

LARISSA ABREU E SILVA

**RELATO DE VIAGEM: Projeto Team Kim Seokjin: uma viagem
feita por cinco amigas que descobriram a leveza da amizade a partir
do k-pop.**

Viçosa – Minas Gerais
Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFV
2022

LARISSA ABREU E SILVA

RELATO DE VIAGEM: Projeto Team Kim Seokjin: uma viagem feita por cinco amigas que descobriram a leveza da amizade a partir do k-pop.

Memorial apresentado ao Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Prof. Dra. Laene Mucci Daniel (DCM/UFV)

Viçosa – Minas Gerais
Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFV
2022

LARISSA ABREU E SILVA

**RELATO DE VIAGEM: Projeto Team Kim Seokjin: uma viagem
feita por cinco amigas que descobriram a leveza da amizade a partir
do k-pop.**

Memorial apresentado ao Curso de Comunicação Social -
Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa, como
requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em
Jornalismo.

Orientadora: Prof. Dr. Laene Mucci Daniel (DCM/UFV)

Profa. Dra. Laene Mucci Daniel – Orientadora
Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFV

Prof. Dr. Henrique Moreira Mazetti
Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFV

Paula Fernandes Giuseppe Carvalho
Doutoranda e Mestre em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense - UFF/RJ

Viçosa/Minas Gerais – Brasil

Março de 2022

AGRADECIMENTOS

Vou começar esse texto olhando para o passado com lentes diversas que me foram proporcionadas pelo tempo e pela maturidade. Meus olhos se fixam na época de exatamente dez anos atrás, no ano de 2012. Quero deixar uma mensagem para a Larissa daquela época. Eu sei que ainda está tudo dolorido no seu corpo, eu sei que as pessoas te olham de uma maneira incomum. Você é muito jovem. Muitos irão te julgar pelas realidades que não sabem que você está experienciando, mas no fim das contas você conseguiu. Muito tempo depois, mas conseguiu. O primeiro agradecimento dessa finalização de etapa é a mim mesma. Eu nunca contei quantas vezes eu pensei em desistir, mas sei que foram inúmeras. Por mais que tenha demorado mais que qualquer aluno dessa graduação, aqui estou eu.

Entre momentos delicados e vulneráveis, tive a certeza que as duas pessoas que seriam sempre leis a mim seriam meus pais. Eles sempre estiveram do meu lado durante as turbulências e as tempestades. Amo muito vocês, obrigada por serem incríveis e serem meus melhores amigos. Obrigada por confiarem em mim e por me darem apoio para seguir meu sonho de me formar.

Sem sair do assunto do perrengue, é claro que passei por momentos instáveis quando estava longe da minha família. É aí que eu descobri o poder infinito da amizade. Eu nunca achei que meus melhores amigos seriam pessoas de outra turma da Comunicação. Então gostaria de agradecer imensamente o Bruno, Anna e Batman por estarem sempre pertinho de mim, mesmo quando a loucura da pandemia se instaurou e nos trancou dentro de nossas casas. Agradeço também aos agregados, Gabriel e Gustavo, por terem passado imenso tempo conosco na nossa comunidade do *Discord*, pelas horas infinitas de partidas de *League of Legends*, pelas gracinhas que fazíamos quando chegava a sexta-feira e todo mundo abria uma cervejinha com a câmera ligada pra comemorar... bom, não sei o que a gente estava comemorando. Mas é esse o conceito mais interessante da amizade e do carinho: não interessa se estamos num momento ruim ou num momento bom, a única certeza daquela situação é que não passaremos por ela sozinhos. Obrigada por estarem comigo em alguns momentos mais tensos que o normal, que eu estava extremamente fragilizada. Vocês ocupam grande parte do meu coração, falo com toda sinceridade do mundo.

Adentrando uma atmosfera de aconchego e de companheirismo, amaria tentar descrever a minha conexão com meu camarada, o homem que mais admiro e tenho como namorado, o Lucas. Você trouxe tantas coisas boas para a minha vida que eu não acho que conseguiria transcrever em

palavras o sentimento de gratidão que tenho por ter você comigo. Obrigada por ter passado inúmeras horas juntinho ouvindo meus dilemas, minhas dúvidas e meus medos. Nossa relação cresce e muda a cada dia que passa. Cada vez mais te admiro, me apaixono e te amo, amo profundamente. Imensuravelmente e indescritivelmente. Obrigada por estar sempre presente e por ser a pessoa maravilhosa que você é. Tenho muita sorte de poder dividir minha vida com você.

Em torno da esfera de estímulo e incentivo, gostaria de agradecer ao grupo BTS por me ajudar a ser uma pessoa responsável e gentil comigo mesma. Ao Toby Fox, por ter criado uma obra prima de videogame, *Undertale*, que me acompanhou durante todo o ato de edição desse trabalho. A Janaína Viscardi, por abrir meus olhos diante as dialéticas jornalísticas e políticas da mídia tradicional atual. Ao canal Tempero Drag, *ContraPoints* e Tese Onze que me ajudaram a olhar para o mundo e para a humanidade de uma maneira diferente.

Ao extraordinário Karl Marx, por ter nos deixado uma obra de reflexão sobre a humanidade e capitalismo tão profunda e inspiradora. Espero que o fim dos tempos tarde a chegar e que nós saibamos lidar com as consequências das nossas próprias ações no meio ambiente e no planeta mãe que nos acolhe e que chamamos de lar.

Agradeço a minha orientadora, Laene Daniel, uma pessoa que teve muito carinho comigo e com minha história, que não deixou de considerar todos os meus pontos positivos quando poderia muito bem ter desistido de mim. A Priscila, da secretaria, que sempre foi uma excelente profissional, sempre respondendo meus e-mails com rapidez e competência. A professora Kátia, que como todos sempre irão recordar, aplica alegria no coração em tudo que faz. A todos os professores do DCM que estiveram presentes durante minha graduação, que souberam metodologicamente me ensinar que o papel de um jornalista é muito mais do que informar e passar as notícias para o público. Obrigada a todos pela paciência, pela prestatividade, pelo carinho e compreensão com o meu caso de trajetória que não foi muito usual.

E, finalmente, gostaria de agradecer as integrantes do Team Kim Seokjin que estarão para sempre lembradas por essa revista. Confio minha vida a vocês e guardo um apreço imenso por todas as horas que passamos falando de k-pop em nosso grupo do WhatsApp que tem mais de 20GB de arquivo de fotos e documentos. Vocês são minhas irmãs que levarei para todo o sempre.

Obrigada.

全ては秒速で過去へ

(Em segundos, tudo é passado)

今を生きる意味を知った

(Eu entendi o significado de viver no presente)

君と出会って

(Porque eu conheci você)

BTS – Don't Leave Me

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	08
CAPÍTULO 1: REFERENCIAL TEÓRICO	11
1.1 <i>Hallyu Wave</i> e a ampliação do alcance da cultura sul coreana	11
1.1.1 <i>Hallyu 2.0</i> : Grupos de k-pop e <i>idols</i>	11
1.2 Afinal, o que é BTS e qual sua relação com seu <i>fandom</i> ?	13
1.3 O Jornalismo Literário e o Relato de Viagem	14
1.4 A informação digital, as redes sociais e o impacto do discurso do BTS no <i>fandom</i>	17
CAPÍTULO 2: RELATÓRIO TÉCNICO	19
2.1 Pré-Produção	19
2.2 Produção	21
2.2.1 Fotografias	21
2.2.2 Projeto Gráfico	22
2.2.3 Padrões Gráficos	22
2.2.4 Tipografia	23
2.6 Pós-Produção	24
CAPÍTULO 3: CONSIDERAÇÕES FINAIS	26
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	28
OUTRAS REFERÊNCIAS	30
ANEXOS	31

Resumo: Esse trabalho se consiste em um projeto experimental que combina fotojornalismo, jornalismo literário, relato de viagem e design gráfico. O produto se intitula “Projeto Team Kim Seokjin: uma viagem feita por cinco amigas que descobriram a leveza da amizade a partir do k-pop”. Mostrando as vivências de uma *roadtrip* feita entre cinco cidades mineiras por cinco amigas apaixonadas e unidas pelo gênero musical k-pop, conhecido como um dos estilos que formam o maior grupo de fãs do mundo nos dias de hoje, o produto traz como narrativa principal a jornada e suas nuances pessoais envolvidas. A história é construída a partir de fotografias com auxílio de um texto preparado pela autora que também estava por trás das câmeras. Esse produto busca retratar histórias reais, com pessoas de verdade e com desdobramentos não planejados. A idealização de que as fãs de k-pop precisam ser adolescentes é colocada no mínimo em reflexão com a descrição dos dias vividos pelas personagens principais. Cada capítulo foi separado por cidade visitada, para o maior conforto e dinamismo da leitura. O Relatório Técnico, que se encontra ao final de toda a discussão desse memorial, conta com detalhes como foi a edição das fotos e a criação dos textos de apoio que relatam com mais detalhes os momentos fotografados. Esperamos que o trabalho possa ser útil para pesquisadores que estão visitando temas semelhantes a estes aqui conceituados.

Palavras-chave: fotojornalismo, k-pop, relato de viagem, *roadtrip*.

Abstract: This work consists of an experimental project that combines photojournalism, literary journalism, travel reports and graphic design. The product is titled “Project Team Kim Seokjin: A journey taken by five girls who discovered the lightness of friendship through k-pop”. Showing the experiences of a *roadtrip* made between five cities in Minas Gerais by five friends in love and united by k-pop, known as one of the music styles that form the largest group of fans in the world today, the product brings as its main narrative the journey and its personal nuances involved. The history is built from photographs, with the help of a text prepared by the author, who was also behind the camera. This product seeks to portray real stories, with real people and with unplanned developments. The idealization that k-pop needs to have teenagers fans only is at least put into reflection with the description of the days lived by the main characters. Each chapter has been separated by city visited, for greater comfort and dynamism of reading. The Technical Report, which can be found at the end of the entire discussion of this memorial, provides details on how the photos were edited and the creation of supporting texts that describe the photographed moments

in more detail. We hope that this work can be useful for researchers who are visiting similar topics to those considered here.

Keywords: photojournalism, k-pop, travel report, roadtrip.

INTRODUÇÃO

O mundo apressado e obsoleto em que vivemos, orientado pelas grandes mídias, bombardeia nossa vivência com informações em massa pelo intermédio das redes sociais. A conexão com a internet se tornou parte do nosso dia a dia e possibilitou que manifestações culturais de grupos antes desconhecidos tivessem margem maior de acesso por públicos variados e divergentes.

Em meados de 2009, a música pop sul-coreana passou a ser notada no ocidente, principalmente com o surgimento das bandas *Super Junior* e *Girls Generation*. A consolidação da efetividade das redes sociais como um espaço de compartilhamento de ideias tem sido um grande fator possibilitador ao acesso à cultura sul coreana em si, tendo em destaque neste trabalho o k-pop.

Por mais que esse estilo musical em questão seja fabricado no outro lado do mundo, se mostrou ser um tópico complexo e multifacetado que atraiu a atenção de grupos de pessoas com preferências musicais distintas até então. Esse fenômeno é relatado muitas das vezes como sendo o ápice de interesse por uma cultura distinta da nossa. Sendo assim, desde que surge dentro de nós essa vontade de conhecer e entender hábitos e práticas que compõem uma comunidade dissemelhante, usamos como instrumento facilitador de diálogo o alcance global que a internet nos proporciona: entrar em contato com pessoas que compartilham dos mesmos gostos musicais que os nossos em um piscar de olhos. As redes sociais servem como mecanismo de junção de pessoas com o mesmo interesse, que na maioria das vezes se concentram em pequenos grupos e/ou comunidades dentro da plataforma escolhida. Ao adentrar em um conglomerado de pessoas que se interessam pelas mesmas coisas que você, o diálogo flui um pouco mais fácil do que em esferas completamente isoladas por uma bolha social diferente. A partir desse ponto, construções afetivas vão se formando pela ponte que concedeu essa disposição de pessoas.

A partir das considerações apresentadas acima, apresento uma revista de relato de viagem que conta a história de uma *road trip*¹ que fiz com cinco amigas de Joinville que são amantes assíduas do k-pop, assim como eu. Esse produto mostra minha jornada pessoal que só foi possível que ocorresse graças às redes sociais e suas possibilidades de simplificação do diálogo, ou seja, fazer amigos que são fãs das mesmas coisas que você. Antes dessa viagem acontecer, vale a pena

¹ *Roadtrip* é uma expressão em inglês que significa uma viagem feita de carro.

ressaltar que eu e as pessoas retratadas nessa narrativa já tínhamos nos conhecido pessoalmente no show da banda de pop sul-coreano BTS, que ocorreu em São Paulo, em 2019. Digo que houveram dois tipos de consolidação da nossa amizade: uma foi ali, vendo os membros daquela banda ao vivo, e outra quando resolvemos planejar essa viagem por algumas cidades de Minas Gerais.

Esse trabalho é um registro fotográfico dos momentos que passamos juntas no espaço de uma semana. Vagamos por cinco cidades diferentes (e alguns de seus distritos) e passamos por várias peripécias. Algumas, intensas e perigosas, foram impossibilitadas de serem registradas pois planejamos adentrar lugares um pouco mais arriscados que o normal. Porém, na falta do registro pela câmera, entro com o elemento textual para preencher as lacunas das narrativas que não poderiam deixar de ser compartilhadas. As fotografias apresentadas nessa revista mostram os momentos mais delicados e mais importantes dessa longa viagem: quando estávamos confortáveis, descansadas e dispostas a registrar os momentos, ora com fotos pensadas e ensaiadas, outrora com fotografias espontâneas e leves.

A maioria dessas fotos foram tiradas por uma Nikon D90. As fotos adicionais que foram registradas pelo meu celular serão descritas e listadas no Relatório Técnico no final deste documento. Além disso, nas fotos em que eu apareço na conjuntura, os créditos às auxiliares de fotografia serão devidamente dados.

A relação entre a imagem registrada e o texto redigido por mim é de caráter complementar. Às vezes a fotografia não tem abrangência o suficiente para descrever com minuciosidade o momento registrado, porque a expressão sutil capturada pode não contar cem por cento da história por trás do momento que foi evidenciado. Outro motivo para trazer o texto para esse produto é o interesse de integrar nesse tipo de diálogo o fotojornalismo e a imersão do profissional no ambiente que está sendo retratado.

Uma das justificativas para abordar o tema da amizade possibilitada pelo *fandom*² do k-pop é mostrar que não só pessoas mais jovens gostam desse estilo musical. O afeto ainda pode ser desenvolvido entre pessoas de outras faixas etárias. Pessoas que não estão inteiradas sobre o assunto propagam um discurso raso sobre o fenômeno do pop sul-coreano e dizem que a principal atribuição aos fãs desses grupos é a característica de que são só adolescentes que estão em diálogo nesse espaço.

²*Fandom* é o diminutivo da expressão "*fan kingdom*" que em tradução nossa significa "reino dos fãs". Um *fandom* é um grupo construído por pessoas que são fãs de determinada coisa em comum.

Os motivos de ter levado minha câmera comigo nessa viagem são vários, como o amor pela fotografia e o amor pelas cores e paisagens. Mas o que me leva a trazer esse registro para o meu trabalho de conclusão de curso é dar outra cara para a fotografia efêmera que se desfaz com a mesma facilidade que um stories do Instagram, por exemplo. Quero fazer esse relato de viagem recheado do carinho pelas memórias do que passamos durante aquela semana de viagem. Decidi após a finalização desse produto que irei usar como plataforma de ampliação do alcance de *views* a rede social que o *fandom* do BTS mais está presente, o Twitter.

Também gravamos vídeos e áudios durante a viagem. Pretendíamos continuar a postar conteúdo sobre nossos encontros no futuro. No início, o nosso plano era fazer uma viagem por ano, mas a pandemia do Covid-19 entrou no nosso caminho e impossibilitou que nossas vontades se realizassem. Assim que todas as doses da vacina forem disponibilizadas para a população e que os estudos epidemiológicos apontarem uma brecha de oportunidade para viagem segura, queremos continuar o nosso plano, nos limitando a viajar apenas dentro do Brasil, por enquanto.

Entrarei em detalhes sobre a pré-produção e edição do relato de viagem na seção de anexos deste documento.

CAPÍTULO 1

Referencial Teórico

1.1 *Hallyu* e a ampliação do alcance da cultura sul coreana

Para início da nossa discussão, colocaremos em pauta a relevância da pluralidade da cultura sul coreana em estudos comunicacionais. Como define Bok-Rae (2015), “*Hallyu* se refere ao fenômeno da cultura popular coreana que entrou em alta no sudeste da Ásia e China continental no final dos anos 1990. (...) Este fenômeno cultural tem sido intimamente conectado com movimentos transnacionais de pessoas em várias camadas, informações e fluxos de capital no Leste Asiático”. Sendo assim, podemos observar que esse crescente interesse desde meados dos anos 90 alcançou o agora, ano de 2021, e também viajou para áreas do globo que estão distantes territorialmente da Coreia do Sul. No tópico a seguir iremos evidenciar uma onda específica da *Hallyu* que se faz presente nas entrelinhas da construção e possibilitação que esse relato de viagem fosse realizado.

1.1.1 *Hallyu* 2.0: Grupos de k-pop e *idols*³

Ainda segundo dados apresentados por Bok-Rae (2015), a segunda onda da *Hallyu Wave* é formada por ídolos de k-pop. Os primeiros registros de sucesso do plano governamental de cultura da Coreia do Sul apareceram em 2006, sendo *Girl's Generation*, *Kara*, *Shinee*, *2PM* e *Big Bang* (banda) os primeiros grupos a terem sua música espalhada numericamente para outros países. Os locais de maior difusão dessas mídias foram evidenciados por Bok-Rae (2015) como sendo a Ásia, América do Norte e Europa. A distribuição desse conteúdo foi majoritariamente feita pela plataforma do YouTube com os *MV*⁴s e performances *on-line* dos grupos. O espaço midiático escolhido para proliferar esse tipo de conteúdo foi a internet, possivelmente pela conveniência e facilidade de consumo de temas novos e revolucionários, assim tornando mais conhecidas as apresentações dos

³ Diretamente da cultura pop coreana, são considerados como *idols*, especialmente os citados nesse trabalho, os membros das bandas de k-pop.

⁴ MV é a abreviação de “Music Video”, também conhecidos como videoclipes de uma música específica.

grupos feitas em seus *comebacks*⁵. A duração demarcada para a *performance* dessas bandas com conteúdo do álbum em específico era variada, não explicitamente divulgando a quantidade de meses ou semanas de trabalho, mas tendo em mente que não seria uma febre que chegaria a durar um ano ou dois. Tendo como exemplo principal a *girlband* sul-coreana, *Girl's Generation*, que fez seu *debut*⁶ em 2007 e decidiu por entrar em hiato em 2017. A criação da *Hallyu* foi destinada a levar esse tipo de música para além do continente e expandir os possíveis locais de próximas apresentações, como grandes estádios ao redor do mundo em países distantes.

Por fim, vale ressaltar que os profissionais que atuam dentro dessas bandas são treinados por empresas especializadas em formação de grupos de k-pop. Todo membro de uma grande banda já foi um *trainee*⁷ e é claro que esse não é o único modo de se formar um grupo de k-pop, mas não nos alongaremos em reflexões dessas questões específicas nesse trabalho.

Dos Santos (2020) especula uma possível explicação para o fenômeno do k-pop ter se espalhado tão rápido e com eficiência, talvez até mais expressiva que o esperado: “Graças à web 2.0, impulsionada pelas redes sociais, blogs, microblogs e smartphones, a *Hallyu* alcançou o mundo inteiro, expandindo o interesse pela cultura (...) coreana para além da Ásia.”

Quando dizemos além da Ásia, incluímos o Brasil como um público receptivo. De acordo com o site *Statista*, o Brasil é o oitavo país do mundo a gerar visualizações em *MVs* do BTS na plataforma do YouTube, pesquisa que conta com dados de janeiro do ano de 2022. Segundo Marinho (2018), no Brasil, buscas feitas no Google pelo termo “k-pop” aumentaram cerca de 217% de 2004 até o meio de 2018, alcançando 303% em 2012 se comparado com o ano de 2004.

⁵ Um dos eventos mais aguardados pelos fãs, o *comeback* é um termo que pode ser traduzido como "retorno". A cada álbum lançado pela banda de k-pop, um *comeback* é anunciado, com cortes de cabelo novos, novos estilos visuais e conteúdos oficiais.

⁶ *Debut* é a data da primeira apresentação feita para o público de uma banda de k-pop.

⁷ *Trainee* é um possível integrante de uma banda que ainda está em treinamento pela empresa responsável. Eles participam de dinâmicas de aprendizado diárias para que, quem sabe, sejam chamados para serem membros de um grupo de k-pop.

1.2 Afinal, o que é BTS e qual sua relação com seu *fandom*?

O grupo BTS, também conhecido como Bangtan Boys (em hangul: 방탄소년단, em idioma romanizado: *Bangtan Soneyondan*, e em inglês, acrônimo de *Beyond the Scene*), é o grupo mais famoso do pop coreano atual, de acordo com os números alcançados. A banda é composta por Kim Nam Joon (nome de palco: RM), Park Ji Min (Jimin), Min Yoon Gi (SUGA), Jung Ho Seok (j-hope), Kim Tae Hyung (V), Kim Seok Jin (Jin) e Jeon Jeong-guk (Jungkook). Eles fizeram seu *debut* em 2013 com o *MV* da música “*No More Dream*” e a febre se evidenciou no Brasil em meados de 2015. O BTS está atualmente no top 5 dos álbuns mais vendidos do ano de 2020 e foi indicado ao Grammy nesse mesmo ano. Seus fãs são conhecidos por serem os mais engajados no Twitter e os mais esforçados para proporcionar ao grupo os seus grandes números e visualizações e premiações. O recorrente empenho do *fandom* trouxe ao BTS 23 recordes no *Guinness Book*. O surgimento dessa comunidade tornou possível uma atribuição dos próprios *idols* para com seus fãs. Os adoradores do BTS foram apelidados de ARMY pelos próprios membros do BTS. Isso nos leva a refletir sobre o fenômeno, conhecido como ser uma subcultura composta por fãs.

“Fandom é um termo em inglês surgido da mistura de duas palavras: *fan* (fã) e *kingdom* (reino). É utilizado para designar as comunidades de fãs de um determinado produto cultural, geralmente aportadas na internet.” (SOUZA, 2012)

A palavra “fã” é derivada do latim, que significa “devoto, pertencente a um templo”, que pode descrever o comportamento de muitas pessoas na internet com os escolhidos para serem os seus grupos preferidos. Souza (2012) nos explica que “o fandom representa mais do que um simples grupo de amigos reunidos para conversar sobre um gosto em comum; é um verdadeiro domínio de amplitude global, ativo, envolvido, consumidor e produtor de conteúdos”. Essa denominação caracteriza cada uma das personagens registradas por fotografias nesse trabalho experimental: todas nós nos considerávamos parte do fandom ARMY àquela época, ou seja, fãs do BTS. Foi por essa inclusão que estreitamos as pontes do nosso contato, gesto que seria apenas o início para uma amizade de laços fortes e de grande confiança. Quando tínhamos algo para falar sobre a banda, eu tinha uma sensação como se aquele assunto deixasse de ser só um comentário entre amigas e fosse uma troca de experiências muito rica. Fazíamos parte do mesmo mundo, então aquele ponto que tínhamos em comum se tornou uma boa parte da consolidação do nosso carinho uma pelas outras.

“Assim, é gerado um sentimento de comunidade, formada às vezes por até milhares de fãs, unida por dividir os mesmos interesses, mas também por valorizar a reunião e o debate de ideias, o compartilhamento de experiências e conhecimentos, capaz de transformar reações pessoais entre indivíduo e objeto em interações sociais: de fã para fã, de fãs para com o produto e de fãs para os produtores. A mobilização dos fandoms extrapola tanto o meio original do próprio objeto de consumo, como também o espaço virtual (...).” (ESTEVÃO, 2011, p. 9)

O acesso às mídias digitais pelo *fandom* ARMY se torna quase dependente da ferramenta da rede social Twitter, que é por onde o seu ídolo mais compartilha informações com os fãs. Esse é um dos motivos por ter escolhido, no final desse trabalho, compartilhar o trabalho experimental nessa plataforma específica.

1.3 O Jornalismo Literário e o Relato de Viagem

A escolha metodológica para se contar o transcorrer dessa viagem não foi decidido no início, junto da captação das fotos, e nem foi pensado em um curto intervalo de tempo, pois eu tive um período de dois anos para editar e executar o plano de uma revista informativa e jornalística. Inicialmente eu pensei em produzir uma revista fotográfica, simples, sem inserção de aparatos de texto ou outros elementos, mas acabei percebendo que em algumas situações as fotos não desempenhavam facilidade em contextualizar o momento capturado pelas lentes por completo.

Depois de conhecer as meninas pessoalmente no show do BTS, acabei redigindo uma Grande Reportagem na disciplina de Jornalismo Literário apresentando o perfil das minhas amigas, minhas futuras companheiras de viagem. Consequentemente me veio a ideia de fazer um roteiro específico e informativo sobre cidades que elas gostariam de conhecer em Minas Gerais. Falamos sobre isso por algumas semanas. No início, o nosso plano era visitar todas as cidades da Estrada Real, mas depois de raciocinar minimamente, entendemos que não teríamos dinheiro para uma viagem tão longa.

No mês seguinte, conformadas com a falta de recursos para desfrutar de uma aventura de quase um mês na estrada, uma delas sugeriu que começássemos a planejar uma *roadtrip* ainda no mesmo estado que na ideia anterior, agora com o detalhe de viabilizar a visita apenas em cidades consideradas como mais importantes ou com mais peso histórico na história do Brasil. Débora, Denise, Eloíza e Luana são moradoras de Joinville e vieram de longe para embarcar nessa aventura comigo. Com as lentes em mãos eu entrei naquele carro e me comprometi a tirar as fotos que mais representariam as cidades em questão. Dessa forma, além de estar inserida

num ambiente de lazer, poderia estar produzindo um conteúdo que também relatasse a humanidade entre os acontecimentos e o narrar de histórias jornalísticas de pessoas, lugares e casualidades.

“Uma obra baseada nos preceitos do jornalismo literário não pode ser efêmera ou superficial. Diferentemente das reportagens do cotidiano, que, em sua maioria, caem no esquecimento no dia seguinte, o objetivo aqui é a permanência. (...) Para isso, é preciso fazer uma construção sistêmica do enredo, levando em conta que a realidade é multifacetada, fruto de infinitas relações, articulada em teias de complexidade e indeterminação. (...) Assim, defino jornalismo literário como linguagem musical de transformação expressiva e informacional. Ao juntar os elementos presentes em dois gêneros diferentes, transforma-os permanentemente em seus domínios específicos, além de formar um terceiro gênero, que também segue pelo inevitável caminho da infinita metamorfose. Não se trata da dicotomia ficção ou verdade, mas sim de uma verossimilhança possível. Não se trata da oposição entre informar ou entreter, mas sim de uma atitude narrativa em que ambos estão misturados.” (PENA, 2007)

Além de ter em mente querer registrar com a câmera os lugares que eu fui, me vi necessitada de contar a história das pessoas que estavam comigo naquele curto espaço de tempo. Considero como uma foto inusitada e espontânea uma captura de um pedacinho do mundo real.

“Interpretar uma imagem nos remete à aprendizagem que temos das situações fotografadas, considerando que a presença de uma imagem e de sua narrativa adquire significados diferenciados de outras situações em que percebemos ou só a imagem ou só ou só a narrativa. Discutir as especificidades dessas situações, na construção de dados de um estudo, nos remete a reflexões importantes que orientam a pesquisa quando se utiliza de imagens e narrativas.” (BORGES, 2008)

De mais a mais, em reflexões já apontadas por Wulf (2013), “fotos (...) são transformadas em auxiliares da memória, como memórias imagéticas, tornando-se vivas”. Podemos então afirmar que a existência da narrativa textual, rica em detalhes, que por mais que também seja presente nas minúcias da fotografia, foi observada nesse trabalho como dependente da adição da sagacidade da estática da fotografia para firmar o registro do acontecimento ali descrito.

Diante dos estudos feitos por Martínez (2012), consideramos que existem três tipos de narrativas de viagem: relatos ficcionais, os não-ficcionais (escritos a partir de fatos reais, embora os autores possam usar recursos literários para tornar a leitura mais envolvente) e mistos, produtos de ficção inspirados em fatos reais. Aponto essa produção em específico como um produto que traz elementos o suficiente para ser classificada como um relato de viagem não-ficcional. Os aspectos literários presentes nos textos do autor corroboram com as ideias expressas por Modernell (2007), que diz que “dentro do vasto campo do Jornalismo Literário, que como o jazz é um universo em expansão, a narrativa de viagem ocupa um lugar especial”. Com o alcance das mídias digitais, junto dos seus reflexos no nosso particular e no dia-a-dia,

vislumbramos um aspecto existente na narrativa de relato de viagem: pessoas que estão presas no vai e vem de informações que a esfera midiática apresenta se interessam por relatos que trazem variantes em contraste com a própria realidade. (MODERNELL, 2007).

Ainda investigando os resquícios do relato de viagem nessa revista, chegamos ao ponto de assumir como necessária a classificação de quais elementos da narrativa colaboram para que o público, mesmo que leigo sobre o assunto, se interesse pelo conteúdo. Modernell (2007) coloca como em primeiro lugar a necessidade de estar disposto e ter fôlego para falar sobre uma experiência que ocorreu longe das esferas de zona de conforto. Em muitas partes do relato da revista reforçamos que nem tudo são flores. Brigas aconteceram no meio do caminho. São extensões de situações estressantes que não foram verbalizadas e colocadas na mesa transparentemente, por qual motivo for que justifique. É colocado pelo autor em segundo lugar de importância as possíveis situações que podem nos surpreender, às vezes terminando em acontecimentos não planejados que mostram o quão volátil é a nossa realidade e como o futuro das ocorrências dos nossos dias não se encontra nas nossas mãos. O sentimento de pequenez diante dessas consequências trazem ao jornalista uma sensação que as horas passam mais rápido. Findáveis são os momentos que passamos juntas e mesmo que eu more no estado de Minas Gerais, sinalizei na revista que experienciei um gosto amargo na boca ao entender que eu não iria voltar naquelas cidades tão cedo. "É assim que a mente funciona quando se vê livre da rolha da rotina. (...) O narrador (...) de certo modo representa o seu leitor, o seu povo, em mares nunca dantes navegados", pontua MODERNELL (2012).

Partindo para observações sobre o sujeito que nos repassa os relatos, podemos perceber na história relatada na revista que o jornalista não só assume o papel de contar a história, mas também trabalha com o mecanismo da fotografia para memorizar o momento vivido. O papel do profissional é de evidenciar as pequenas entrelinhas que constroem a atmosfera de registro de acontecimentos como fatores sociais, dificuldades apresentadas diante de ocorrências específicas e inserção de um grupo ou de minoria na história, juntos de fatores visuais que facilitassem o reconhecimento do tema em abordagem. Kossoy (2000) dialoga sobre a importância dos signos, afirmando que "seu potencial informativo poderá ser alcançado na medida em que esses fragmentos forem contextualizados na trama histórica em seus múltiplos desdobramentos (...) que circunscreveu no tempo e no espaço o ato da tomada do registro".

Por mais que tivéssemos acreditado que só os registros seriam o suficiente para contar a história, adequamos os elementos de fabulação no corpo visual do produto. Quando nos comprometemos em compartilhar um projeto que inicialmente será direcionado a um grupo específico de leitores não podemos desconsiderar que nem tudo será entendido e conhecido da mesma forma que o jornalista inserido no conjunto. Sendo esse um dilema também observado em outras obras, é pontuado por DE MORAIS NOBRE (2003):

“A fotografia, apresentada como fonte de pesquisa, como mediadora do percurso destes interpretantes a fragmentos do seu mundo e a outros fragmentos de realidades que não sejam a sua, ao propiciar-lhes a oportunidade de construir uma leitura de si e do outro, passa a relacioná-lo com a sua cultura e, conseqüentemente, com uma outra cultura. ”

O texto toma dimensões enormes quando queremos contar uma história que só se desdobrou depois de acontecimentos diversos na vida de todos os personagens envolvidos. Nesse caso, como já dito antes, levando ao pé da letra o ato de querer direcionar especificamente esse discurso a um grupo de pessoas específicas, as chances do público se identificar com os fatos narrados é grande, por mais que as diferenças entre as nossas vivências se encontre na representação do enorme abismo que existe entre elas.

1.4 A informação digital, as redes sociais e o impacto do discurso do BTS no *fandom*

Considerando que estamos vivendo em um mundo cada vez mais consumido pelo digital, ainda preferi que tais conexões forem feitas e que não fossem compartilhadas diretamente e especificamente nas redes sociais. O fenômeno das publicações de stories do Instagram, por exemplo, foi escolhido por nós do Team Kim Seokjin para registro secundário de imagens e vídeos, por ter sua natureza efêmera e esquecível.

“O visual está em uma trajetória hipertrófica. O mundo torna-se transparente, o tempo é comprimido, como se tudo que sempre existiu foi a presença das imagens aceleradas. Tais imagens despertam o desejo, elas o fascinam e prendem, reduzindo limites e diferenças. Ao mesmo tempo, elas escapam ao desejo; ainda que presentes elas se referem e apontam ao ausente”. (WULF, 2013)

Sendo assim, atendo ao fato de fazer uma narrativa ainda jornalística em imersão àquela conjuntura, afirmo que a escolha de métodos de compartilhamento com a comunidade ARMY foi estudada e pensada previamente.

Os desafios e problemas que podemos observar na vida dos jovens brasileiros demandam um tipo de abordagem específica. Segundo uma pesquisa feita pelos laboratórios da Pfizer, cerca de 39% dos jovens da idade de 18 a 24 anos sentiram que a saúde mental foi prejudicada durante a pandemia e 11% afirmaram que a situação beirava margens apontadas como “muito ruim”. Para trazer dados que se encaixam na época que o material dessa revista foi captado, em 2019, contabilizações de atendimentos a jovens com depressão crescem 115% em três anos. O levantamento foi feito pelo SUS, do período de 2015 a 2018.

O contato intimista e sincero que é feito do BTS com seus fãs é algo a se salientar nessa discussão. Ao tocarem em assuntos como amor próprio, campanhas para conscientização do suicídio e problemas psicológicos, o sentimento de acolhimento e pertencimento cresce dentro de pessoas que por ora se sentiram necessitados de ouvir aquelas palavras. O tom de seriedade dos sete integrantes não se perpetua apenas na letra de suas músicas, como na maioria do álbum *Love Yourself*, que só pelo nome pode nos convidar a conhecê-lo. O grupo foi convidado a falar sobre a juventude e o futuro dos jovens na Assembleia Geral da ONU em 2018 e novamente no ano de 2021. Fica nítida a influência positiva sobre seus fãs. Kim Tae Hyung (V), integrante do grupo, disse em sua última oratória que espera que não consideremos o futuro apenas como uma escuridão sombria, que ainda temos muitas páginas em nossa história, e que não devemos falar como se o final já estivesse escrito.

CAPÍTULO 2

RELATÓRIO TÉCNICO

2.1 Pré-produção

O processo de pré-produção dessa revista envolveu inicialmente a noção da exigência de envolver mecanismos que facilitassem o uso de uma câmera profissional para a captura das imagens principais do projeto. Eu usei meus próprios recursos de fotografia nessa viagem. A necessidade de manter a câmera sempre perto de mim foi uma imposição que coloquei na cabeça como fator atenuante. Como descrito em algumas partes desse texto, houveram situações que não possibilitaram a assistência da câmera conosco. Alguns locais eram muito perigosos, no meio de uma mata fechada, então em tais horas decidi fotografar os acontecimentos via celular.

De início, logo no cumprimento do planejamento do primeiro dia de viagem, decidi que para apresentar os personagens da minha história eu teria que ter fotos que servissem como perfil de cada uma delas. Durante as nossas primeiras visitas nas cidades do percurso, momentos tais que nos sentíamos com mais energia e disposição, mostram ser as partes mais bem documentadas, numericamente falando. De acordo com a nossa queda de ânimo e níveis altos de cansaço, os relatos fotográficos diminuíram, mas foram auxiliados pelo texto durante o produto para que ficasse nítida a situação que ocorria naquele momento específico. As únicas fotos em que estou enquadrada foram tiradas pelas minhas amigas via celular. Inicialmente não foram pensadas como possível conteúdo desse trabalho, mas de acordo com a narrativa que se formava, julguei necessário colocá-las no projeto gráfico.

Além do meu interesse profissional em fotografia de pessoas em contextos de viagens, emaranhados com toda a paixão e fascínio pela música que nos juntou naquele momento, começaram a ficar nítidas as justificativas pessoais para a criação daquele conteúdo. Todas nós cinco passamos por momentos muito difíceis da vida, seja por conta de saúde mental ou saúde física. Fica salientado no corpo do produto o quanto nós procurávamos por locais com disposição de boa alimentação, sendo nossa dieta a vegana e com restrições de glúten e açúcar, porque eu sou celíaca e a Eloísa é diabética. Um dos motivos para ter colocado esse pequeno detalhe no final da descrição da estadia nas cidades é para que a informação sobre esses tipos de locais que pode servir como uma utilidade para alguém que esteja procurando alternativas para alimentação diferenciada, seja por opção própria ou condição de saúde. Juntamente a isso, julgamos como fio condutor

principal da nossa narrativa os conceitos de saúde mental e como esse assunto é abordado na mídia, seja a informação sendo direcionada para jovens ou não.

Especificamente no *fandom* do BTS, nunca deixamos de frisar a importância do cuidado pessoal e a relevância de levar a sério as doenças mentais e psicológicas. Eu não tive um direcionamento parecido quando era mais jovem e quero passar essa mensagem para pessoas mais novas, conscientizando sobre o quão importante nós somos como protagonistas das nossas próprias vidas. A abordagem do assunto da negligência com a saúde mental e de seus desdobramentos que poderiam culminar em um ato de acabar com a própria vida não deve ser descartada e muito menos deixada de lado na discussão da mídia direcionada para os jovens. Quanto mais pessoas importantes como o grupo BTS tomar esse discurso para si, mais as pessoas irão entender que o cuidado com a saúde mental não é um bicho de sete cabeças. Cá entre nós, ARMYs, sempre dizemos que Kim Nam Joon sempre se orgulha de nós quando conseguimos nos debruçar nos desafios da vida e ainda vencer nossos demônios internos. Todas nós que fazemos uma graduação e formamos sempre falamos "olha, Namjoon, sou seu orgulho!". Isso é o espelho da consequência das falas do BTS em nós, fãs, e tenho muito orgulho de estar contribuindo de alguma forma para o bem estar da nossa comunidade.

O público alvo da leitura desse projeto foi escolhido como o *fandom* ARMY. Os interesses sobre experiências de pessoas de idades variadas trarão ao conjunto de fãs mais coragem para falar sobre sua idade, sobre como a música não tem limitações de alcance e como conseguimos amar e lembrar de canções que nem são cantadas na nossa língua nativa.

Com todas essas preferências levantadas e colocadas no papel, logo que voltei para casa com o conteúdo bruto, comecei a editar as fotos e escolher quais iriam, em sequência, contar melhor a história da nossa viagem. O método de imersão do jornalista no ambiente, junto da captação de fotos e de criação de um roteiro narrativo para ajudar a contar a história foram mesclados e evidenciaram o momento que a foto foi tirada.

“Tal construção discursiva ocupa uma posição dentro da história da fotografia, notadamente a documental, jornalística ou testemunhal justamente por sobrepor à necessidade do instante, noções complementares e validatórias. relações de testemunho, presença, proximidade, unicidade, autenticação, atualidade e objetividade, apenas para citar alguns dos valores demandados pela ação do fotógrafo em reportar a "aparência possível do real". (KOSSOY, 2000)

2.2 Produção

O próximo passo depois da edição foi juntar as fotografias em um documento que foi diagramado no Adobe InDesign. Além disso, dispomos a narrativa escrita junto às suas respectivas partes da narrativa contada pelas fotos.

2.2.1 Fotografias

Foi utilizada como principal fonte das fotografias uma câmera NIKON D90, com lente acoplada, modelo Nikon DX 18-105mm, F/3.5-5.6g ED VR. Os equipamentos usados para captura de imagens extras foram os celulares iPhone 7S, Samsung Galaxy S9 e Asus Zenfone 5.

Inicialmente, como já dito anteriormente, não era pretendido usar as fotos do celular nesse produto. Mas como algumas partes da viagem não foram registradas pela minha câmera, por motivos também já explicados, decidi manter a riqueza da narrativa com o acrescentar das fotos tiradas por minhas amigas.

Enquanto utilizava da D90, evitei usar o modo automático e o flash, já que todo o processo de tirar as fotos também estava me servindo como aprendizado para fotografia de ambientes mais escuros que o normal, perfil de pessoas e tipos de construções fotográficas que eu não estava acostumada a registrar.

A parte fotográfica no produto é composta por um total de oitenta e nove fotografias que foram todas tratadas e editadas pela autora desse projeto.

As fotos de capa foram as que mais foram pensadas e preparadas. Demoramos quase um dia todo para alcançar a parte da cidade de Ouro Preto que queria usar como apresentação da revista. Conseguimos fazer todas até o final do primeiro dia de planejamento. Essa cidade foi escolhida para ilustrar a viagem porque era o destino que minhas amigas mais queriam visitar. Ouro Preto é conhecida como uma das cidades mais ricas em história do barroco, movimento artístico que começou na Europa no final do século XVI. É um movimento que vai em choque com a aplicação da racionalidade humana nas artes e aos resquícios que o renascentismo deixou, com uma ideia que reforçava que Deus era o centro da vida e do universo. O Museu da Inconfidência era um local que as meninas queriam muito conhecer. As obras de Aleijadinho também viraram o centro da nossa movimentação na cidade, sendo que reservamos um dia inteiro para conferir as suas obras de arte.

Durante observação de todas as fotografias, logo que estavam editadas e colocadas em ordem certa, ficou evidenciado a presença muito forte das cores. A única fotografia que teve um tom mais puxados para o cinza, simbolizando o fim do nosso trajeto, foi a da última página, junto ao agradecimento feito pelo autor. A explosão de fotos utilizadas no meio do produto exime a alegria e sentimento envolvido durante todo o caminho da nossa viagem. Todas as fotos foram dispostas assim, só sendo percebido o dinamismo de escolha relacionado às cores no processo final.

2.2.2 Projeto Gráfico

Como centro de partida para o projeto, dispus todas as possíveis páginas em uma folha de papel e marquei o que queria narrar em cada uma delas. Por mais que essas folhas tenham multiplicado em números depois, com a adição das fotos e do texto, mantive essa ideia e conduzi o projeto dessa forma. Fui acompanhando o cronograma disposto nas páginas anteriores, no tópico 2.1.1, e contei a história em ordem cronológica. O projeto gráfico real foi montado e desenvolvido no Adobe InDesign. A capa da revista foi editada no Adobe Photoshop, salva em .PNG e colocada no corpo da revista separadamente.

2.2.3 Padrões Gráficos

A escolha de predominância da cor roxa durante todo o corpo da revista foi inspirada no fandom ARMY, que considera o roxo como a sua cor oficial. A frase “*I Purple You*” foi dita pelo integrante da banda, Kim Tae Hyung (V), que em um dos seus discursos usou a expressão como substituto de “*I Love You*”. A frase agora é entendida e interpretada, tanto no fandom como por estudos de Kanozia (2021, trad. nossa) por “uma expressão de confiança eterna e amor sem fim”.



Figura 1: Disposição de cores roxas nas páginas da revista do Team Kim Seokjin.

2.3 Tipografia

Outra escolha que calhou ser importante no design das páginas foi a escolha da tipografia. Por mais que pareça um tipo de conhecimento desenvolvido na era digital, as origens desse tipo de estudo estão sendo discutidas pelos cientistas até hoje, nos levando à proposição de alguns autores que a tipografia se originou de tipogramas, figuras que representavam alguma ação, algum ser ou conceito, e que foram se desenvolvendo de acordo com o tempo para uma linguagem que abrangesse também a fonética (DA FONSECA, 2009).

O estilo proposto para o projeto em questão era de um design minimalista, com letras grandes e bem espaçadas quando linkadas diretamente às páginas com texto. A narrativa em si também foi seguida por uma fonte sem serifa, mantendo o texto por inteiro em letras minúsculas. Essa decisão foi feita inicialmente por existir um comportamento dentro do fandom do k-pop que condena o uso de letras maiúsculas no início de frases, por exemplo, porque sempre estamos querendo compensar o jeito que as pessoas de fora nos veem: fanáticas e loucas por pessoas bilionárias que nunca nem vão saber que você existe. Esse comportamento virou uma forma de revolta e resistência dentro da comunidade do k-pop, sendo implementada até como regra para fazer parte de algum grupo específico de pessoas e de interagir com os perfis que você segue. Exemplos são encontrados no tweet abaixo:



rt to be in a small kpop imessage gc
 - 14-18 years old
 - multis only
 - don't be problematic
 - selective
 - no jams and autocaps go away
 - preferably stan nct, bts, ateez
 - gays and poc get a free pass
 - be active, don't let the gc die
 - let's get close

Figura 2: fã de k-pop diz quais são as regras para entrar em contato com ele e fazer uma amizade.

Além disso, toda a ideia de escrever em letras minúsculas também teve inspirações dos anos 70, época que a escritora feminista Gloria Jean Watkins escolheu como seu pseudônimo na literatura um nome sem capitalizar as suas primeiras letras: bell hooks. A pensadora explica que a forma de dispor o próprio nome sem a capitalização significa um distanciamento da própria personalidade, que era característica de um movimento feminista que estava se formando nos anos 60 e no início dos anos 70. hooks apresenta uma forma nova de enxergar a realidade durante uma entrevista: “vamos falar mais sobre as ideias por trás do nosso trabalho, vamos falar menos sobre as pessoas”. Ela ainda nos revela que muitas feministas da época estavam resgatando os nomes de suas antepassadas para usá-los na luta contra o machismo e a desigualdade de gênero.

Ademais, como já observou Da Fonseca (2009), as letras sem serifa, também chamadas de “grotescas”, não foram muito utilizadas no início, mas alcançaram um estopim de uso no século XX. DA FONSECA (2009) classifica a Helvetica, uma das fontes sem serifa mais conhecidas do mundo como “uma família de tipos versátil, com enorme variedade de pesos e larguras, e seu caráter universal a torna fácil de combinar com outros tipos”.

“Exatamente por sua simplicidade a fonte sem serifa foi selecionada para os textos da revista. A pretensão é que o leitor não se apegue muito no estilo da fonte e sim no conteúdo de cada história contada, bem como nas fotografias que compõem a página, que por si só já são informações demais, e acabam não deixando espaço para mais coisas que carreguem o aspecto visual”. (LEÃO E FREITAS, 2016)

As fontes utilizadas com serifa no projeto foram especialmente na legenda das fotos, com uma fonte em itálico e mais próxima dos grifos romanos. A outra representação de letras com serifa no corpo da revista foi feito minimamente em apenas alguns ambientes, locais onde o autor informava o tempo de viagem que foi gasto e qual era a quilometragem de um lugar para o outro.

2.4 Pós Produção

O terceiro passo do processo criativo dessa revista consistiu em edições feitas pelo Adobe Photoshop CC. Os pequenos ajustes foram feitos quando havia algum problema na iluminação, rotação de alguma imagem para que ficasse disposto junto da disposição objeto fotografado (ex.: um objeto que foi fotografado com linhas horizontais foi editado para que ficasse perfeitamente alinhado).

Ao decorrer do projeto decidimos utilizar de alguns ícones para ilustrar e deixar clara a informação direta que queríamos dar naquela determinada parte da página. Muitos deles serviram como ícones indicativos de informações rápidas, todos baixados de forma gratuita pelo site de vetores *Freepik*.

Para manter o ritmo da narrativa proposta, foi feita uma curadoria pelo autor que conferiu a hora e dia das fotografias, uma por uma. Todas foram dispostas cronologicamente, exceto a fotografia da capa que foi tirada no dia um e dois, respectivamente, do planejamento do itinerário da viagem.

O modelo de página escolhido como sendo um formato digital e mais comprido, diferente de uma folha A4 em paisagem, soou mais interessante com o dispor das fotos sobre a tela. A proposição das imagens tornou mais confortável que a revista fosse lida assim, e é claro, prezamos pelo conforto do olhar de quem lê o produto.

O produto final será disponibilizado na plataforma Issuu e será compartilhado com o fandom ARMY no Twitter.

CAPÍTULO 3: CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a finalização da revista, podemos afirmar que a produção de um projeto que conta histórias reais, com participação pessoas reais e sobre situações reais é muito mais importante do que aparenta ser. O jornalista como comunicador e interlocutor tenta trazer à tona todo o sentimento que aquela pessoa registrou, seja fotograficamente ou narrativamente. Juntos, os dois tipos de costurar de história se complementam, sendo difícil até de encaixar o produto em algum termo pré-criado, pois a escolha pelo digital tem suas justificativas e preferências, afastando o produto de ser categorizado como uma grande-reportagem impressa, por exemplo. Todos os emaranhados de porquês que conectam a história sobre eventos compartilhados no âmbito digital ao formato de revista são altamente relevantes nessa produção, pois sem a diagramação e sem a narrativa do texto as fotos ficariam soltas e sem o seu significado completo.

A revista do Projeto Team Kim Seokjin teve como função contar a história de suas personagens durante aquele intervalo de tempo e consegue cumprir seu propósito. Com a visualização do rosto das meninas, as situações narradas e as informações adicionais, foi possível construir uma atmosfera comovente que esperamos que conquiste um lugar no coração não só das já fãs do k-pop, mas também das pessoas que não conhecem muito sobre o assunto. Somos cinco mulheres totalmente diferentes e fomos unidas por uma coisa improvável: sete caras da Coreia do Sul que nasceram com o dom da música. Trazendo o relato dos personagens, fica evidenciado que a comoção por tal estilo musical não tem indicação de idade estipulada e nem de gênero. Todas as pessoas são mais que bem vindas a olhar para o k-pop com olhos mais ternos, mesmo que seja com um filtro que ainda classifique a cultura coreana muito distante e dissemelhante se comparada com a do Brasil.

Além disso, todas as informações sobre as disposições culinárias do local podem ser usadas como guia para alguma viagem futura, seja feita pelo Team Kim Seokjin ou de algum leitor. Os motivos que levam as pessoas a terem a alimentação restrita são muitos. Independente dessas razões, o direcionamento descrito na revista visa um conforto na hora de viajar, porque sabemos que nem tudo está na palma das nossas mãos para que resolvamos quando conseguirmos. Um segundo plano pode ser colocado em prática. Em casos de viagens longas e cansativas, parar em um restaurante pra almoçar ou jantar seja a melhor opção.

As ocorrências facilitadoras da execução de todas as tarefas nos alarmam os olhos após a conclusão do projeto, hoje, em 2022. Já sabíamos da realidade que a maioria das pessoas podem não possuir uma câmera profissional ou um tripé para ajuda na hora de fotografar. Dois anos depois, pelo amadurecimento pessoal ou piora da qualidade de vida do brasileiro, muitas pessoas podem não ter condições financeiras de comparecer a todos os pontos turísticos listados nessa revista, podem não ter grana pra viajar pelo Brasil durante a alta da gasolina, uma das consequências de um desgoverno federal. Essa revista surge para iluminar os olhos dos entusiastas de viagens e dos contadores de histórias: com o planejamento na ponta do lápis, mesmo se necessário passar por um período para juntar os recursos, uma viagem pode aparecer no final do túnel, te esperando, cheia de possibilidades. Nós passamos cerca de um ano e meio de estágio juntando o dinheiro para essa nossa pequena aventura. Juntamos até os centavos dos pedágios em pequenos saquinhos para não dar trabalho na hora H. Lembrando que quase todas nós éramos estudantes na época, apenas a Luana tinha um trabalho fixo fora da área da Educação, área que é formada.

Outra informação que ficou transparente aos nossos olhos é o preço que pagamos por estadia, comida e locais turísticos. Um informativo simples de simulação do preço da gasolina foi colocado na página 27 da revista, e em comparação ao preço de hoje, já são mais de R\$4,00 de diferença por litro. Sendo assim, não queremos passar a ideia equivocada de que planejar uma viagem é “mamão com açúcar” e descomplicado. Nunca ultrapasse seus limites monetários. Tenha sempre a cabeça no presente, por mais que a imaginação nos faça querer focar no futuro. Todos os fatores da economia inflamada do nosso país nos preocupam e interferem na hora de fazer os planos ou fazer as malas. Essa comparação dos preços também pode servir como conscientização da situação do Brasil quando estamos falando de dinheiro e bem estar.

Fica perceptível ao ler o produto inteiro que as histórias são complexas e são compostas de várias nuances. Essas informações distintas que são dispostas ou na narrativa ou na fotografia são enriquecedoras de uma história formidável e fazem com que percebamos que o tempo livre que reservamos é muito importante para a manutenção do nosso bem estar e das pessoas ao nosso redor. As histórias são convidativas, expositivas e grandes formadoras de laços, raízes profundas que nos unem até hoje como irmãs de alma. O destino de uma grande amizade foi traçado durante aqueles sete dias e essa foi a nossa história. Espero que vocês também se sintam pertencentes lendo esse relato e apreciando as nossas fotografias. Essas memórias estarão pra sempre eternizadas por essa revista.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOK-RAE, Kim. Past, present and future of Hallyu (Korean Wave). **American International Journal of Contemporary Research**, v. 5, n. 5, p. 154-160, 2015.

BORGES, Fabrícia Teixeira; LINHARES, Ronaldo Nunes. Imagem e narrativa: a construção dialógica da fotografia na pesquisa qualitativa em ciências humanas. **Revista Educação em Questão**, v. 33, n. 19, p. 128-149, 2008.

DOS SANTOS, Fernanda Alves. Estudo de caso: Matriz SWOT do BTS. **Simbiótica. Revista Eletrônica**, v. 7, n. 2, jan.-jun., p. 220-241, 2020.

ESTEVÃO, F. G. M. O potencial da cultura de nichos: um olhar sobre o fandom. **O potencial da cultura de nichos: um olhar sobre o fandom**, 2011.

DA FONSECA, Joaquim. **Tipografia & Design gráfico: Design e produção de impressos e livros**. Bookman Editora, 2009.

FREITAS, Patrícia; LEÃO, Ana Carolina. **OPEN – A Revista Fotográfica dos Bares de Viçosa**. Viçosa, 2016.

DE MORAIS NOBRE, Itamar. **A fotografia como narrativa visual**. Sinopse de Dissertação, UFRN. Natal, 2003.

GENDLER, Martín Ariel. Cuando el KPOP conoció Internet (e Internet conoció al KPOP): retroalimentaciones dentro de un fenómeno global en crecimiento. In: **1ra Jornada sobre la Oleada Coreana**. Asociación Mundial para Estudios Hallyu-WAHS Argentina; Centro Cultural Coreano, 2017.

KOSSOY, Boris. Decifrando a realidade interior das imagens do passado. **Kossoy, B, Realidades e ficções na trama fotográfica**, p. 61-126, 2016.

KOSSOY, Boris. **Fotografia & história**. Ateliê Editorial, 2001.

KOSSOY, Boris. **Realidades e ficções na trama fotográfica**. Ateliê Editorial, 1999.

MACIEL, Hyvie Caroline Rodrigues; HOSKEN, Clara Lima; RAMOS, Isabela de Souza Ferreira. Bem Estar e Isolamento Social: como a pandemia afeta a saúde mental dos brasileiros. In: **Anais do Congresso Nacional Universidade, EAD e Software Livre**. 2021.

MARINHO, Isabela (2018). Festas, shows e aulas de coreano: como o k-pop conquistou os brasileiros. UOL. Disponível em <https://www.uol.com.br/urbantaste/noticias/redacao/2018/08/23/festas-shows-e-aulas-de-coreano-como-o-k-pop-conquistou-os-brasileiros.htm>

MARTINEZ, Monica. Narrativas de viagem: escritos autorais que transcendem o tempo e o espaço. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 35, p. 34-52, 2012.

MODERNELL, Renato. NARRATIVAS DE VIAGEM E JORNALISMO LITERÁRIO. **Todas as Letras: Revista de Língua e Literatura**, v. 9, n. 1, 2007.

OLIVEIRA, Rita de Cássia Alves; AZOUBEL, Diogo. Faces do Maria Celeste: rito e memória em narrativas fotojornalísticas. **Discursos Fotográficos**, v. 15, n. 27, p. 66-83.

PENA, Felipe. O jornalismo literário como gênero e conceito. **Revista Contracampo**, n. 17, p. 43-58, 2007.

SOUZA, Andressa; MARTINS, Helena. A Majestade do Fandom: a Cultura e a Identidade dos Fãs. In: **XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Fortaleza**. 2012.

OUTRAS REFERÊNCIAS:

<https://www.statista.com/statistics/973644/south-korea-bts-youtube-channel-views-by-country/>

<https://g1.globo.com/bemestar/depressao/noticia/2019/09/17/atendimentos-do-sus-a-joovens-com-depressao-crescem-115percent-em-tres-anos.ghtml>

<https://www.poder360.com.br/internacional/nao-seremos-uma-geracao-perdida-diz-grupo-de-k-pop-bts-na-assembleia-da-onu/>

<https://blackrosetfed.org/intersectionalism-bell-hooks-interview/>

<https://www.guinnessworldrecords.com.br/news/2021/9/bts-e-seus-23-recordes-entram-para-o-hall-da-fama-do-guinness-world-records-2021>

ANEXOS


Planejamento do itinerário de viagem em planilhas





Como não queríamos nos indispor por conta de possíveis acontecimentos no nosso caminho, planejamos a semana inteira de viagem em um documento que está disposto abaixo. Todas nós tínhamos acesso às informações e poderíamos preencher o que faltava no celular durante a viagem com acesso ao aplicativo do Google Drive.

Planejamento – Team Kim Seokjin

- Carro alugado: Chevrolet Spin

Programação da cidade de São João del Rei:

Atração	Informações	Fotos	Preço
Igreja Nossa Senhora do Carmo	Fica no centro histórico, tem arquitetura barroca e do rococó. Cartão postal da cidade. Construída em 1733.		R\$4,00

<p>Basília Catedral Nossa Senhora do Pilar</p>	<p>Construída em 1721, famosa pelos sinos “que falam”. Estilo neoclássico por fora, barroco no interior. Tem muitas igrejas antigas e importantes na cidade, mas essas parecem as mais interessantes.</p>	 	<p>R\$ 5,00</p>
<p>Memorial Tancredo Neves</p>	<p>Casarão do séc. XIX que conta a história do Tancredo Neves, que nasceu nessa cidade. Interessante porque conta a história dele e da redemocratização nos anos 80. Fecha às segundas feiras.</p>	 	<p>R\$2,00</p>

Informações extras:

- Tem muita, muita coisa pra fazer nessa cidade. Vários prédios históricos e pelo menos uns 5 museus diferentes. Tem até um pelourinho. É muito, muito histórica, tem que pesquisar melhor ou perguntar pro Wagner quais os melhores lugares para visitar.
- O Wagner disse que a vida noturna em São João Del Rei é ótima, altos rolês. Pensamos em ir no forró que rola na quarta-feira. De acordo com ele é um forró arretado de bom, vale muito a pena.
- Os sinos da cidade são a atração mais famosa. Tocam várias vezes por dia e cada toque quer dizer uma coisa.
- Entre São João Del Rei e Tiradentes tem uma visita às grutas, vou colocar o passeio em Tiradentes, mas fica entre as duas cidades.

Roteiro geral da viagem:

13/12	Viagem de Joinville até Viçosa – 16H	Saída de Jlle: 12/12 Chegada em V: 13/12 Saída de V: 14/12
14/12	De Viçosa para Ouro Preto – 2H30MIN	Chegada: 14/12 Saída: 17/12
15/12	Bate volta de Ouro Preto para Mariana – 1H ida e volta	Rolê dia:16/12
16/12	De Ouro Preto para BH – 2H	Chegada: 17/12 Saída: 17/12
17/12	BH para Brumadinho – 1H30MIN	Chegada: 17/12 Saída: 19/12
18/12	Brumadinho para São João del Rei – 3H	Chegada 19/12 Saída: 21/12
19/12	Bate volta até Tiradentes – 1H	
20/12	São João del Rei para Viçosa – 4H	Chegada em V: 21/12 Saída: 22/12
21/12	Viçosa para Joinville - 16 horinhas	22/12

CUSTOS GERAIS

Carro: R\$ 2041,29 de 12 a 23 de dezembro

Valor para cada viajante desse balão mágico: (a ser pago para Luana)

Pessoa	Quanto pagar	Total pago	Quanto falta	taoqui?
Luana	426,80	426,80	0	OK

Débora	426,80			OK
Denise	426,80		137	
Eloiza	426,80	422,00	0	OK
Lari	334,00	335,00	0	OK
Total	2041,23			

HOSPEDAGENS:

Hospedagem da casa das minas com a mina: (pagar para Denise)

Pessoa	Quanto pagar	Total pago	Quanto falta	taoquei?
Luana				
Débora				
Denise				
Eloiza				
Lari				
Total				

Hospedagem vermelha para dar rolê em Inhotim: (pagar para a Débora)

Pessoa	Quanto pagar	Total pago	Quanto falta	taoqui?
Luana				
Débora				
Denise				
Eloiza				
Lari				
Total				

Hospedagem em São João Del Rei para ir no forró e tal: (tem que ver isso aí)

Pessoa	Quanto pagar	Total pago	Quanto falta	taoqui?
Luana				
Débora				
Denise				
Eloiza				
Lari				
Total				

DETALHES DO ITINERÁRIO

Dia 12/12, quinta-feira:

11:00: Retirar o carro

Parte da tarde: descansar e organizar

18:00: saída para Viçosa

Dia 13/12, sexta-feira:

10:00: chegada em Viçosa

Dia 14/12, sábado:

07:00: Saída de Viçosa para Ouro Preto

10:00: Chegada em Ouro Preto

Programação da cidade de Ouro Preto:

- Praça Tiradentes
- Museu da Inconfidência (funciona das 10:00 às 17:00)
- Museu de Ciência e Técnica da Escola de Minas da UFOP (funciona de 12:00 às 17:00)
- Igreja de São Francisco de Assis (fica em frente tem a Feira de Pedra Sabão)

14:00: Hora do Check-in

Horário da noite: ainda não decidimos.

Dia 15, domingo: (creio que não precisaremos de um dia todo em Mariana, podemos voltar logo após o almoço e ver mais coisas em Ouro Preto)

08:00: Ida para Mariana

(No caminho tem a Mina da Passagem com um lago subterrâneo)

Dia 16/12: Segunda-feira

08:00:

- Parque das Andorinhas
- Parque Itacolomi (a trilha principal é longa, tem um Museu do chá, porém fecha nas segundas)
- Lavras Novas

Dia 17/12, terça-feira:

07:00: Saída para Belo Horizonte

19:00: Chegada em Belo Horizonte

Programação para a cidade de BH:

- Praça da Liberdade
- Mercado Central
- Pampulha

16:00: Saída para Brumadinho

18:00: Check-in

Dia 18/12, quarta-feira:

09:30: Inhotim (eles fecham às 16:30)

Programação para Brumadinho:

- Piedade do Paraopeba
- Jantar no Ponto Gê (eu vi que tem muita opção só com frutas e vegetais)

Dia 19/12, quinta-feira:

- Uma segunda ida à Inhotim

17:00: Saída para São João Del Rei

19:00: Check-in

Dia 20/12, sexta-feira:

- Tiradentes

Dia 21/12, sábado:

10:00: Retorno para Viçosa

Dia 22/12, domingo:

Retorno para Joinville