

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE GRADUAÇÃO EM PRODUÇÃO CULTURAL

**DENISE MARI KAIZUKA**

**BORA SALVADOR: BLOG DE CULTURA E LAZER EM  
SALVADOR**  
**<http://www.borasalvador.wordpress.com>**

Salvador  
2008

**DENISE MARI KAIZUKA**

**BORA SALVADOR:  
BLOG DE CULTURA E LAZER EM SALVADOR**

Memória descritiva do blog Bora Salvador apresentada à Universidade Federal da Bahia como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel do Curso de Comunicação – Produção em Comunicação e Cultura.

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Karla Schuch Brunet

Salvador  
2008

## **AGRADECIMENTOS**

A minha orientadora, Karla, pelas dicas, ensinamentos e sugestões.

Aos entrevistados, pela atenção, presteza e confiança no meu incipiente blog.

As minhas amigas Ju Casal e Marília, por terem me acompanhado em entrevistas.

A minha mais do que colega de trabalho Érica, por ouvir todos os percalços e avanços do TCC.

## RESUMO

Bora Salvador é um blog que tem como propósito divulgar produções culturais e pontos de lazer na cidade. Esta memória aborda os aspectos teóricos que embasaram a construção do blog, bem como a descrição das etapas de sua realização.

**Palavras-chave:** Blog; Produções Culturais; Internet.

# SUMÁRIO

1	APRESENTAÇÃO .....	10
2	CULTURA EM SALVADOR.....	12
2.1	Dimensão sociológica da cultura.....	12
2.2	Cultura como atrativo turístico.....	13
2.3	Mapeamento de sites e blogs .....	15
2.3.1	Bahia Cultural: <a href="http://www.bahiacultural.com">http://www.bahiacultural.com</a> .....	16
2.3.2	Oxente Salvador: <a href="http://www.oxentesalvador.com.br">http://www.oxentesalvador.com.br</a> .....	17
2.3.3	Burn. Bahia, Burn!: <a href="http://burnbahiaburn.blogspot.com">http://burnbahiaburn.blogspot.com</a> .....	18
2.4	Escolha do meio .....	19
3	BLOG COMO NOVO MEIO DE DIVULGAÇÃO CULTURAL.....	21
3.1	Criação de conteúdo na cibercultura .....	21
3.2	As possibilidades do blog .....	22
4	ELABORAÇÃO DO BLOG .....	25
4.1	Construção do blog.....	25
4.2	Entrevistas.....	28
4.3	Divulgação .....	29
4.4	Análise .....	30
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	33
6	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	35
7	ANEXOS.....	37

## 1 APRESENTAÇÃO

O contato inicial com esta temática ocorreu na disciplina “Oficina de Comunicação Audiovisual” em que no módulo de fotografia produzi um ensaio em dupla, propondo um passeio menos comum por Salvador. Outro incentivo para a realização deste projeto ocorreu após ouvir reclamações sobre pesquisar na internet locais para passear em Salvador, apenas encontrando as já famosas praias.

Assim, surgiu a idéia de desenvolver um blog que funcione como um guia online de cultura e lazer em Salvador, porém desviando dos pontos turísticos tradicionais da cidade. O formato de blog foi escolhido por possibilitar o enriquecimento do trabalho em relação ao ensaio fotográfico, já que podem ser inseridos textos e links, além de promover a interatividade.

O blog é o meio mais adequado à proposta, pois acaba “[...] oferecendo maior diversidade e combatendo uma suposta pasteurização da cobertura jornalística.” (BORGES,2007,p.51), assim atende ao objetivo de criar uma fonte alternativa aos meios tradicionais. Outro aspecto que contribuiu para a determinação do meio foi o custo para publicar um blog, que pode ser gratuito, pois sistemas como o Blogger<sup>1</sup> e o Wordpress<sup>2</sup> não cobram por esse serviço.

Pela sua diversidade cultural, Salvador tem muito mais a oferecer do que Centro Histórico e Axé. Assim, para a escolha dos produtos culturais e dos pontos de cultura e lazer, um dos critérios adotados foi trazer opções que no seu conjunto refletissem a variedade de manifestações artísticas na cidade.

Partindo de uma busca feita na Internet, foram diagnosticados poucos sites e blogs que abrem um espaço para opções de cultura e lazer tidas como

---

<sup>1</sup> URL: <http://www.blogger.com>

<sup>2</sup> URL: <http://www.wordpress.com>

alternativas. Os três exemplos mais significativos foram os sites Oxente Salvador (<http://www.oxentesalvador.com.br>) e Bahia Cultural (<http://www.bahiacultural.com>) e o blog Burn Bahia Burn! (<http://burnbahiaburn.blogspot.com>).

Apesar das louváveis iniciativas de divulgar o cenário cultural independente, encontram-se algumas falhas como a falta de informações atualizadas, a excessiva especialização em uma linguagem artística e a dificuldade na navegação do site (devido à desorganização das notícias dentro dos canais estabelecidos).

Pelo pequeno número de sites e blogs especializados no assunto e suas deficiências, o projeto teve seu início com o intuito de atender a essa demanda. A escolha do tema do blog se deu tanto pela proximidade, quanto pela dificuldade dos eventos/espços culturais em divulgar seu trabalho. “Bora Salvador” (<http://www.borasalvador.wordpress.com>) surge, portanto, como uma alternativa à mídia tradicional, com um conteúdo que não parte somente da autora, podendo ser sugerido pelos visitantes.

## **2 CULTURA EM SALVADOR**

### **2.1 Dimensão sociológica da cultura**

Para este produto a dimensão da cultura adotada é a sociológica, que se constitui “[...] em âmbito especializado: é uma produção elaborada com a intenção explícita de construir determinados sentidos e de alcançar algum tipo de público, através de meios específicos de expressão.” (BOTELHO,2001,p.2). Nessa dimensão existe um circuito organizacional que impulsiona a produção, a circulação e o consumo de bens simbólicos, como as diversas formas de arte, os espetáculos e os eventos de natureza variada.

O significado sociológico da cultura compreende-a como um campo de atuação específico, que tem como objeto principal as manifestações artísticas, dialogando por diversas vezes com outros campos como a economia, política, educação. Portanto, o foco do blog são as produções culturais, voltadas para o consumo do público, resultadas de uma criação artística, nas suas diversas linguagens, como: artes visuais, cinema e vídeo, dança, música, teatro, dentre outras.

Na produção e consumo de atividades culturais, um dos detalhes a ser considerado é a divulgação do produto. Para isso, cada ação tem uma estratégia de comunicação específica, e ao pensar na inserção na mídia, por vezes são encontradas algumas barreiras, devido aos critérios adotados pelos meios de comunicação. Assim, o campo da produção cultural necessita da divulgação e repercussão, pois sem a apreciação do público as manifestações se tornam incompletas, e por uma questão de mercado, tornam-se inviáveis economicamente.



## **2.2 Cultura como atrativo turístico**

O conceito de turismo cultural ainda está muito atrelado às formas de cultura erudita, os exemplos citados por Goeldner (2002), de atrativos culturais baseiam-se nesta perspectiva: “[...] museus, casas de cultura, localidades históricas, pinacotecas”. O site da BAHIATURSA – Empresa de Turismo da Bahia S/A também traz uma visão de cultura tradicional. A subseção “Cultura” da seção “Salvador” se resume ao folclore, à história (monumentos históricos) e à religião.

A cultura, por sua riqueza e diversidade, é um forte fator na atratividade de um destino turístico. O turismo cultural, segundo Goeldner (2002,p.191), “[...] cobre todos os aspectos através dos quais as pessoas aprendem sobre as formas de vida e pensamento umas das outras.” Assim, os fatores culturais como: museus, entretenimento, apresentações musicais e teatrais, entre outros, contribuem para a imagem de uma região. Mais do que isso, a cultura é um elemento constitutivo da identidade local.

Na Bahia, a identidade cultural local é valorizada como um diferencial diante dos outros estados. A imagem construída no site da BAHIATURSA – Empresa de Turismo da Bahia S/A é pautada principalmente na cultura afro-brasileira. A associação entre a cultura e turismo se torna mais evidente na seção “Salvador”, em que a cidade é descrita como a “capital cultural do país”.

Com o advento das novas tecnologias de comunicação, as informações sobre uma localidade podem ser encontradas facilmente na Internet. Os turistas, ou até mesmo a população local, não dependem exclusivamente das mídias tradicionais: revistas, jornais, folhetos e guias de viagem.

Os aspectos culturais são significativos para o turismo, tendo em vista “[...] a questão cultural como atratividade para a atividade turística, de modo a deflagrar o processo de desenvolvimento local.” (OLIVEIRA,2006,p.2). Assim, a produção cultural local é considerada um atrativo tanto para os turistas, quanto para os próprios habitantes da localidade.

Essa associação é tão forte que até recentemente, no estado da Bahia, havia a Secretaria de Turismo e Cultura, que se desmembrou em 2007, dando origem à Secretaria da Cultura. Apesar dessa ligação, só a partir dos anos 80 é que a relação entre turismo e cultura ultrapassa a esfera da circulação, em que os bens culturais (predominantemente o patrimônio arquitetônico histórico-cultural) eram simplesmente ofertados.

O turismo adentra o campo cultural que, então, começava a ser subsumido por uma lógica de indústria cultural, e vai, ele próprio, produzir ou co-produzir bens culturais que passam a compor, em posição de destaque, o mix de atrativos da sua mercadoria, o “Produto Bahia”. São eventos, shows, feiras, obras e excursões de artistas, etc., que tanto podem se reportar às “tradições” baianas quanto apontar para manifestações pop modernas. (MIGUEZ,2002,p.250)

Observa-se, portanto, “[...] que o elemento cultural assume um importante papel na composição do produto turístico [...]” (OLIVEIRA,2006,p.5). Diante dessa forte relação estabelecida entre o mercado da cultura e o turismo, o blog trará opções de cultura e lazer que, no seu conjunto, possa representar a cultura local, e conseqüentemente levar ao conhecimento do turista produções e iniciativas que têm pouca visibilidade em relação aos pontos turísticos e equipamentos culturais já consagrados.

## 2.3 Mapeamento de sites e blogs

Para a produção do “Bora Salvador” primeiramente foi feita uma pesquisa de campo que consistiu em um mapeamento de sites e blogs com temáticas próximas à pretendida pelo blog. Dentre diversos sites e blogs encontrados, selecionou-se 3 para uma análise mais detalhada. Estes são: Oxente Salvador (<http://www.oxentesalvador.com.br>), Bahia Cultural (<http://www.bahiacultural.com>) e o blog Burn Bahia Burn! (<http://burnbahiaburn.blogspot.com>).

Essa pesquisa de sites e blogs foi realizada para ter uma base para a construção do “Bora Salvador”. Observou-se o conteúdo desses veículos, bem como a organização deste. Estes foram analisados segundo os mesmos critérios, tais como: estruturação do conteúdo, escolha das pautas, recursos audiovisuais utilizados e teor informativo.

A definição das opções de cultura e lazer a serem publicadas partiu dessa pesquisa preliminar, além de indicações dos proprietários/gestores a serem entrevistados e dos visitantes do blog. Essa troca e cooperação entre os blogs são pontuadas por Recuero no seu artigo sobre o interdiscurso construtivo: “É possível perceber o diálogo que acontece entre vários blogs que discutem assuntos semelhantes ou mesmo uma discussão que se inicia em um weblog e que é referenciada pelos demais.” (RECUERO,2004,p.7).

### 2.3.1 Bahia Cultural: <http://www.bahiacultural.com>



The image is a screenshot of the Bahia Cultural website. At the top, there is a navigation bar with links for 'Biblioteca', 'Casa de Shows', 'Cinemas', 'Museus', 'Teatros', 'Outros Locais', 'Login/Cadastro', and 'Como Comprar'. The main content area is divided into several sections. On the left, there is a search box titled 'Pesquise Seu Evento' with fields for 'Palavra-chave:', 'Categoria:', 'Tipo de Evento', and 'Local:'. Below this is a 'BUSCAR EVENTO' button. The central section features a large event titled 'Artes Cênicas' with a photo of a theatrical performance and the text 'A Sacanagem da Outra'. To the right, there is an 'Agenda Cultural' section with a calendar for 'DEZ 2008'. At the bottom, there are four smaller event cards: 'Depois do Fim', 'A Memória Ferida', 'EVANAVE', and 'Banda EME XXI'. The website has a green and white color scheme with decorative floral patterns.

HOME | MAPA DO SITE

Biblioteca | Casa de Shows | Cinemas | Museus | Teatros | Outros Locais | Login/Cadastro | Como Comprar

**Pesquise Seu Evento**

Palavra-chave:  
[ ]

Categoria:  
Tipo de Evento [v]  
Local:  
[Clique aqui]

Estréia

**BUSCAR EVENTO**

**Artes Cênicas**

**A Sacanagem da Outra**  
A Outra Companhia de Teatro, grupo residente do Teatro Vila Velha, reestréia o espetáculo A Sacanagem da Outra, a saga do homem que perdeu o pênis.  
[VEJA MAIS](#)

**Artes Cênicas**

**Depois do Fim** O espetáculo traz para as crianças, jovens e ad...  
[VEJA MAIS](#)

**Artes Cênicas**

**A Memória Ferida** Um encontro inesperado. Revivendo suas memór...  
[VEJA MAIS](#)

**Música**

**EVANAVE** A famosa Nave do Eva vai pousar na capital baiana, ma...  
[VEJA MAIS](#)

**Música**

**Banda EME XXI** As cantoras baianas Carla Visi, Cátia Guimma e...  
[VEJA MAIS](#)

**Agenda Cultural**  
PROGRAMAÇÃO DA SEMANA  
◀ DEZ 2008 ▶

D	S	T	Q	Q	S	S
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

IDADE: [ ] [ ] [ ]

**Bahia Cultural**

Figura 1. Print Screen do site Bahia Cultural

O site, traz notícias sobre as diversas linguagens artísticas, além disso existe um banco de dados dividido em: Biblioteca, Casa de Shows, Cinemas, Museus, Teatros e Outros Locais. O conteúdo relativo à cultura é organizado em categorias: Artes Cênicas, Artes Plásticas, Cinema e Vídeo, Dança e Música. É possível navegar também através da Agenda Cultural e das Notícias, no site está disponível enquetes para os visitantes poderem opinar sobre diversos assuntos ligados à cultura. O visitante pode entrar em contato com a produção do site através da seção Fale Conosco.

### 2.3.2 Oxente Salvador: <http://www.oxentesalvador.com.br>



Figura 2. Print Screen do site Oxente Salvador

O portal é dividido nas seguintes categorias: Menu Principal, Baladas, Lazer, Turismo, Entretenimento, Vibe Music e Serviços. Cada categoria abrange sub-categorias. Em Menu Principal: Redação (matérias sobre diversos temas), Pensando Nisso! (críticas de peças de teatro) e Entrevista. Em Baladas: Coberturas, Bastidores, Peguei no Flagra! (notícias de artistas) e Agenda. Em Lazer: Boêmia (bares, boates, cafés), Agito Cultural (agenda cultural), Teatro e Cinema. Em Turismo: Bahia e Pontos Turísticos. Em Entretenimento: Promoções, Blogs, Mural (comentários de visitantes), Trash TV (críticas de programas de TV) e in Moda. Não existe um padrão de redação, coexistindo notas rápidas e matérias mais aprofundadas, a maioria acompanhada de fotos ou imagem. Nesse site também há uma enquete e uma seção de contato, inclusive com o e-mail da redação, podendo ser enviado

material de divulgação de shows e eventos. No “outdoor”, diversas empresas têm links para seus sites, como: Lava a jato Speed Jet, Terra Vista, Da Vinci Café e Restaurante, CIA do Suplemento e Cama di Gato.

### 2.3.3 Burn. Bahia, Burn!: <http://burnbahiaburn.blogspot.com>

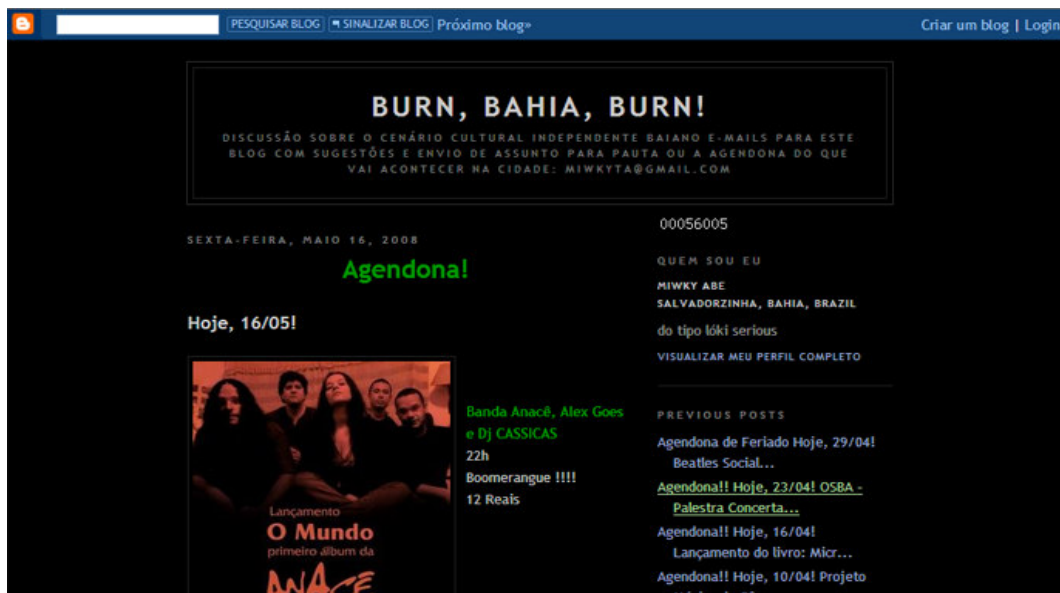


Figura 3. Print Screen do blog Burn. Bahia, Burn!

O blog é organizado de acordo com a data da postagem, o post mais recente aparece em cima, não é dividido em categorias. O formato adotado é o de agenda, com imagens e informações pontuais sobre eventos principalmente de música, existem também alguns posts em que a autora comenta os eventos em que ela esteve. Não há uma periodicidade definida de postagem, com um intervalo de aproximadamente uma semana entre os posts. A maioria dos links é de blogs relacionados à música, tendo blogs pessoais também. Os visitantes podem enviar sugestões de pauta para o e-mail da autora.

## 2.4 Escolha do meio

Segundo Nielsen (2002), as novas tecnologias eliminam agentes, oferecem opções, disponibilizam maiores informações e aceleram o processo de motivações de incentivo-e-atração e informações que favorecem a tomada de decisão por parte do turista. Diante dessas características o veículo escolhido foi o weblog ou blog. Os blogs são “Baseados, principalmente, em mecanismo de fácil atualização de websites em HTML, e nos princípios de microconteúdo e atualização quase diária [...]”. (RECUERO, 2003, p.1).

Os blogs podem ser divididos em três categorias, de acordo com Recuero (2003): diários eletrônicos (atualizados com dados da vida pessoal do blogueiro), publicações eletrônicas (informações acerca de um assunto, como cultura pop ou design gráfico) e publicações mistas (misturam posts pessoais e informativos).

O “Bora Salvador” se encaixa, portanto, na categoria publicações eletrônicas, pois terá um tema central: cultura e lazer em Salvador e traz críticas, notícias e links em relação ao assunto escolhido. Para a construção do blog, alguns sites e blogs serviram como referência. O portal Bahia Cultural (<http://www.bahiacultural.com>) pode ser dividido basicamente em três partes: equipamentos culturais (bibliotecas, casas de show, cinemas, etc.), agenda cultural (artes plásticas, cênicas, etc.) e notícias.

A partir da análise da estrutura deste e de outros sites, foi possível delinear um escopo do “Bora Salvador”, porém o formato definido exige outras estratégias de construção. No blog são publicadas porções de texto que são chamadas de posts e quando publicados, a atualização mais recente aparece

na parte superior da página, acompanhados da data e hora. Os visitantes podem enviar comentários ao final de cada post.

Assim, para a definição do escopo do blog essas especificidades foram consideradas, por exemplo, além do conteúdo do post, a ordem em que foi publicado teve um papel significativo para a visão geral do “Bora Salvador”. Segundo Orihuela, cada post possui um endereço URL permanente (link permanente), facilitando o seu acesso através de sites externos, o que contribui para permutas entre outros blogs ou sites.

A estrutura do blog possibilita a busca através de data, categoria, tag (palavra-chave), autor e outros, esse recurso é importante para que os visitantes consigam encontrar facilmente o que os interessam. Waichert e Malini (2008,p.6) chamam a linguagem do blog de micro-cobertura, pois na blogosfera podem ser encontradas informações específicas, em complementação à mídia de massa. O formato de blog promove a interatividade através dos comentários e e-mails dos visitantes e possibilita também a atualização freqüente de informações, devido à publicação instantânea na web.



### **3 BLOG COMO NOVO MEIO DE DIVULGAÇÃO CULTURAL**

#### **3.1 Criação de conteúdo na cibercultura**

A cibercultura pode ser compreendida “como a forma sócio-cultural que emerge da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base micro-eletrônica [...]” (LEMOS, 2002, p.12). A partir dessa noção, emergem três princípios da era da informação: a emissão – qualquer um pode emitir “textos” (textos, imagens, sons, etc.) através do ciberespaço, a conexão – permitida pelos computadores conectados em rede e, por fim, a reconfiguração da estrutura atual – de práticas, modalidades midiáticas e espaços, segundo Lemos.

Uma nova configuração do espaço-tempo é propiciada pela cibercultura, o tempo passa a ser real, imediato e pontual, enquanto o espaço passa a ser global. No ciberespaço, não há limites geográficos rígidos, partindo para uma desterritorialização, graças aos computadores conectados na rede planetária.

A interatividade é a relação que se estabelece entre seres humanos, entre seres humanos e instrumentos técnicos e entre seres humanos e tecnologias. O blog permite a interatividade eletrônico-digital que é mediada pelas novas tecnologias de informação, através dos comentários e e-mails enviados ao blogueiro.

O ciberespaço se constitui em um ambiente desterritorializado da cibercultura em que as redes são conectadas através de nós, e as novas tecnologias eletrônicas são interligadas. Não existe, portanto, um centro emissor, mas sim vários emissores, assim a definição de autor cai em desuso,

passando para a noção de co-autor, pois o usuário também cria e modifica. Se por um lado, essa característica democratiza e aumenta o acesso às informações, por outro, existe a dificuldade de obter a credibilidade junto aos usuários.

Na contemporaneidade, com o advento das tecnologias digitais, uma nova dinâmica é instaurada, em que cada vez mais, qualquer usuário da rede pode receber e emitir informação. Não existe, portanto, um pólo emissor, como na mídia de massa, surgem novas práticas comunicacionais, como e-mail, listas, blogs, fóruns, dando condições para que o ambiente da Internet seja um espaço de troca entre seus usuários.

Os blogs, assim como os websites, fazem parte do ciberespaço, “conjunto das informações que transitam nos servidores e nos terminais conectados à Internet [...]” (FRAGOSO, 200, p.89). O ciberespaço é constituído pelas informações compartilhadas através de websites, comunidades virtuais, meios de comunicação instantânea e as relações que se estabelecem por meio de links, de maneira que os usuários navegam transitando entre esse circuito.

Com o surgimento do ambiente digital, possibilitado pelas novas tecnologias de comunicação, a Internet tornou-se fonte de pesquisa, tanto para fins profissionais, educacionais, quanto para o uso pessoal. Os websites e os blogs ganharam espaço, portanto, como meios de comunicação em que a liberação do pólo de emissão acarreta em maior volume de conteúdo, por vezes não encontrados em outras mídias.

### **3.2 As possibilidades do blog**

O termo weblog passou a ser utilizado em 1997, quando é cunhado por Jorn Barger, referindo-se ao seu jornal online RobotWisdom.

O termo era um acrônimo derivado das palavras web e log (diário ou bloco de anotações) e expressava um site que hiperligava páginas interessantes encontradas na internet. Blog era, na prática, uma coleção de links com comentários breves. (MALINI, 2008, p.2)

Com a chegada dos blogs, a internet se reconfigurou, na medida em que os blogueiros passaram a selecionar conteúdos interessantes na rede e mais adiante a amplificar as fontes de informações, além de servir como diário pessoal. Segundo definição de Paz (2003), “[...] os blogs são diários on-line, que reúnem uma coleção de textos, cujo conteúdo é um conjunto de mensagens (posts) publicadas instantaneamente na web, usualmente curtas e organizadas cronologicamente.”.

Para sua criação e atualização, o blogueiro não precisa dominar a linguagem html, exigida para a construção de sites. Essa característica incitou a proliferação de blogs na rede.

Os primeiros weblogs eram baseados principalmente em links e dicas de websites pouco conhecidos, bem como comentários, ou seja, funcionando, também, como uma publicação eletrônica. Os weblogs, portanto, não foram criados com o fim exclusivo de servirem como “diários eletrônicos”, mas simplesmente como formas de expressão individual. (PRIMO e RECUERO, 2003, p.54)

Devido ao simplificado sistema de publicação, tornou-se possível a produção e divulgação de conteúdos por indivíduos e não só pelos profissionais da imprensa. Portanto, os blogs enquadram-se na small media, em que o controle sobre as informações não é centralizado, mas sim distribuído, já que os blogueiros podem disseminar conteúdos e notícias com autonomia. Se no seu início os blogs serviam como veículos de filtragem em que eram feitos recortes de conteúdo na internet, posteriormente passaram a ser fontes de informação.

A interconexão entre os blogs forma a blogosfera, que reúne os mais diversos blogs, na medida em que esses são interligados através de links. A força da blogosfera tornou-se evidente no episódio do 11 de setembro, em que

os sites noticiosos estavam congestionados pelo número de acessos. As pessoas que buscavam informações tiveram que recorrer a TV e aos blogs, porém a cobertura da TV estava pautada nas imagens geradas, encontraram-se nos blogs dados específicos, como a lista de vítimas.

Assim, com o propósito de divulgar as produções culturais e pontos de lazer que têm pouco espaço na mídia massiva, o formato escolhido foi o blog. Este suporte eletrônico-digital possibilita a criação de conteúdo dinâmico, através da facilidade do mecanismo de edição, atualização e manutenção do microconteúdo (textos pequenos publicados de cada vez).

Uma das possibilidades do blog é a troca entre o público e a autora do blog, por meio dos comentários que podem ser feitos ao final de cada post e e-mails enviados por visitantes, fomentando suas contribuições. Além de ser um espaço em que é possível agregar textos, fotos, vídeos e links. A internet tem essa característica de hibridismo dos meios, e o blog potencializa-a pela facilidade de juntar esses formatos para compor um post.

Outra característica do meio é contribuir para a personalização de conteúdos, na medida em que os usuários podem encontrar mais facilmente o que procuram. Por exemplo, na página do blog pode ser inserida uma nuvem de tags (etiquetas que indicam conteúdo relacionado ao post), assim é possível inserir tags em cada post e o visitante pode selecionar na nuvem de tags o assunto que está buscando, levando-o aos posts relacionados.

## 4 ELABORAÇÃO DO BLOG

### 4.1 Construção do blog



Figura 4. Print Screen do blog Bora Salvador

Para a escolha do nome do blog, foi realizada uma pesquisa com 25 pessoas, dentre elas, estudantes da Faculdade de Comunicação – UFBA, gestores de alguns lugares que foram abordados nos *posts* e amigos. Procurou-se entrevistar pessoas de idades diferentes para possibilitar uma pluralidade de opiniões. A princípio foram sugeridos cinco nomes: Bora Salvador, Certa Salvador, Fuçando Salvador, Outra Salvador e Vasculhando SSA, em seguida foram escolhidos dois nomes para a enquete: Bora Salvador e Outra Salvador. O nome Bora Salvador surgiu no intuito de ser convidativo (bora vem de “vamos embora”), aos visitantes de conhecer melhor Salvador. Esta enquete pode ser consultada no anexo I.

Para a formulação do blog “Bora Salvador” foram considerados vários aspectos, como, o fornecimento de informações relevantes pelos produtores culturais e proprietários/gerentes dos locais, a credibilidade do blog e como despertar o interesse para que os usuários da Internet acessem e escrevam comentários.

Existem vários servidores de blog gratuitos, por exemplo: Wordpress, Blogger, Blig e Uol. A escolha do servidor foi baseada nas opções de modelo do blog (fontes e cores) e no recurso de Estatísticas em que é possível obter uma série de dados que serão apresentados na análise, já que a utilização e a estrutura e não diferem muito entre os servidores. Outra definição foi a periodicidade das postagens, no seu início eram publicados uma média de três posts por semana, mas chegou-se à conclusão de que a atualização teria que ser diária, considerando que uma das características do blog é a atualização freqüente.

O blog é um meio fácil de publicar notícias e informações relacionadas com um determinado assunto na Internet, pois não necessita do conhecimento da linguagem HTML. Os *posts* foram organizados tematicamente, divididos por categorias, para o objetivo do blog foram utilizadas as seguintes categorias: artes visuais, cinema e vídeo, música, teatro, espaços culturais, boemia (bar, café, boate), eventos e dança.

Outro recurso para divisão dos *posts* foram as etiquetas, dispostas logo abaixo das categorias, essas facilitam para que o usuário identifique um determinado assunto de interesse e tenha acesso a todos os posts relacionados a ele.

Além dos *posts*, há um mapa da cidade de Salvador, localizando os pontos de cultura e lazer indicados no blog, assim o visitante encontra mais

facilmente esses lugares. Esse mapa foi construído através da ferramenta *Google Maps*<sup>3</sup>, do Google, em que os locais são apontados por indicadores.

É possível pesquisar como chegar até os locais e como ir para outro lugar, partindo dos lugares, para isso basta digitar o endereço, assim será traçada uma rota com todas as instruções e o mapa com o caminho. Buscou-se criar uma identificação entre os ícones utilizados para indicar e cada local, por exemplo, as salas de exibição foram indicadas com um projetor antigo de filme, já os cafés foram marcados com uma xícara, e assim por diante.

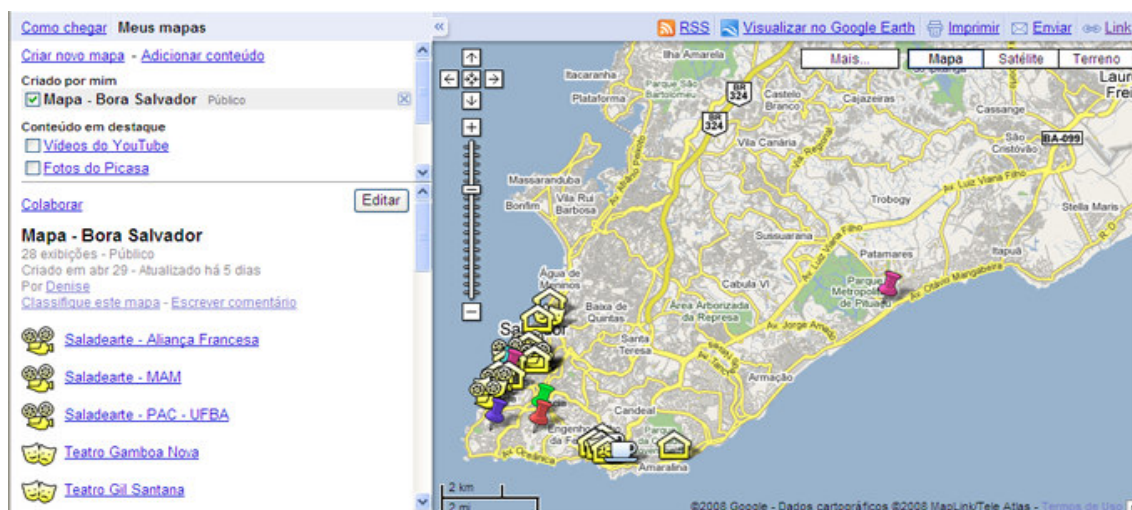


Figura 5. Print Screen do mapa

Houve um esforço para que os *posts* de própria autoria fossem acompanhados de fotografias<sup>4</sup> tiradas no momento das entrevistas, imagens (logo ou material de divulgação) ou vídeos. Assim, além de tornar o blog mais atrativo, o visitante pode ter uma noção mais ampla do conteúdo. Por certas vezes, isso se tornou uma dificuldade, principalmente no caso de imagens que foram fornecidas pelos entrevistados, em que foi preciso mandar e-mail para lembrá-los de enviar as fotos com crédito.

<sup>3</sup> URL: <http://maps.google.com.br/maps?hl=pt-BR&ie=UTF-8&tab=wl>

<sup>4</sup> A exemplo das fotografias no post *Café & Cognac*, no ANEXO VII

## 4.2 Entrevistas

A proposta do “Bora Salvador” é ser uma publicação eletrônica, segundo a categorização de Recuero (2003), na medida em que agrupará dicas, notícias e links relacionados ao tema central do blog. Após pesquisa realizada para levantar opções de pauta para o blog, buscando contemplar todas as categorias, foram agendadas entrevistas com representantes dos locais/eventos.

Um dos pontos fortes do blog foram as entrevistas realizadas com os proprietários/gestores dos locais/eventos abordados, visando não só colher informações do estabelecimento/projeto gerido, mas também uma visão geral da sua área de atuação. A técnica considerada mais adequada é a entrevista individual em profundidade, “[...] técnica qualitativa que explora um assunto a partir da busca de informações, percepções e experiências de informantes para analisá-las e apresentá-las de forma estruturada.” (DUARTE,2005,p.62).

A entrevista era a principal ferramenta para obter as informações necessárias para a construção dos textos dos *posts*, porém em alguns casos os próprios entrevistados não sabiam responder com precisão às perguntas. Por outro lado, também houve entrevistas em que o assunto fluía de tal maneira que algumas coisas ficaram de fora do *post*, pois o formato pede que os textos não sejam muito longos.

Assim foi possível descrever e mapear o contexto, ou seja, as opções de cultura e lazer que foram abordadas. Como complemento às entrevistas foi realizada uma análise documental das fontes disponibilizadas pelos entrevistados (material de divulgação, site, etc.).



### 4.3 Divulgação



Figura 6. Cartão de divulgação do blog

Como estratégia de divulgação, foi enviado um release juntamente com o material de divulgação com a mesma imagem de cabeçalho do blog, o site e os meus contatos. Esse envio foi feito nos dias 03 e 04/10 para listas de disciplinas da FACOM que faço parte, nos dias seguintes houve um aumento significativo nas visitas, no dia 04/10 foram 63 visitas, no dia 05/10, 29 visitas e no dia 06/10, 31 visitas, percebe-se o impacto dessa ação a partir do número de visualização no dia 03/10: apenas uma. No dia 15/11, foi enviado novamente para essas mesmas listas, no mesmo dia foram 30 visitas, no dia 16/11, 24 visitas e no dia 17/11, 30 visitas, reafirmando o resultado da divulgação.

No dia 27/10, esse mesmo material foi encaminhado para a lista da FACOM e para a Redecult que tem como objetivo possibilitar e estimular o intercâmbio de informações, de conhecimentos, de estudos, de publicações e de agendas e a cooperação entre pessoas e instituições que atuam no âmbito dos estudos da cultura.

O maior número de visitas ocorreu justamente no dia 28/10, com 88 visualizações, sendo que no dia 27/10, houve 9 visitas, o que significa um aumento de aproximadamente 978%. A partir desses dados, percebe-se como

a divulgação pautada em e-mails e listas é eficaz, possivelmente por se tratar de um blog e fazer parte do mesmo ambiente (rede).

Além da divulgação por e-mail, foi enviado um release para o LabMedia (controla a divulgação de conteúdo no site da FACOM) e para os jornais A Tarde, Tribuna da Bahia, Folha Salvador e Jornal da Metrópole, porém não foi obtido retorno de nenhum desses veículos. Outra ferramenta utilizada foi o Orkut (site de relacionamento), com a criação de tópicos e inserções na parte de eventos de comunidades relacionadas ao tema do “Bora Salvador”, como: Noite Alternativa de Salvador, Agenda Cultural de Salvador, Circuito Alternativo/Salvador, Movimento Musicultural em SSA, Circuito Sonoro Salvador, Alternativa Cultural Salvador e Salvador Acontece.

O material de divulgação enviado por e-mail foi impresso no formato de cartão de visita e foi distribuído na FACOM, no dia 28/10 e na FUNCEB (Fundação Cultural do Estado da Bahia), no dia 30/10.

#### **4.4 Análise**

A análise do blog foi realizada através de alguns dados que podem ser obtidos na ferramenta “Estatísticas do site” do Wordpress. Nessa ferramenta, pode ser acessado o gráfico de visitas (indica o número de visitas de acordo com as datas). Até o dia 21/11, o número de visitas foi 956, sendo o dia 28/10 o mais agitado com 88 visitas.

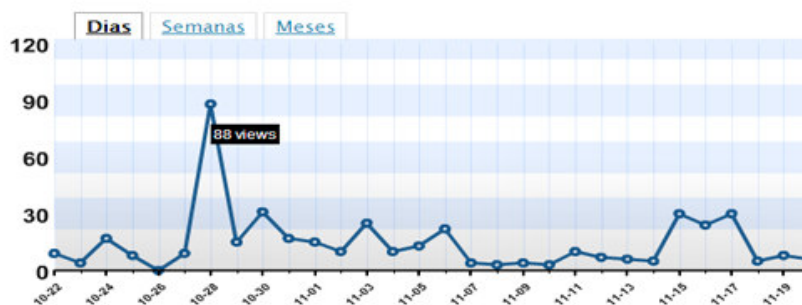


Figura 7. Print Screen das Estatísticas do blog

Outro dado obtido é o link que as pessoas clicaram para chegar ao blog, o mais utilizado foi através de e-mail do gmail, seguido de uma comunidade do Orkut. Logo após, várias vezes o acesso se deu pelas categorias ou etiquetas, evidenciando a importância de classificar os *posts* dessa maneira a facilitar a busca dos visitantes.

Entre as postagens mais populares está a página “Sobre<sup>5</sup>”, que explica o que é o blog, indicando o interesse do visitante a respeito do blog em si e não somente no seu conteúdo. Entre os *posts* está o “Bazar dos Nômades” e “Teatro Gil Santana”, essa ferramenta é essencial para a continuidade do blog, na medida em que é diagnosticado o que os visitantes estão buscando. A página com o link do Mapa também foi bastante acessada, mostrando a sua utilidade para os usuários.

Os termos de motor de busca que as pessoas mais utilizaram para encontrar o blog foram “bazar dos nomades” e “teatro gil santana”, confirmando o interesse dos visitantes nesse evento e teatro. Outro termo muito utilizado foi “bora salvador”, o que sugere que essas pessoas já foram direcionadas especificamente para o blog. Assim, ao longo das atualizações no blog, foi

<sup>5</sup> Vide ANEXO II com a página “Sobre”

possível perceber o que os visitantes estão buscando e também os resultados alcançados pelo blog puderam ser mais bem apurados.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para a elaboração do blog, considerou-se a possibilidade de utilizar o domínio da UFBA, mas após a orientadora consultar o CPD, não foi possível a construção do blog com o domínio da UFBA. Uma das dificuldades de conseguir material para o blog foi no agendamento das entrevistas, já que se trata de um blog independente, de uma estudante, muitos não levam a sério o trabalho e não encontram tempo conceder a entrevista. Talvez, se tivéssemos o domínio na UFBA, este traria mais credibilidade ao blog.

Outro ponto a ser considerado foi o aumento das visitas ocasionado pela divulgação realizada por e-mail e através do cartão de divulgação. Caso houvesse mais recurso para a impressão de material gráfico e publicidade na mídia tradicional (como em jornais locais), esse número de visitas aumentaria mais ainda.

Observou-se que foram poucos comentários, possivelmente por se tratar de um blog informativo, em que a programação era somente consultada e, também porque algumas pessoas preferiram responder ao e-mail de divulgação, como, por exemplo, de Cláudio Cardoso que elogiou a programação.

Construir o blog trouxe algumas dificuldades, como a falta de informações sobre os produtos culturais e os pontos de cultura e lazer, o que demandou um trabalho intenso de pesquisa. Apesar desses empecilhos, a construção do blog pôde contribuir para que outros atrativos culturais, além dos pontos turísticos tradicionais da cidade, possam fazer parte da percepção e da experiência tanto dos turistas, como da população local. Assim, eles podem conhecer um outro lado de Salvador, tendo uma visão mais ampla da cultura local.

Para a elaboração do blog, foi utilizado recurso próprio, porém observa-se uma tendência de incentivo ao mercado da cultura digital. Podemos citar dois exemplos mais significativos: Edital de Apoio à Cultura Digital, da Fundação Cultural do Estado da Bahia e o Apoio ao aprimoramento de websites culturais brasileiros já existentes, do Programa Petrobrás Cultural.

O Edital de Apoio à Cultura Digital visa a seleção e a premiação de projetos de criação de portais de cultura e bancos de samples, realizados por criadores independentes, grupos ou instituições do Estado da Bahia. Já o Apoio concedido pelo Programa Petrobrás Cultural é voltado para criação, desenvolvimento e implantação de novas funcionalidades, seções e ferramentas ou ao aprimoramento daquelas já disponíveis nos websites contemplados.

Por fim, o aprendizado durante a elaboração do TCC foi além do uso do meio, no caso o blog. Com os percalços percorridos em todas as fases, desde a escolha da pauta, passando pelo agendamento das entrevistas, até a postagem final, me ensinou a ter persistência e por vezes paciência. Portanto, a produção do blog foi muito mais do que um simples TCC, mas uma experiência que levarei para a minha vida profissional.

## 6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bahia IN. < <http://www.bahia.in.com.br>>. Acesso em: 30 out. 2007.

BABIATURSA. <<http://www.bahia.com.br>>. Acesso em: 30 out. 2007.

Burn, Bahia, Burn! <<http://burnbahiaurn.blogspot.com>>. Acesso em: 29 out. 2007.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

FRAGOSO, Suely. Espaço, ciberespaço, hiperespaço. **.txt: textos de cultura e comunicação**, Salvador, n. 42, 2000.

GOELDNER, Charles R. **Turismo: princípios, práticas e filosofias**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

Identidade Cultural: O portal cultural da Bahia.  
<<http://www.identidadeteatral.com/home.asp>>. Acesso em: 30 out. 2007.

LEAL, Rosana Eduardo S. Um estudo sobre a inserção de elementos da cultura popular na divulgação turística governamental na web: o caso do site oficial do estado da Bahia. **Intermédias e Intermédias**, Espírito Santo, ano 02, mai. 2006. Disponível em: <  
[http://www.intermedias.com/miolo/comunicacao\\_home\\_analise.htm](http://www.intermedias.com/miolo/comunicacao_home_analise.htm)>. Acesso em: 31 out. 2007.

LEAL, Rosana Eduardo S. Uma abordagem conceitual-reflexiva sobre a relação da comunicação com o turismo. **Lâmina**, Pernambuco, n.1, 2005. Disponível em: <<http://www.ppgcomufpe.com.br/lamina>>. Acesso em: 01 nov. 2007.

LEMOS, André. **Cibercultura, Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea**. Porto Alegre, Sulina, 2002.

MALINI, Fábio. Por uma genealogia da blogosfera: considerações históricas (1997 a 2001). CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, XIII, 2008, São Paulo. Disponível em: <[http://fabiomalini.files.wordpress.com/2008/05/modeloinovcom\\_sudeste-fabio-malini-com-referencias.pdf](http://fabiomalini.files.wordpress.com/2008/05/modeloinovcom_sudeste-fabio-malini-com-referencias.pdf)> Acesso em: 29 out. 2008.

MALINI, Fábio; WAICHERT, Thalles. O Blog como Linguagem Informativa: a Atuação Profissional de Blogueiros e os Novos Conflitos na Cultura. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, XXXI, 2008, Natal. **Anais eletrônicos**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0905-1.pdf>> Acesso em: 25 out. 2008

NIELSEN, Christian. **Turismo e mídia: o papel da comunicação na atividade turística**. São Paulo: Contexto, 2002.

OLIVEIRA, Anelize Martins de. Ensaio teórico: o significado da cultura para o turismo com base local. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v.6,n.4,2006. Disponível em: <<http://www.ivt-rj.net>>. Acesso em: 13 nov.2007.

Oxente Salvador: A sintonia perfeita entre você e o entretenimento. <<http://www.oxentesalvador.com.br/>>. Acesso em: 01 dez. 2007.

PAZ, Carolina Rodrigues. A cultura Blog: questões introdutórias. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n.22, dez. 2003. Disponível em:<<http://ojs.portcom.intercom.org.br/index.php/famecos/article/viewArticle/234>>. Acesso em: 30 mai.2008.

PEREIRA, Ana Cláudia Barreiro Gomes. **Blog, mais um gênero do discurso digital?** Disponível em: <<http://www3.unisul.br/paginas/ensino/pos/linguagem/cd/Port/9.pdf>>. Acesso em: 26 out.2008

PIRES, Mário Jorge. **Lazer e Turismo Cultural**. São Paulo: Editora Manole, 2001.

Portal Bahia Cultural. <<http://www.bahiacultural.com/index.asp>>. Acesso em: 12 nov. 2007.

PRIMO, Alex Fernando Teixeira; RECUERO, Raquel da Cunha. Hipertexto cooperativo: uma análise da escrita coletiva a partir dos Blogs e da Wikipédia. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n.22, dez. 2003. Disponível em:< <http://www.intexto.ufrgs.br/n10/an10a1.html>>. Acesso em: 27 out.2008.

RECUERO, Raquel da Cunha. O Interdiscurso Positivo como Característica fundamental dos Webrings. **Revista Intexto**, Rio Grande do Sul, ed.10, 2004. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/recuero-raquel-interdiscurso-constutivo.pdf>>. Acesso em: 01 dez. 2007.

RECUERO, Raquel da Cunha. Weblogs, webrings e comunidades virtuais. **404nOtF0und**, v.1, ano 3, n.31, ago.2003. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtF0und>>. Acesso em: 14.nov.2007.



## 7 ANEXOS