, sendo uma que visitou a passeio os Estados Unidos e outra passou um ano em intercâmbio na Austrália –, chegamos à conclusão de que seria interessante e atrativo criar um blog que pudesse falar dos diversos aspectos culturais de vários países do mundo, conduzindo o leitor por uma viagem *online*.

Essa possibilidade de conhecer lugares, pessoas e culturas de outros países sem necessariamente precisar sair do lugar – na frente do computador, nesse caso – e sem gastar nada também se mostrou como uma promissora justificativa para seguir com a temática escolhida.

Após um *brainstorming* (tempestade de ideias), o grupo decidiu que o blog se chamaria O Bagageiro, que significa condutor de bagagens. O nome do blog estaria ligado não necessariamente à parte material do que se carrega na bagagem durante uma viagem. Em sentido figurado, o título faria referência à bagagem cultural adquirida durante uma viagem, a partir da experiência de conhecer novos lugares e pessoas com hábitos e costumes diferentes (ou nem tanto). E o próprio blog seria uma bagagem onde estariam reunidas todas essas diversidades culturais presentes nos países que fossem destino dessa viagem *online*.

Além de desbravar um novo país a cada duas semanas, a proposta do O Bagageiro serviria também para leitores com interesse em realmente viajar para conhecer os países pautados no blog. O conteúdo publicado serviria, portanto, como um guia cultural desses lugares em seus mais diversos aspectos, como cinema, literatura, arquitetura, modos de vestir, culinária e outras informações gerais presentes nos textos.

A escolha de um tema de interesse comum entre os integrantes possibilitou o fácil envolvimento e engajamento na produção e na manutenção do blog, uma vez que, mais tarde, decidimos que as postagens teriam uma periodicidade diária, o que exigia um empenho do grupo para o cumprimento das metas traçadas.

#### **4 - MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

#### 4.1 - O blog

Optou-se, inicialmente, pela divisão do blog em editorias, visando a organização dos temas abordados. Assim, ficaram definidas as seis editorias, cada uma a ser publicada em um dia da semana, sendo que apenas a editoria *Pra Ver*, por abrigar muitos temas, teria duas postagens semanais, como pode ser observado na Tabela 1 abaixo.

**Tabela 1: Editorias**

<b>Dia da semana</b>	<b>Editoria</b>	<b>Temática</b>
Segunda-feira	Pra Começar	Aspectos históricos, culturais gerais e/ou específicos
Terça-feira	Pra Ver	Audiovisual, arquitetura e artes visuais
Quarta-feira	Pra Vestir	Moda e comportamento
Quinta-feira	Pra Ver	Audiovisual, arquitetura e artes visuais
Sexta-feira	Pra Ouvir	Música
Sábado	Pra Sentir	Experiências de um colaborador que já tenha viajado ou morado no país abordado
Domingo	Pra Ler	Literatura

Fonte: Dados O Bagageiro

A primeira semana de postagens no blog foi destinada à explicação de cada uma das editorias, onde comentávamos os temas que ali seriam abordados. Objetivávamos, com isso, a fidelização do leitor que, a partir da semana seguinte, já encontraria postagens sobre os conteúdos específicos, sempre relacionados ao país em pauta.

Além disso, definimos que as publicações girariam em torno de um mesmo país por um período de duas semanas, e que “visitaríamos”, ao longo do Laboratório, um país de cada continente. Assim, a segunda e a terceira semana do blog foram destinadas a conteúdos sobre a Austrália e as semanas seguintes pautavam, respectivamente, o Canadá, a Coreia do Sul, a

Irlanda, a África do Sul e, por fim, o Brasil, como uma forma de despedida do blog retornando ao país de origem.

Sobre a produção das editorias, realizávamos sorteios prévios, que visavam à permuta dos autores do blog entre as categorias, assim fazendo com que todos os autores produzissem conteúdo destinado a um maior número de editorias possível.

No que concerne à linguagem do blog, optamos por algo leve e descontraído, considerado coerente com relação ao tema abordado e ao público desejado, os jovens entre 16 a 24 anos. Assim, foi tanto a linguagem como a temática, além da própria plataforma na qual nosso produto estava inserido, que permitiu a ampla utilização de elementos que se somavam ao texto escrito. Já prevendo a convergência dos meios de comunicação, Ithiel de Sola Pool (1983), apresentado por Jenkins (2009) como o profeta da convergência, argumenta que

Um único meio físico – sejam fios, cabos ou ondas – pode transportar serviços que no passado eram oferecidos separadamente. De modo inverso, um serviço que no passado era oferecido por um único meio – seja a radiodifusão, a imprensa ou a telefonia – agora pode ser oferecido de várias formas físicas diferentes (POOL, 1983, APUD JENKINS, 2009, p. 37).

Com isso em mente, O Bagageiro ofereceu, em um mesmo meio, textos com acesso à hiperlinks, *gifs* animados, imagens, *podcasts* produzidos pela equipe e outros arquivos de áudio, além de um *videocast*, também produzido pela equipe, e outros arquivos de vídeo.

#### **4.2 - A identidade visual**

Nós entendíamos o quanto o visual seria importante, tanto para chamar a atenção de um público, quanto para nos identificar como blog. Além do conteúdo escrito, as imagens também chamam atenção, cativam e afastam o público do texto, da matéria, da entrevista, da informação que estávamos trazendo. A ideia era fazer com que, através de todas as nossas ferramentas, o público desenvolvesse interesse pelo nosso trabalho. Nesse sentido, a identidade visual foi uma das ferramentas de grande relevância.

Para compor as demais aplicações da identidade do blog, produzimos uma colagem com elementos e referências para a identidade do O Bagageiro. A ideia era representar em um layout vários elementos relacionados a viagens. Nesse sentido, foi utilizado um Mapa mundi, uma mochila, cartões postais, uma caderneta de anotações, um gravador, e a figura de um navegador português, compondo o que seria a mesa do nosso mochileiro. E este layout é a base para os demais desdobramentos das peças para o Blog, Fanpage, Twitter e do Youtube do Bagageiro.

### Imagem 1 – Página inicial do blog com identidade visual



Fonte: O Bagageiro

O navegador português utilizado é Fernão de Magalhães, o primeiro homem a planejar uma viagem de circum-navegação da Terra. Ele acabou por se tornar nosso maior símbolo para a ideia de exploração, e sua imagem se repetiu em quase todas as artes do Facebook, reforçando essa ideia.

Feito isso, partimos para os outros meios pelos quais O Bagageiro se comunicava com o público. Começamos com um layout que apenas adaptava todos os elementos para um tamanho menor no Facebook. Nas postagens da Fanpage, contávamos ainda com uma imagem que identificava a matéria e o assunto, sempre com um modelo de aplicação padrão em que apenas a imagem central era alterada. O modelo padrão faz com que o público nos identifique sem ler o texto no Facebook, e isso é uma vantagem enorme.

### Imagem 2 – Primeiro modelo de identidade visual nas postagens do Facebook



Fonte: O Bagageiro

Gostamos do resultado, porém, depois da análise de outras Fanpages, percebemos que nossa identidade estava muito carregada, trazendo muita informação para o tamanho com o qual trabalhávamos. Assim, decidimos mudar o padrão da arte, optando por algo mais limpo, onde as pessoas poderiam visualizar melhor o assunto que iria ser tratado, mas sem deixar de lado a afirmação da nossa identidade.

### Imagem 3 – Segundo modelo de identidade visual para postagens no Facebook



Fonte: O Bagageiro

Procuramos entender melhor como se produzia conteúdo visual em sites de *social medias*. Encontramos no site *Agência Mestre*<sup>15</sup> os padrões dos tamanhos corretos para o

<sup>15</sup> <http://www.agenciamestre.com/>

Facebook, que possibilitavam que as pessoas a visualizar a imagem por inteiro sem clicar nela. Dessa forma, conseguimos otimizar o acesso dos leitores ao blog.

### **4.3 - Twitter**

Surgiram dificuldades com relação à comunicação no Twitter e tínhamos ciência disso. Por esse motivo, destinávamos sempre três pessoas para fazer nossa comunicação nessa rede social. O nosso problema estava no fato de não conseguirmos administrar o tempo corretamente para estar em sintonia com os assuntos dessa rede. A rede é instantânea e informal, e por isso os assuntos a serem tratados estão relacionado ao que acontece agora, neste instante, com uma comunicação rápida, direta e limitada a 140 caracteres. É uma rede que se mostrou importante, porém difícil de ser gerenciada. Conseguimos adequar a linguagem e publicar assuntos mais factuais. Porém a pouca interação do público, sobretudo em relação ao Facebook, mostrou que nossa abordagem não estava sendo suficiente.

### **4.4 - O Facebook**

Considerando que “o Facebook e o Twitter passaram a ser o meio e as mensagens preferidas dos jovens” (MATTOS, 2013, 126), as duas redes sociais foram utilizadas pelo Bagageiro com a principal função de divulgação do blog.

No Facebook, todos os posts diários do blog ganhavam uma arte e um texto de apresentação, os quais eram publicados na página do blog na rede social, juntamente com um link para acesso ao texto completo no *Wordpress*<sup>16</sup>.

A página obteve uma boa repercussão desde o período inicial, obtendo 200 “curtidas” ainda na semana de apresentação das editorias, mais 400 “curtidas” posteriores, durante a primeira semana de postagens sobre o Canadá, segundo país a ser pautado, 536 “curtidas” durante a primeira semana de postagens sobre a África do Sul, e 571 no último monitoramento em março de 2014.

Além disso, também foi observada na página, mais do que no próprio blog, a interatividade com os leitores e seguidores, que frequentemente curtiam, comentavam e compartilhavam as publicações.

---

<sup>16</sup> Plataforma utilizada para abrigar o blog: <http://wordpress.com/>

A Internet é feita de conteúdo. E de pessoas. Pessoas que consomem, compartilham e produzem uma infinidade desse conteúdo. Imagem, texto, vídeo, som, histórias, frases, conversas, fotos, tweets, posts, praticamente tudo que encontramos online é conteúdo (...). (MUNIZ, 2012, p. 121).

Assim, vale ressaltar que, além das publicações diárias de divulgação das postagens do blog, eram realizadas, sem periodicidade definida, publicações e compartilhamentos de links referentes a temas mais gerais, como viagens e/ou utilitários para viajantes, ou ainda relacionados ao país da semana, como a legalização do casamento gay em cidades australianas ou um vídeo que pergunta aos irlandeses o que eles sabem sobre o Brasil.

## 5 - DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O Bagageiro é um blog para quem tem interesse em conhecer um novo país, saber um pouco mais da cultura dos lugares a partir de seus aspectos, que estão ligados às viagens inesquecíveis, os sentimentos que aqueles lugares proporcionam. Nesse sentido, buscamos valorizar os aspectos culturais de cada país. Pensando nisso, planejamos categorias que remetessem aos cinco sentidos: tato, olfato, visão, audição e paladar, já que estes são, de forma inicial, os responsáveis por entrarmos em contato com o mundo.

O paladar foi, contudo, um dos sentidos que gerou certa dificuldade em relação à experimentação. Por meio do blog, a ideia central era fazer com que estes leitores pudessem experimentar um pouco do lugar, o que acabava se mostrando incoerente com as demais abordagens do blog quando relacionado a esse sentido. Não pensamos ser interessante, por exemplo, a publicação de receitas. Devido a isso, optou-se por outro aspecto que tem um caráter essencial na cultura de um país: o vestir. Muitos costumes se traduzem nas escolhas das roupas da população, de qual é sua religião, a que continente pertence, como é o clima do lugar onde mora, etc. Criou-se então a categoria *Pra Vestir*, a ser publicada todas as quartas-feiras.

Outro obstáculo enfrentado, dentro da escolha das categorias, seria falar de outros aspectos importantes dos países escolhidos e que não tinham relação direta com os sentidos. Por isso, decidimos que estes outros assuntos de grande importância para conhecer um país entrariam na categoria *Pra Começar*, que era publicada nas segundas-feiras com o intuito de introduzir os países, contar um pouco da história, da economia, quais são os principais pontos turísticos, atualidades, entre outros.

A categoria *Pra Ver* abarca muitos aspectos da cultura visual do país, como fotografia, artes visuais, cinema, televisão, arquitetura, design. Por ser tão abrangente, sentiu-se a necessidade de ter postagens duas vezes na semana, às terças-feiras e quintas-feiras. Como ela estava diretamente ligada à visão, e por isso deveria ter vários recursos visuais em seu conteúdo, achamos pertinente gravar um videocast, onde os alunos que fazem o blog poderiam ser vistos, dessa forma, estreitando os laços com os leitores, pois estes conheceriam os produtores do blog. Isso também iria possibilitar que mostrássemos produtos diferenciados para estes internautas que não querem apenas ler, mas também interagir com o conteúdo.

Nas sextas-feiras, o *Pra Ouvir* era publicado. Optamos por esse dia porque é a véspera do final de semana, quando as pessoas costumam ir para festas, *happy hours* e buscam relaxar. A música parecia então um tema pertinente nestas horas de descanso e festejo, como outra arte que está na lembrança das pessoas quando elas viajam.

Como não foi possível viajar a cada um destes países, a equipe buscou colaboradores que pudessem contar um pouco mais sobre os países escolhidos, a partir de um olhar mais íntimo, principalmente de quem morou no país, e que colaborariam na categoria *Pra Sentir*, publicada aos sábados. Mas nenhum olhar foi descartado. Os turistas também estavam presentes contando os aspectos mais interessantes para eles. Além disso, desde o primeiro vídeo feito pela equipe, o “Qual a melhor parte de viajar?”<sup>17</sup>, buscou-se a presença do público para que estes se envolvessem de forma mais íntima com o projeto. E para encerrar a semana, aos domingos eram publicados os posts do *Pra Ler*, com dicas de leituras e autores que iam desde os mais clássicos até os que os leitores do blog indicavam.

Uma das maiores preocupações era o envolvimento e o retorno dos leitores, por isso algumas estratégias foram sendo inseridas ao longo do projeto a fim de conhecer quem estava acompanhando o blog. Pensando nisso, a equipe do O Bagageiro decidiu introduzir a cada semana uma promoção, que seria uma espécie de jogo de adivinhação sobre o próximo país a ser pautado. Por isso, foram feitas duas postagens extras no blog, onde eram fornecidas dicas e curiosidades sobre o país seguinte. Para participar as pessoas deveriam compartilhar o post da promoção no Facebook com a resposta que eles acreditavam ser a correta. O primeiro

---

<sup>17</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=g3amdcgNhIg>

participante a acertar o destino ganhava um prêmio relacionado ao blog. Esse projeto contribuiu para que as pessoas divulgassem o blog e um maior número de pessoas o conhecesse.

## 6 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante quase três meses produzindo conteúdo para a web pudemos perceber, através do blog O Bagageiro, que é necessário pensar esta plataforma de maneira diferenciada, e sobretudo, precisamos estar sempre bem informados na hora de produzir conteúdo para tal mídia, já que em seu meio os procedimentos são sempre instantâneos.

Acreditamos também que o objetivo central do blog foi atingido, pois conseguimos agregar um grande número de leitores, que regularmente nos acompanhavam, curtindo, compartilhando e fazendo críticas construtivas para que no post seguinte pudéssemos melhorar aquilo que o nosso público havia discordado, ou o que não havia compreendido com clareza. Na seguinte tabela mostramos os resultados totais obtidos ao longo do projeto:

**Tabela 2** – Dados gerais do blog<sup>18</sup>

<b>Dados gerais</b>	
Total de visualizações	7200
Maior número de visualizações de um post (Em: 24/11/2014)	325
Posts	93
Tags	659
Comentários	134

Fonte: Dados O Bagageiro

Ao nos encaminharmos para o encerramento da produção de conteúdo para o blog e da disciplina de Laboratório de Jornalismo Digital, pudemos concluir que ao longo do semestre, os conteúdos debatidos em sala de aula, seja nas aulas de técnica, prática e principalmente teórica, serviram de base para um melhor desenvolvimento do produto central do laboratório: o blog.

Por meio dos estudos sobre redes sociais, novas mídias e Internet como um todo, pudemos observar melhor o que vivenciamos todos os dias, mas que até então não havíamos

<sup>18</sup> Até 26/03/2014

olhado de forma acadêmica. O estudo das novas mídias e das técnicas do jornalismo direcionado para a web nos guiou principalmente na hora de executar as tarefas do blog e da divulgação do mesmo em outras plataformas digitais. Além de ter nos possibilitado enxergar este meio de outra forma.

O Bagageiro se mostrou, sobretudo, uma alternativa viável para a abordagem do tema de viagens pelo qual optamos. Ao fim da disciplina foi importante observar que, caso optássemos por seguir em frente com o projeto, poderíamos contar com o retorno em constante crescimento do público e ainda parcerias com outros projetos e empresas no ramo de viagens. A produção do blog valeu então como espelho para futuras propostas pessoais e aprendizado real sobre o desenvolvimento e administração de conteúdo para web.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COMPARATO, Doc. **Da criação ao roteiro: teoria e prática**. Ed. Summus: São Paulo, 2009. 494 p

ESCOBAR, Juliana Lúcia. Blogs como nova categoria de webjornalismo In: AMARAL, Adriana;

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação**. Tradução: Susana Alexandria. 2ª ed. São Paulo : Aleph, 2009.

LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 4ª ed. Sulina: Porto Alegre, 2008.

MATTOS, Sérgio Augusto Soares. **A Revolução Digital e os desafios da comunicação**. Cruz das Almas/BA: UFRB, 2013.

MESTRE SEO. **Tamanhos de imagens para a timeline do Facebook**. 2013. Disponível em <<http://www.agenciamestre.com/redes-sociais/tamanhos-de-imagens-para-a-timeline-do-facebook>>. Acesso em 20 dez 2013.

MUNIZ, Priscila. O monitoramento na estratégia de conteúdo. In: **Para entender o monitoramento de mídias sociais**. SILVIA, Tarcízio (org.), 2012. [PDF]

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

\_\_\_\_\_; Montardo, SANDRA (orgs.). **Blogs.com: Estudos sobre blogs e comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. 4ª ed. Paulus: São Paulo, 2010.