



recife agosto 2002

damião santana de almeida santos

# Revista

CONTRIBUIÇÕES DA INTERNET À PUBLICAÇÃO

# estudo de caso

REVISTA TRIP

## Revista. Contribuições da Internet à Publicação Estudo de caso: Revista Trip

Damião Santana de Almeida Santos  
Bacharel em Desenho Industrial/PV pela UNEB/2000

### ■ Resumo

Este artigo analisa as potencialidades da Internet no âmbito da revista on-line, observando se a Revista Online já incorporou os elementos da web ou se continua como uma simples transposição da Revista Impressa. É feito um paralelo entre as duas revistas a fim de transparecer as diferenças conceituais do meio eletrônico vs. o meio convencional quanto à maneira de organizar a informação. Para estudo de caso foi tomada uma publicação que possui edições similares para os dois meios. Como referência para a análise foi usada os quatro pilares que caracterizam a Internet: **multiplicidade, acessibilidade, conectividade e interatividade.**

**Palavra-chave:** revista, web, internet, revista on-line, website, design editorial, hipermídia, virtual

### ■ Abstract

This paper analyse the Internet powerfull focusing online magazines...

**Key-words:** magazine, web, internet, on-line magazine, website, editorial design, hipermedia, virtual

## Introdução

No início, os programas da TV possuíam o mesmo formato dos programas veiculados no rádio, sendo a imagem o único diferencial.

Poderíamos também comparar os mesmos com encenações de teatro filmadas e transmitidas ao vivo. Com o tempo a TV foi descobrindo seus verdadeiros recursos e moldando sua "personalidade" até chegar ao caráter bem específico que tem nos dias atuais, algo bastante distinto do que é produzido para o rádio ou para o teatro.

Quando surgiu a web, esta também veio meio sem jeito imitando as mídias impressas, ao tempo que incorporava versão on-line de cada uma das mídias já existentes. O rádio ganhou sua "frequência" na grande teia, a TV ganhou o seu "canal", o jornal adentrou o mundo cyber de olho na agilidade oferecida, enfim todos vieram, inclusive a revista até então impressa, de encontro às novas benefícios trazidas pelo meio digital.

Revistas novas surgiram na web, mas a grande maioria é oriunda das já existentes. A princípio uma revista on-line era a simples reprodução das páginas impressas no meio eletrônico, mas a Internet evoluiu e era de se esperar que seus novos recursos fossem aproveitados, em todas as suas novas potencialidades, por todos seus novos veículos.

Após quase dez anos de **web comercial** nos perguntamos se esta Nova Revista já possui sua cara específica, ou se ainda estamos *sampleando* o modelo impresso.

Este artigo procura verificar se os recursos disponibilizados pela web tem possibilitado mudanças significativas para a Revista On-line. Para isto vamos discorrer sobre os quatro pilares básicos da web: conectividade, acessibilidade, interatividade e multiplicidade e em seguida tomaremos como estudo de caso a revista Trip. Esta revista foi escolhida por possuir um histórico editorial já consolidado em 15 anos de publicação impressa e possuir um versão paralela on-line já amadurecida.

## Revista Impressa - Histórico

A Revista pode ser definida como uma publicação periódica que trata de assuntos de interesse geral ou relacionados a uma determinada atividade ou ramo do conhecimento (literatura, ciência, comércio, política, moda, arte e etc.). Produzida em forma de brochura, apresenta-se geralmente em

formato menor do que o jornal, maior número de páginas e capa colorida, em papel mais encorpado. Ela caracteriza-se por ser um veículo impresso de comunicação e propaganda, quase sempre ilustrado, que atinge um público determinado de acordo com suas características específicas e sua linha editorial: revista de informação, de entretenimento, de propaganda institucional ou doutrinária, artística, literária, educativa, cultural, científica, e de humor, etc.(...) Dessa forma Rabaça\* define a revista em 1978. Entretanto quando surgiu no Brasil por volta de 1812, este veículo não tinha tantos adjetivos. A primeira revista brasileira, *As Variedades* (ou *Ensaio de Literatura*), era desprovida de muitos aspectos apontados na definição acima mas se distinguia dos outros impressos da época que eram o livro e o jornal. O próprio editor, o tipógrafo e livreiro português, Manoel Antonio da Silva Serva, se referia a ela como "folheto".

Esta nossa primeira revista trazia em suas páginas ensaios de literatura e "era um maço mal encadernado de folhas de papel, trinta páginas monotonamente recobertas de texto, sem uma ilustração que fosse" [p.16, A Revista no Brasil, Ed. abril,2000]

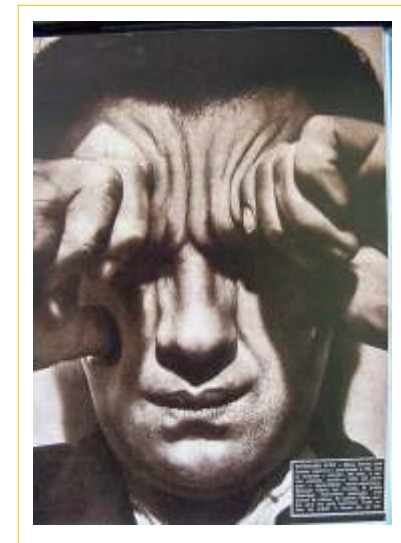
O rótulo, revista, só foi adotado em 1828 com o lançamento no Rio da *Revista Semanaria dos Trabalhos Legislativos da Camara dos Senhores Deputados*. De lá para cá este veículo veio evoluindo até se tornar no que é hoje, "variado, multifacetado e vivo".

Há de se registrar que o Brasil não foi o criador das revistas. Foi em 1704, na Inglaterra, onde o nome surgiu pela primeira vez fazendo alusão aos impressos seqüenciados do criador das Aventuras de Robinson Crusoe, o escritor Daniel Defoe. Este lançou em Londres, *A Weekly Review of Affairs of France* [p.16, A Revista no Brasil, Ed. Abril,2000].

### Ilustração

Na época em que não havia os recursos da fotografia, a ilustração teve fundamental importância editorial para as revistas. Ela hoje desempenha um papel de coadjuvante junto a fotografia servindo de apoio nas matérias, poucas vezes sendo a estrela principal. As primeiras ilustrações surgiram na revista de 1837, Malho Universal. Muito influenciada pelo modelo de imprensa europeu, o Malho trazia edificações, novidades da moda, paisagens de metrópoles e lugares pitorescos. Tudo isso produzido a partir das penas de seus ilustradores.

Mas foi um pouco mais tarde, entre 1866 e o início do século XX que a ilustração teve seu apogeu.



Tudo que acontecia era retratado em forma de cartuns jocosos e sarcásticos por Angelo Angostini e Henrique Fleuiss, que eram os reis do traço na época. O primeiro, bem mais crítico que o segundo, desferia golpes em todas as direções com sua pena ácida. Com a criação de Nhô-Quim, que surgiu em 1869 e ganhou as páginas da Revista Ilustrada em 1876, Angelo deixou seu nome na história como o criador da Histórias em Quadrinhos. Fato esse contestado pelos que atribuem aos americanos pela introdução do balão de fala alguns anos mais tarde. Desenhista ágil, Agostini não se limitava apenas a transformar as notícias em cartuns, a ele também era atribuída a tarefa de desenhar o cabeçalho (título) de diversas revistas, como a Don Quixote, que mudava a cada edição. Seu contemporâneo Fleuiss, com seu estilo marcante de desenhar pessoas com cabeças enormes e corpo diminuto, possuía também o jeito satírico da época, entretanto era mais reservado e nunca fez uma crítica sequer ao Imperador D. Pedro II, devido a sua ligação com a vida palaciana. Este fato fez com que Fleuiss sofresse permanente chacotas por parte de Agostini. Eles viviam numa espécie de concorrência e eram quem definiam as linhas editoriais de suas publicações.

### **Fotografia**

Impedida de aparecer anteriormente por motivos técnicos, no início do século vinte, a fotografia veio ganhando cada vez mais espaço nas publicações impressas, em especial nas revistas. As primeiras fotos destinadas a aparecer na revistas tinham de serem transformadas em desenhos, como aconteceu com uma foto das tropas brasileiras se preparando para partir para a Guerra do Paraguai em 1865. Passadas as dificuldades técnicas iniciais a fotografia veio ganhando força sempre e se tornou uma das características básicas a diferenciar as revistas dos livros.

### **Design**

Revistas são constituídas por textos, ilustrações, fotografias e um elemento que organiza todos estes, o design. Vinhetas, frisos e alternância de tamanho dos títulos eram os recursos gráficos utilizados nas primeiras revistas. Houve uma melhoria em 1837, quando as primeiras ilustrações surgiram nas páginas da revista Museo Universal, numa época em que os recursos de impressão eram bem toscos. Os processos de transmissão das ilustrações para os impressos eram a xilogravura, a gravura em metal e a litogravura. De lá para cá os recursos têm se aprimorado, trazendo cada vez mais poder para o design, que além de organizar o conteúdo gráfico tem o papel de dar estilo e vigor à publicação. Dentre as diversas revistas onde o design se destaca ao longo da história podemos citar: O Cruzeiro (1926), Sport Ilustrado (1938), Senhor (1959), não esquecendo das muitas publicações do século XIX com logotipos muito bem elaborados que costumavam mudar a cada edição.

Como o trabalho do design está estreitamente ligado ao desenvolvimento tecnológico, o advento do computador pessoal, há cerca de 15 anos, veio inundar de recursos a tarefa dos programadores visuais trazendo facilidades nunca antes imaginados. Muitas tarefas antes realizadas com muito suor, passaram a ser feita num piscar de olhos ainda mais com os recursos de voltar atrás caso ocorra algum arrependimento. As diagramações de páginas feitas à base do "paste up" ganharam versáteis aplicativos de diagramação e a atividade artesanal de composição tipográfica ganhou o milagre das fontes digitais, levando para o museu do esquecimento muito métodos utilizados.

## Internet - Histórico

A Internet nasceu dentro da Guerra Fria com fins militares, mas saiu deste círculo restrito e hoje representa no mundo uma revolução para a comunicação humana tão grande quanto a invenção da imprensa por Gutenberg, trazendo junto um viés de democracia e liberdade de expressão nunca antes experimentado por outros meios de comunicação.

Em 1957, o mundo era claramente dividido em dois blocos, o capitalista, tendo a frente os EUA e o bloco comunista liderado pela URSS. Nesse ambiente, as disputas tecnológicas eram incessantes e tudo que um bloco lançava teria de ser rechaçado imediatamente pelo outro. O lançamento do satélite artificial Sputnik por parte da URSS deixou os EUA apreensivos e levou o presidente Eisenhower a criar uma agência de pesquisas crucial para o desenvolvimento da Internet: a ARPA. O principal objetivo dessa agência de pesquisa era desenvolver uma tecnologia que permitisse manter conectados todos os centros de comando militares espalhados pelos EUA no caso de um ataque nuclear da URSS. É importante notar que os computadores como temos hoje ainda estavam bem longe de serem inventados. Dez anos depois, em 1967, após muita verba gasta em projetos e mais projetos de pesquisa, os cientistas haviam definido a gênese da Internet, a ARPAnet. Não era quase nada comparado ao que temos hoje, mas estava desde então, definido a linguagem dos protocolos usados para transportar informações dentro de uma rede de computadores. Uma das percepções fundamentais para o sucesso da ARPAnet foi a de que os computadores eram máquinas de comunicação e não grandes calculadoras, como eram comumente vistos.

Uma das grandes batalhas vencidas foi a busca de um protocolo de transmissão de dados padrão. Em 1974, o TCP/IP foi definido como tal. Entretanto, só em janeiro de 1983, este protocolo foi realmente incorporado ao uso geral nas transmissões da rede. Estava a caminho a Internet como conhecemos hoje. Restava apenas ser liberado seu uso comercialmente, já que os Computadores Pessoais já

havam sido lançados.

Os primeiros beneficiados com a Internet foram as instituições de ensino superior. Em 1987, eram 25 mil associados nos EUA, chegando a 300 mil no mundo todo em 1990. O uso livre da Internet fora dos meios acadêmicos veio mesmo em 1986, quando a Universidade de Cleveland, USA, criou a primeira rede de acesso público. Outras surgiram logo em seguida difundindo cada vez mais a Internet. Em 1988, foram dados os primeiros passos da grande rede no Brasil, e somente em 1994 surgiu o primeiro provedor brasileiro.

Por um bom tempo a Internet transportou apenas textos. A tecnologia que alavancou a aparência gráfica que temos até hoje nasceu na Suíça, em 1989, e se chama http - uma abreviação de *hypertext transfer protocol*. Graças a este protocolo era possível a transmissão de textos e imagens por qualquer computador. Seu aprimoramento deu os tais poderes "hipermidiáticos" que a Internet possui hoje.

## Material e Método

Tomando como estudo de caso a revista Trip, foram feitos paralelos tanto de natureza gráfica quanto conceitual dos veículos nos dois suportes: a mídia impressa e a internet. Os aspectos puramente gráficos tiveram uma abordagem superficial, recaindo o peso analítico sobre as questões que envolveram conceituações dos suportes, em especial da Internet.

Também foi realizada uma entrevista com Eva Uviedo, coordenadora e designer da Trip, a fim de levantar mais dados para análise. A entrevista está em anexo no final deste artigo.

A análise da **Revista impressa** buscou destacar sua linguagem e características intrínsecas ao uso e transmissão de informações. E a análise da **Revista on-line** também destacou estes pontos, tendo como base os quatro pilares que caracterizam a Internet: **multiplicidade, acessibilidade, conectividade e interatividade**.

Eis a definição dos quatro pilares caracterizadores da Internet, segundo André Neves (Projeto Virtus, 1998):

**Multiplicidade:** *é a capacidade que a hipermídia tem de utilizar dados qualitativamente diferentes (sons, textos e imagens) convertidos em sinais digitais. Apesar da televisão, do cinema e do teatro já permitirem a transmissão desses dados, o que torna essa tecnologia diferente é o fato de que esses dados, por serem digitais, são baseados em um código comum, podendo ser convertidos uns nos outros e remodelados de infinitas formas. Há, assim, uma flexibilidade e precisão imprevistas em*

*sua manipulação, permitindo que as mensagens sejam transmitidas, simultaneamente, por meio de vários estímulos diferentes.*

**Acessibilidade:** *os processos de distribuição de informação que marcaram o século XX - o cinema, o telefone, o rádio, a televisão - progressivamente, encurtaram distâncias e aproximaram culturas. A hipermídia ampliou grandemente as opções de acesso ao conhecimento, bem como permitiu a correlação de dados de locais e qualidades diferentes, gerando um tipo diferente de acesso comunicacional. Ao invés de simplesmente receber conteúdos preparados por terceiros e veiculados em horários e formatos padronizados, o usuário passou a criar seus próprios conteúdos, bem como a escolher os materiais aos quais gostaria de ter acesso, no momento em que lhe fosse conveniente. A modificação do processo de acesso à informação na hipermídia está, assim, fortemente relacionada a dois outros aspectos que ela incorpora: a conectividade e a acessibilidade.*

**Conectividade:** *fisicamente, caracteriza-se pela ligação de diversos computadores (e usuários através deles) de forma a permitir interações entre grupos e pessoas isoladas. Também trata da interligação entre diversos sistemas e módulos de informação, que criam uma nova narrativa, baseada em estruturas segmentadas, que são organizadas e se fundem não, apenas, a partir da intenção daquele que as projeta (os autores), mas também, e principalmente, a partir dos interesses de quem as consulta (os leitores). Os usuários têm diferentes "presenças" no ciberespaço, podem ser provedores de informações, pesquisadores, exploradores eventuais etc. Também há uma variedade de recursos físicos (hardware e software) que são amplamente compartilhados, permitindo que os custos das conexões sejam reduzidos.*

**Interatividade:** *refere-se ao caráter aberto dos sistemas hipermidiáticos, onde o usuário pode interferir nos documentos, registrando opiniões que em alguns casos (e.g. grupos e listas de discussão) ganham o caráter de "informação". A interatividade vivifica a construção e transmissão do conhecimento, bem como socializa a sua prática. Permite uma mudança considerável dos processos de "um para muitos", característicos da comunicação de massa, para uma possível agora onde cada um tem a possibilidade de expressar um feedback, criar o seu menu de informações.*

## Resultados

### Revista Impressa - Trip

A revista Trip foi fundada pelos surfistas Paulo Lima e Carlos Sarli em 1986. O surf era o foco inicial desta publicação independente, no entanto hoje em dia, temos uma pauta variada que combina esportes radicais, moda, nu, entrevista, música, literatura, aventura e viagens ao redor do mundo (release, 2001).

A atual revista Trip está estruturada da seguinte forma:

**Páginas Negras** - parodiando as famosas páginas amarelas da Veja, aqui temos entrevistas no estilo despojado da publicação..

**Cartas** - espaço reservado para publicação das correspondências dos leitores com respostas.

**Índice** - listagem do conteúdo da revista organizada por seção/página .

**Trip Girl** - em geral motivo de capa. Garotas com pouquíssima roupa tem lugar obrigatório nas páginas da Trip.

**Reportagem** - Matérias assinadas por repórter e fotógrafo, em geral cobrindo temas inusitados.

**Perfil** - enfoque biográfico em algum personagem da vida real

**Esporte** - a trip nasceu surf, se transformou e passou a abranger outros esportes. Os chamados esportes radicais estão sempre presentes em suas páginas, em geral, nesta seção.

**Moda** - esta seção mostra a moda fora das passarelas. Podem ser garis, esquiadores, escritores, etc. Tendo a moda como gancho, as matérias giram em torno do habitat dos personagens tomados como modelos.

**Casa** - design e arquitetura são destaque. O diferencial é que os ambientes comentados não foram arrumados para a matéria. São residências de personagens reais.

**Mundo Livre** - coluna escrita por dois cidadãos de perfis distantes. Um está preso há 29 anos e outro é cineasta e vive fora do Brasil há uma década.

**Mítia** - o jornalista Carlos Nader publica suas observações críticas a respeito do mundo da mídia.

**Outras Palavras** - um antigo amigo do editor da Trip foi convidado a publicar suas “cartas” endereçadas ao velho amigo.

**Estilo Caras** - coluna escrita pelo escritor e jornalista André Santana.

**Polaroid** - coluna escrita pelo fotógrafo catalão brasileiro, J. R. Duran.

**Vai lá** - Narrativa de alguma aventura centrada no esporte radical.

**Drive-in** - “Feirão” de automóveis antigos.

**Volume** - Seção com resenhas de cds, nem sempre lançamentos, e outros produtos audiovisuais.

**Academia de Literatura Pop** - resenha de livros



Algumas seções apresentadas se revezam aleatoriamente a cada edição.

### Análise da Trip Impressa

Verdade. Esta é a palavra que pode definir o foco editorial da Trip. Dosi exemplos que denotam muito bem esta posição são as colunas Moda e Casa (arquitetura). A primeira mostra o "mundo fashion" do cotidiano de seus figurantes. Estes podem ser garis, trabalhadores da construção civil ou escritores. A revista parece querer mostrar que glamour pode ser encontrado em qualquer lugar. A seção Casa aborda a arquitetura e o design de interiores agregado ao modo de vida dos moradores dos ambientes comentados.

Trip Girl, a sessão que traz garotas exibindo seus corpos, não fica restrita ao mundo dos artistas, lá encontramos também figuras anônimas no mundo da fama, como as próprias funcionárias da editora. Dentro desse espírito de trazer novidades a Trip acaba quebrando tabus ao exibir o nu sensual, por exemplo, de uma tetraplégica. Um outro capricho desta seção que atesta mais uma vez a busca pela verdade da publicação, é o não uso de softwares de retoque fotográfico, em geral usado pelas revistas tradicionais, para mascarar imperfeições dos corpos de seus modelos.

Analisando a publicação sob a ótica do *design da informação*, observamos que a publicação traz um índice que não parece estar preocupado em guiar o leitor, pois apesar deste indicar as páginas das matérias, não há numeração na maioria das páginas da revista. Os títulos das matérias também não marcam claramente que ali é o início. Assim, os leitores tendem a se sentirem um tanto perdidos nas entranhas da revista.

A Trip apresentou durante cerca de 10 anos um projeto gráfico do designer americano David Carson. Há 2 anos, rompeu com o visual "poluído" e ingressou numa linha visual mais clara e objetiva, quase "clean". Apesar de prometer que esta seria sua cara dali para frente, duas edições após não sustentava mais a idéia. Hoje, o design da publicação não é o caos dos tempos do design californiano, mas também não podemos dizer que esteja muito distante.



índice detalhado...



..porém sem apresentar numeração de páginas nas aberturas de matérias...



... nem nas páginas internas à matéria

### Revista on line

A estruturação da Trip on line é semelhante ao da Trip impressa. Temos abaixo as seções da Trip que são exclusivas do meio online:

- Edições anteriores** - arquivo que possibilita o retorno às Trips anteriores.
- Notas** - informações atualizadas sobre eventos
- E-cards** - galerias de cards fáceis de serem enviados a outros internautas.
- Screen Savers** - Protetores de Tela temáticos de cada edição
- Wallpapers** - Papéis de parede prontos para serem usados.
- Busca** - mecanismo feito para encontrar assuntos dentro da revista a partir de palavra chave
- TRIP 89** - arquivos em áudio dos programas de rádio da Trip
- Chat** - canal de bate-papo
- Forum** - canal de discursão aberto para participação dos usuários do site
- Links** - seção com diversas dicas de sites interessantes

### Análise da Trip online

O Perfil editorial da Trip online não difere muito da versão impressa. A função é "abrir mais um canal de interação com o leitor, tanto incentivando-o a participar da construção de matérias da próxima edição quanto a dar um feedback da edição anterior", são as palavras da coordenadora e designer de web da revista, Eva Uviedo [veja entrevista no anexo] . Seções com ligação direta com o leitor, como fórum, chats, envio de postais e outras, abalizam suas palavras ao colher opiniões , provocar discursões e por fim aproximar ainda mais o veículo ao seu público.



## Discussão

Ao acessar o endereço eletrônico <http://www.revistatrip.com.br>, o usuário se defronta com a página de abertura do site que além de um extenso e detalhado menu, disponibiliza também um amplo setor subdividido em temas, contendo ganchos e resumos para matérias internas. Apesar da periodicidade mensal da revista, estes boxes apresentam conteúdos renovados diariamente. Encontramos aqui um primeiro diferencial da versão online frente à versão impressa da Trip. Fazendo uso da **Conectividade** a redação da revista consegue manter-se atualizada e renovada dia-a-dia, trazendo para o **leitor/usuário\*** novas informações que só poderiam estar disponíveis no mês seguinte no caso de uma edição impressa. Este fator traz para a Revista uma nova dinâmica na abordagem dos fatos na medida que a instantaneidade trazida pela Conectividade possibilita uma agilidade experimentada antes apenas pelo rádio e a TV. Como consequência temos um leitor/usuário mais atento ao veículo e também um indivíduo que não precisa aguardar trinta dias pelas novidades impressas e pode estar continuamente acessando o veículo em busca de novas informações. A mesma Conectividade que disponibiliza continuamente a revista para o leitor, faz também a ponte inversa, e a revista Trip online se aproveita desse fator elaborando enquetes de sondagem da opinião do leitor. Os resultados destas enquetes são com frequência utilizados pelos editores para guiar os próximos passos da revista, mudando tanto a edição on-line quanto a edição de papel. Um fato que exemplifica isso é a não publicação de anúncios da indústria do fumo pela revista. Antes da revista tomar esta decisão, uma boa quantidade dos leitores foram pesquisados através destas enquetes/pesquisa. Não que estes dados não pudessem ser coletados sem a ajuda da Internet, mas é através dos recursos por ela disponibilizados que um número assustadoramente grande de pessoas num tempo mínimo pode ser alcançado, com baixo custo acima de tudo. Resumindo podemos dizer que a Conectividade permite que o leitor tenha "presença" na revista, fazendo o produto que deseja ler.

A enquete sobre tabagismo, citada anteriormente é mutuamente exemplo de uma das mais intensas experiências trazidas pela Internet, a **Interatividade**. Aqui, este pequeno questionário que interpela o leitor/usuário acerca de questões pertinentes ao universo da revista tem **indisfarçadamente** o papel de transformar o passivo leitor em agente transformador, ao passo que possibilita sua interação com o meio, expressando uma resposta que é processada no mesmo instante.

Um simples clique dá ao leitor poder de estar adicionando sua opinião e mudando o resultado, criando um novo conteúdo. Portanto, aquele que seria apenas mais um a retirar informações do meio, agora está transformado num agente de mudanças do veículo, como foi argumentado no

parágrafo anterior.

Temos no site mais um outro exemplo de interatividade, o fórum. Diferente das enquetes, no fórum, os leitores debatem assuntos entre si, podendo prolongar seus argumentos, aprofundando assuntos sugeridos pela publicação. Tanto o fórum quanto a enquete têm o poder de vivificar a ação do leitor na revista, quebrando um fluxo unidirecional de informações, socializando a informação. (...)

Trazer vídeo ou áudio em suas páginas é uma tarefa tecnicamente impossível, até então, para a revista impressa. O mesmo não acontece com a on-line. A *revistatrip.com.br* possui duas seções, Viva Voz e TV Trip, onde estes recursos são explorados. Na TV Trip são gravadas previamente enquetes realizadas na rua e apresentadas no site. Aparecem também vídeo-entrevistas com indivíduos diversos. Apesar da ousadia de mostrar vídeo numa revista, este recurso é mal explorado ainda por conta da limitação tecnológica na transmissão de dados pela Internet. A baixa velocidade na transmissão digital de dados condena a Internet a exibir os vídeos em telas muito pequenas e com baixa quantidade de *frames* por segundo, resultando numa imagem diminuta e sem fluidez, entrecortada por soluços na transmissão. Todas estas limitações inibem o site de investir nesse recurso trazendo melhores atrativos como imagens ao vivo, por exemplo. Como exemplo de áudio, temos o programa de rádio que a revista produz numa emissora radiofônica que também é disponibilizado através do site na seção Viva Voz. Neste caso não temos a disparidade existente na comparação da TV e as experiências de O potencial de...

Temos aí a **Multiplicidade** da Internet trazendo mais alguns diferenciais para a revista eletrônica, confirmando seu caráter hipermediático

Um dos menus da revista Trip on-line é chamado de links. Neste setor do site são oferecidos, a um clique de distância, dúzias de outros locais que concorrem à escolha do internauta no imenso rol digital de opções. Indicar estes locais poderia ser, analogamente, como um apresentador de um telejornal convidando seus telespectadores a mudar de canal pois existem inúmeros outros transmitindo informações tão ou mais importante quanto àquelas a que estão assistindo. Entretanto, na Internet temos outros valores: o usuário é quem dirige sua própria escolha e define o que deseja ver, fazendo o conteúdo geral de sua navegação, tudo como está definido nas "regras" da **Acessibilidade**. Portanto receber um rol de escolhas prontas soa como um ato gentil e de respeito, reforçando o poder de quem tem o mouse nas mãos.

## Conclusão

As primeiras edições digitais das revistas eram meras repetições das versões impressas, tendo o clique do mouse nos links a mesma função dos dedos ao folhear a publicação. Hoje, cerca de 7 anos após o surgimento das edições on line, temos muito mais a fazer numa revista eletrônica do que "passar" páginas. A tecnologia trouxe e vem trazendo mais e mais, a cada dia, novas atitudes ao leitor, transformando os atos passivos do passado numa interação constante. O resultado dessa interação acaba trazendo efeitos até mesmo para a edição impressa. Desse modo ela também não ficou estacionada e vem se transformando positivamente ante aos efeitos interativos lançados por sua versão online. Enfim, ao contrário do que poderia se pensar no início, a edição online não veio para acabar com a versão off-line, mas para incrementa-la mais e mais através de suas ações instantâneas.

## Referências Bibliográficas e Eletrônicas

A Revista no Brasil, Editora Abril, São Paulo, 2000

Gruszynski, Ana Cláudia. Design Gráfico: do invisível ao ilegível, Rio de Janeiro, Editora 2AB, 2000

Glenwright, Jerry, Fique por dentro da Internet, Editora Cosac & Naif, São Paulo, 2001

Isabela Lara. Hipertexto: O Universo em Expansão. Site-dissertação final de mestrado publicado em agosto de 1999. Disponível em: (<http://www.unb.br/fac/ncint/site>) Acesso em: 08 de setembro de 2001

Odisséia Digital Especial, ed. Abril, sem data de publicação.

Lévy, Pierre, O que é virtual?, Editora 34, São Paulo, 1996

Lévy, Pierre, As Tecnologias da Inteligência - O Futuro do Pensamento na Era da Informática, Editora 34, São Paulo, 1993

O Homem na Estrada. Reportagem de Moacyr Vieira Martins e Ronaldo Bressane. Disponível em: (<http://revistatrip.uol.com.br/78/internet/home.htm>) Acesso em: 06 de setembro de 2002

## Questionário

Respostas de Eva Uviedo/Diretora de Internet da Revista Trip

**1. Qual o conceito da Trip na web? Qual sua função, uma vez que já existe a versão impressa?**

A função da TRIP on line é abrir mais um canal de interação com o leitor, tanto incentivando-o a participar da construção de matérias da próxima edição quanto a dar um *feedback* da edição anterior.

**2. Há quanto tempo vc trabalha fazendo esta revista? Houve alguma mudança conceitual em seu produto do início até hoje?**

Eu trabalho na TRIP há dois anos, e houve muitas mudanças desde o início. Atualmente a ênfase é para a **experiência**, menos do que para a notícia em si.

**3. Quais elementos trazidos pela web tem potencial para dar um caráter específico à Revista Digital? Como a Trip se utiliza destes recursos?**

A possibilidade de ver uma matéria de edições passadas à distância de um clique, e informações adicionais como áudio e vídeo.

**4. A web trouxe dentre outros aspectos, velocidade na dissipação da informação. Este elemento tem sido utilizado na realização da revista Trip?**

Sim, o publico tem participado mais ativamente da confecção da revista, através de enquetes e fóruns lançados antes da edição, que influenciam as matérias.

**5. De que maneira a Trip on-line usufrui do potencial interativo da web?**

ver resposta acima. Fora isso, na Internet temos como contabilizar de fato quais as matérias mais acessadas, o que ajuda a direcionar novas edições.

**6. Na revista impressa a questão da cor está sempre ligada à custos de impressão. Na web que variáveis podem estar ligados ao item cor?**

A escala de cores com a qual trabalhamos é a mesma da revista. Não usamos nada que não pudesse ser impresso, nada de 'cor especial' ou 'fluor'.

**7. O ÍNDICE da revista impressa nos guia através da edição, mas para chegarmos até ele temos que ir a uma página específica. Na revista da web temos seu correlato, o MENU. Vc considera importante disponibiliza-lo apenas no início do site ou deixar seu acesso livre em todo o site tb tem seu valor? Por quê?**

Na verdade, em uma revista há sempre a possibilidade de ir de uma página para outra sem se deter em todas as outras, e é isso que tentamos reproduzir com o menu. Não pra reproduzir o índice, mas

para dar essa flexibilidade.

**8. Basta um clique para o usuário escapar de uma revista digital e se perder pelos infinitos caminhos dento da web. Quais critérios vc utiliza para prender o leitor nas páginas de seu veículo?**

Procuramos colocar links relacionados, para a pessoa continuar navegando por assuntos de seu interesse.

**9. No aspecto editorial, em que se diferencia a Trip impressa na Trip on-line? Há alguma sessão distinta, ou exclusiva da versão on-line?**

Não totalmente, há complementos, seções que são mais exploradas na versão on-line, como o Vai Lá.

**10. Desde que surgiu, apenas com o hipertexto como um dos atributos básicos, a web não mais parou de trazer novidades. Existe algum tipo de recurso que vc aguarde com apreensão?**

Não, mas acho o uso do Flash um pouco restrito ainda por causa do peso.