

Universidade de Brasília  
Faculdade de Comunicação  
Curso: Publicidade e Propaganda  
Orientadora: Elen Cristina Gerales

# **Dicas a Bordo:** o blog com dicas de viagem

Brasília - DF, novembro de 2013.



Universidade de Brasília  
Faculdade de Comunicação  
Curso: Publicidade e Propaganda  
Orientadora: Elen Cristina Geraldes

# **Dicas a Bordo:**

## o blog com dicas de viagem

**Isadora Andrade Lima**

Memorial de pesquisa do projeto experimental apresentado à Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda.



Universidade de Brasília  
Faculdade de Comunicação  
Curso: Publicidade e Propaganda  
Trabalho de Conclusão de Curso

Membros da banca examinadora:

1. Professora: Elen Cristina Geraldes
2. Professora: Fernanda Casagrande Martineli
3. Professor: Wagner Antônio Rizzo
4. Suplente: Professor Luiz Martins da Silva

## AGRADECIMENTOS

São tantas pessoas para agradecer que é difícil até começar. Durante a elaboração deste projeto, tive apoio em diversos sentidos, desde o emocional ao logístico. Recebi de todos um enorme incentivo que me deu forças para ir atrás deste sonho, o qual sempre tive vontade de realizar. Isso se acentuou no momento em que percebi o quanto amo viagens, multiculturalismo e, claro, comunicação. Obrigada a todos que contribuíram para o Dicas a Bordo, por toda a atenção, respeito e competência que tiveram comigo e com o projeto que só foi possível graças a vocês!

Em primeiro lugar, agradeço a minha mãe, Iuna Andrade, que me proporcionou sempre tudo para que eu concretizasse meus objetivos; por sempre ter me incentivado a estudar e a ter responsabilidade para que eu descobrisse minha missão perante a sociedade. Foi muito apoio para eu chegar até aqui: cada escola que estudei, cada vez que ela me buscou e levou, cada reconhecimento dos meus trabalhos escolares, o incentivo para que eu passasse na UnB, as comemorações de vitória, toda a paciência que teve durante a minha graduação, cada conselho e ajuda. Sem contar a oportunidade que ela me proporcionou para eu ir ao exterior, onde pude fazer um curso de espanhol na Costa Rica, ir à Espanha a turismo e realizar um intercâmbio nos Estados Unidos. Estudei e morei com pessoas do mundo inteiro, e esse fato me abriu os olhos para este caminho multicultural pelo qual me apaixonei.

Também agradeço a todos os integrantes da minha família que me motivaram para o projeto: Heitor Humberto de Andrade, Linda Ganej, Maita Andrade, Miguel Iano de Andrade e ao Vanilson Benjamin Lima.

Não poderia me esquecer de citar duas pessoas muito queridas e de importância vital na minha vida: Carolina Andrade Soares, minha irmãzinha que gentilmente e de modo muito maduro contou tudo sobre a Disney, com um relato surpreendente e ao mesmo tempo cativante, que, inclusive, chegou a ser um dos mais acessados no *blog* ([www.dicasabordo.com](http://www.dicasabordo.com)); e meu namorado Lucas Gonçalves de Souza Wanderley, por acreditar em mim, valorizar todas as minhas qualidades, me incentivar a buscar meus sonhos e por estar sempre ao meu lado, me dando carinho, apoio e atenção tanto nos momentos difíceis quanto nas vitórias.

Agradeço o apoio da minha orientadora, Prof<sup>a</sup> Elen Cristina Geraldes, pela dedicação e paciência; ao Prof. Wagner Antônio Rizzo, e aos demais professores da

banca, Fernanda Casagrande Martineli e Luiz Martins da Silva, por me apoiarem e estarem presentes neste momento tão importante da defesa do trabalho acadêmico de conclusão de curso. Agradeço, ainda, aos outros professores da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília.

Por fim, sou grata a todos os entrevistados do *blog* que gentilmente contaram sobre suas viagens e experiências, cederam suas fotos, estiveram disponíveis sempre que precisei e acreditaram na ideia, a qual só existe hoje graças a eles: Bruna Martins, Carla Oller, Denise Butruille, Fabíola Góis, Guilherme Lisbôa, Isabela Corsatto, Leandro Guedes, Luísa Ribeiro, Márcia Cristofio, Mariana Rabelo, Matheus Portela, Nádia Araújo, Paula Soll, Victor Fagundes e entre outros que irão participar do projeto no futuro, após o trabalho de conclusão de curso, já que o Dicas a Bordo está apenas começando.

LIMA, Isadora Andrade. Dicas a Bordo: o *blog* com dicas de viagem. Memorial de pesquisa do projeto experimental apresentado à Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília. Brasília, UNB.

## RESUMO

Dicas a Bordo: o *blog* com dicas de viagem é um projeto de conclusão de curso cujo objetivo é mostrar relatos de viajantes que expõem suas experiências de viagens. É um espaço para expor dicas de viagens, curiosidades culturais e informações de experiências reais dos participantes. O diferencial é que mostra a história de diversas pessoas, tanto da criadora do *blog* quanto dos participantes, o que traz diversidade e riqueza às informações prestadas. Como a experiência internacional atua no aspecto cultural da vida de pessoas que possuem interesse em viagens (quem pretende viajar, os que são viajantes, ou possuem curiosidades a respeito)? Quais as recomendações para quem vai fazer uma viagem internacional? Como são as experiências dos viajantes no contexto de um mundo globalizado? O que é multiculturalismo e identidade cultural? Esses são os questionamentos que serão elucidados no decorrer deste trabalho. Quanto à metodologia, utilizou-se pesquisa do tipo qualitativa, com técnicas de observação participante, entrevistas (de caráter exploratório) e depoimentos, inserindo-se na categoria das técnicas antropológicas e jornalísticas. O resultado foi baseado em relatos dos participantes, cujo produto final é a criação do próprio *blog*, que irá fortalecer e promover a integração entre os usuários. No memorial, se propõe, ainda, uma análise sobre o multiculturalismo com o intuito de mostrar tanto a importância do diálogo e do respeito entre as culturas em um mundo globalizado.

**PALAVRAS-CHAVE:** Blog. Consumo. Dicas a Bordo. Recomendações. Viagens. Experiências. Multiculturalismo.

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Características do <i>blog</i> . Elaborado com a finalidade de ilustração sobre as características dos <i>blogs</i> . .....	24
Quadro 2: Perfil dos participantes. LIMA, Isadora Andrade, 2013. ....	36
Quadro 3: Questionário/Entrevistas dos participantes. LIMA, Isadora Andrade, 2013. ....	37
Quadro 4: Lista de possíveis nomes do <i>blog</i> . LIMA, Isadora Andrade, 2013. ....	46
Quadro 5: Lista das opções. LIMA, Isadora Andrade, 2013 .....	46
Quadro 6: Processo de escolha do <i>layout</i> . LIMA, Isadora Andrade, 2013. ....	50
Quadro 7: Figuras e imagens. LIMA, Isadora Andrade, 2013. ....	51
Quadro 8: Relato e apresentação. LIMA, Isadora Andrade, 2013 .....	52
Quadro 9: Evolução do logos. LIMA, Isadora Andrade, 2013.....	53
Quadro 10: Logo: versão final. LIMA, Isadora Andrade, 2013. ....	54
Quadro 11: Imagens de referência. LIMA, Isadora Andrade, 2013 .....	54
Quadro 12: Vantagens e desvantagens do <i>blogger</i> . Referências: W3 School.....	57
Quadro 13: Vantagens e desvantagens do Wordpress. LIMA, Isadora Andrade, 2013. ...	58

## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	17
2	PROBLEMA DE PESQUISA.....	18
3	JUSTIFICATIVA.....	18
3.1	INTERESSES PARA A ÁREA ACADÊMICA E ESTUDOS DA COMUNICAÇÃO SOCIAL... 22	22
4	REFERENCIAL TEÓRICO.....	22
4.1	O BLOG.....	22
4.2	O DICAS A BORDO.....	25
4.3	MULTICULTURALISMO.....	27
5	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	36
5.1	MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA.....	36
5.2	A ESCOLHA DOS PARTICIPANTES.....	38
6	DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO.....	44
6.1	ETAPAS DE CONSTRUÇÃO.....	44
6.1.1	Definição do nome.....	45
6.1.2	Cores.....	47
6.1.3	Tipografia.....	49
6.1.4	Layout.....	49
6.1.5	Publicações do Dicas a Bordo.....	50
6.1.6	Logo.....	53
6.2	PLANEJAMENTO.....	55
6.2.1	Pesquisas de referência.....	55
6.2.2	Orçamento.....	56
6.2.3	Ações estratégicas e divulgação.....	60
6.2.4	Metas futuras.....	60
7	LIMITES E DIFICULDADES.....	61
8	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	63
	REFERÊNCIAS.....	65



## APRESENTAÇÃO

Para entender como a ideia deste projeto Dicas a Bordo nasceu, é preciso contar um pouco da história que vivenciei até hoje. Antes de escolher o curso de graduação, tive a oportunidade, após me formar no ensino médio, de viajar para a Costa Rica com um desafio em troca: frequentar um curso de espanhol para estrangeiros na Universidade da Costa Rica.

Essa foi minha primeira viagem ao exterior, com 18 anos. Morei lá por dois meses e, com amparo de um parente, pude aprender como os habitantes viviam, observar a arquitetura, fauna, flora, costumes, comidas típicas, danças, e praticar o idioma. Voltando ao Brasil, optei por estudar Comunicação Social - Publicidade e Propaganda.

A viagem me auxiliou bastante na escolha do curso de graduação, aliada aos atributos pessoais que eu já possuía: comunicativa, curiosa, determinada e criativa, além da clareza do que queria. Desde criança, sempre observava os empreendimentos ao meu redor; criava propagandas em forma de desenhos e histórias; escrevia em diários e constantemente inventava empreendimentos: restaurante, cabeleireiro, locadora com pizzaria, loja virtual de roupas etc.

Em 2008, ingressei no Instituto de Educação Superior de Brasília - IESB, onde cursei publicidade até o quinto semestre. Esse fato me proporcionou uma experiência voltada para o mercado de trabalho, pois precisei criar muitas campanhas para diversas marcas e pude compreender, na prática, como a lógica do mercado capitalista funciona, além de estagiar em um instituto de pesquisa e trabalhar no Sindicato das Agências de Propaganda, no qual planejei e assisti a diversos cursos na área de comunicação: Atendimento/marketing; Planejamento de Mídia; Redação Publicitária; Tendências Contemporâneas das Marcas e Direção de Arte.

No IESB, conheci uma colega de classe que tinha dupla nacionalidade (brasileira e espanhola). Ela havia morado na Espanha dos oito aos dezoito anos e por causa da crise precisou voltar com a família para o Brasil. Assim que a conheci tive curiosidades a respeito de suas vivências e fizemos amizade. Eu a auxilei a se adaptar, e em troca ela compartilhava comigo algumas vivências espanholas.

Viajamos juntas para Portugal e Espanha em julho de 2010. A viagem durou apenas um mês, na época do verão, fase final da copa do mundo; portanto, havia muitos turistas, cada um falando um idioma diferente pelas ruas. Conheci museus, teatros, comidas típicas, danças, músicas, a arquitetura e cultura local.

Em 2011, após retornar ao Brasil, fiz a prova de transferência para a Universidade de Brasília, na qual ingressei. A vivência em uma universidade pública foi completamente diferente. Aprofundei-me em estudos teóricos, pesquisas, debates, leitura de artigos, elaboração de projetos, e pude conhecer conceitos nas áreas de Sociologia, Filosofia, Psicologia e Antropologia.

No laboratório de criação, aprendi a elaborar projetos e campanhas de cunho social. Isso despertou meu interesse, pois repensei a responsabilidade social do comunicador, seu compromisso com a conscientização da população e com a formação de valores pela mídia.

Em 2012, tive novamente a oportunidade de ir ao exterior, por intermédio de um programa de intercâmbio, para estudar em uma rede de educação internacional (*Education First*) e aprofundar meus conhecimentos em inglês. Optei por estudar nas escolas de Chicago, Nova Iorque e Miami.

No mesmo local onde funcionava a escola que cursei inglês havia as residências estudantis. Dessa forma, a convivência e interação com os outros intercambistas foram facilitadas. Foi uma experiência inédita viver o dia a dia com asiáticos, árabes, europeus e sul-americanos.

Esse ambiente na maioria das vezes era harmonioso, pois todos estavam lá pelo mesmo objetivo: aprender e praticar inglês, porém na realidade foi muito além disso, já que as aulas eram dinâmicas e interativas, compartilhamos conhecimentos culturais de diferentes nações.

Os estudantes se respeitavam e criavam os trabalhos juntos. Por uma regra da adaptação, precisávamos conviver de forma pacífica para nos aventurarmos juntos pela cidade e fazer os passeios turísticos. Os americanos se surpreendiam ao verem diversas pessoas de diferentes etnias realizando atividades em grupo.

Voltei apaixonada pela vivência que tive. Posteriormente, tive a oportunidade de trabalhar no escritório de vendas de intercâmbio da empresa multinacional Education First. Assim, entendi como a experiência no exterior traz benefícios tanto pessoalmente, quanto profissionalmente. Durante a graduação, interessei-me também pelo tema de mídias sociais. Então, dentro deste contexto, resolvi criar o *blog*.

Portanto, este projeto tem como produto final o Dicas a Bordo, um *blog* com relatos pessoais, dicas e curiosidades culturais de quem já viajou para o exterior. Em outras palavras, será possível a interação entre os internautas interessados em compartilhar experiências, sentimentos, ansiedades, expectativas, curiosidades, entre outros assuntos.

O principal diferencial do Dicas a Bordo em relação a outros *blogs*, é que a maior parte dos *blogs* existentes conta com textos do próprio autor. A ideia neste projeto é abordar relatos de diferentes participantes, cada qual sobre um país.

Além do mais, os internautas poderão desfrutar dos benefícios das redes sociais que possuem um atalho dentro do próprio *blog*. O internauta que deseja obter informações a respeito de viagens internacionais encontrará no Dicas a Bordo relatos pessoais de outros viajantes e ao clicar no atalho dos ícones que o direcionará automaticamente as redes sócias poderá ampliar sua experiência virtual por meio do acesso as fotos no *Flickr*, vídeos no *Youtube*, e interagir com outros usuários na página do Dicas a Bordo no *Facebook*.

## 1 INTRODUÇÃO

A principal questão que o projeto aborda é o multiculturalismo no contexto atual, em que as novas tecnologias proporcionam por meio da internet, acesso a *sites* e aplicativos que se somam aos tradicionais livros que incentivam as viagens ao exterior.

Posteriormente, serão analisadas as consequências desse fato para a sociedade, o que essa experiência agrega às pessoas, seus limites e possibilidades, além de enfatizar a importância deste tema para os estudos e pesquisas acadêmicas na área de Comunicação Social.

Como objetivo geral, propõe-se criar um *blog* com recomendações para auxiliar quem vai viajar, com dicas, experiências e relatos de diversos participantes com diferentes pontos de vista.

O objetivo específico é, inicialmente, buscar algumas definições e conceitos relacionados ao tema em questão, como, por exemplo, o conhecimento sobre multiculturalismo e identidade cultural e contextualizá-los no cenário globalizado relacionando-os ao Dicas a Bordo.

Em seguida, também como objetivos específicos tem-se: verificar recomendações de viagem e planejamento; analisar experiências pessoais; identificar curiosidades culturais como: comidas típicas, tradições, costumes, danças, festas; romper estereótipos, fornecendo informações a respeito de algumas culturas, e depoimentos pessoais; e proporcionar a divulgação do *blog*.

Assim, o *blog* Dicas a Bordo é o resultado das pesquisas realizadas com diversos participantes que viajaram para o exterior e expõem relatos de suas experiências, entre as quais enfatizam curiosidades culturais do país a que foram, bem como dão recomendações aos futuros viajantes. Como se trata de relatos espontâneos, tais percepções só são vistas com a vivência de cada pessoa no local e é isso que traz riqueza ao *blog*, pois essas informações específicas não se encontram em guias de viagens comuns ou sites de companhias.

As opiniões dos participantes variam de acordo com o país que conheceram e com o motivo da viagem, por exemplo, trata-se de viagem turística, de intercâmbio, a trabalho, lua de mel, mochilão ou brasileiros que já residiram no exterior. E isso é interessante porque o internauta que acessar o *blog* pode identificar-se com uma das modalidades turísticas e obter maior empatia, mais do que se fossem textos sempre do mesmo autor e mesma razão de viagem, este fato enriquece as postagens.

Portanto, o *blog* conta com diversidade das informações prestadas, as quais resultaram em relatos valiosos, que por meio do Dicas a Bordo podem ser compartilhados e as histórias revividas, devido às interações e auxílio prestado aos novos viajantes.

## 2 PROBLEMA DE PESQUISA

A pergunta-síntese deste projeto é: como a experiência internacional atua no aspecto cultural da vida de pessoas que possuem interesse em viagens (quem pretende viajar, os que são viajantes, ou possuem curiosidades a respeito)? Mas há outras que se relacionam com ela e que de alguma forma o *blog* também tenta responder: quais as recomendações para quem vai fazer uma viagem internacional? Como são as experiências dos viajantes no contexto de um mundo globalizado? O que é multiculturalismo e identidade cultural desde sua origem até os dias atuais?

## 3 JUSTIFICATIVA

- **Razões**

A determinação e a seleção do tema se deram devido a minha experiência de vida, ou seja, o tema foi escolhido depois de uma experiência pessoal, na busca de entender por que os viajantes, ao irem para o exterior pela primeira vez, passam e enfrentam dificuldades relacionadas ao contexto social, planejamento, amadurecimento pessoal, características da modalidade de intercâmbio, viagens turísticas, percepções de brasileiros residentes em outro país, mochileiros, enfim, diversos perfis de viajantes que relatam suas experiências.

Em outros termos, o projeto visa explicar se os desafios, dificuldades e seu enfrentamento, como diferentes ambientes, pessoas, hábitos e manifestação de sentimentos, clima, língua, moeda, relacionam-se com as referências pessoais, sonhos, idealizações e outros fatores.

Além disso, avaliar como se dá ou não o choque cultural, ou seja, e como é superado em termos de experiências positivas e negativas para o crescimento psicossocial e aprendizagem equilibrada.

Nesse sentido, é importante ressaltar, a seguir, o seguinte conceito de choque cultural<sup>1</sup>:

Choque cultural refere-se à ansiedade e sentimentos (de surpresa, desorientação, incerteza, confusão mental, etc) sentidos quando as pessoas têm de conviver dentro de uma diferente e desconhecida cultura ou ambiente social. Após deixar o que era familiar para trás, as pessoas têm de encontrar o caminho em uma nova cultura que tem uma modo de vida diferente e uma mentalidade diferente, tal quando em um país estrangeiro. A partir daí, nascem as dificuldades de assimilar a nova cultura, causando dificuldades em saber o que é adequado e o que não é. Muitas vezes combinada com uma aversão ou mesmo nojo (moral ou estético) com certos aspectos da nova cultura.

- **Por que é exequível?**

A hipótese é que ao ir para o exterior, o viajante pode se deparar com dificuldades e imprevisto, entretanto, se obtiver informações específicas a respeito da cultura local, sua viagem tende a ser mais bem sucedida, segura e a experiência desfrutada de uma forma mais valiosa.

Como exemplo a situação hipotética a seguir: uma pessoa ao ir a museu, sem ler nada a respeito anteriormente, vai observar os objetos, mas não irá abstrair a riqueza dos detalhes, da origem dos mesmos, a história que há por traz, etc.

Caso essa pessoa pudesse se informar sobre este museu anteriormente, lesse comentários de outras pessoas ou contratasse um guia para a visita, esta experiência seria desfrutada de uma maneira muito mais valiosa do que se não houvesse nenhuma fonte de conhecimento acerca da questão.

Desta forma, o *blog* atua como esta fonte de informações específicas que serve para contribuir com um melhor aproveitamento da experiência na viagem porque contem relatos de viajantes e suas opiniões sobre passeios, comidas típicas, curiosidades culturais, dicas, etc. A ideia é aliar as informações institucionais com outras baseadas

---

<sup>1</sup>Oberg, Dr. Lalervo. "Culture Shock and the problem of Adjustment to the new cultural environments". World Wide Classroom Consortium for International Education & Multicultural studies. Web. 29 Sept 2009.

em casos e enriquecidas pelas experiências vividas por pessoas em situações que se supõem semelhantes.

- **Por que é novo?**

Na era digital, em que a maior parte das pessoas passou a compartilhar suas vivências em qualquer local e distância, o viajante pode aproximar-se ao máximo da experiência na qual irá se aventurar por meio de vídeos, fotos, dicas, aplicativos, *blogs*, redes sociais, entre outros.

A internet possibilita tudo isso nesse cenário e acentua-se cada vez mais a tendência de modificar o comportamento social. As pessoas interagem em um mundo em que as barreiras de tempo e espaço estão sendo vencidas.

- **Por que é relevante?**

Este projeto tem o papel de analisar a experiência entre as culturas, principalmente no período atual da pós-modernidade. Diante do cenário atual, na era globalizada, discutir este tipo de assunto tem uma enorme importância, principalmente com a criação de programas governamentais, como o Ciências sem Fronteiras, que valorizam a vivência internacional.

Essa discussão deve ser complexa, compreende o ganho dos intercâmbios, mas também as perdas que podem acontecer, os riscos, os limites. O *blog* tenta defender a diversidade e respeito entre as culturas, rompendo com estereótipos, contribuindo para uma sociedade mais humanitária em um cenário em que a interação entre os indivíduos se torna facilitada pela internet.

- **Por que é oportuno?**

A partir do momento em que nos permitimos conhecer outra cultura, abrimos a possibilidade de romper estereótipos e paradigmas, ainda mais se observarmos a história das civilizações, onde vários modelos foram aplicados, predominando o da imposição de uma cultura sobre a outra, gerando guerras e conflitos, ódios que muitas vezes atravessaram gerações.

Contudo, atualmente, o turismo internacional vem ampliando com o avanço tecnológico e há diversas empresas e companhias aéreas que incentivam viagens internacionais e programas de intercâmbio. Com a internet é possível que culturas distintas se comuniquem e se encontrem em larga escala, impondo um novo modelo.

O turismo possui uma enorme importância econômica, em termos da fatia que ocupa no mercado, pela movimentação financeira que produz geração de empregos, oportunidades de trabalho e conseqüente renda que estes proporcionam.

Além do mais, turismo é considerado uma atividade cultural, não apenas no sentido mais restrito do termo cultura, como mídia, arte, artesanato, folclore, festividade e entretenimento, mas ao mesmo tempo abrange um sentido mais definido em relação ao aspecto antropológico do termo.

Vastas quantidades de pessoas se deslocam continuamente de seus lugares de moradia ou nascimento para conhecer não apenas outras paisagens e belezas geográficas, mas para ver de perto outras culturas, com seus hábitos, costumes, culinárias, valores, crenças, práticas, éticas, estéticas e formas de percepção do mundo diferenciadas.

Assim, é possível afirmar que a abordagem cultural pode contribuir enriquecer e aprofundar a experiência turística, bem como fazer do turismo, cada vez mais, um meio de aproximar as pessoas, promovendo o conhecimento, o entendimento e a apreciação mútuos.

Ademais, em uma postura que ultrapassa o estudo objetivo, poderemos advogar mais programas sociais que rompam com ideias preconcebidas e postular uma nova forma de convivência, para formar indivíduos conscientes de sua condição e de seus “vizinhos”, que busquem soluções mais harmoniosas para o planeta.

- **Por que é viável?**

Para colher as informações dos participantes, o método utilizado foi pesquisa do tipo qualitativa, com técnicas de observação participante, entrevistas e depoimentos, inserindo-se na categoria das técnicas antropológicas e jornalísticas. Dessa maneira, grande parte das informações foi analisada a partir de experiências empíricas dos participantes. A técnica principal, ou instrumento de coleta de dados, foi realizada por entrevistas de caráter exploratório, com roteiro pré-definido, aplicadas às pessoas que já foram ao exterior.

Assim, os relatos e questionários foram transcritos, revisados, analisados e publicados no *blog*. A escolha desses procedimentos metodológicos foi para dar liberdade aos entrevistados de contarem suas vivências de forma espontânea, o que pode trazer riqueza ao *blog*, já são abordados diferentes pontos de vistas, curiosidades e recomendações, que vão além das informações convencionais, como, por exemplo, fugir de guias padronizados e inventar novos passeios, opiniões sobre o sabor de algum prato típico ou impressões acerca de novas culturas, mesmo as estereotipadas no



começo, até as verdadeiras, após a abertura e curiosidade para conhecê-la melhor. O questionamento final acerca desta pesquisa é: será que somos tão diferentes assim?

### **3.1 Interesses para a área acadêmica e estudos da comunicação social**

A comunicação é o princípio básico da interatividade. Compreender aspectos sociais que ocorreram até os dias de hoje possibilitará no futuro os indivíduos se relacionarem melhor entre si. A premissa para isso é que a compreensão entre pessoas de culturas distintas pode resultar em mais respeito e tolerância, inclusive para tratar juntos de problemas mundiais, não somente no aspecto social, mas também no econômico e intelectual.

Na área acadêmica, o estudo deste tema poderá respaldar políticas sociais e econômicas em direção à diminuição da desigualdade social e melhor distribuição de recursos. Entender e analisar o histórico das sociedades e suas relações pode propiciar soluções para o futuro, trazendo melhorias em diversos setores que beneficiem todos os seres humanos.

## **4 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **4.1 O blog**

*Blog*<sup>2</sup>, ou *weblog* é uma página pessoal de acesso por meio da internet, atualizada periodicamente com ferramentas interativas que permitem aos usuários trocar informações, experiências, comentários, fotos e informações diversas sobre um determinado assunto relacionado à área de interesse, ou seja, trata-se de comunicação direta em um mundo virtual.

Em outras palavras, o termo *blog* é o resultado da simplificação de *weblog*. ‘Web’ significa rede e ‘log’ é utilizado para simbolizar registros de atividades ou até mesmo o desempenho das informações.

Sabe-se que os *blogs* começaram no Brasil em 2001 e se tornaram bastantes populares em 2002. Atualmente, são considerados uma ferramenta pioneira de

---

<sup>2</sup> <http://www.significados.com.br/blog/>

comunicação coletiva em que os leitores participam por meio da postagem e troca de comentários.

Com o desenvolvimento e crescimento da tecnologia, com a rapidez dos serviços oferecidos pelas bandas largas dos provedores, com a facilidade de comunicação e com os recursos mais sofisticados, cresceu o interesse dos internautas em construir o seu próprio espaço na web: montar seu *blog* e publicá-lo para apresentar um produto, ou uma proposta.

Já o termo *blogger*<sup>3</sup> é “uma palavra criada pela Pyra Labs e é um serviço que oferece ferramentas para indivíduos publicarem textos na internet” sem a necessidade de ter domínio técnico de programação ou software. Conseqüentemente, blogueiro é quem administra o *blog*.

Quanto às características, o ponto de partida dos *blogs* são textos escritos no corpo principal ou moldura. Outra característica inovadora se deve ao fato de aceitarem comentários de maneira interativa, esclarece Luiza Lobo, em sua obra **Segredos Públicos: os *blogs* de mulheres no Brasil**. (2007. p. 22):

Um dos aspectos mais inovadores dos *blogs* em relação aos diários tradicionais é aceitarem comentários, de forma interativa, o que os torna um veículo da mídia, assim como uma produção pessoal e coletiva. (...) Neles, prevalece a comunicação não só dialógica, como a hipertextualidade, numa verdadeira superpolifonia simultânea.

Quanto às alterações visuais, o usuário é limitado. No entanto, quanto à frequência, os *blogs* podem ser atualizados (datados) frequentemente, ou várias vezes ao dia. As atualizações ou publicações no *blog* são chamadas de *post* (postagem). A seguir, uma tabela, com algumas características dos *blogs*:

1. Aceitam comentários de forma interativa	➤ Produção pessoal e coletiva.
2. São datados/atualização diária.	➤ Com inclusão de textos ou comentários.

<sup>3</sup><http://Origins of Blog and Blogger-American Dialect Society Mailing List>.

3. Indicações de outros links.	➤ Criam ampla rede de amigos virtuais.
4. Permanecem <i>on line</i> com interação entre diversos espaços.	➤ Recepcionam um grupo ou uma pessoa.
5. Pertencem a autores ou grupos.	➤ Com conteúdos fixos: links, notícias, piadas, ideias etc.
6. São complexos.	➤ Abrem inúmeros diálogos
7. Possuem sala de bate-papo ou <i>chat</i> .	➤ Diálogos virtuais.
8. Ponto de partida: textos escritos na moldura ( <i>frame</i> ).	➤ Os interessados passam a postar opiniões ou comentários.
9. Parecem com grafite.	➤ Apresentam colagens, cartazes sofisticados.
10. Ambiente limpo, eficiente, sem interferência.	➤ Sem rasuras, borrões ou manchas.
11. Processo de escrita econômica.	➤ Facilidade do uso de recursos: cortar, copiar, colar.
12. Mensagens rápidas/qualquer lugar do planeta.	➤ Não há como voltar atrás no que se escreveu.
13. Caráter de diário íntimo ou álbum.	➤ Com datação e <i>fotolog</i> .
14. Espaço aberto, criativo e interativo.	➤ Enfatiza o “eu” e o individualismo de quem escreve.
15. Os usuários podem ter pseudônimos.	➤ Desabafo sem se expor.
16. Possibilitam ilusões identitárias e vidas duplas.	➤ Mundo virtual com diversas vidas <i>on line</i> .
17. Linguagem linear.	➤ Relatos de notícias com seriedade profissional.
18. Podem ser estáticos, unidimensionais e monofônicos.	➤ Constituem uma confirmação.

Quadro 1: Características do *blog*. Elaborado com a finalidade de ilustração sobre as características dos *blogs*.

Quanto ao gênero, o *blog* é um fenômeno que marca uma forma de escrita interativa, com recursos de hipertextualidade, coletiva, virtual de comunicação, com estilo rápido e com uma nova forma de inserção social: o público-privado.

Inicialmente, quando os *blogs* surgiram, tinham caráter recreativo, lúdico e humorístico. Foram muito utilizados como diários íntimos, ou diários *on line*, onde os usuários, principalmente a juventude, postavam suas ideias, seus ideais e opiniões. No entanto, com o decorrer do tempo, os *blogs* foram se tornando uma ferramenta interativa, de uso coletivo, em um espaço virtual de disseminação de ideias e informações que podem ser utilizadas no mercado de trabalho.

É importante ressaltar que não se devem utilizar os seguintes caracteres: [ , ], \_ , + , & , já que não podem funcionar nos browsers de outros usuários virtuais, ou seja, algumas pessoas conseguirão acessar e outras não.

Os *blogs* são uma excelente forma de comunicação entre membros de uma família, grupo de amigos, colegas de trabalho e empresas, pois permite que os usuários se comuniquem rápida e organizadamente. Em um *blog*, por exemplo, de uma equipe de trabalho discutem-se projetos e podem até se realizar “reuniões”.

Quanto ao conteúdo, nos *blogs* são publicados diversos textos, reportagens, notícias, informações, imagens, fotos, músicas ou shows de slides, vídeos, clips, poemas, projetos, atividades jornalísticas, etc. Na verdade, o conteúdo que será inserido depende da área de atuação: trabalho ou lazer.

Esteticamente, o *blog* tem a estética atual graças à evolução das ferramentas que facilitavam a produção, publicação, manutenção e atualização dos artigos postados em ordem cronológica. Isso levou ao aperfeiçoamento de novas ferramentas de trabalho, o que contribuiu para o sucesso dos *blogs* (modelos definidos).

Assim, de uma maneira geral, os *blogs* são muito usados devido à praticidade, rapidez e eficiência com que se inserem, atualizam e publicam as informações cronológica e organizadamente. Os sistemas mais conhecidos e populares são:  *Blogger* e  *Wordpress*.

## **4.2 O Dicas a Bordo**

Sendo assim, o produto definido foi um *blog*, o qual tem como objetivo abordar a importância de uma experiência no exterior. O público-alvo são viajantes de

15 a 45 anos, em geral de classe média ou alta, pois essas classes são as que mais realizam viagens internacionais no país.

A ideia é produzir e atualizar várias dicas para pessoas que estão se propondo a realizar uma viagem ou intercâmbio. O Dicas a Bordo tem a finalidade de mostrar histórias reais dos participantes e recomendações, a partir de experiências de intercambistas, viajantes, mochileiros, ou até mesmo brasileiros que viveram em determinado país.

O memorial aborda conceitos de multiculturalismo e cultura para analisar posteriormente alguns aspectos como: o respeito entre as culturas, a formação de estereótipos e definição de identidade cultural na era da globalização.

O principal motivo da escolha deste projeto do Dicas a Bordo foi a paixão pelos seguintes temas: viagens, mídias sociais e multiculturalismo. Outra razão é a oportunidade que tive, no exterior, de admirar este tipo de experiência. Constatei que falar outro idioma, experimentar comidas típicas, conhecer lugares e pessoas de outras culturas renovam a mente, o modo como vemos as coisas, ampliam a visão e, principalmente, podemos refletir sobre como realizar melhorias em nosso próprio contexto sociocultural.

O papel do comunicador é entender e analisar o processo de comunicação, princípio básico para interações entre os seres e organização social. Portanto, o presente estudo objetiva compreender esse fenômeno em um cenário onde cada vez mais pessoas buscam conhecer e conviver com outras culturas, propor um *blog* atraente e eficaz desse ponto de vista.

O *blog* é amplamente usado devido à praticidade para criar páginas da internet, resultado da existência de modelos predefinidos e da facilidade de inserção de conteúdos fornecidos por alguns sistemas de publicação, como inserção de imagens, vídeos, áudios e textos. Um recurso característico desta plataforma é a possibilidade de interação do visitante, que pode responder e/ou opinar em relação aos assuntos publicados, além do patrocínio de algumas empresas e marcas.

Essa ferramenta foi escolhida para ser o formato do produto devido à facilidade em criá-lo e divulgá-lo por meio de um endereço eletrônico no qual as pessoas, com acesso à internet, poderão frequentá-lo em qualquer local e a qualquer momento. Além do mais, a linguagem virtual possui regras próprias, o que permite ao autor a liberdade de escrever de forma simples e informal para se aproximar do leitor. Por fim, outra razão desta escolha é o fato de que a página do *blog* permite ao usuário organizar e

diagramar o conteúdo inserido, facilitando a visualização de forma ordenada e agradável.

De forma geral, viajantes e turistas, ao irem para o exterior pela primeira vez, lidam com diversas dificuldades e desafios. Por se tratar de um local desconhecido, com outra língua e moeda, os viajantes podem deparar-se com empecilhos como choque cultural e situações imprevistas.

Assim, é de suma importância obter o máximo de informações possível a respeito da cultura local, o que resultará em uma viagem mais bem sucedida e segura, contribuindo para que a experiência seja valiosa. Portanto, o diferencial do *blog* é o fato de haver relatos autênticos de quem já passou por situação semelhante.

### 4.3 Multiculturalismo

Notadamente, não é uma tarefa fácil conceituar multiculturalismo. Antes, porém, é preciso ponderar o que é cultura. Cultura é arte, é música, é comportamento, é crença, é conhecimento, é costume, é a língua de um povo, é comunicação, é manifestação de determinado grupo social.

E toda manifestação humana reflete a cultura e intenção dos atores sociais em diversos contextos, o que contribuí para o fortalecimento da diversidade cultural que possui proteção jurídica assegurada pela UNESCO, desde 2001, com a aprovação da Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural.

Assim, a interação entre os seres humanos nem sempre foi uma tarefa fácil porque o homem – dotado de necessidades, valores, características físicas, morais, psicológicas e sociais – precisa interagir entre os demais e, sente o estranhamento das diferenças.

Na visão de Herkenhoff *in* **Diálogo e Entendimento: direito ao multiculturalismo e cidadania e novas formas de solução de conflitos** (2009), direitos humanos são direitos que todos têm enquanto pessoas detentoras de dignidade em um mundo cada vez mais globalizado, conforme se lê:

São direitos que todos os seres humanos – sem distinção – possuem pelo só fato de existirem no mundo, enfim, pelo só fato de serem pessoas; assim, a origem ou fundamento de tais

direitos decorrem da própria natureza humana – existir no mundo enquanto ser humano – por uma ideia ou justificação de que há uma dignidade em cada pessoa que é independente – uma espécie de autarquia, soberania – de qualquer condição ou situação, e que subsiste por si, não necessitando de nada mais que a vida e existência da pessoa para ser eficaz, efetiva, concreta, enfim, uma dignidade que é inerente a todos e cada um dos seres humanos. (2009, p. 120).

Um bom exemplo da tentativa de harmonia entre culturas diferentes é a Declaração dos Direitos do Homem, de 1789. Essa declaração nasceu de muitas lutas e reivindicações até que vários povos a assinassem. Apesar de ter sido reescrita várias vezes, foi reconhecidamente votada por seus autores, conforme o autor François Jullien<sup>4</sup> (1951) em sua obra: **O diálogo entre as culturas: do universal ao multiculturalismo**.

Já em 1945, 192 países assinaram a Carta das Nações Unidas e criaram a Organização das Nações Unidas – ONU com o objetivo de restabelecer a paz e evitar uma nova guerra mundial. Essa carta enumera, em seus trinta artigos, os direitos e liberdades fundamentais humanos.

Assim, a Declaração Universal dos Direitos Humanos, assinada em 10 de dezembro de 1948, foi uma consequência da criação da ONU e, atualmente, é considerada como um dos documentos básicos da instituição. É interessante ressaltar que segundo o *Guinness*, Livro dos Recordes, a referida declaração é o documento traduzido em maior número de idiomas diferentes no mundo (320 ao todo).

O primeiro artigo estabelece o seguinte: “todos os seres humanos nascem livres e iguais em dignidade e em direitos”. Este artigo, dentre tantos outros, corrobora com o fato de que é preciso fortalecer as bases do multiculturalismo.

O conceito de multiculturalismo é bastante amplo. Etimologicamente, tem-se a seguinte formação: ‘-multi’ (prefixo do latim: *multus*) significa muito, numeroso, abundante; ‘cultural’ (multicultural); e ‘ismo’ (sufixo do latim *ismus*-) formador de vários substantivos na Língua Portuguesa.

---

<sup>4</sup> JULLIEN, François. 1951. Tradução de André Telles. Apresentação e revisão técnica de Danilo Marcondes. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2009.

Multiculturalismo é a interação de diversas culturas, com embates, conflitos e trocas. Pode-se afirmar que a sociedade brasileira é multicultural, já que foi formada por vários povos, que se modificaram até a formação do povo brasileiro, que é heterogêneo e complexo.

Quanto à origem do termo em questão, sabe-se que se iniciou nos países em que a diversidade cultural é vista como um problema na construção da unidade nacional. O movimento multicultural norte-americano, por exemplo, resultou no aumento dos níveis de escolaridade de jovens negros e no término do sistema de segregação racial, que possibilitou o ingresso de milhares de negros em universidades que até então eram frequentadas exclusivamente por estudantes brancos.

Já no Brasil, foi a partir dos anos 50 que começaram vários protestos de movimento negro no Rio de Janeiro, com o objetivo de reconhecer o valor da cultura afro-brasileira e o forte desejo de mudar a imagem negativa que a própria sociedade brasileira criou da sua história, além de superar o desnível socioeconômico desse grupo.

A diversidade das culturas é o resultado de inúmeras experiências e de uma variedade de realizações interpessoais que foram moldadas nas histórias, nas tradições, nos costumes, nos idiomas, nas linguagens escritas e faladas, nas conquistas, nas lutas e guerras, nos conflitos, nos movimentos sociais etc.

Existem vários estudiosos, filósofos, intelectuais e cientistas que defendem vários conceitos e teorias sobre esse termo. É uma tendência, é uma proposta política, é um fenômeno, é um movimento, é um projeto.

A filósofa Agnes Heller<sup>5</sup>, por exemplo, defende o projeto multiculturalista como recentemente aceito e amplamente defendido tanto pelos europeu-ocidentais quanto pelos norte-americanos. A autora defende a tese de que é uma palavra de moda e também um termo altamente politizado devido às várias interpretações contextualizadas, atualmente utilizadas no meio acadêmico.

Assim, muitos autores afirmam que se trata de um movimento e um fenômeno norteado das condições sócio-históricas, como defende o autor Luiz Alberto Oliveira Gonçalves, mestre em Educação e doutor em Sociologia, no livro: **O jogo das**

---

<sup>5</sup> Agnes Heller: Professora e filósofa titular da Cátedra Hannah Arendt de Filosofia na *New School for Social Research*, Nova York, EUA. **As várias faces do multiculturalismo**. Publicado no Boletim Científico: Escola Superior do Ministério Público da União. 2005.



**diferenças: o multiculturalismo e seus contextos** (2006). Inicialmente, o autor pontua multiculturalismo como um movimento de ideias resultantes de um tipo de consciência coletiva, ou seja, trata-se de uma pluralidade de experiências sociais vividas por uma coletividade. Esse movimento valoriza a diversidade de culturas, opondo-se, portanto, ao etnocentrismo ou qualquer de suas formas, já que o cenário atual é de um mundo cada vez mais globalizado.

Em seguida, o referido autor esclarece que outros autores se opõem, defendendo a tese de que é uma proposta política ingênua e leviana, porque não leva em conta os problemas que ocorrem na prática da vida das pessoas, conforme se lê:

Para alguns, o multiculturalismo é considerado uma proposta política ingênua e leviana porque parte de uma falsa consciência acerca dos reais problemas culturais (*in* D'Souza, 1991; Bloom, 1987). Para outros, ele não é senão um estímulo à fragmentação de vida social, que leva, conseqüentemente, à desintegração nacional (*in* Schlesinger, 1992). (Gonçalves, 2006. p. 12).

Ressalta, ainda, que outros grupos defendem o tema como uma estratégia política de integração social (Gessner e Schade. *In* Featherstone, 1994), o que é, até hoje, de suma importância para a criação ou o fortalecimento de programas e projetos governamentais voltados principalmente para o intercâmbio cultural, que rompe com as ideias generalizadas e estereotipadas e amplia o respeito mútuo entre os atores sociais.

Atualmente, segundo Paulo Vargas Groff e Rogério Pagel (2009), multiculturalismo é empregado com vários sentidos, ou seja, é um conceito que muda de acordo com o lugar e com o modo de ver das pessoas. Alguns entendem como sendo diversidade de grupos sociais que vivem em uma sociedade democrática e que lutam por reconhecimento social. Outros definem esse movimento como uma filosofia de vida antirracista; ou como uma maneira de reforma educacional; ou como proteção da própria diversidade cultural e dos direitos das minorias; ou como sinônimo de pluralidade cultural. Enfim, independentemente da definição mais adequada ou não, o importante mesmo é efetivar o multiculturalismo como um fim social e como direito de todos.

Por isso, é preciso vencer as barreiras sociais e culturais de países diferentes para conceber novos valores, novas experiências e novos programas de intercâmbios internacionais, já que vivemos em um mundo globalizado.

Nesse contexto, globalização é o processo no qual a economia, os meios de comunicação, a tecnologia, a mídia e a gestão do meio ambiente funcionam como uma unidade no conjunto do planeta. (Manuel Castells, 2008). E, assim, multiculturalismo é tanto um fenômeno atual e inegável quanto um fato concreto e real, que admite diversidades como sinônimo de respeito e dignidade humana.

Em sua obra **Da Diáspora**, Stuart Hall aborda o conceito de diáspora que significa dispersão no sentido de migração. Então, o autor busca analisar este fato e o ilustra com base em um estudo sobre a migração dos caribenhos na Grã Bretanha. Como vivem estes habitantes dentro de um novo cenário e as consequências desta mudança de local para um novo país. Para isso é preciso entender sobre o conceito de cultura e de multiculturalismo, a qual ele discorre:

“A cultura não é apenas uma viagem de redescoberta, uma viagem de retorno. Não é uma arqueologia. A cultura é uma produção. Tem sua matéria-prima, seus recursos, seu trabalho produtivo. Depende de um conhecimento da tradução enquanto o mesmo em mutação e de um conjunto efetivo de genealogias. Mas o que esse desvio através de seus passados faz é nos capacitar, através de uma cultura, a nos produzir a nós mesmos de novo, com novos tipos de sujeitos. Portanto, não é uma questão de que as tradições fazem de nós, mas daquilo que nós fazemos das nossas tradições. Paradoxalmente, nossas identidades culturais, em qualquer forma acabada, estão à nossa frente. Estamos sempre em processo de formação cultural. A cultura não é uma questão de ontologia, de ser, mas de se tornar”.

“Multicultural é um termo qualitativo. Descreve as características sociais e os problemas de governabilidade apresentados por qualquer sociedade na qual diferentes comunidades culturais convivem e tentam construir uma vida

em comum, ao mesmo tempo em que retém algo de identidade original. Multiculturalismo, em contrapartida, é substantivo. Refere-se às estratégias políticas adotadas para governar ou administrar problemas de diversidade e multiplicidade gerados pelas sociedades multiculturais. Multicultural é por definição plural e heterogêneo. Multiculturalismo descreve uma série de processos e estratégias políticas sempre inacabados. Assim, como há distintas sociedades multiculturais, há multiculturalismos bastante diversos. É uma ideia profundamente questionada pela direita conservadora em prol da pureza e integridade cultural da nação. É contestado pelos liberais que alegam o culto da etnicidade e busca da diferença ameaçam o universalismo e neutralidade do estado liberal, comprometendo a autonomia da pessoa, a liberdade individual e a igualdade formal subvertendo o pluribus unum, ou seja, o sonho de uma nação e cidadania construídos a partir das culturas de novos povos diversos, marcas da transição do tradicionalismo para a modernidade".

Em outra obra<sup>6</sup>: **A identidade cultural na pós modernidade**, Hall busca fazer um estudo para discutir a questão da identidade cultural em seus variados aspectos, desde as primeiras concepções até a qual ele chama de modernidade tardia. Ademais, o autor procura medir os efeitos que a identidade sofre na era da Globalização e por fim questiona se seria uma reafirmação ou perda de valor:

A nação não é só uma entidade política, mas algo que produz sentidos, um sistema de representação cultural. Uma nação é uma comunidade simbólica e tem poder de gerar um sentimento de identidade e lealdade. São questionados quais os fatores que contribuem para construção da identidade Nacional: aspectos de pertencimento, representações e narrativa da cultura nacional.

---

<sup>6</sup> HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós modernidade**.

O autor questiona se a cultura nacional e identidades nacionais são realmente unificadas, pois há o desejo por viver em conjunto e continuar com a herança das tradições. O problema é que as diferenças entre os membros são ignoradas para unificá-los em uma identidade cultural, a qual advém o questionamento se a unificação anula as diferenças culturais.

As identidades nacionais não subordinam as outras formas de diferença e não estão livres do jogo de poder, de divisões e contradições internas. O ponto em questão é a forma pela qual as culturas nacionais contribuem para “costurar” as diferenças em uma única identidade.

O processo de globalização e migração resultou em nações modernas de culturas híbridas, ou seja, nações compostas de diversas etnias e raças, estas diferem entre si: o autor considera que etnia é um conjunto de características culturais, como língua, costume e tradições. Por sua vez, a raça é uma característica discursiva, não biológica, é a categoria dos discursos como marcas simbólicas.

Em análise ao processo de globalização Hall enfatiza argumentos de alguns teóricos sob a ótica de que a globalização enfraquece formas nacionais de identidade cultural e há um afrouxamento de cultura nacional, com o efeito de apagá-la e reforçar outros laços lealdade culturais.

Algumas identidades gravitam ao redor da Tradição: tentando recuperar sua pureza, exclusividade. Outras aceitam que as identidades estão sujeitas ao plano da história, da política, da representação e da diferença, gravitam ao redor da Tradução: (transferir, transportar entre fronteiras). A Tradução se refere aos imigrantes pertencentes as culturas híbridas, produto das novas diásporas criadas pelas migrações pós-coloniais. São indivíduos obrigados a aprender duas ou mais culturas e a negociar entre elas. As culturas híbridas são uma nova identidade surgida na modernidade tardia.

Para uma reflexão nesta direção, o autor Clifford Geertz em seu trabalho: **A Interpretação das Culturas** discorre justamente sobre este processo de interpretar outras culturas, que se relaciona com o conceito de tradução que Hall utiliza. Ou seja, entender com base na codificação e decodificação o real significado de uma mensagem (em forma de comunicação verbal ou gestos, imagens, símbolos,...) advindo de outras culturas.

Geertz, em sua obra, mostra que a interpretação das culturas é a chave apropriada para se opor a generalizações e estereótipos sobre o outro e seu comportamento, que muito mais contribuem para a desinformação, o preconceito, a desigualdade, a desarmonia, o conflito, a opressão e guerras, do que para a paz, o entendimento, aproximação e cooperação entre os povos e suas culturas. Segundo Geertz, foi em torno do conceito de cultura que surgiu todo o estudo da antropologia, matéria cuja pretensão tem sido delimitar este conceito para que possa ser útil e teoricamente mais poderoso na medida em que tenha uma dimensão justa e realista, capaz de esclarecer mais do que confundir, além de ter uma importância continuada, não sendo desgastado ou enfraquecido pelo uso inapropriado ou exagerado.

O trabalho de um antropólogo é árduo e desafiador. Por sua vez, a discussão para conceitualizar cultura é bastante complexa. Assim, ao buscar definir o que é cultura a partir das experiências de pesquisa em campo, Geertz cita pelo menos onze tentativas diferentes de conceitualizar cultura, feitas pelo antropólogo Clyde Kluckhohn, para então fazer a sua proposta do que seja a cultura, qual o papel da antropologia, seus estudos e importância para as demais disciplinas ou atividades humanas, entre elas o turismo. São estas as definições de Kluckhohn:

O modo de vida global de um povo; O legado social que um indivíduo adquire do seu grupo; Uma forma de pensar, sentir e acreditar; Uma abstração do comportamento; Uma teoria, elaborada pelo antropólogo, sobre a forma pela qual um grupo de pessoas se comporta realmente; Um celeiro de aprendizagem em comum; Um conjunto de orientações padronizadas para problemas recorrentes; Comportamento aprendido; Um mecanismo para a regulamentação normativa do comportamento; Um conjunto de técnicas para se ajustar tanto

ao ambiente externo como em relação aos outros homens; Um precipitado da história.

Para evitar um excesso de ecletismo que poderia ser frustrante, Geertz apresenta uma única proposta diante de tantas possibilidades, dentre as quais, como ele afirma, é preciso escolher, não por que haja apenas um caminho proveitoso, mas pela inevitável e desnecessária confusão que resulta de tentar seguir todos os caminhos ao mesmo tempo. Então. O autor apresenta o seu conceito semiótico de cultura, baseado na proposição de Max Weber de que o homem é um animal amarrado a teias de significado que ele mesmo teceu, assumindo que a cultura é essa teia e que o papel da antropologia é fazer a análise dessa teia, não como uma ciência experimental em busca de leis, mas como uma ciência interpretativa a procura de significado.

Esta busca, segundo Geertz, é de uma explicação diante de fenômenos sociais enigmáticos em sua expressão. Uma explicação o mais realista e esclarecedora quanto possível, embora trabalhosa em sua construção, para evitar outras interpretações fantasiosas que apesar de mais superficiais e fáceis de fazer, possam ser comprometedoras por serem coniventes e convenientes diante da imposição de injustiças e inequidades, mas que levam a consequências sociais difíceis de solucionar e que agravam ao invés de aliviar o drama da convivência humana.

A única defesa contra isso e, contra transformar a análise cultural numa espécie de esteticismo sociológico é primeiro treinar tais análises em relação a tais realidades e tais necessidades. É por isso que eu escrevi sobre nacionalismo, violência, identidade, a natureza humana, a legitimidade, revolução, etnicismo, urbanização, status, a morte, o tempo e, principalmente sobre as tentativas particulares de pessoas particulares de colocar essas coisas em alguma espécie de estrutura compreensiva e significativa. (GEERTZ, 1989, p.21)

Conclui-se, portanto, que tais conceitos contribuem para este projeto. O multiculturalismo leva em consideração aspectos políticos e seus aspectos históricos, os quais são fundamentais para o público-alvo do Dicas a Bordo, pois viajantes e turistas que desejam visitar um país devem obter estas informações a respeito do cenário local,

que são vitais para um melhor aproveitamento da viagem, assim como saber o clima, o que vestir, passeios a fazer, lugares para visitar e entre outras recomendações.

## 5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

### 5.1 Métodos e técnicas de pesquisa

O método utilizado para o desenvolvimento do trabalho foi pesquisa do tipo qualitativa, com técnicas de observação participante, entrevistas e depoimentos, inserindo-se na categoria das técnicas antropológicas e jornalísticas. Dessa maneira, grande parte das informações foi analisada a partir de experiências empíricas dos participantes. A técnica principal ou instrumento de coleta de dados foi a entrevista de caráter exploratório, com roteiro pré-definido, aplicada a participantes específicos, ou seja, que já foram ao exterior, possui um estilo de vida condizente com a proposta do *blog* e estavam aptos a relatar suas experiências, dicas, pontos de vista, bem como auxiliar novos viajantes.

A função deste tipo de abordagem é que as perguntas abertas, para o entrevistado falar espontaneamente, traduzem uma ideia de conversa informal com o participante, para extrair dele opiniões sobre os seguintes aspectos: emocionais ou relacionamento afetivo (solidão, companhia, amizade, namoro, saudade, família); diversão (saídas noturnas, visitas culturais, espetáculos artísticos, turismo); estudo (acompanhamento, dificuldades, rotinas); alimentação e saúde (locais, hábitos alimentares, custo, facilidades); hospedagem (conforto, segurança, limpeza); transporte (tempo, segurança, facilidades). As entrevistas foram transcritas, sistematizadas e analisadas posteriormente.

#### Exemplos de perguntas:

##### Perfil do participante:

Nome:

Idade:

Profissão:

Pretende estudar/trabalhar em qual área?

Qual país ou quais países conhece?

Quadro 2: Perfil dos participantes. LIMA, Isadora Andrade, 2013.

- 1- Quais lugares você recomenda visitar/ conhecer?
- 2- Quais são os melhores locais para fazer compras (roupa, sapato, artesanato)?
- 3- Quais são os melhores lugares para ir à noite?
- 4- Quais os passeios/ pontos turísticos mais agradáveis? (diversão/entretenimento onde encontrar, o que fazer?)
- 5- Quais as comidas típicas do local?
- 6- Qual aspecto da cultura chamou mais atenção?
- 7- Narre uma situação a qual você reagiu diante de dificuldades quanto à diferença cultural (língua, câmbio, costumes).
- 8- Você pensou em desistir da experiência? Cite os aspectos negativos.
- 9- O que mais te emocionou?
- 10- O que você recomenda aos “marinheiros de primeira viagem”? Liste todas as dicas que você recomenda a quem irá a este local pela primeira vez: (o que fazer, o que não fazer, aonde ir, onde ficar, aeroporto, informações turísticas)
- 11- Você ficou hospedado em que local/ Onde você morou?
- 12- Você fez amigos?
- 13- Foi bem acolhido pela população local? Como foi?
- 14- As pessoas contribuíram para o seu crescimento?
- 15- Que tipo de programas você fazia nas horas livres?
- 16- Curiosidades a respeito da cultura do local.
- 17- A experiência valeu a pena, mudou o modo como você encara as coisas? Você acredita que esta experiência contribuiu de modo geral para evolução e amadurecimento pessoal?
- 18- Você gosta de conviver com diferentes culturas e tem curiosidade a respeito delas?
- 19- Quais são os planos para a próxima viagem e o que você aprendeu de lições na sua última experiência em outro país?
- 20- De acordo com o que você viu/ vivenciou no exterior, o que sugere que o Brasil poderia adotar para trazer melhorias?
- 21- De quais aspectos da nossa cultura você se orgulha e quais gostaria que mudassem?

Quadro 3: Questionário/Entrevistas dos participantes. LIMA, Isadora Andrade, 2013.



É utilizada a pesquisa descritiva, na qual as entrevistas transcritas são analisadas sob a forma de um relatório, com a seleção das considerações mais relevantes para a validação do conteúdo. Dessa forma, o *blog* se organiza em abas com descrição das principais informações dos países com a finalidade de mostrar histórias reais e conselhos de pessoas que já tiveram aquele tipo de vivência. Estão descritas as experiências pessoais de intercambistas, viajantes ou ex-moradores que já foram aos seguintes países: África do Sul, Alemanha, Argentina, Austrália, Bolívia, Canadá, Espanha, Estados Unidos, França, Japão, Nova Zelândia, Peru, Portugal, Tailândia, Uruguai e Zâmbia.

O universo dos entrevistados, inicialmente, é de quinze pessoas que já tiveram experiência internacional, seja em viagens turísticas, de intercâmbio, ou mesmo como residente. Os participantes expõem seus pontos de vista, dão recomendações, falam sobre a cultura local que observaram, ou seja, fornecem informações que só quem esteve em determinado local poderia expressar. Cada pessoa fala sobre um país específico, e as informações de cada entrevistado estão inseridas no *blog* de forma organizada de acordo com cada país. O objetivo deste procedimento é trazer diversidade, pois a ideia é que contenha informações sobre países de todos os continentes, as quais podem estar em constante atualização, porque mesmo após a apresentação do trabalho de conclusão de curso, o *blog* continuará em funcionamento, podendo ampliar-se a qualquer momento.

## **5.2 A escolha dos participantes**

Foi definido juntamente com a orientadora que o universo da amostra seria de 15 participantes inicialmente, os quais foram definidos como objetos de estudo para este trabalho de conclusão de curso. Porém, como o *blog* Dicas a Bordo irá continuar após a apresentação acadêmica, no futuro haverá novos participantes, não existindo, portanto, um limite.

De acordo com o objetivo proposto, o público-alvo participante deste projeto foi delimitado para pessoas de 15 a 45 anos, classes A e B, que já fizeram alguma viagem internacional e estavam dispostas a ceder o uso de sua imagem (fotos, relatos e vídeos) para amostra pública no *blog*. Além do mais, todos os participantes possuem um estilo de vida parecido entre si (apesar das diferenças etárias): a maior parte é estudante e está

em busca de profissionalizar-se ou já se profissionalizou; buscam atividades aventureiras; mostram curiosidades a respeito de novas culturas; prezam pela saúde e bem estar; gostam de esportes, passeios ao ar livre e de viajar; possuem interesse em visitar novos locais e conhecer diferentes pessoas.

Assim, dentro deste universo segmentado, a maior parte dos participantes selecionados é do convívio da autora. Justamente por conhecê-los e saber da riqueza de suas histórias, as opiniões dos entrevistados eram condizentes com o objetivo do projeto.

Outro fator é que devido à proximidade com os participantes, os mesmos se sentiram à vontade, ou seja, sem constrangimento, vergonha ou embaraço em expor seus relatos, opiniões, dicas e impressões, o que talvez não ocorresse com desconhecidos, que poderiam omitir detalhes, ou falar de modo muito genérico, vago ou até mesmo de modo bastante formal e a ideia é colher informações consistentes de tais opiniões dos entrevistados.

Além do mais, pelo fato de não haver uma verba para esta pesquisa, o fato de contatar pessoas do convívio da autora foi um meio mais prático e viável já que seria inviável arcar com os custos de uma pesquisa de grande porte em locais distantes, além da dificuldade que haveria para encontrar entre desconhecidos histórias condizentes com a proposta do *blog*.

Apesar de estar ciente das limitações e dificuldades em relação ao aspecto teórico e captação de uma percepção mais ampla da pesquisa, os entrevistados do meu convívio foram escolhidos apenas para esta etapa inicial.

Entretanto, no futuro haverá novos participantes de diferentes contextos, estilo de vida, localidade, idade e entre outros aspectos. No *blog* há um convite para que qualquer leitor que queira participar do projeto responda ao questionário. Posteriormente o relato será editado e publicado. Sendo assim, este projeto tende a crescer cada vez mais com novos participantes de diferentes perfis.

### **Perfil dos participantes:**

- Bruna M. da Silva, 24 anos. Profissão: psicóloga. O que pretende: ser servidora pública. Países que conhece: Argentina e Estados Unidos. Experiência relatada: *Lua de mel em Las Vegas*. A Bruna mora em Águas Claras e nos conhecemos na época em que estudamos juntas no ensino médio. Eu a escolhi para participar do projeto porque ela

havia voltado recentemente de sua lua de mel e como o objetivo do *blog* é abordar diferentes modalidades turísticas, eu a escolhi para contar sobre este tipo de viagem.

- Carla Oller, 24 anos. Profissão: publicitária, trabalha em uma consultoria de comunicação. O que pretende: trabalhar no universo da comunicação. Países que conhece: Alemanha, Espanha e Peru. Experiência relatada: *Dicas sobre a Costa Brava e Barcelona/ Curiosidades culturais da Espanha*. Fiz amizade com a Carla no IESB, onde estudamos juntas. Ela tem dupla nacionalidade, morou a infância no Brasil e durante oito anos na Espanha, na região da Catalúnia, pois seu pai é catalão e sua mãe brasileira. Como passou a maior parte da vida escolar lá, ela tem muito conhecimento da cultura europeia e isso se reflete em sua personalidade e preferências.
- Carolina Andrade Soares, 16 anos. Profissão: estudante. O que pretende: trabalhar na área de Biologia ou Biomedicina. País que conhece: Estados Unidos. Experiência relatada: *Excursão para Disney/ Dicas e opiniões*. Escolhi que minha irmã Carolina participasse deste projeto primeiramente por eu ser alguém próxima, ela se sentiria mais à vontade em se expor a respeito de opiniões íntimas e dar impressões sinceras, algo que talvez ela não falasse para um estranho, ou um estranho não me falasse. Por eu conhecê-la, sei da característica observadora da sua personalidade, o que resultou em um relato rico em detalhes, os quais poderiam passar despercebidos, o que não ocorreu por termos uma relação de proximidade.
- Denise Maria dos Santos Butruille, 22 anos. Profissão: estudante de Ciências Contábeis na UnB e formada em Relações Internacionais pela Universidade Católica de Brasília. O que pretende: ser funcionária pública. Países que conhece: Inglaterra e França. Experiência relatada: *Intercâmbio/ turismo em Paris - França, tudo o que você precisa saber*. Conheci a Denise no ensino médio e sempre soube que ela tinha uma vivência multicultural, por ser filha de mãe brasileira e pai francês, ela sempre contava suas histórias na França e aspectos da cultura de lá. Então, logo que iniciei o projeto quis que ela participasse. Além do mais, ela também tem um *blog* e inclusive listou uma série de recomendações usadas em diferentes contextos: alimentação, locais para compras, locais perigosos, dicas para ir ao banco, ir a restaurantes, etc...).

- Fabíola Góis, 41 anos. Profissão: jornalista, estudante de pós-graduação em Marketing Digital. Países que conhece: Argentina, Timor Leste, Zâmbia, Botsuana e Colômbia. Experiência relatada: *Destino África, experiências em Zâmbia*. Não tenho muito convívio com a Fabíola, apenas frequentamos a mesma igreja, mas sempre soube que ela é jornalista e também já foi professora no IESB. Como a Fabíola tinha uma experiência inusitada, o fato de ter conhecido a Zâmbia, um destino que não é explorado, principalmente pelos brasileiros, achei que seria interessante ter esta experiência no *blog*. Além do destino, o perfil dela também se destaca dos outros entrevistados, por ser a participante mais velha e conseqüentemente com mais experiência, tanto profissionalmente quanto pessoalmente, por ter tido mais oportunidades de convívio com diferentes culturas.
- Guilherme Lisboa, 21 anos. Profissão: estudante. O que pretende: trabalhar na área de desenvolvimento de software. Países que conhece: Estados Unidos, Canadá e Argentina. Experiência relatada: *Intercâmbio em Vancouver - Canadá*. O Guilherme é uma pessoa muito madura e sempre valorizou a experiência internacional, inclusive ele acredita que esta pode contribuir para um melhor currículo e oportunidades de trabalho. Ele se esforçou bastante para realizar este intercâmbio e eu acompanhei o processo na época, assim aproveitei sua experiência para o meu projeto.
- Isabela Kuiaski Corsatto, 25 anos. Profissão: estudante. O que pretende: ser funcionária pública. Países que conhece: Alemanha, França, Itália, Áustria, República Tcheca, Hungria, Rússia, Suécia, Dinamarca, Islândia, Estados Unidos e Argentina. Experiência relatada: *Curiosidades sobre a Alemanha*. A Isabela é minha amiga de infância e ela já teve a oportunidade de visitar muitos países. O intercâmbio que durou mais tempo que ela fez foi na Alemanha e ela contou diversos acontecimentos e aprendizados interessantes, um que chama a atenção em especial, é o fato de ela ter vivido com três famílias diferentes lá e este é um tipo de relato que a maior parte das pessoas que procuram fazer um intercâmbio tem interesse em saber.
- Leandro Guedes, 23 anos. Profissão: estudante de Ciência da Computação. O que pretende: fazer mestrado ou trabalhar na área. Países que conhece: Alemanha, Argentina, Bélgica Espanha, França, Holanda, Itália (Vaticano), Marrocos, Paraguai,

Portugal, República Tcheca e Uruguai. Experiência relatada: *Intercâmbio na Universidade de Porto e viagem pela Europa*. O Leandro é um dos meus melhores amigos e temos muita afinidade, principalmente em relação à curiosidade e interesse em outras culturas e experiências internacionais. Achei que seria oportuno convidá-lo para o projeto porque na época em que o conheci ele ainda não tinha feito nenhuma viagem internacional e tinha muitas expectativas. Ele conseguiu estudar na Universidade de Porto em um convênio com sua universidade através de muito esforço e foi interessante observar justamente um dos meus objetivos iniciais: se os anseios da viagem correspondiam à realidade.

- Luísa Cavalcanti Ribeiro, 18 anos. Profissão: estudante. O que pretende: ser diplomata ou analista de comércio exterior. País que conhece: Nova Zelândia. Experiência relatada: *Intercâmbio na Nova Zelândia, dicas e vivências*. A Luísa foi uma participante que eu não a conheci previamente. Nosso único contato foi para o projeto devido a uma necessidade, eu precisava de alguém que pudesse me contar um relato sobre a Nova Zelândia, pois me propus a inserir relatos de pelo menos um país de cada continente e ainda não havia encontrado ninguém para expor relatos da Oceania. Foi uma amiga que me apresentou a um dos participantes (o Matheus) para falar sobre a Austrália, e este por sua vez, me apresentou a Luísa. Surpreendi-me com a riqueza do relato dela e afinidade que tive com suas opiniões e ideologias.

- Márcia Cristófi, 22 anos. Profissão: mestrande em Geografia na área de Planejamento Regional. O que pretende: trabalhar com pesquisa acadêmica. Países que conhece: Argentina, Peru e Uruguai. Experiência relatada: *Viajando pela América do Sul: Argentina, Peru e Uruguai*. A Márcia é uma amiga de infância, nos conhecemos na quinta série e ela graduou-se em Geografia pela UnB, acompanhei sua trajetória e soube de todas suas viagens durante a graduação. O relato dela sobre a América do Sul relaciona-se e complementa o depoimento de outro participante (o Victor) que fez um mochilão por lá e como a Márcia foi a turismo, foi bom abordar dois pontos de vista diferentes e poder compará-los.

- Mariana Rabello, 23 anos. Profissão: internacionalista. Países que conhece: África do Sul, Ilha de Malta, Itália, Irlanda e Alemanha. Experiência relatada: *Intercâmbio para a África do Sul*. A Mariana é uma colega que estudei no ensino médio

que já realizou vários intercâmbios e também trabalhou nesta área. Como partilhamos do mesmo interesse convidei-a para participar e ela prontamente aceitou. Além do mais, eu precisava encontrar alguém que já tivesse ido para algum país da África e se encaixava no perfil.

- Matheus Vieira Portela, 19 anos. Profissão: estudante de Engenharia Mecatrônica. O que pretende: trabalhar com robótica ou com sistemas automatizados. Países que conhece: Estados Unidos, França, Bélgica, Holanda, Alemanha, Dinamarca, Suécia, Emirados Árabes Unidos, Austrália e Nova Zelândia. Experiência: *Intercâmbio para Austrália pelo Ciências sem Fronteiras*. O Matheus foi um participante que só conheci durante o projeto, por meio de uma amiga que nos apresentou, pois eu estava à procura de alguém que já tivesse ido para um país da Oceania. Além do mais, ele fez intercâmbio pelo programa Ciências sem Fronteiras, uma modalidade nova para explorar no *blog*.

- Nádia Araújo, 24 anos. Profissão: estudante de Publicidade – UnB. O que pretende: trabalhar em uma multinacional na área de comunicação ou em embaixadas. Países que conhece: Tailândia e Chile. Experiência relatada: *Tudo sobre a Tailândia*. Conheci a Nádia por fazermos juntas uma matéria da Faculdade de Comunicação. Ela me contou sobre sua experiência e fiquei interessada em publicá-la no *blog*. No Brasil, pouco se ouve falar sobre a Tailândia então havia muitas curiosidades para serem divulgadas.

- Paula Becker Soll, 23 anos. Profissão: estudante de Publicidade – UnB. O que pretende: trabalhar com comunicação em uma área que permita viajar. Países que conhece: Argentina, Canadá, Estados Unidos, Peru, Portugal, México, Uruguai. Experiência relatada: *Vivendo no Canadá durante um ano pelo Ciências sem Fronteiras*. Conheci a Paula na Faculdade de Comunicação e sempre tivemos afinidade, pois ela também entrou por transferência na UnB e nós duas tínhamos vindo do IESB. Acompanhei seu processo de inscrição no Programa Ciências sem Fronteiras, suas expectativas e receios. Sua volta ao Brasil coincidiu com o andamento do projeto, o que foi oportuno.

- Victor Fagundes, 25 anos. Profissão: bacharel em Direito. O que pretende: ser funcionário público ou ser dono do próprio negócio. Países que conhece: Bolívia, Chile e Peru. Experiência relatada: *Dicas para um mochilão pela América do Sul: Bolívia, Chile e Peru/ aspectos culturais*. O Victor foi o segundo participante a falar sobre sua viagem pela América Latina. Seu depoimento relacionou-se com o relato da Márcia. Foi interessante abordar seu relato por ele ter sido o único participante que se inseriu na modalidade de mochilão. A experiência de hospedar-se em albergues e a simplicidade que ele valoriza foi algo que complementou os outros relatos de modalidades turísticas diferentes.

## **6 DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO**

### **6.1 Etapas de construção**

O *blog* Dicas a Bordo conta com relatos dos participantes mencionados, cada qual separado em abas e sub-abas com o nome dos continentes e dos países correspondentes, para que a disposição das informações esteja organizada. Além disso, há ícones de atalho para as redes sociais, como o *Flickr*, *Youtube* e *Facebook*.

Para o *blog* não ficar muito poluído visualmente, com excesso de informação, ou seja, com diversos tipos de conteúdo diferentes entre si, como por exemplo, em uma mesma postagem haver textos, fotos e vídeos. Este conteúdo ficaria longo e poderia ocorrer um ruído na comunicação com o internauta devido a falhas técnicas ao se abrir arquivos pesados (440 Megabytes, por exemplo). Estes fatos podem causar desconforto ao internauta, portanto a solução encontrada foi direcioná-lo por meio dos ícones à rede social mais adequada para cada tipo de conteúdo: fotos – *Flickr*; vídeos – *Youtube*; chamadas curtas, espaço de divulgação do *blog* e da marca, pequenas notas e outras imagens – *Facebook*. Vale ressaltar que este projeto também possui preocupação social e um papel transformador porque objetiva auxiliar diversas pessoas, possibilitando o contato entre elas para troca de informações sobre viagens.

O diferencial deste projeto é contar com a diversidade, tanto de locais, como o fato de haver relatos de vários viajantes. Após diversas pesquisas, foi identificado que a maioria dos *blogs* que existem falam de um país ou dos relatos da viagem de uma única pessoa. Para inovar e trazer riqueza ao conteúdo o *blog* conta com relatos de quinze

peessoas distintas que contam sobre o país que conheceram. A proposta é que haja ao menos um país correspondente de cada continente.

Além do mais, o motivo da viagem de cada participante varia. Então, há viajantes que foram ao exterior por diversas razões e objetivos: viagem de mochilão, lua de mel, turismo, intercâmbio de estudo/trabalho ou pessoas que já residiram em outro país por muitos anos. Eles dão recomendações, contam das experiências que tiveram e falam a respeito das curiosidades culturais, as quais não se encontram em livros/ guias, ou sites convencionais de pesquisa ou comerciais, porque são informações específicas, advindas de vivências e percepções únicas de alguém que já foi àquele lugar, e por meio deste espaço virtual podem ser compartilhadas.

### 6.1.1 Definição do nome

Para a escolha do nome, foi um longo processo criativo. Após inúmeras tentativas, finalmente nasceu o Dicas a Bordo. O primeiro título foi *Daylight*, pois é o nome de uma música do cantor Maroon 5. Na realidade, esta é um documentário chamado *Daylight Project*, no qual aparece durante a execução da música pedaços de vídeos com histórias reais de participantes que enviaram opiniões a respeito de diversos fatos da vida, como aspectos culturais, o que mais amam, o que detestam no mundo, o que gostariam que mudasse. A principal mensagem que é passada no *Daylight Project* é que todos os seres humanos são iguais, apesar das diferenças entre os povos, todos são habitantes do mesmo planeta, onde todos sentem ao longo da vida sentimentos similares, emoções, desejos e frustrações, independente do local onde se vive.

Após algumas reflexões, percebi que este nome não seria familiar para muitas pessoas que acessariam o *blog*, por ser uma palavra inglesa que significa luz do dia (aurora); Nem todos associariam diretamente ao conceito do *blog*: um espaço virtual com dicas de viagem. Assim, houve um longo processo de *Brainstorming*, ou seja, tempestade cerebral ou de ideias, técnica utilizada para encontrar soluções criativas diante de um problema. Neste caso, encontrar o nome mais adequado para o *blog*.

Abaixo os nomes ocorridos inicialmente:



Conexão global	Já fui e contei
Conexão viajantes	Eu fui e amei
Pluralismo cultural	A dica é viajar
Cultural	Fica a dica viajar  viajantes fica a dica
Multicultural	Brasil sem fronteiras
Aldeia Global	No border
Interação cultural	Board tips
Amigos mundiais	Dicas a bordo
World friends	Viaje nas dicas
Tripfriends/Amigos de viagem	SOS viagem
Intercultural	Dicas de viagem

Quadro 4: Lista de possíveis nomes do *blog*. LIMA, Isadora Andrade, 2013.

Após filtrar, os nomes finalistas com as respectivas opiniões foram:

<p><b>Conexão Viajantes</b> (nome claro, formal e sério)</p> <p><b>Trip friends</b> (amigos de viagem já existem muitos. No idioma inglês acredito que seja válido, pois é relevante com o contexto - viagens internacionais, multiculturalismo. O <i>blog</i> pode ser traduzido na língua inglesa posteriormente, para ser acessado facilmente no mundo todo)</p> <p><b>Dicas a Bordo</b> (nome bem humorado, relaciona-se ao conceito e ao contexto de viagem)</p> <p><b>Viaje nas dicas</b> (trocadilho para fazer uma brincadeira, viajar no sentido de imaginar, mergulhar nas dicas para posteriormente de fato viajar de verdade)</p> <p><b>Trips and tips</b> (acredito que tem boa sonoridade e faz a associação com o conceito)</p>
--

Quadro 5: Lista das opções. LIMA, Isadora Andrade, 2013

Ao fazer uma pesquisa com alguns amigos e professores, constatei que o nome em inglês não soa tão claro e familiar quanto em português, sendo a maior parte do público-alvo formada por brasileiros. Portanto, foram descartadas as opções em outro idioma e sobraram: Conexão viajantes, Dicas a Bordo e Viaje nas dicas

O próximo passo foi avaliar a logística desses nomes. Como o domínio foi comprado (nomedoblog.com), era preciso avaliar como o endereço ficaria ao ser digitado na internet. Conexão viajantes ficaria sem o acento e um nome muito grande: foi descartado. Já o nome Viaje nas dicas, apesar de fazer um trocadilho com humor, poderia incluir outras conotações indesejadas, como, por exemplo, o fato de viajar, no sentido conotativo, remeter à ilusão, expectativa, imaginação, ou até mesmo o sentido de fuga ao contexto: “*você está viajando, hein?*” Por fim, após alguns testes em relação à disponibilidade deste endereço, o Dicas a Bordo estava disponível e foi o nome mais claro, adequado, próximo ao internauta e relevante com o conceito. Foi uma escolha assertiva após o resultado de aceitação por meio de uma pesquisa de opinião com algumas pessoas. Os critérios questionados foram: clareza (se o nome era claro, fácil de ser entendido e divulgado), relevância (em relação ao conceito do *blog*) e familiaridade com o nome (se as pessoas entenderiam do que se trata e teria afinidade, aceitação com o nome representativo do produto em questão).

### 6.1.2 Cores

Após consultar um professor de Direção de Arte, tivemos a ideia de utilizar as cores dos arcos olímpicos. Foi decidido que haveria abas separatórias por continente, e em cada continente seriam inseridas as publicações dos países relatados.

- **Símbolo:** Cinco anéis entrelaçadas, três em cima e dois em baixo. As argolas possuem as cores azul, preta e vermelha (em cima) e amarela e verde (em baixo).
- **Significado:** O branco no fundo simboliza a paz mundial; seus cinco aros entrelaçados representam a união entre os cinco continentes. Com as cinco cores podem ser compostas todas as bandeiras do mundo. O símbolo é a

principal representação gráfica dos Jogos Olímpicos e a marca do próprio Comitê Olímpico Internacional. O entrelaçamento dos anéis representa a união amistosa e pacífica das nações.

- **Cores:** As cores representam respectivamente os seguintes continentes: **Azul:** Oceania; **Amarelo:** Ásia; **Preto:** África; **Verde:** Europa; **Vermelho:** América.
  
- **Justificativa:** As cores utilizadas nos cinco anéis da bandeira foram escolhidas e representadas por *Coubertin* devido à frequência em que aparecem nas bandeiras das diversas nações no mundo. Pelo menos uma das demais cores está presente em cada bandeira. Dessa forma, além de simbolizar a união dos cinco continentes, integra todos os países, fornecendo um sentido universal para as Olimpíadas.
  
- **Significado das cores dos anéis:** As cinco argolas estão dispostas como se fossem um mapa-múndi de cabeça para baixo, com a África no centro.
  - Anel **Azul:** Continente da Oceania, o continente das águas, por isso o azul, que simboliza a água (Oceania, oceano, água).
  - Anel **Amarelo:** Continente da Ásia, o continente do povo de pele amarela, os asiáticos. A argola amarela da Ásia está acima da argola azul da Oceania, assim como no mapa-múndi.
  - Anel **Preto:** Continente da África, o continente do povo de pele negra.
  - Anel **Verde:** Continente da Europa, o continente que prosperou com o uso de florestas. A argola verde está acima da argola negra, assim como a Europa está acima da África no mapa-múndi.
  - Anel **Vermelho:** Continente da América, o continente dos índios, o povo pele vermelha.
  - **Branco:** A paz entre os povos.

### 6.1.3 Tipografia

Após algumas instruções, a tipografia da chamada, que fica na página inicial do *blog*, foi definida que seria de um tamanho maior que todas as outras informações, para dar destaque, e em negrito porque o nome deveria ser associado ao endereço, a logo e ao conceito.

Para a logo, a fonte deveria ser jovial, sem serifa, desenhada, para transmitir a ideia de juventude, aventura, viagem. Enfim, dar ideia de aproximação com o público, nada muito formal, nem com muita seriedade. Para a fonte dos textos, deveria ser um padrão para não cansar a leitura e ficar legível, além disso, precisava constar nas opções que a ferramenta do *blog* aceitasse, caso contrário haveria problemas técnicos para leitura. Foi utilizada a fonte *Helvética*, por passar o conceito pertinente ao conceito e constar entre as opções concedidas.

### 6.1.4 Layout

A escolha do layout do *blog* associou-se a qual iria criá-lo, pois no início do processo, o primeiro fato a ser observado foram quais templates (layouts de cada empresa), *Blogger* ou *Wordpress*, seriam mais funcionais e esteticamente relevantes para o projeto. Após uma vasta pesquisa, não só em relação aos templates oferecidos, como avaliação do melhor custo benefício foi concluído que o *Wordpress* é uma ferramenta mais profissional, cara e mais difícil de utilizar. Ademais, praticamente não haviam templates adequados, já que os que eram oferecidos eram extremamente simples e com poucos recursos.

Por outro lado, o *Blogger* oferece diversas opções de templates, é uma ferramenta gratuita, conseqüentemente mais viável (já que pelo *Wordpress* há um custo de no mínimo 20 reais mensais), e como a ideia é que este projeto funcione à longo prazo, no momento a opção mais viável foi optar pelo *Blogger*. Em termos práticos, foi a plataforma mais funcional, pois é relativamente mais fácil de utilizar, com mais opções e *templates* adequados esteticamente.

Para a escolha do *layout*, houve uma pesquisa das opções existentes e uma pré-seleção, às quais há os *links* abaixo que direcionam para a página do *blogger* e seus respectivos modelos de apresentação.

<http://btemplates.com/2013/blogger-template-skyblue/demo/>  
<http://btemplates.com/2013/blogger-template-modern-style/demo/>  
<http://btemplates.com/2013/blogger-template-westen/demo/>  
<http://btemplates.com/2013/blogger-template-skyblue/demo/>  
<http://btemplates.com/2013/blogger-template-newsmagazine-2/demo/>  
<http://btemplates.com/2013/blogger-template-galauness/demo/>  
<http://btemplates.com/2012/blogger-template-linedy/demo/>  
<http://btemplates.com/2013/blogger-template-topnotch/demo/>  
<http://btemplates.com/2012/blogger-template-x9-function-shadow/demo/>  
<http://btemplates.com/2012/blogger-template-splendio/demo/>  
<http://btemplates.com/2013/blogger-template-covenant/demo/>  
<http://btemplates.com/2013/blogger-template-bloggerest/demo/>

Quadro 6: Processo de escolha do *layout*. LIMA, Isadora Andrade, 2013.

Finalmente, foi escolhido o *template Topnotch* por ser colorido, jovial, com imagens de abertura grandes e que se mexem. Percebi que seria o espaço ideal para escrever sobre viagens.

Em relação às outras cores utilizadas no layout, o fundo ficou com uma textura de pequenos pontos cinza claro (parecidos com uma textura de areia), para não ficar na tela um fundo grande que cansa a vista e dá uma sensação incômoda. Na barra com as abas que constam o nome dos continentes, optei por utilizá-la na cor cinza escuro, que é uma cor neutra e padrão. Além disso, escolhi esta cor devido ao fato de querer evitar poluição visual, que poderia ser ocasionada se a barra tivesse uma cor forte em contraste com as imagens.

### 6.1.5 Publicações do Dicas a Bordo

As figuras de abertura foram retiradas do site Wallbase ([www.wallbase.cc](http://www.wallbase.cc)), as quais são todas públicas, já que este é um site para usuários fazerem o download das imagens para utilizar como plano de fundo na área de trabalho.

Optei por utilizá-las, pois no *blog* todo há fotos pessoais tanto minhas quanto dos viajantes, por isso escolhi, na abertura, colocar imagens mais padronizadas, coloridas e profissionais. Assim, preenchi o espaço das figuras com as seguintes imagens e descrições:

**1ª Imagem: Mapa-múndi: Confira no Dicas a Bordo relatos de viajantes por diversas partes do mundo.** Escolha o continente e embarque conosco!

**2ª Imagem: Foto de mochileiros: Selecionamos diferentes perfis de viajantes, confira!** Mochileiros, turistas, intercambistas e residentes, todos com algo em comum: amam viajar, aventurar-se e sonhar.

**3ª Imagem: Torre Eiffel: Diversos destinos com relatos incríveis.** Dicas, curiosidades culturais, o que fazer. Tudo o que você precisa saber para que sua viagem seja inesquecível!

**4ª Imagem: Macchu Pichu: O Dicas a Bordo escolheu pelo menos um país de cada continente.** Experiências de viajantes em um mundo vasto de culturas e biodiversidade.

**5ª Imagem: Times Square – Nova Iorque: Montanhas, praias ou cidade grande?** No Dicas a Bordo, você encontra vivências e percepções de diversos viajantes.

**6ª Imagem: Avião decolando ao pôr do sol. Permita-se reviver sua viagem e embarque conosco!** Envie o relato da sua experiência e dê dicas para os próximos viajantes.

Quadro 7: Figuras e imagens. LIMA, Isadora Andrade, 2013.

Além das informações sobre os relatos de cada viajante, há fotos e vídeos visualizados pelos ícones de atalho e descrição das imagens de abertura. Há um relato no qual me apresento e explico sobre a ideia do Dicas a Bordo para o internauta, usuário do *blog*.

Sempre quis ter um *blog* sobre viagens e resolvi fazer diferente: em vez de ser como os outros, onde apenas o criador publica relatos de suas próprias viagens, decidi ter DIVERSIDADE. Assim, nasceu o Dicas a Bordo, porém com um diferencial: contar a história de outras pessoas, suas vivências internacionais, aspectos culturais e dicas para quem deseja ir ao exterior.

Os textos contêm as percepções espontâneas dos participantes deste projeto, um espaço onde internautas podem interagir para auxiliar-se mutuamente, trocar experiências, relatar fatos e curiosidades inusitadas, as quais são percebidas apenas com a vivência. As informações, a meu ver, são muito valiosas e não se encontram disponíveis em guias comerciais comuns, nem em qualquer site. Foram colhidas e publicadas nesta vitrine virtual para os amantes de viagens, assim como eu.

Quem sou eu? Isadora Andrade Lima, 23 anos, estudante de Comunicação Social, Publicidade e Propaganda na Universidade de Brasília. Apaixonada por: viagens (1º item da lista), fotografia, aventura, redes sociais, multiculturalismo e muitos outros assuntos. Adoro descobrir novos lugares e pessoas de outras culturas.

Acredito que este tipo de experiência é essencial para o amadurecimento pessoal, aprendizado e entendimento mais amplo do nosso planeta e dos seres que nele habitam, pois é o que nos permite ampliar horizontes e quebrar paradigmas.

Descobri o quanto é incrível sair da nossa zona de conforto e conhecer este mundo complexo aos 18 anos, em minha primeira viagem internacional para Costa Rica. Depois tive a oportunidade de ir à Espanha e Portugal, além de realizar um intercâmbio para os Estados Unidos (Miami, Nova York e Chicago), onde pude conviver com pessoas do mundo inteiro e foi uma experiência incrível. Assim nasceu a ideia de criar o Dicas a Bordo para o meu trabalho de conclusão de curso. Mas este projeto não vai acabar após me formar. Pelo contrário, está apenas começando. Espero contar com novos relatos, além dos meus, para sempre atualizar informações úteis a todos que amam viajar!

Quadro 8: Relato e apresentação. LIMA, Isadora Andrade, 2013

### 6.1.6 Logo

Como justificado, optei por utilizar as cores do arco olímpico (branco, preto, vermelho, verde, azul e amarelo), as quais representam cada um dos continentes expostos no *blog*. Foram inúmeras tentativas até a versão final.

A ideia inicial sobre o símbolo foi de uma mão, com as cinco cores dos respectivos continentes. Porém, após pesquisar com algumas pessoas, constatei que nem todos remetiam diretamente ao conceito de viagem, pois mãos coloridas poderiam remeter à pedagogia ou psicologia. Assim, foi necessário inserir mais símbolos que associassem à viagem, como avião, o que resultou na segunda logo. Por fim, nasceu a logo legítima, que surgiu da ideia de remover o símbolo da mão e substituir por nuvens de fumaça do avião, que fecharia o conceito de forma assertiva.

#### Logos - evolução:

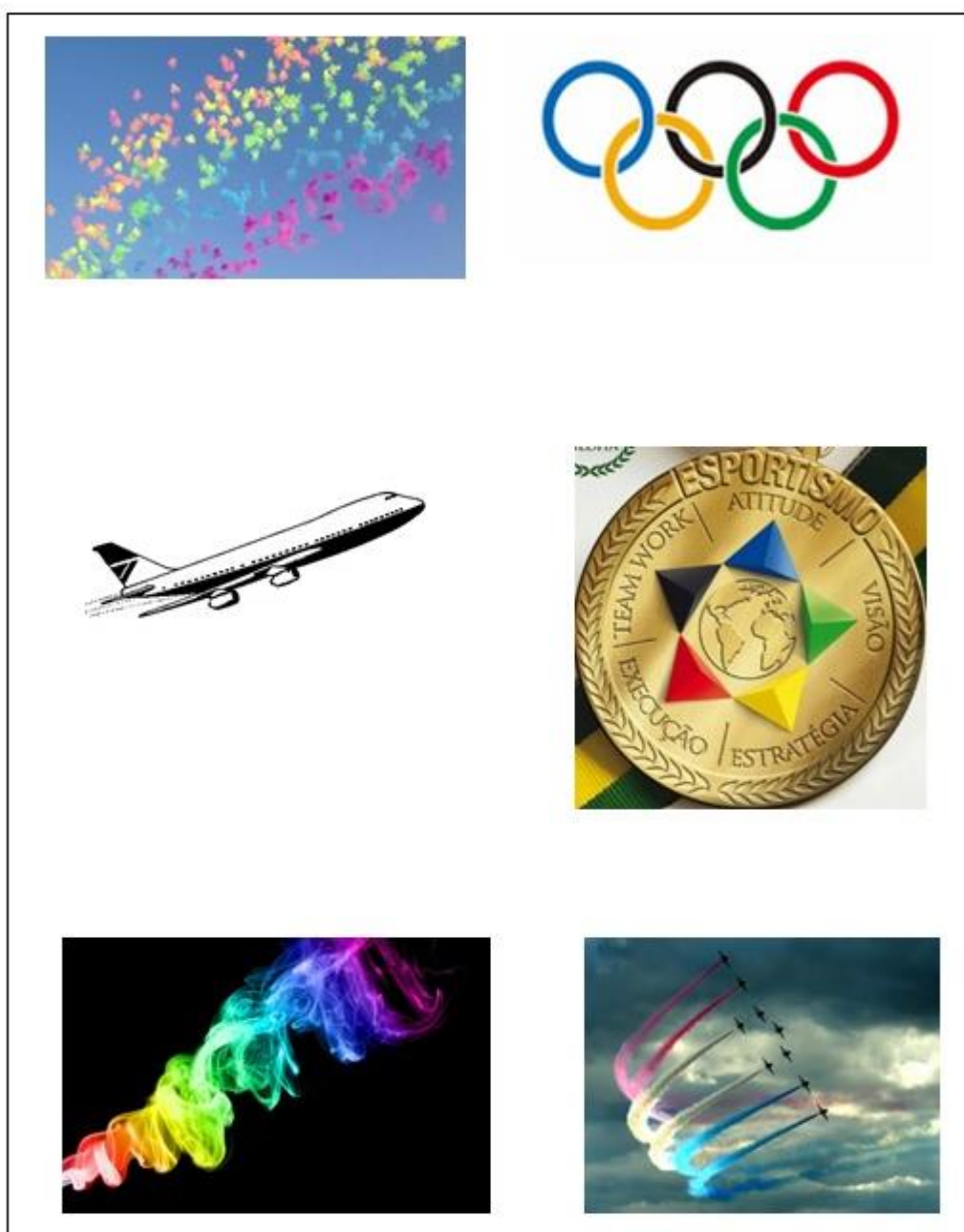


Quadro 9: Evolução do logos. LIMA, Isadora Andrade, 2013.



**Logo - versão final:**

Quadro 10: Logo: versão final. LIMA, Isadora Andrade, 2013.

**Imagens de referências que me inspiraram:**

Quadro 11: Imagens de referência. LIMA, Isadora Andrade, 2013

## 6.2 Planejamento

O planejamento consistiu em três fases: a inicial, com a definição de todas as características que o Dicas a Bordo teria (nome, cor, tipografia, layout, publicações – conteúdo – e logo); a segunda, que constituiu a busca de *blogs* que poderiam servir como referência; e a terceira fase, na qual foi necessário avaliar o orçamento para a criação do referido *blog*, delimitar as ações estratégicas e planos futuros.

### 6.2.1 Pesquisas de referência

Listo abaixo os *blogs* sobre viagens que mais me chamaram a atenção. Os critérios que estabeleci para selecionar aqueles com os quais mais senti empatia com o meu projeto foram: estética e funcionalidade (*layout* claro, relevante com o conceito); criatividade (ideia criativa, inovadora, inusitada); sucesso (fatores que contribuíram para o grande número de usuários do *blog* – audiência e conseqüentemente patrocínio de empresas e anunciantes).

- <http://ideiasnamala.com/>

Este *blog* me emocionou, pois vi que alguém teve uma ideia parecida com a minha, mas não totalmente igual porque o Ideias na Mala possuem textos autorais escritos pela criadora. Ela também é da área da Comunicação e aprecia viagens de uma forma intensa, assim como eu. Mas a criadora do Ideias na Mala viaja além apenas da paixão como profissionalmente, assim as informações publicadas refletem este fato.

O que o diferencia do Dicas a Bordo é que a minha ideia é contar histórias não só minhas, como de outros viajantes, pois na minha opinião, é isto que enriquece o conteúdo: oferecer diversidade.

- <http://www.humansofnewyork.com/>

Este *blog*, em vez de juntar histórias de viagens, junta histórias de pessoas de Nova Iorque.

- <http://www.viajologoexistocom.br/>

Um casal resolveu compartilhar sua viagem ao redor do mundo e publicar diversos relatos, estatísticas, curiosidades e dicas. Gostei da ideia, os textos são deles mesmos e o conteúdo é bem profissional, inclusive as fotos e redes sociais.

- <http://www.viajenaviagem.com/>

Turista profissional, seu *blog* conta com diversos anunciantes, como marcas de passagens aéreas e empresas relacionadas a viagens em geral.

### 6.2.2 Orçamento

Ainda que um *blog* tenha a vantagem de ser gratuito, no momento de escolher qual plataforma eu iria utilizar, fiquei em dúvida se seria o *Blogger* ou *Wordpress*. Fiz uma vasta pesquisa para comparar o custo-benefício das duas empresas, e analisei as vantagens e desvantagens de cada companhia.

#### ➤ **Blogger:**

Vantagens	Desvantagens
Fácil de modificar o <i>template</i> <sup>7</sup> do <i>blog</i> , pois é regido pela linguagem HTML <sup>8</sup>	Não é tão profissional quanto o <i>Wordpress</i>

<sup>7</sup> *Template*: modelo de documentação padrão; molde padrão.

<sup>8</sup> Linguagem *HTML*: *Hyper Text Markup Language*, significa Linguagem de Marcação de Hipertexto. É uma linguagem utilizada para produzir páginas na Web que serão interpretadas por navegadores.

Diversas opções de <i>templates</i> gratuitos	Maior chance de ficar fora do ar
Desenvolvedores de <i>templates</i> exclusivos disponíveis e com baixo custo	Ferramentas de estatísticas simples, que podem conter erros
Hospedagem gratuita	Só hospeda imagens e vídeos.
Vários recursos grátis	Não oferece organização por categorias independentes das <i>tags</i> <sup>9</sup>
Fácil de usar e configurar	Não aceita <i>plugins</i> <sup>10</sup>

<i>Backup</i> <sup>11</sup> automático	Número limitado de páginas estáticas (20)
É integrado ao <i>Google AdSense</i> <sup>12</sup>	Não permite a edição de comentários
Oferecem estatísticas em tempo real	Há <i>blogs spams</i> <sup>13</sup> , que comprometem a reputação do <i>Blogger</i>
Há muitos tutoriais para o <i>Blogger</i>	

Quadro 12: Vantagens e desvantagens do *blogger*. Referências: W3 School

([www.w3schools.com](http://www.w3schools.com)) e dicionário Word Reference ([www.wordreference.com](http://www.wordreference.com)).

<sup>9</sup> *Tags*: marcador; etiqueta na internet. São estruturas de linguagem de marcação contendo instruções, tendo uma marca de início e outra de fim (<html>) para que o navegador possa renderizar uma página. Atualmente são usadas como delimitadores de estilo e/ou conteúdo.

<sup>10</sup> *Plugins*: módulo de extensão é um programa de computador que serve para adicionar funções a outros programas maiores. Promovem funcionalidades específicas, como extensão da funcionalidade do produto, redução do tamanho do programa ou separação do código fonte devido a incompatibilidade de licenças de software

<sup>11</sup> *Backup*: cópia de segurança. É a cópia de dados de um dispositivo de armazenamento a outro para que possam ser restaurados.

<sup>12</sup> *Google Ad Sense*: serviço de publicidade administrado pelo *Google inc*.

<sup>13</sup> *Spam: Sending and Posting Advertisement in Mass*, ou seja, "enviar e postar publicidade em massa". O termo foi associado ao envio de mensagens não-solicitadas, que são em geral, sem propósito, inconvenientes e com fins publicitários

➤ **Wordpress:**

Vantagens	Desvantagens
Hospeda qualquer tipo de arquivo de maneira fácil e rápida	A versão gratuita não possuiu bons recursos
Organização por categorias independente das <i>tags</i>	Desenvolvedores de <i>templates</i> são caros e difíceis de achar ( <i>sites</i> estrangeiros)
Aceita diversos <i>plugins</i>	Mais difícil de editar (linguagem <i>PHP</i> )
Número ilimitado de páginas estáticas	Os <i>widge</i> <sup>14</sup> não funcionam, só no <i>Blogger</i>
Permite a edição de comentários (edição, aprovação ou reprovação)	Para utilizar a maioria dos recursos, é necessário usar a versão paga

A versão paga possuiu ferramentas profissionais e assistência técnica	O custo mínimo é de 20 reais mensais; a longo prazo fica caro
Menor chance de ficar fora do ar	
Estatísticas mais confiáveis e precisas	

Quadro 13: Vantagens e desvantagens do Wordpress. LIMA, Isadora Andrade, 2013.

Assim, testei as duas formas, mas no *Wordpress* não encontrei nenhum molde que atendesse as minhas necessidades, ou seja, não havia nenhum que fosse bastante visual (espaço para imagens que aparecem na página principal); tampouco encontrei *templates* prontos que possuíssem diversas abas e sub-abas, o que para o Dicas a Bordo seria imprescindível, já que planejei que houvesse pelo menos cinco delas, cada uma representando um continente.

---

<sup>14</sup> *Widgets*: são ícones de atalho que direcionam diretamente para as redes sociais correspondentes. Ex: *link-me*, *instagram*, *Facebook*, *Flickr* etc.

Além disso, no orçamento, criar uma conta no *Wordpress* seria caro a longo prazo. O custo mínimo é de R\$20,00 mensais, e como eu pretendo que este projeto funcione por muitos anos, ao somar este valor todo mês, o custo pesa.

O principal fator que determinou a escolha pelo *Blogger* é que a linguagem no *Wordpress* é PHP, a qual é mais complexa. Já a do *Blogger* é HTML, linguagem mais usada e conhecida. A ferramenta precisava ser prática, objetiva, e concluí que poderia pagar por um serviço, já que a versão gratuita não atenderia as necessidades do projeto e não conseguiria editar e inserir as informações, além de não ter um *template* adequado.

Então, pelas razões mencionadas acima, optei por criar o Dicas a Bordo no *Blogger*, por ter hospedagem gratuita e ter uma variedade de *templates*. Entre eles, escolhi o *Topnotch* por atender completamente minhas necessidades: é um molde com diversas divisões e subdivisões e bastante visual, com imagens de abertura que modificam sozinhas, o que torna o *blog* muito bonito, funcional e dinâmico. Além de ter sido um *template* totalmente relevante, com o conceito estabelecido: um *blog* jovial, dinâmico, visual e inovador, além de organizado e limpo.

Entretanto, como o objetivo é profissionalizar o Dicas a Bordo, futuramente pode haver migração para o *Wordpress* pago, assim que houver planejamento financeiro para isso e acesso aos cursos de *Web Design*, *PHP* e *Wordpress*. Cada curso na empresa Studio On Line tem custo aproximado de R\$1.000,00 a R\$1.500,00. Há a hipótese de contratar um designer que cobra, em média, R\$3.500,00. Desta maneira, o *blog* terá um *template* totalmente profissional e poderá usufruir dos benefícios que o *Wordpress* oferece, como vasto número de contas de e-mail, assistência técnica 24 horas, estatísticas precisas e ferramentas profissionais.

Portanto, após o estudo de todos esses levantamentos, o único gasto foi a compra do domínio no site superdominio.org, adquirido principalmente para facilitar o acesso ao *blog*, tendo em vista encurtar o endereço e, também, porque os nomes das companhias *blogspot* e *wordpress* costumam causar problemas de grafia. O custo é de R\$30,00 ao ano. Em troca, é oferecido aos usuários facilidade para lembrar e encontrar o endereço, o que torna o *blog* mais acessível.

### 6.2.3 Ações estratégicas e divulgação

Para divulgar o Dicas a Bordo, foi criada uma página no *Facebook* na qual se convidam amigos para conhecer tanto a página quanto o *blog*, já que está inserido o seu endereço.

Um recurso que o *Facebook* utiliza, que contribui bastante com a divulgação, é a opção de *tag* e compartilhamento. Através das *tags*, marca-se a pessoa que participou do *blog*, divulgando aquela publicação e promovendo o participante, que também pode compartilhar para mais amigos, e assim por diante. Esse fato já ocorreu e continua acontecendo continuamente. Desde que a página nasceu no dia 11/11/13, ela já conta com 62 seguidores, número este que cresce instantaneamente.

Na página do *Dicas a Bordo*, há a possibilidade de criar chamadas curtas, convidando as pessoas para acessarem determinada publicação no *blog*. Além disso, como é um espaço que reúne pessoas com interesse em viagens, é possível compartilhar textos de outros *blogs*, ou *sites* que tenham um assunto relevante, para criar uma dinâmica no conteúdo e manter a página constantemente atualizada. O intuito é variar a produção de conteúdo indispensável para um *blog*, pois este tipo de veículo, neste meio, alimenta-se da novidade, da atualização, do cuidado periódico.

Também há uma conta do Dicas a Bordo no *Flickr* e *Youtube*, para divulgar fotos e vídeos que não são inseridos no *blog*. O motivo é que a plataforma não oferece muito espaço nem ferramentas adequadas para visualização de vídeos e fotos com qualidade. Além do mais, poderia ficar com poluição de informações devido ao excesso. A solução encontrada foi utilizar as redes sociais próprias para cada tipo de conteúdo, não só funcionais, mas também como oportunidade de novos canais de divulgação e versatilidade.

### 6.2.4 Metas futuras

A meta futura é profissionalizar este projeto, o qual não acabará com a apresentação do trabalho de conclusão de curso. Traduzir todo o conteúdo do *blog* para o inglês e futuramente para o espanhol, com o intuito de que seja visualizado facilmente por pessoas do mundo todo, além de criar um espaço especial para o Brasil, com opiniões dos viajantes a respeito de melhorias, mudanças necessárias e aspectos da

cultura de que se orgulham e de dificuldades vividas nas viagens, como preconceitos, solidão ou rejeição.

Haverá enquetes, como por exemplo, o questionamento da imagem do Brasil nos outros países, e como gostaria de ser visto. Além de uma sessão para relatos, com recomendações para viagens nacionais, passeios, o que fazer, onde ficar, o que comer e informações dos aspectos culturais brasileiros, que serão úteis a muitos turistas que queiram vir para o Brasil.

## **7 LIMITES E DIFICULDADES**

Este trabalho de pesquisa é mais uma contribuição para meu aprimoramento, crescimento pessoal e profissional, principalmente porque valoriza muito minhas experiências e também dos participantes, já que contêm dados e informações espontâneas e verídicas de nossas vivências: as viagens internacionais ou até mesmo nacionais.

No entanto, essa tarefa não foi muito fácil porque foi preciso ter cuidado e fidelidade ao lidar com as informações e dados de pessoas variadas, que apesar de serem diferentes, de terem opiniões e pontos de vista diferentes, detêm o mesmo objetivo: participar do *blog*.

Este trabalho envolveu duas partes. A primeira, a confecção do projeto de pesquisa; e a segunda, o próprio *blog* como produto final, conforme já esclarecido nos capítulos anteriores. Na primeira parte, tive muita cautela, porque existem muitas pesquisas sobre conceitos relacionados ao tema multiculturalismo, identidade cultural, cultura, *blog*, dentre outros, e não se pode escrever ou elaborar um trabalho de pesquisa sem ter bagagem suficiente sobre determinado assunto.

E, apesar das dificuldades que tive ao selecionar a bibliografia principal que norteou o trabalho, o conceito de multiculturalismo como fenômeno social se encaixou no meu sonho: o projeto do Dicas a Bordo, porque remete justamente à prática e à experiência que proporcionaram a execução e confecção deste trabalho.

Na segunda parte: o *blog*, houve dificuldades técnicas, mas ao mesmo tempo foi um desafio motivador porque realizei o desejo de criar este produto, ainda mais com o tema escolhido: viagens. Porém, por ser iniciante nesta tecnologia, começar foi realmente difícil.



Primeiramente, houve a orientação do professor de Direção de Arte da Faculdade de Comunicação da UnB, Wagner Antônio Rizzo. No laboratório de criação de publicidade, o projeto foi discutido e criaram-se diversos rascunhos (*roughs*) para facilitar o processo de visualização das ideias. Ali se definiram as primeiras escolhas, que foram mantidas ou adaptadas na prática, em relação ao *layout*, cores, tipografia, diagramação, logo etc.

O Professor *Wagner* sugeriu que se contratasse um *free lancer* com conhecimento em programação (*html, javascript e CSS*), porque eu não possuo conhecimento técnico nesta área. O mérito seria a invenção do *blog*, a construção do *briefing* e o acompanhamento de todo o processo. Como a comunicação no mercado de trabalho também funciona de modo colaborativo e integrado, auxiliou-me neste processo Lucas Moraes de Lima, que domina *Web Designer* e possui conhecimento em programação e direção de arte.

Para criar o Dicas a Bordo, foram necessárias 20 horas de trabalho iniciais, e para concluir o *blog* inteiro, demorou praticamente um mês. O processo de criação envolveu desde a escolha da plataforma (*Wordpress ou Blogger*), quanto indicação de um *template* adequado, e configurações que envolveram linguagem de programação HTML. Foi bastante desafiador e complicado, pois era necessário encontrar códigos-fonte para configurar o *template* pronto e adequá-lo, trocar as cores, a tipografia, inserir os widgets\* (ícones da redes sociais), bem como criar todas as contas nos respectivos canais (*Facebook, Flickr, e-mail pessoal do Dicas a Bordo e Youtube*).

Além disso, houve o trabalho para produzir todo o conteúdo que iria para o *blog*. Antes do processo de criação do Dicas a Bordo, foi feita a escolha e o contato com os participantes, a elaboração de um questionário das perguntas que iriam para a entrevista, a gravação do áudio e a transcrição de cada relato. Alguns dos participantes, por questão de logística, por morarem muito longe ou até mesmo em outro Estado, me responderam por escrito. Ainda assim, era preciso filtrar este material. A tarefa consistiu em transformar o relato bruto, falado, em um texto único, sem as perguntas, retirando palavras repetidas e erros da fala. Foi feito um resumo, mantendo a coerência e o estilo de cada texto, além de passar por uma minuciosa revisão para que não houvesse erros ortográficos.

Inseri cada um dos textos no *blog*, juntamente com uma prévia seleção das fotos e edição no *photoshop* (cortes, montagens, autocontraste, brilho, entre outros

ajustes). Finalmente, cada publicação foi divulgada tanto no *Facebook* pessoal quanto na página do Dicas a Bordo.

Atualmente, já há interações, alguns comentários e elogios. Enfim, foi um trabalho ao mesmo tempo motivador e desafiador, e uma oportunidade de colocar em prática todo o conhecimento adquirido durante a graduação, como planejamento, redação publicitária, criação, marketing, ações estratégicas e conhecimento em redes sociais e nos programas de *design*.

Portanto, as dificuldades, ou desafios, estiveram principalmente ligadas às múltiplas competências exigidas por um trabalho complexo e ao fator tempo. Destaca-se, também, a necessidade de interiorizar conceitos sem simplificá-los, de compreender o multiculturalismo na prática. Foi um grande obstáculo vencer as barreiras do dilema: relacionar os aspectos teóricos de multiculturalismo ao Dicas a Bordo, ou seja, como associar os objetivos do *blog* aos conceitos dos autores, unificando a teoria e prática neste projeto.

Dessa forma, o *blog* revela o local de fala da autora, que aprecia e valoriza as viagens como fonte de aprendizado, de transformação pessoal e de lazer, mas o Dicas a Bordo também pretende revelar que nem sempre a convivência com o Outro (outro país, outra cultura, outras visões de mundo) é harmoniosa.

## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebe-se que o presente trabalho de pesquisa foi bastante relevante, tendo em vista a nova realidade dos internautas brasileiros: o *blog* como mais uma ferramenta de trabalho, de diversão e, principalmente, de contribuição para os usuários cada vez mais exigentes devido à necessidade emergente de uma mídia cada vez mais veloz, prática e eficiente na era da globalização.

Além do mais, com este trabalho foi possível lembrar que não é só na política que essa prática virou moda. São diversas vidas *on line*, em qualquer lugar do mundo, em um mundo totalmente virtual tecendo sobre os mais variados assuntos, tais como: viagens, sentimentos, medos, cultura, esportes, comportamentos, tecnologias, músicas, identidade cultural, notícias, dentre outros.

O maior desafio deste *blog* é a sua continuidade. Para isso, ele deve vencer a barreira da superficialidade, isto é, conseguir relatos de viagem apaixonados – como em

geral os viajantes são –, mas críticos. Para continuar, o *blog* deve mergulhar na complexidade do multiculturalismo, em que é necessário reconhecer as diferenças, mas também buscar as semelhanças. Além do mais, só resistem os *blogs* com periodicidade, compromisso com a atualização e respeito à linguagem rápida e vivaz da internet.

## REFERÊNCIAS

- ANDRÉ, Leonardo Copetti Santos; DEL'OLMO, Florisbal de Souza. **Diálogo e Entendimento - Direito e Multiculturalismo & Cidadania e Novas Formas de Solução de Conflitos**. Rio de Janeiro: Forense, 2009. pp. 119-139.
- EDUARDO, Sérgio. **Aprova Já**. The Olympic Symbols. Disponível em: <<http://aprovaja.blogspot.com.br/2011/11/os-aneis-olimpicos-e-suascotes.html>>. Acesso em: 25 de jul. de 2013.
- FOSCHINI, Ana Carmen; TADDEI, Roberto Romano. **Coleção Conquiste a Rede Blog**. Disponível em: <[http://www.anacarmen.com/download/conquiste-a-rede/Conquiste\\_a\\_Rede\\_Blog.pdf](http://www.anacarmen.com/download/conquiste-a-rede/Conquiste_a_Rede_Blog.pdf)>. Acesso em 21 de out. de 2013.
- GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. 1º Edição. Rio de Janeiro: LTC, 2008.
- GEICI. **Sapatilha de Cristal: o mundo feminino em um clique**. Disponível em: <<http://sapatilhadecristal.wordpress.com/tag/vantagens-e-desvantagens-do-wordpress>>. Acesso em 4 de nov. de 2013.
- GONÇALVES, Luiz Alberto Oliveira. **O jogo das diferenças: o multiculturalismo e seus contextos**. 4. ed. Belo Horizonte: Autêntica. 2006.
- HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução Tomás Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro. 11. ed. 1. reimp. Rio de Janeiro: DP&A. 2011.
- HALL, S. **Da Diáspora: identidades e mediações culturais**. Organização Liv Sovik, Tradução Adelaine, La Guardia Rezende e outros. 1º Edição atualizada. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2009.
- HELLESR, Agnes. **As várias faces do multiculturalismo**. Publicado no Boletim Científico: Escola Superior do Ministério Público da União. 2005.
- JORGE, Cristina. **Criar Blog: passo a passo**. Disponível em: <<http://criar1blog.blogspot.com.br>>. Acesso em 6 de nov. de 2013.
- LOBO, Luiza. **Segredos Públicos: os blogs de mulheres no Brasil**. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.
- MANTOVANI, Ana Margô; LINDNER, Edson. **Como criar um blog: Tutorial sobre criação de blog no blogger com**. Disponível em: <[http://www.nuted.ufrgs.br/oficinas/blogs/textos/blogger\\_tutorial.pdf](http://www.nuted.ufrgs.br/oficinas/blogs/textos/blogger_tutorial.pdf)>. Acesso em 6 de nov. de 2013.

MELO, Felipe Ramos. **Como fazer um blog grátis: passo a passo**. Disponível em: <<http://www.revistaartesanato.com.br/geral/como-criar-um-blog-gratis-passo-a-passo/04>>. Acesso em 6 de nov. de 2013.

MINHARRO, Vlad. Design no Esporte: As Olimpíadas: Parte 1. **Revista Leaf**. Acesso em: 1 de set. 2012.

SMANIA, Adelson. **Gerenciando Blog: o blog para quem tem blog**. Disponível em: <<http://www.gerenciandoblog.com.br/2012/03/vantagens-e-desvantagens-da-utilizacao.html>>. Acesso em 4 de nov. de 2013.