



Serviço Público Federal  
Ministério da Educação  
**Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul**



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL**  
**FACULDADE DE ARTES, LETRAS E COMUNICAÇÃO**  
**CURSO DE JORNALISMO**

**IRME**

Narrativa transmídia sobre vozes, veias  
e memórias latino-americanas

Lara Isabelle Bellini Brasil

Campo Grande  
NOVEMBRO/ 2024

**FACULDADE DE ARTES, LETRAS E COMUNICAÇÃO**

Cidade Universitária, s/nº - Bairro Universitário  
79070-900 - Campo Grande (MS)  
Fone: (0xx67) 3345-7607 <http://www.ufms.br>  
<http://www.jornalismo.ufms.br> / [jorn.faalc@ufms.br](mailto:jorn.faalc@ufms.br)



## **IRME**

Narrativa transmídia sobre vozes, veias  
e memórias latino-americanas

### **LARA ISABELLE BELLINI BRASIL**

Relatório apresentado como requisito parcial para  
aprovação na Componente Curricular Não  
Disciplinar (CCND) Trabalho de Conclusão de Curso  
(TCC) do Curso de Bacharelado em Jornalismo da  
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul.

Orientador(a): Profa. Dra. Rafaella Lopes Pereira Peres

#### **FACULDADE DE ARTES, LETRAS E COMUNICAÇÃO**

Cidade Universitária, s/nº - Bairro Universitário  
79070-900 - Campo Grande (MS)  
Fone: (0xx67) 3345-7607 <http://www.ufms.br>  
<http://www.jornalismo.ufms.br> / [jorn.faalc@ufms.br](mailto:jorn.faalc@ufms.br)



Serviço Público Federal  
Ministério da Educação  
Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul



## ATA DE DEFESA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**Título do Trabalho:** "IRME: narrativa transmídia sobre vozes, veias e memórias latino-americanas"

**Acadêmica:** Lara Isabelle Bellini Brasil

**Orientadora:** Rafaella Lopes Pereira Peres

**Data:** 26/11/2024

**Banca examinadora:**

1. Marcos Paulo da Silva
2. Thayná Rafaela de Oliveira

**Avaliação:** (x) Aprovado ( ) Reprovado

**Parecer:** Parabenizamos pelo trabalho apresentado (processo produtivo e resultado), indicamos a importância de consideração das questões formais pontuadas pela banca (relatório e produtos) e reforçamos a relevância de ampliar a divulgação do trabalho, participar de premiações e dar continuidade, pensando o projeto como um plano de negócio.

Campo Grande, 26 de novembro de 2024.

NOTA  
MÁXIMA  
NO MEC

UFMS  
É 10!!!



Documento assinado eletronicamente por **Rafaella Lopes Pereira Peres, Professora do Magistério Superior**, em 26/11/2024, às 20:49, conforme horário oficial de Mato Grosso do Sul, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

NOTA  
MÁXIMA  
NO MEC

UFMS  
É 10!!!



Documento assinado eletronicamente por **Laura Seligman, Coordenador(a) de Curso de Graduação**, em 27/11/2024, às 15:38, conforme horário oficial de Mato Grosso do Sul, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://sei.ufms.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://sei.ufms.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **5258628** e o código CRC **4F4CBEAE**.

---

**COLEGIADO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO (BACHARELADO)**

Av Costa e Silva, s/nº - Cidade Universitária

Fone:

CEP 79070-900 - Campo Grande - MS

---

**Referência:** Processo nº 23104.016982/2024-74

SEI nº 5258628



## **AGRADECIMENTOS**

A IRME nunca teria nascido como nasceu sem ser escrita com o coração, por mim e pelas pessoas que me apoiaram e me inspiraram nesta viagem, engraçado seria se ela, que é sobre gente não tivesse sua base nas pessoas. Dedico todo esse trabalho duro e amado aos meus grandes amores, Vovó Joana, Papai Cesar e Mamãe Carmem, por exatamente tudo que fizeram por mim até aqui, que foi muito. Eles são a personificação mais clara, genuína e palpável do amor de Deus em minha vida, desde sempre. À minha irmã e parceira de casa, Ana Laura, por ser cuidado e carinho. Às companheiras de viagem, e colaboração na produção deste trabalho, Luísa, Geane e Mar, pela paciência, dedicação e compromisso. À Ana Carolina, por me dar o livro que plantou essa sementinha de esperança em minha alma. À brilhante e talentosa Victória, amiga e ilustradora da IRME. Ao gentil e amoroso, Conra, por acreditar em mim. Às minhas amigas, Gabriela, Analu, Polyana, Alexandra e Beatriz, pelo apoio e por dividirem alguns fardos e responsabilidades nesses tempos turbulentos. À Florencia, que com sua doçura me ensinou sobre sua terra e sua língua. A todos amigos e amigas que foram luz no meu caminho até aqui. E para fechar com chave de ouro, uma dedicatória especial e afetiva à minha orientadora e grande inspiração Rafaella Peres, que já me orientava muito antes de ser oficial, não poderia ser outra pessoa, obrigada por ser sinônimo de coragem, arte e amizade.

Obrigada também à Lara, do passado, do agora e do futuro, pelo seu coração, pela sua força e por não desistir, nunca, mesmo muito cansada. Se a ideia e o objetivo do Trabalho de Conclusão de Curso é promover a autorreflexão, sobre si mesmo e sobre a profissão que escolhemos, para mim, esse trabalho cumpriu seu papel social e acadêmico. Ser jornalista, como tentei ser, bravamente e com muita dedicação para alumiar essa narrativa, é tudo o que desejo fazer, ser e seguir.

**Com amor, Criadora da IRME.**



## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura</b>	<b>Pág.</b>
Figura 1: Ilustração “El norte es el Sur”, de Joaquim Torres García	15
Figura 2: Raios alaranjados que compõem a bandeira argentina	54
Figura 3: Paleta cromática da edição piloto	54
Figura 4: Logotipo produzido para ser aplicado nos três produtos	55
Figura 5: Logotipo reduzido produzido para ser aplicado nos três produtos	56
Figura 6: Fonte de referência para a produção do logotipo da IRME	56
Figura 7: Esboços e planejamento para a diagramação virtual, considerando os conteúdos e experiência usuário	57
Figura 8: Prints de tela da revista digital que indicam título de texto e o seu corpo textual, junto do elemento de caixa de cor, fundo preto, ícone de informação no lado superior direito, em preto, e por fim, a seta no meio da página, do lado direito, que indica acessibilidade e mobilidade para a navegação pela revista digital.	61
Figura 9: Prints de tela da revista digital focando nos títulos das editorias, que apresentam um tamanho tipográfico maior do que o restante da página, indicando ao leitor, onde começa a direção da leitura.	62
Figura 10: Print de tela da revista digital que aponta um exemplo de elemento visual colorido e geométrico servindo de caminho e descanso para a leitura.	62
Figura 11: Prints de tela da revista digital que mostram breves animações, tipográficas e imagéticas.	63
Figura 12: Prints de tela da revista digital com ícones ao longo das páginas e imagens.	64
Figura 13: Prints de tela da revista digital no momento da sua edição no <i>Readymag</i> , apresentando o grid e a disposição dos elementos, tipográficos, visuais, ilustrativos e auditivos, para compor a página.	66
Figura 14: Prints de tela da revista digital indicando a inserção de um áudio guiado.	67
Figura 15: Ilustrações produzidas para compor a editoria ID da ED	68, 69
Figura 16: Fotos produzidas na viagem à Argentina e que serviram de referência para a produção das ilustrações da editoria ID da ED	69
Figura 17: Prints de tela da revista digital	71
Figura 18: Print de tela do perfil de Tum Wuthipol Uj, uma das referências utilizadas para a pré-produção e confecção do zine	73
Figura 19: Imagem do zine dobrado/formato fechado (capa)	75



Figura 20: Frente verso do Zine “IRME - Argentina em contos”, impresso e dobrado. As fotos foram tiradas durante o tempo de viagem pelo país e a ilustração foi feita especialmente para este zine, por Victória Amori ou m	75
Figura 21: Frente do zine impresso, indicando a fotografia de uma das cidades do estado de Mendoza, que é retratada no verso do zine junto de um conto popular e de ilustrações que promovem sua identificação no mapa da Argentina	77
Figura 22: Prints de tela do perfil no <i>Instagram</i>	78



## SUMÁRIO

<b>Agradecimentos</b>	
<b>Resumo</b>	<b>4</b>
<b>Introdução</b>	<b>5</b>
<b>1. Suportes teóricos adotados</b>	<b>9</b>
1.1 (Re)conhecer a América Latina	9
1.2 Reportagem-viagem, perfil, retrato e jornalismo de viagem	18
1.3 Produção Jornalística Transmídia	24
1.3.1 Revista Digital	26
1.3.2 Redes Sociais na Produção Jornalística	30
1.3.3 Fanzine e a junção de diferentes mídias	36
<b>2. Atividades desenvolvidas</b>	<b>43</b>
2.1 Metodologia	43
2.2 Execução	49
2.2.1 Identidade Visual	51
2.2.2 Revista Digital 'IRME'	57
2.2.3 <i>Fanzine</i> 'IRME - Argentina em contos'	73
2.2.4 Perfil do <i>Instagram</i> 'Diário de Repórter'	77
<b>3. Dificuldades encontradas</b>	<b>81</b>
<b>4. Objetivos alcançados</b>	<b>86</b>
<b>5. Considerações finais</b>	<b>87</b>
<b>6. Referências</b>	<b>90</b>
<b>7. Referências complementares</b>	<b>95</b>
<b>8. Anexos</b>	<b>96</b>
<b>9. Apêndices</b>	<b>99</b>



## RESUMO:

O trabalho apresenta o processo de produção de uma narrativa transmídia intitulada IRME. O produto é dividido em edições-países, partindo da carência de uma valorização coletiva da América Latina e de quem a habita, com foco nos brasileiros e brasileiras e no acesso, veiculação e propagação da informação. A edição piloto traz a Argentina como protagonista, sua gente, costumes, terras, histórias, memórias, vozes apresentadas em diferentes formatos, visando alcançar diferentes públicos. A construção do trabalho é embasada e sustentada por estudos teóricos sobre a América Latina e teórico-práticos sobre a produção jornalística: Jornalismo de Viagem, Produção Jornalística Transmídia, Jornalismo de Revista. A narrativa transmídia é composta por três artefatos: 'Argentina em contos': um zine fotográfico impresso com contos do país, 'Diário de Repórter': um perfil no *Instagram* para divulgação curiosidades extras sobre as viagens e seus bastidores de produção (<https://link.ufms.br/3lla4>) e a revista 'IRME': uma revista digital publicada no *Readymag* (<https://link.ufms.br/iWtVV>). O Processo produtivo contou com uma viagem por quatro estados da Argentina e diversas entrevistas, com o objetivo principal de criar um produto jornalístico que a cada edição aborde diferentes aspectos de um país específico da América Latina.

**PALAVRAS-CHAVE:** América Latina; Jornalismo de Viagem; Revista Digital; Zine; *Instagram*.



## INTRODUÇÃO<sup>1</sup>

Este trabalho já foi uma ideia abstrata, para depois se tornar anotações organizadas seguidas de ações, e por fim se materializar em algo concreto. Em outras palavras e metáforas, primeiro era um emaranhado de células, depois tomou forma e nasceu, em um parto demorado e longo. Não é possível parir um país como um ser vivo, afinal ele já existe, junto de suas características e peculiaridades, é material e perceptível e, também, imaterial e impalpável. Portanto, o que se tem é um recorte, subjetivo, a partir da percepção jornalística que me atravessou quando conheci e acessei a Argentina. Esse recorte virou três produtos jornalísticos, criados especialmente para a edição piloto da narrativa transmídia intitulada, IRME.

A gestação da narrativa transmídia IRME e o desenvolvimento da primeira edição da revista digital, produto principal, do diário de viagem publicado no *Instagram* e do zine de breves contos populares difundidos pelos argentinos é apresentado neste trabalho. Trata-se, portanto, do desenvolvimento de um produto jornalístico transmídia que a cada edição abordará diferentes aspectos de um país específico da América Latina. Assim, a IRME foi pensada em edições-países, partindo da necessidade de uma valorização coletiva da América Latina e de quem a habita, ou seja, uma América Latina para os latino-americanos, sobretudo nesse caso, para os brasileiros e brasileiras, e no acesso, veiculação e propagação da informação. Pensada em edições semestrais, devido a complexidade dos processos para cada uma existir, exibidos nos item 2 e 3 deste relatório, a edição piloto traz a Argentina como protagonista. Sua gente, costumes, terras, histórias, memórias, vozes e veias são mostradas nos diferentes formatos informativos, nos quais o conteúdo se complementa e apresenta uma percepção específica de um país percebido pelo olhar do jornalismo e desta repórter, autora deste trabalho.

---

<sup>1</sup> Este trabalho faz parte de um esforço de pesquisa que tem como interesse principal relacionar as áreas do Jornalismo e do Design da Informação, a partir de investigações realizadas no projeto de pesquisa “Pensar visual: intersecções possíveis entre o jornalismo e o design da informação”.



Esta primeira edição materializa o desejo de levar o/a leitor/a a refletir sobre o pertencimento e a memória do espaço e da cultura ancestral enraizada e resistente ao tempo. A construção se embasa e se sustenta em estudos teóricos sobre a América Latina e teórico-práticos da produção jornalística: Jornalismo de Viagem, Jornalismo Cultural, Produção Jornalística Transmídia, Jornalismo de Revista, dando origem aos três artefatos, um zine fotográfico impresso, um perfil no *Instagram* para divulgação de uma espécie de diários de repórter (<https://link.ufms.br/3lla4>) e uma revista digital (<https://link.ufms.br/iWtVV>). A execução principal da narrativa durou, aproximadamente, quatro meses, mas o desenvolvimento, desde um pequeno embrião até uma vida independente, não é de hoje.

A IRME, enquanto possibilidade de produto jornalístico, nasceu durante a graduação, como trabalho final da disciplina (hoje chamada) “Laboratório de Design para o Jornalismo”. Se iniciou de um encantamento com as fronteiras geográficas como valorização urgente do que é nosso enquanto latino-americanos, partindo de uma necessidade percebida de conectar o Brasil a suas raízes pertencentes, mas pouco conhecidas, que habitam a América Latina desde antes das âncoras das caravelas atracarem em nossas terras. A ruptura de laços com os países vizinhos, marcada pela colonização e por outros eventos históricos, propõe que fomos, ou ainda somos, mesmo que involuntariamente, ensinados que o nosso não é tão bom ou tão importante quanto o que vem de fora do continente. Por muito tempo, este lado do mapa serviu de exploração e projeção do Velho Mundo, e apesar de arrancarem tanto, incluindo o futuro, os sonhos e a vida para fazerem a travessia; a vitrine, as medidas e as referências aparentemente nunca cruzaram os mares.

Com a realização deste trabalho, propus apresentar, a partir dos princípios do jornalismo, a viagem que comecei em 8 de julho de 2023 e que serve de incentivo e reflexão para o olhar a partir do lado contrário dos oceanos, o lado de dentro. Quando Galeano (2020) pergunta se o passado é mudo ou nós continuarmos surdos, nos faz refletir sobre os motivos que impulsionaram a difusão que ele pretendeu fazer de “informações desconhecidas” (Galeano, 2020, p.7).



Ao contrário dele, os artefatos apresentados neste trabalho não têm como objetivo principal a denúncia, ainda que necessária. Não quero abrir mais as feridas, relembrando anos de massacres e saques sofridos por milhões. A memória da dor, da fome, da morte não é tudo que temos ou que somos. Sendo assim, a favor de Galeano (2020), só que nos termos da valorização, este trabalho pretende difundir informações pouco conhecidas, de vida, luta e resistência, de crenças e tradições ainda vívidas em contos, na realidade vivida e nos costumes que atravessam gerações, captados nas entrevistas durante a produção dos três produtos. Entrevistas essas que evidenciam, nas respostas, as marcas da história pessoal e regional de cada fonte, trazendo a narrativa e a história de seu povo, de modo específico, mas também coletivo, ao apresentar a história nacional, os movimentos de independência da Argentina, as marcas de uma identidade raptada pela colonização, os choques e desdobramentos nos quatro estados do país que a IRME percorreu.

A veiculação da IRME tem a intenção de, por meio do jornalismo, proporcionar o reconhecimento da identidade latino-americana em cada história contada. E de, ao menos por uma fração de segundos, podermos vislumbrar e/ou completar o conhecimento do diverso e vasto continente em que existimos. Para alcançar este objetivo, este produto transmídia procura quebrar estereótipos e reavivar os países da América Latina na mente das/os brasileiras/os. Um palco colorido e vivo, movido pela alegria de um povo seguro de si e que entende sua luta e sua história, se escolhendo e se sentindo pertencente.

A ideia de tecer uma narrativa transmídia, em três formatos diferentes, é proveniente da necessidade de alcançar distintas gerações e ter em seu DNA literário, identitário e jornalístico a presença das características próprias de cada uma das gerações. Apresentamos isso em uma primeira edição que tenta, de forma respeitosa e gentil, trazer um recorte informativo de uma Argentina pouco conhecida, através de pessoas comuns que contam sobre seu país a partir do meio em que estão inseridas. O outro que vive em um lugar distinto, come outra comida, se relaciona de maneira diferente e se conecta conosco pela latinidade que nos percorre o sangue. Além disso, trazemos



em um zine relatos de origem popular, contados e recontados por habitantes das diferentes regiões visitadas, assim como um diário de viagem no Instagram, com uma linguagem midiática mais atual e descontraída, conectada a leitoras/res das mídias sociais, com maior alcance e interação junto aos usuários que consomem e se interessam por este tipo de conteúdo.

O uso da transmidialidade buscou, em especial, alcançar trocas e encontros, e uma transmissão autêntica, visual e dinâmica. No processo produtivo desta primeira edição, pude ouvir histórias de residentes, trabalhadores, de quem luta, cria e constrói raízes no segundo maior país da América do Sul. Quem somos e como resistimos, em coletivo, é o motivo e a justificativa da produção da IRME, que se baseia em um fazer jornalístico proposto a escutar, enxergar e entender mais sobre nós mesmos por meio do outro. Uma valorização cultural relevante para, principalmente os brasileiros e brasileiras, se reconhecerem como latinos e latinas, atravessados pela disseminação dos feitos deste lado do continente.

Para dar vida a todas essas intenções, foram realizadas 30 entrevistas em 40 dias de viagem, por quatro estados da Argentina. 8.900 km rodados apresentados em três produtos: 'Argentina em contos' (zine), 'Diário de Repórter' (perfil no Instagram) e revista 'IRME, produto digital sobre vozes, veias e memórias latino-americanas, edição Argentina', reafirmando assim o contato, a imersão e o impacto, vivenciados, de maneira prática e teórica, ao longo do curso.

Nas próximas páginas deste relatório é possível acessar, na primeira parte, o referencial teórico pesquisado e estudado e, na segunda parte, os processos produtivos da narrativa transmídia IRME. Boa viagem!



## 1. SUPORTES TEÓRICOS ADOTADOS

### 1.1 (Re)conhecer a América Latina

Com base nas pesquisas de Freitas (2019), que problematiza sobre as relações de poder envolvendo a população latina, este trabalho discute a percepção da América Latina como um continente rico em cultura, mas que historicamente teve seu povo ensinado a valorizar mais os saberes produzidos na Europa.

Isso ajuda a entender por que os estudantes não se identificam com a cultura latino-americana, tida como menor, visto que o modo de vida ocidental europeu e norte-americano é o objetivo, é o melhor, e a cultura latina representa os que perderam (Freitas, 2019, p. 38).

Freitas (2019, p. 77) afirma que, historicamente, nas salas de aula, há “pouco conhecimento sobre a expressão ou o conceito de ‘América Latina’, um reconhecimento de características negativas em relação à sociedade, cultura e economia dos demais países que compõem o subcontinente, e a falta de interesse na aprendizagem de temas referentes a eles”. Neste contexto, acreditamos que para falar sobre América Latina é importante ter um olhar decolonial sobre o continente, “problematizar as estruturas de dominação herdadas do período colonial, considerando também as dimensões simbólicas e subjetivas deste processo” (Quental, 2012, p. 49).

É neste sentido que autores como Quijano (2005) e Mignolo (2003) enfatizam o processo de subalternização de saberes, epistemologias e representações de mundo, forjados a partir da constituição do sistema mundo moderno-colonial, e buscam problematizar o imaginário de mundo profundamente eurocêntrico que nos constitui (Quental, 2012, p. 49).

Por isso, a percepção da América Latina como um continente rico em cultura, mas frequentemente subvalorizado em termos de conhecimento e identidade, encontra raízes históricas profundas nas relações de poder estabelecidas desde o período colonial. A colonização europeia introduziu um modelo de exploração que subjugou populações indígenas e africanas, consolidando um sistema que relegou o conhecimento local a uma



posição de inferioridade em relação às epistemologias eurocêntricas. Esse processo foi reforçado pela Doutrina Monroe, promulgada em 1823, que delineava a América como esfera de influência dos Estados Unidos, excluindo intervenções europeias, mas criando uma dependência ao poder hegemônico norte-americano (Silva e Lima, 2008).

No século XX, o impacto desse modelo tornou-se ainda mais evidente com a crise econômica de 1929, que levou à Grande Depressão e enfraqueceu as economias latino-americanas, dependentes de mercados externos para a exportação de bens primários. Nesse contexto, a "Política da Boa Vizinhança", implementada pelo presidente Franklin D. Roosevelt na década de 1930, visava mitigar as tensões regionais e projetar uma imagem de parceria diplomática entre os Estados Unidos e os países latino-americanos. Contudo, essa política frequentemente mascarava a continuidade de práticas imperialistas, como o controle indireto sobre as economias e a cultura regional, aprofundando a subordinação dos países ao modelo econômico norte-americano (Silva e Lima, 2008).

A Segunda Guerra Mundial e o período subsequente marcaram uma nova fase de intervenção na região, com a América Latina transformando-se em peça-chave no tabuleiro da Guerra Fria. O antagonismo entre os blocos capitalista e socialista intensificou a influência norte-americana, que buscava conter o avanço de ideais comunistas, especialmente após a Revolução Cubana de 1959, que trouxe à tona um modelo alternativo de organização social e econômica na região. Essa disputa geopolítica resultou em intervenções diretas e indiretas, como o apoio a regimes militares que se consolidaram em diversos países latino-americanos nas décadas de 1960 e 1970. Essas ditaduras, frequentemente sustentadas por operações como o Plano Condor, promoveram repressão política, censura e violações de direitos humanos, ao mesmo tempo em que alinharam as políticas econômicas da região aos interesses norte-americanos.



A redemocratização, que começou a se consolidar na década de 1980, trouxe mudanças significativas, mas também revelou os desafios de superar décadas de desigualdade e dependência estrutural. Ao longo desse processo, iniciativas culturais e acadêmicas buscaram resgatar a identidade latino-americana, frequentemente apagada ou marginalizada por discursos hegemônicos. Nesse sentido, a obra de Galeano (2020) ressalta a importância de revisitar as "veias abertas" da América Latina, reconhecendo os traumas históricos que moldaram a região e destacando o potencial de resistência e reconstrução a partir de sua memória coletiva.

Em 2024, a política aplicada continua impactando e fazendo com que os objetivos norte-americanos impactem os países da América Latina, só que de uma maneira mais sutil e com uma certa melhora nas relações diplomáticas. O domínio continua, mas velado. O modo de vida norte-americano foi implantado com o apoio e a permissão das elites dos países latino-americanos. Entraram sorrateiramente na música, no rádio, na literatura, na fotografia, de forma que "tal penetração modificou os meios de se fazer arte em toda a América Latina, ao mesmo tempo em que reinventou os valores sociais e simbólicos das populações nestes países" (Catani, 1997, *apud* Silva e Lima, 2008, p. 2).

A memória perpétua da 'Política da Boa Vizinhança' interfere na percepção sobre nossas raízes e impacta negativamente a percepção que temos do que fazemos e de quem somos. Somos muitos e somos diferentes. Em 2020, segundo a Comissão Econômica para América Latina e Caribe (Cepal,2020), a população da América Latina chegou a 654 milhões de pessoas. O continente ocupa uma área de cerca de 21 069 501 km<sup>2</sup>, o equivalente a 3,9% da superfície da Terra (ou 14,1% de sua superfície emersa terrestre), que é dividida entre 33 nações. Sua divisão não considera fatores geográficos físicos e sim características humanas, como a economia, política e cultura (Cepal,2020). Portanto, é inegável que estamos unidos por algumas semelhanças, porém, na maioria das vezes não as percebemos e buscamos, geralmente com mais frequência, identificação com as nações colonizadoras.

As respostas sobre esse fenômeno estão na história, atreladas a um passado roubado, como descreve Eduardo Galeano em seu livro, "As veias abertas da América



Latina”, que é um dos principais componentes para a criação deste trabalho. As marcas do imperialismo cultural permanecem gravadas no inconsciente popular e são difíceis de serem apagadas. Foram construídas, por exemplo, por meio de personagens da Disney como o Zé Carioca ou a idealização da mulher latina na figura da Carmem Miranda, uma dançarina de samba que equilibra frutas na cabeça. Estereótipos genéricos que reforçam a tropicalidade supostamente limitante do Sul Global<sup>2</sup> (Silva e Lima, 2008). Tancredi (2016) acredita que a falta de conhecimento sobre os países vizinhos do continente latino reforça a barreira de identificação e de reconhecimento entre brasileiros e brasileiras.

No entanto, as semelhanças entre Brasil e seus vizinhos são muito mais preponderantes do que suas diferenças. Tal fato deve passar a ser considerado pela sociedade brasileira para que esta entenda que o Brasil é parte da América latina. No entanto, para considerar, a sociedade deve primeiro conhecer. É este conhecimento que ainda precisa ser estimulado. A ignorância em relação aos demais países latino-americanos é histórica, abrindo espaço para tom discriminatório. Este contexto só será alterado quando as próprias elites forem instruídas e tornarem-se capazes de livrarem-se de “óculos ideológicos” para perceber que até mesmo seus interesses são contemplados pelos processos de integração regional. A educação brasileira precisa incluir o estudo da América em seu programa, visto que o próprio estudo da história do Brasil torna-se incompleto se não se entende o contexto da região em que está inserido (Tancredi, 2016, p. 17).

A pesquisadora defende, ainda, que a educação é um caminho honesto e urgente para que a “Síndrome de Vira-lata”, pare de dominar os ideais de todo um povo. A expressão cunhada pelo dramaturgo e escritor brasileiro Nelson Rodrigues (1958), foi mencionada pela primeira vez em uma crônica sua publicada no jornal *Última Hora* em 31 de maio de 1958, durante a Copa do Mundo de Futebol, para descrever um sentimento que ele acreditava ser predominante entre os brasileiros, especialmente no contexto de comparações internacionais: uma espécie de inferioridade coletiva, de crença de que o Brasil e seu povo seriam intrinsecamente inferiores aos países norte-americanos.

---

<sup>2</sup> O conceito de “Sul Global”, apesar de remeter à divisão por hemisférios, não considera a localização geográfica dos países, mas sim os processos históricos, aspectos econômicos e sociais no geral. Corresponde, assim, ao fenômeno atual de transformação e emergência política e econômica dos países em desenvolvimento, neste caso, latino-americanos (Silva *et al.*, 2024).



A sociedade brasileira deve entender que a incorporação da identidade regional não nega a identidade nacional; e que a aproximação aos países vizinhos não implica necessariamente em rompimento com os países desenvolvidos, tão visados principalmente pelas classes dominantes. O Brasil, país de posição historicamente pragmática, pode e deve relacionar-se com diversos países em diversas frentes. Dadas as suas proporções continentais e sua complexidade social, tem plena capacidade de assimilar diferentes culturas, não sendo a cultura latino-americana inferior a nenhuma outra a nível mundial (pelo contrário). A construção de laços com os países latino-americanos não dificulta o desenvolvimento e o reconhecimento internacional do país; pelo contrário, a posição de destaque que o país tanto almeja no sistema internacional passa pela construção de laços e sua inserção regional no âmbito latino-americano (Tancredi, 2016, p. 17-18).

Rosa, Amaral e Melo (2020, p. 30) explicam que “para Aníbal Quijano (2005, p. 117) a conquista [invasão] da América proporcionou a ascensão do domínio europeu e ‘constitui-se como o primeiro espaço/tempo de um padrão de poder de vocação mundial e, desse modo e por isso, como a primeira identidade da modernidade’”.

Durante muito tempo o conceito “América Latina” foi sinônimo de subdesenvolvidos, não civilizados, povo pobre, nativo e corrupto. Este cenário começou a mudar a partir das décadas de 1950-1960, quando os Estados Unidos da América a fim de impor uma maior dominação atribuiu a essa expressão diversos discursos políticos e ideológicos. [...] A conceituação América Latina nasceu num sentido ideológico e pejorativo, como adjetivo e não substantivo. Atualmente, alguns estudiosos, entendem por América Latina os países de língua espanhola, portuguesa, francesa, porém, a conceituação de um povo não se dá somente pela língua materna e sim por sua culturação, sendo assim, a língua nacional é apenas um fator da identidade latina, mas não o principal. [...] Nesse sentido, o desconhecimento das nossas origens é a aceitação das origens europeias como nossas, pode ser um dos fatores que contribuíram para que a discussão sobre a aceitação e consolidação do nome “América Latina” percorresse um período de quase dois séculos e, também para que o povo latino-americano até hoje seja considerado pelos europeus um povo periférico e inferior, pois um povo sem identidade é facilmente dominado (Rosa; Amaral; Melo, 2020, p. 36-38).

A urgência da educação como caminho para a valorização, o reconhecimento e principalmente a inserção do brasileiro como latino-americano, defendido por Tancredi (2016), pode começar, por exemplo, com uma ida ao museu. O poder educativo do museu e sua dimensão é refletido e questionado por Valente (2009), que introduz os



conceitos de educação e cultura como processos fundamentais da formação intelectual própria dos indivíduos.

O museu, nesse sentido, é uma instituição dirigida para a transmissão e formação; o que difere, entretanto, um museu de outro são os níveis de escolha e de apropriação da forma de promover a educação. O museu, em relação a suas finalidades, tenderá mais a uma que outra forma: ou de uma transmissão que se pauta na imutabilidade e/ou a formação, cujo perfil se caracteriza pela mudança e transformação. À medida que o museu cumpre suas funções elementares de conservar e mostrar um patrimônio tangível ou intangível ele está gerando efeitos educativos. Nesse sentido, independentemente de contar ou não com um programa específico de atividades pedagógicas, a instituição é em si mesma um meio educativo (Valente, 2009, p.88).

Valente (2009) acredita em uma dimensão educativa do museu junto a uma provocação, entre exposição e visitante. De uma maneira informal, ela evita o verbo ensinar, pois defende que o acesso pode promover a atenção para as aquisição de competências ligadas a conteúdos disciplinares. No desvio da formalidade, encontram-se as relações humanas e o impacto entre a comunicação e as trocas fora do ambiente escolar.

A educação não formal é a perspectiva que embasa as relações humanas de apropriação de saberes no interior das instituições como museus, que se dá na comunicação entre visitante e conhecimento, gerando um efeito educativo, ou seja, que corresponde de maneira geral ao desejo do educador de provocar a mudança de atitude dos indivíduos, em relação a um conhecimento (Trilla, 1998, *apud*, Valente, 2009, p.92).

Esta educação não formal, portanto, pode ser vista como uma forma de reaproximação do/a brasileiro/a com sua herança cultural latina, oferecendo desta forma, um convite à reflexão e à ideia de estabelecer alianças em prol do reavivamento da latino-americana no Brasil, através do próprio jornalismo como instrumento de aprendizagem.

O artista uruguaio Joaquim Torres García (1935) traz à tona, por exemplo, a valorização de suas raízes com a criação do desenho *'El norte es el Sur'* (Figura 1). O pequeno esboço ilustra o artigo de García (1935) que defende a *'Escuela del Sur'*, que tem como proposta uma busca pelo entendimento e encontro dos próprios caminhos



latino-americanos, ou seja, sugere que a América do Sul inverta a posição de dependência e priorize suas produções e sua gente.

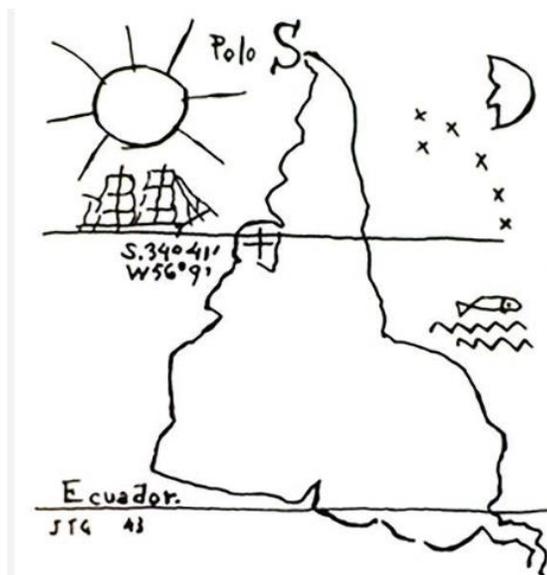


Figura 1: ilustração “El norte es el Sur”, de Joaquim Torres García | Fonte: García (1935)

O desenho e a proposta chamam para um diálogo plurilateral, que atingiu e foi simbólico para outros artistas latino-americanos pensarem suas existências e seus trabalhos.

Eu disse Escola do Sul; porque a realidade é que nosso Norte é o Sul. Não deve existir norte, para nós, senão por oposição ao nosso Sul. Por isso, agora coloquemos o mapa ao contrário e então já teremos certa a ideia da nossa posição, e não como quer o resto do mundo. A ponta da América, a partir de agora, prolongando-se, indica de forma insistente o Sul, nosso Norte. Igualmente, nossa bússola inclina-se irreversivelmente para o Sul, para o nosso polo. Os navios, quando saem daqui, descem, não sobem, como antes, para ir espaços relocados, imagens desmontadas configuram-se e reconfiguram-se incessantemente, numa espécie de caleidoscópio de moto contínuo. Porque agora o Norte está abaixo. O levante, voltado para o nosso Sul, está à nossa esquerda. Esta retificação era necessária; por causa disso agora sabemos onde estamos (García, 1935, *apud* Costa, 2011, p. 193 - tradução nossa).

Costa (2011), aponta a constituição de uma América Latina desenhada e praticamente inventada pelo outro. Um espaço cultural e geográfico que também se constituiu (e ainda se constitui) como o “outro” no imaginário europeu e norte-americano.



Lasso (2023), afirma que vivemos junto a uma forte genética cultural que é fruto da herança de um Brasil Colônia e escravocrata, que afeta os descendentes dos países latino-americanos colonizados, como uma ferida que não fecha. A ideia de se achar inferior ou menor, acompanha, como uma sombra, nossa existência. A marca da colonização, ora sutilmente ora escrachada, está em nosso DNA. A lógica da fazenda, do poder, das terras, do senhor, de servir, impacta nosso modo de viver, se comportar e pensar nós mesmos e o espaço que ocupamos.

Quando a fazenda é o símbolo e fundamenta a economia. Então, ao contrário de distribuir terras para que as pessoas tenham um pedacinho, nós vamos manter esse esquema para manter a lógica econômica. Então, aqui processos que facilitariam e promoveriam o aumento da autonomia das famílias e das pessoas, como a reforma agrária, a retomada das terras indígenas, a criação de terras quilombolas para que as pessoas tenham seu próprio território, andam ao contrário. Nós aqui colonizados, descendentes das Sesmarias, seguimos com um valor que faz com que a terra signifique poder (Lasso, 2023, 12 min., terceira parte).

A fome e a miséria sentida hoje pela América Latina deriva do ontem, do poder imposto e da Terra roubada. Sustentamos um tanto de mundo durante séculos e isso perpetua as veias abertas que cortam o bloco latino-americano com uma memória nada boa.

Ao infortúnio dos indígenas do império aniquilados na América hispânica deve-se somar o terrível destino dos negros arrebatados às aldeias africanas para trabalhar no Brasil e nas Antilhas. A economia colonial latino-americana valeu-se da maior concentração de força de trabalho até então conhecida, para tornar possível a maior concentração de riqueza com que jamais contou qualquer civilização na história mundial (Galeano, 2020, p.64).

Segundo Galeano (2020), o massacre consumado nas terras latino-americanas dizimou quase 67 milhões de indígenas.

O atual processo de integração não nos leva a reencontrar nossas origens nem nos aproxima de nossas metas. Nem serão os traidores contemporâneos que farão, hoje, a redenção dos heróis ontem traídos. Há muita podridão para lançar ao mar no caminho da reconstrução da América Latina. Os despojados, os



humilhados, os amaldiçoados, eles sim têm em suas mãos a tarefa. A causa nacional latino-americana é, antes de tudo, uma causa social: para que a América Latina possa nascer de novo, será preciso derrubar seus donos, país por país (Galeano, 2020, p.367).

O autor descreve esse genocídio como parte de um sistema que estruturou a exploração contínua da América Latina, conectando os eventos históricos de espoliação das populações originárias com as desigualdades socioeconômicas que persistem. Sua narrativa destaca como a mão de obra indígena e africana foi explorada para enriquecer potências coloniais, ao custo da destruição de culturas e vidas locais.

Nos capítulos iniciais, que tratam da conquista europeia e da exploração dos recursos naturais na América Latina. Ele menciona como a chegada dos colonizadores resultou em massacres em massa, trabalhos forçados e doenças que dizimaram populações inteiras.

A América não havia sido descoberta, mas sim pisoteada. Aqui nasciam civilizações que irradiavam sobre vastas áreas de influência. [...] Ao infortúnio dos indígenas aniquilados na América hispânica deve-se somar o terrível destino dos negros arrebatados das aldeias africanas para trabalhar no Brasil e nas Antilhas.(Galeano, 2020, p. 64).

O título da obra reflete uma visão metafórica e literal do esgotamento dos recursos humanos e naturais da América Latina. As veias abertas da América Latina nunca se fecharam. Elas continuam abertas como furos em nossos corpos e em nossas terras. [...] O ouro e a prata que os colonizadores tiraram nunca foram riqueza para estas terras (Galeano, 2020, p. 11). A "veia aberta" aqui remete tanto à exaustão de riquezas quanto ao sofrimento humano causado pelo sistema colonial.

No contexto acadêmico do relatório, a citação de Galeano serve para reforçar o argumento de que a memória dos povos da América Latina está marcada por traumas históricos, os quais devem ser reconhecidos para promover um sentimento de identidade e resistência. Galeano (2020) nesse sentido, não apenas denuncia as injustiças, mas



também incentiva uma revalorização da história e das culturas latino-americanas como parte de um processo de emancipação.

O reconhecimento histórico apresentado por ele, também aponta para a possibilidade de resistência e reconstrução social. O futuro da América Latina depende daqueles que ainda resistem. [...] Eles herdaram a tarefa de fechar as feridas, levantar suas vozes e recriar um continente digno de sua gente (Galeano, 2020, p. 367).

Por isso a importância de brasileiras e brasileiros entenderem e conhecerem o passado de onde vivem, e assim, se reconhecerem enquanto pessoas latinas. O conceito de latinidade define esse sentimento de pertencimento e é também nesse sentido que a produção da IRME caminha, como mais uma possibilidade de (re)conhecer a América Latina.

## **1.2 Reportagem-viagem, perfil, retrato e jornalismo de viagem**

A partir da intenção apresentada no item anterior, a construção da narrativa transmídia apresentada aqui se baseia num jornalismo dinâmico que assume um contato afetuoso e gentil com países latino-americanos. Lima (2004) classifica a variedade temática existente na criação de livros-reportagem em 13 grupos que podem auxiliar no entendimento do tipo de jornalismo realizado na produção da IRME, como por exemplo, as definições de reportagem-perfil, reportagem-retrato e reportagem-viagem. O autor, nesta classificação, aponta ainda dois critérios: o objetivo particular e a natureza do tema de que trata a obra, ambos conectados entre si a fim de desempenhar narrativamente sua função de informar e orientar.

Este trabalho não é um livro-reportagem, porém a reportagem-perfil, conceituada por Lima (2004), por exemplo, embasa a atenção dada aos próprios argentinos, no caso da primeira edição e como ideal que se estende aos conterrâneos dos países representativos de outras edições, como porta-vozes da identidade da



Argentina, e assim, destaquem o lado humano do país nos personagens representativos de suas nações.

Procura evidenciar o lado humano, de uma personalidade pública ou de uma personagem anônima que, por algum motivo, torna-se de interesse. No primeiro caso, trata-se em geral de uma figura olimpiana. No segundo, a pessoa geralmente representa, por suas características e circunstâncias de vida, um determinado grupo social, passando como que a personificar a realidade do grupo em questão (Lima, 2004, p.52).

A reportagem-retrato, por sua vez, justifica a descrição dos países latino-americanos em cada edição, ou seja, evidencia o protagonismo do país, focando nas questões específicas existentes naquele espaço-tempo.

Exerce papel parecido, em princípio, ao do livro-perfil. Mas, ao contrário deste, não focaliza uma figura humana, mas sim em uma região geográfica, um setor da sociedade, um segmento da atividade econômica, procurando traçar o retrato do objeto em questão. Visa elucidar, sobretudo, seus mecanismos de funcionamento, seus problemas, sua complexidade (Lima, 2004, p.53).

E na reportagem-viagem, talvez a mais significativa para a produção transmídia apresentada neste trabalho, se justifica a imersão da repórter na viagem, ao documentar presencialmente a vida local e as diferentes realidades apresentadas no fazer jornalístico.

Apresenta como fio condutor uma viagem a uma região geográfica específica, o que serve de pretexto para retratar, como em um quadro sociológico, histórico, humano, vários aspectos das realidades possíveis do local. Difere do relato meramente turístico, ou daquele dotado de romantismo e exotismo típicos aos viajantes não treinados profissionalmente no escrever, por ter nítida preocupação com a pesquisa, com a coleta de dados, com o exame de conflitos. O conhecimento constrói-se, ao longo do livro, por via da ótica jornalística, alicerçada por recursos advindos de diversos campos do saber moderno (Lima, 2004, p.59).

De um modo geral, as narrativas de viagem são uma constância na literatura universal. Como o jornalismo também trabalha com histórias, as viagens podem ser um ponto de partida significativo. Quando Lima (2004) identifica o livro-reportagem-viagem, apresenta a possibilidade de extrair da experiência da/o própria/o jornalista uma



declaração. “O olhar do jornalista na narrativa de viagem é o ponto de partida para a reportagem” (Ritter, 2016, p.4). Neste sentido, tomamos a discussão proposta para identificar um tipo de livro-reportagem na produção de uma narrativa transmídia, uma narrativa construída a partir de uma viagem.

Outra abordagem relevante para este trabalho é o que alguns autores chamam de Jornalismo de Viagem. Para Wenzel e John (2012), o jornalismo de viagem é uma possibilidade de se fazer um conteúdo jornalístico especializado.

A informação jornalística especializada não é definida apenas pela abordagem de um assunto específico, mas também pela abordagem para um público específico (idem) [...] o termo “especializado” engloba diversas publicações, sejam elas segmentadas em seu público ou em seu conteúdo (Wenzel e John, 2012, p. 295).

Para elas, o jornalismo de viagem é uma possibilidade de mostrar o outro em sua rotina, sem estereotipá-lo, podendo contribuir com o conhecimento do mundo e do próprio país em que vivemos.

Correa (2001) defende ainda a função didática deste tipo de jornalismo, tendo o poder de conscientizar a população receptora sobre como tratar o turista e fazer com que todo o processo turístico seja o mais harmonioso e respeitoso possível. Através dessa função didática do Jornalismo de Viagens, muitos dos problemas sociais e ambientais causadas pela atividade turística desenfreada poderiam ser evitados (Wenzel e John, 2012, p. 295).

Viajar para conhecer mais, provando ou não a existência e vivenciando empiricamente as próprias comprovações, em um lugar distante do que se está acostumado, não é uma prática moderna. Os relatos de viagem vêm da Antiguidade, e estão materializados nos textos de Heródoto sobre suas viagens ao redor do mundo, por exemplo. Assim, foi se tornando comum o “contar”, a partir das experiências pessoais dos viajantes, sobre lugares distantes e inacessíveis.

Durante muito tempo, as informações que regiões e populações inteiras tinham acesso advinham de relatos recortados da experiência pessoal de historiadores, comerciantes, governantes, viajantes e, à medida que eles apresentavam suas próprias



descrições, compunham os primórdios do jornalismo de viagem que se conhece hoje. Wenzel e John (2012), em um breve contexto do início desse tipo de jornalismo, indicam que, de maneira natural e rotineira, a formação identitária era formada pela opinião popular, junto das informações descritas durante as jornadas e travessias.

A partir de viagens e da possibilidade de vivenciar diferentes culturas *in loco*, era possível construir informação, a partir da interferência de seu agente transmissor e do impacto dessa interferência no próprio produtor. Este pressuposto básico do jornalismo de viagem, o da aproximação, é um caminho de conhecimento – ou mesmo de reconhecimento - menos estereotipado, como anteriormente discutido. Partindo desta experiência que nos acompanha desde a Antiguidade, Wenzel e John (2012), analisam o jornalismo de viagem e destacam a *National Geographic Brasil* como a única revista que segue as premissas jornalísticas no âmbito da definição que utilizam.

A revista utiliza muitas fontes informativas, são mais de sete por reportagem, dentre elas principalmente especialistas e fontes independentes. Ainda que utilize qualificações, em sua maioria são adjetivos negativos, ou seja, é uma revista crítica e que aponta os diversos lados envolvidos. Inclusive um dos adjetivos que mais aparece é violento, ou seja, publicidade turística não está entre os objetivos da publicação (Wenzel e John, 2012, p. 49).

É a partir da ideia de criação de um jornalismo de viagem fiel e crítico à construção de um imaginário coletivo sobre destinos culturais, históricos e geográficos que Cartolano (2018) introduz e destaca o papel de um jornalista de viagem. Ele precisa reconhecer sua responsabilidade em apresentar esses locais de maneira autêntica, respeitando a história e diversidade cultural local (Cartolano, 2018, p. 15).

Este princípio apontado acima foi essencial para a produção de todos os produtos que compõem a IRME, na busca pela valorização da América Latina, evitando na pré e pós-produção, uma representação simplificada ou reducionista das culturas locais. Buscamos explorar, adaptar e unir o jornalismo de viagem ao jornalismo transmídia, que será apresentado mais a frente, para revelar as nuances culturais, sociais e políticas da região, promovendo uma conexão com o público.



Além disso, Cartolano (2018), argumenta que o jornalismo de viagem deve ser capaz de refletir a cultura do lugar explorado, atuando quase como um embaixador da identidade local. No caso da IRME, esse aspecto é particularmente relevante, pois a proposta de incentivar os latino-americanos por meio da produção jornalística, pretende fomentar alguma conexão emocional e identitária. Com isso, os produtos não apenas informam sobre o destino, mas pretendem fortalecer um senso de pertencimento e de valorização da cultura latino-americana.

Cartolano (2018), ainda, ressalta que, em muitos casos, a falta de profundidade no jornalismo de viagem reduz seu valor informativo, limitando-o a uma visão superficial e muitas vezes estereotipada dos destinos. Essa limitação também foi uma preocupação durante a produção da IRME, pois a qualidade e a credibilidade do conteúdo foram fundamentais para criar um espaço de acesso a informações confiáveis e bem-apuradas sobre a América Latina. Isso implica não apenas na produção de conteúdos detalhados e contextualmente ricos, mas também em um processo de apuração rigoroso, com entrevistas e pesquisas que garantam a autenticidade das histórias contadas; questão também observada por Wenzel e John (2012), na análise anteriormente apresentada.

Essa profundidade também permite a este trabalho oferecer ao público um conteúdo diferenciado, além do entretenimento, e proporcionar uma compreensão significativa dos locais abordados. Cartolano (2018), argumenta que um dos pilares do jornalismo de viagem é o compromisso com a verdade e com a apresentação de um conteúdo que seja realmente útil para o público, e não apenas uma distração.

Alinhando-se às especificações até o momento apresentadas, Andrade (2023), destaca uma outra atribuição do jornalista de viagem, que é a de desconstruir visões pré-concebidas dos lugares e culturas, promovendo um diálogo intercultural. A IRME, por exemplo, tem como um de seus pilares, a representação autêntica e diversificada da América Latina. Assim como Andrade (2023) mergulha na cultura sul-coreana para transmitir uma visão menos ocidentalizada e mais humanizada do país, os produtos deste



trabalho visam apresentar as complexidades culturais, sociais e históricas que permeiam as gerações latino-americanas e por meio de uma abordagem imersa, como a da autora citada, oferecer uma visão mais ampla e menos preconceituosa da região apresentada.

O jornalismo de viagem permite ao leitor "reavaliar uma série de (supostas) certezas e conceitos equivocados" (Andrade, 2023, p. 17); mesma abordagem que a IRME usa para desafiar os estereótipos comumente associados aos países latino-americanos. No seu trabalho, Andrade (2023) também destaca a importância de utilizar recursos multimídia para enriquecer a narrativa jornalística, uma característica apontada e defendida por outros autores já apresentados, como Cartolano (2018), por exemplo. A autora adotou uma abordagem transmídia ao incorporar elementos audiovisuais e textuais, o que permitiu ao público uma experiência mais completa e envolvente de sua viagem à Coreia do Sul. Essa abordagem imersiva é uma das estratégias do trabalho apresentado aqui, pois permite apresentar a América Latina por meio de uma narrativa visual rica, explorando formatos jornalísticos distintos, vídeos, fotografias e ilustrações que capturam a essência dos lugares e pessoas. A partir do trabalho de Andrade (2023), portanto, podemos concluir que o jornalismo de viagem é uma ferramenta que, quando bem utilizada, contribui significativamente para a promoção do entendimento e do respeito cultural, além do papel educativo e a possibilidade de construir pontes culturais e de aprendizado.

Uma das técnicas que se destacam é o uso da narrativa pessoal e da entrevista em profundidade, que permite capturar histórias de vida e perspectivas distintas dos locais, ambas também utilizadas na produção deste trabalho (Andrade, 2023, p. 30). Para a IRME, a inclusão de histórias pessoais com vozes locais estará presente na construção e materialização de todos os produtos, pois ao realizar entrevistas com moradores, artistas, historiadores e outras figuras culturais, se cria uma narrativa que vai além do ponto de vista turístico e mergulha nas experiências que formam a identidade latino-americana, como vivenciado por Andrade em seu trabalho.



### **1.3 Produção Jornalística Transmídia**

Com o povo latino-americano como foco central e a ideia de uma América Latina em movimento, forte, rica e resistente, assumimos a possibilidade de um fazer jornalístico plural e amplo, em diferentes artefatos, que serão apresentados adiante. Esse conjunto de produções jornalísticas, com a mesma intenção comunicativa, estamos chamando de Jornalismo Transmídia. O desenrolar de histórias em múltiplas plataformas, com um conteúdo pensado e criado para explorar a diversidade e a particularidade em diferentes mídias e espaços midiáticos, usa as características mais relevantes servindo de motor para a chegada desses conteúdos e sua acessibilidade.

Embora Jenkins tenha consolidado a definição de narrativa transmídia, a ideia de transmidialidade já havia sido pensada por outros autores. A apropriação do conceito pelo jornalismo acontece quando se começa a pensar em usar toda essa potencialidade, explorando diferentes formatos e aproveitando o que cada mídia tem de melhor, gerando assim novas maneiras de se comunicar com o público. Assim foi criado o termo Jornalismo Transmídia, que é a fusão entre o conceito de narrativa transmídia com os estudos do jornalismo (Pimenta, 2021, p.3).

Neste contexto, os conteúdos não se repetem ou existem separados, há uma rede que os conecta, em um todo, que se complementa e funciona em conjunto. Neste caso, estudar e entender o público e as histórias contadas, pensando como um jornalista e como um produtor de conteúdos, é importante para acessar as/os leitoras/es.

A audiência passa a ter um papel essencial na produção desse tipo de jornalismo. Anderson, Bell e Shirky (2013) observam que a transformação no perfil do consumidor exigirá adaptações ao jornalismo, tendo em vista que esse consumidor antes chamado de audiência passa a ser um usuário que também participa ativamente do ecossistema jornalístico (Pimenta, 2021, p.2).

A ideia principal é explorar as mídias e suas potencialidades, junto ao público e ao tema escolhido. “Imaginar essas potencialidades na produção de materiais jornalísticos e seus diferentes formatos possibilita novas maneiras de nos comunicarmos com o público e aproveitar o que cada mídia tem de melhor” (Pimenta, 2018, p.2). Sendo assim,



a narrativa transmídia no jornalismo faz com que a produção seja propagada de diferentes maneiras e que alcance a audiência pretendida por meio de formatos distintos.

Ainda, o uso de um jornalismo transmídia também move o acesso de diferentes gerações, difundindo a produção e impactando públicos distintos a partir de suportes e ferramentas específicas a cada produção e meio de compartilhamento (impresso, digital, mídia social), fazendo, inclusive, com que a participação do público seja essencial e complementar à narrativa.

Segundo Jenkins (2009), a cultura participativa altera os papéis de produtores e consumidores de mídia, que antes eram separados e agora se misturam entre si. A partir de então, o usuário pode comentar, editar e compartilhar informações. Ele pode se comunicar diretamente com uma grande gama de outras pessoas, sem que precise de um intermediário para isso. Essa prática é uma característica essencial quando falamos de jornalismo transmídia, já que, para a comunicação cumprir seu papel com eficiência, a audiência precisa necessariamente se apropriar e ressignificar o que foi produzido. Isso muda a forma como a comunicação é produzida e propagada (Pimenta, 2021, p.2).

Renó e Flores (2012), reforça a importância da participação do indivíduo na interpretação da mensagem, considerando que a interatividade e a possibilidade de aproximação do público é um dos grandes trunfos da comunicação pós-moderna e do jornalismo transmídia.

O diferencial que marca o jornalismo transmídia é que com esta narrativa podemos aproveitar as possibilidades de comunicação presentes na sociedade pós-moderna, onde a mobilidade e a liquidez das estruturas, ou seja, a interatividade, assumem papéis importantes no campo da comunicação, com o objetivo de envolver e atrair o receptor na interpretação participativa da mensagem (Renó e Flores, 2012, p.16 - Tradução nossa).

O autor também comenta a possibilidade de diversificação tecnológica nesse tipo de narrativa, propondo um desdobramento e uma flexibilidade nos recursos, interessante para ampliar os acessos e os tipos de contextos e experiências de leitura.

Este tipo de desenvolvimento transmidiático obriga a trabalhar com diferentes aplicações tecnológicas, portanto um espaço virtual ou físico que ajuda a criar



esses processos é fornecido por laboratórios de mídias interativas e multimídia, englobados no termo *medialabs* (Renó e Flores, 2012, p.12 - Tradução nossa).

A relação que Renó e Flores (2012) tece entre a reportagem e a narrativa transmídia, contemplam a riqueza de detalhes que uma narrativa sobre a América Latina pode, e no caso deste trabalho, deve ter. Uma produção que preza pela valorização da visualidade e do detalhamento sensorial (em texto, áudio, imagem, tato) .

Mas a essência da narrativa transmídia está no campo das reportagens, por sua riqueza de conteúdos e de construção narrativa, assim como, no tempo de produção deste gênero, que possibilita uma melhor arquitetura textual (Renó, 2012, p.15 - Tradução nossa).

A narrativa transmídia, conforme discutida por Renó e Flores (2012), destaca-se por sua capacidade de explorar diferentes meios de forma integrada, permitindo uma experiência mais rica e imersiva ao público. Essa abordagem não apenas valoriza os detalhes sensoriais e narrativos, mas também promove uma conexão mais profunda com os temas tratados, especialmente em contextos culturais e históricos complexos, como os da América Latina.

Assim, a narrativa transmídia vai além de relatar fatos; ela cria uma teia de significados que enriquece o entendimento do público e reforça a importância da memória e da identidade coletiva na construção de um jornalismo que conecta pessoas, culturas e histórias, fazendo jus a existência deste trabalho, como pilar fundamental nesta conexão.

### *1.3.1 – Revista Digital*

A migração para o meio digital oferece às revistas novas oportunidades para interatividade e atualização contínua, adaptando-se às demandas do público moderno, que busca experiências de consumo multimídia e participação ativa, conforme Gonzales e Santos (2023). A escolha da revista digital como produto principal desta produção, funcionando como conexão entre os outros produtos, se justifica pelo



potencial de interação e pela adequação à cibercultura, que redefine os paradigmas do jornalismo contemporâneo.

No ambiente digital, a revista transcende as limitações do impresso ao integrar multimídia — a combinação de texto, imagem e som —, que enriquece a narrativa e amplia a capacidade de engajamento. Assim, a presença digital em formato de revista, permite que a IRME ofereça uma experiência imersiva, onde o leitor pode interagir com conteúdos que complementam a narrativa visual e textual. Conforme os autores, essa abordagem destaca a especialização da revista digital em temáticas específicas, o que contribui para uma leitura mais aprofundada e personalizada, características ideais para a proposta cultural e identitária do trabalho em questão.

Além disso, o formato digital possibilita uma comunicação "todos-todos", um aspecto essencial na cultura de convergência descrita por Jenkins (2009), onde o leitor deixa de ser um consumidor passivo e se torna parte do processo de construção da narrativa. Essa interação promove um espaço de troca cultural e colaboração, refletindo o objetivo do fortalecimento da identidade latino-americana de forma interativa e acessível. Assim, a revista digital se torna mais do que um canal de informação, uma plataforma interativa que combina narrativa, participação e acessibilidade para criar uma experiência que não seria possível em um meio exclusivamente impresso. Combinado a isso, o uso do *Readymag*, plataforma que será explicada no capítulo 2, "Atividades Desenvolvidas, subitem 2.1 Metodologia", é estratégico e oferece várias vantagens que se alinham diretamente com os objetivos de interatividade, acessibilidade e design visual imersivo da revista.

A escolha do *Readymag* para a revista digital que compõe a IRME alinha-se perfeitamente às exigências da cibercultura e da convergência midiática descritas por Gonzales e Santos (2023). Eles destacam que, na era digital, deve-se adotar novas práticas que promovam a interação contínua e ofereçam um espaço multimídia para atrair um público engajado e diversificado. A plataforma *Readymag* possibilita a criação de



layouts personalizados e interativos, integrando facilmente conteúdos multimídia como vídeos, imagens e infográficos — elementos que fortalecem a conexão cultural e visual essencial para este trabalho. Plataformas como essa, permitem criar uma experiência de navegação personalizada e não linear, onde o/a leitor/a pode escolher sua rota de leitura. Essa interatividade é fundamental para que o público sinta que possui uma relação mais direta e participativa com a revista, o que pode promover um sentido de comunidade e pertencimento entre leitores/as.

A capacidade do *Readymag* de funcionar de modo responsivo em diferentes dispositivos é outro ponto crucial às demandas da cibercultura, onde o acesso à informação deve ser imediato e adaptável, algo que Gonzales e Santos (2023), mencionam como uma prioridade para o sucesso de uma revista digital moderna. Assim, o conteúdo da revista pode ser acessado de qualquer lugar e em qualquer dispositivo, mantendo a qualidade visual e a navegabilidade, o que amplia significativamente o alcance e a inclusão do projeto.

A facilidade da plataforma para atualizar o conteúdo também é um aspecto importante, afinal, essa atualização contínua é essencial para manter o interesse do leitor e adaptar-se rapidamente às mudanças (Gonzales e Santos, 2023). Por isso, diferente das revistas impressas, limitadas pelo espaço físico e pela linearidade da leitura, as revistas digitais são construídas para integrar elementos multimídia e uma navegação interativa que reflete as preferências e a autonomia do/a leitor/a contemporâneo/a. Esse formato é uma resposta direta às expectativas de um público que busca uma maior participação (Gonzales e Santos, 2023).

A transição para o digital, portanto, permite que as revistas incorporem uma abordagem chamada de “revisitação”, na qual o conteúdo é adaptado não apenas para informar, mas para envolver o/a leitor/a em uma jornada personalizada e visualmente atraente. Aproveitando-se, ainda, de uma estrutura hipertextual que permite uma navegação não linear, citada anteriormente, que possibilita o/a leitor/a explorar os temas



de acordo com seu ritmo, escolhendo seu percurso de leitura. Essa possibilidade de personalização faz com que o/a leitor/a se sinta mais ativo no processo, construindo seu próprio conhecimento e experiência a partir das informações disponíveis (Dourado, 2014, p. 113). No contexto de um projeto como o apresentado aqui, que visa retratar a cultura latino-americana, essa estrutura é especialmente relevante, pois permite ao público explorar diferentes facetas da identidade cultural da região, criando uma experiência única e personalizada para cada leitor/a.

Alzamora e Tárzia (2012), complementam o conceito de transmidialidade apresentado na introdução deste item, agora voltado às revistas digitais, que expandem as possibilidades de contar histórias, misturando gêneros e formatos que tornam o conteúdo mais dinâmico e envolvente. Por exemplo, os vídeos em algumas editorias vão captar depoimentos autênticos e visuais de locais, enquanto as imagens estáticas, detalhadas, de outra editoria podem mostrar aspectos visuais da arte e da arquitetura regional, oferecendo ao leitor/a mais uma vez, essa imersão.

Com a acessibilidade proveniente do formato digital, existe, ainda, a ampliação do alcance da revista. Como uma publicação online, a revista pode ser acessada por qualquer pessoa com uma conexão à internet, independentemente de sua localização. Plataformas como o *Readymag*, por exemplo, oferecem a vantagem do/a leitor/a acessar o conteúdo a partir de diferentes dispositivos, como computadores, tablets ou smartphones.

Além das características defendidas anteriormente, importantes à produção da IRME, a revista digital também se torna um espaço para fidelização, pois permite ao/a leitor/a engajar-se com o conteúdo em diversos formatos e plataformas, como redes sociais, fortalecendo assim o vínculo com a marca (Natansohn, 2013).

Portanto, a revista digital se consolida como um produto híbrido, que incorpora as qualidades de análise e entretenimento do jornalismo impresso com as funcionalidades interativas do digital. Essa adaptação atende a um público moderno, que valoriza uma leitura mais envolvente e participativa, demonstrando como a



digitalização oferece novas possibilidades para o jornalismo de revista alcançar e fidelizar seu público, como pontua Palacios (2004).

Para finalizar a reflexão, Dourado (2013) ainda considera a produção jornalística de revista como um “processo comunicativo” envolvido por lógicas especializadas, com abordagem tematizada de fatos e forte apelo visual. Reforçando que o meio digital é caracterizado pela interatividade, a multilinearidade de navegação, a multimídia e a aproximação com o público. Para a autora, “o potencial comunicativo de cada suporte deve ser levado em conta, assim como as características do jornalismo online na configuração das revistas em formatos digitais” (idem, p.144). Cunha (2011), por sua vez, indica que mesmo que as revistas passem do impresso para o digital, há características que permanecem em ambos os formatos.

Revista é uma publicação periódica dirigida a um público específico, mesmo quando se inclina para a informação geral, que se destaca pelas estratégias visuais potencialmente exploradas (design gráfico), por sua segmentação e pela periodicidade fora da urgência do jornalismo diário. No ciberespaço, as revistas se reconfiguram tanto na produção, na distribuição e no consumo, mas ainda mantêm essas mesmas características (Cunha, 2011, p.22).

Para este trabalho as características da revista digital servem para explorarmos os novos formatos e as possibilidades de interação.

### *1.3.2 – Redes Sociais na Produção Jornalística*

Além da revista digital, o fazer jornalístico online também pode - e em muitos casos em 2024 se utiliza - se utilizar das redes sociais<sup>3</sup> como espaços de troca de conhecimentos e divulgação de informações jornalísticas. Na visão de Jenkins *et al.*

---

<sup>3</sup> As redes sociais são espaços virtuais onde grupos de pessoas ou empresas se relacionam através do envio de mensagens, da partilha de conteúdos, entre outros (Toda matéria, 2024).



(2014), as redes sociais são responsáveis por grandes impactos na forma como a comunicação se dá no mundo, seja essa comunicação jornalística ou não.

[...] O público não é mais visto como simplesmente um grupo de consumidores de mensagens pré-construídas, mas como pessoas que estão moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídia de maneira que não poderiam ter sido imaginadas antes. E estão fazendo isso não como indivíduos isolados, mas como integrantes de comunidades mais amplas e de redes que lhes permitem propagar conteúdos muito além de sua vizinhança geográfica (Jenkins *et al.*, 2014, p. 29).

As redes sociais, especialmente o *Instagram*, transformaram o jornalismo ao oferecer novas formas de interação e distribuição de conteúdos. O desenvolvimento da internet e o surgimento das redes sociais resultaram na perda do monopólio informativo dos veículos tradicionais e criaram um ambiente onde a comunicação se torna mais democrática e horizontal, promovendo uma "autocomunicação de massa" (Costa e Carvalho, 2021, p. 3). Nesse contexto, o *Instagram* se destaca como uma plataforma de grande alcance e acessibilidade, permitindo que o jornalismo se aproxime do público por meio de um ambiente visual e interativo, sempre que o conteúdo seja produzido a partir das bases de produção jornalísticas.

No entanto, o entusiasmo em torno das redes sociais como ferramentas de produção e disseminação jornalística não pode ignorar os desafios que elas apresentam. A dependência de plataformas como *Instagram* e *Facebook* reconfigura a produção jornalística de maneira significativa, mas também introduz novas formas de concentração de poder informativo. Ao sair do monopólio dos veículos tradicionais, a comunicação jornalística encontra-se sob o domínio de algoritmos que controlam o alcance e a visibilidade dos conteúdos (Pariser, 2011). E essa lógica algorítmica não é neutra. Ao priorizar conteúdos que geram maior engajamento, muitas vezes sensacionalistas ou polarizadores, as redes sociais podem facilitar a propagação de desinformação. Como aponta Pariser (2011), as "bolhas de filtro" criadas pelos algoritmos reforçam vieses preexistentes e limitam o acesso a informações diversas, desafiando a pluralidade que o jornalismo busca promover. Assim, o modelo de negócios dessas plataformas, que



monetiza a atenção, pode entrar em conflito direto com os valores éticos do jornalismo, como a veracidade e a objetividade.

Além disso, a dependência crescente das redes sociais também cria um novo tipo de vulnerabilidade: a centralização do fluxo informativo nas mãos de poucas corporações globais. Esse cenário reintroduz um monopólio, ainda que de natureza distinta, onde as decisões de gigantes tecnológicos sobre censura, moderação e visibilidade afetam diretamente a prática jornalística. Essas plataformas "não são projetadas para fomentar a democracia ou o discurso racional, mas para capturar dados e maximizar lucros" (Vaidhyathan, 2018, p.5). Assim, é essencial que o jornalismo reconheça as potencialidades das redes sociais, mas também adote uma postura crítica, buscando diversificar suas estratégias de distribuição e preservar sua independência editorial em um ambiente digital cada vez mais complexo.

No caso do perfil no *Instagram*, pensado como ferramenta de convergência em produtos jornalísticos como a IRME, é possível aproveitar o potencial multimídia para distribuir informações de maneira visualmente atrativa e dinâmica, utilizando imagens, vídeos e textos curtos. Além disso, as funcionalidades de *stories* e *reels* oferecem um canal direto e potente para que o público acesse rapidamente as notícias e participe ativamente, reagindo, comentando e compartilhando o conteúdo. O perfil no *Instagram* 'Diário de repórter', que compõe a IRME, trabalha com esta perspectiva.

Ainda, as redes sociais oferecem ao público não apenas a chance de consumir conteúdo, mas também de participar e cocriar, reforçando o que Jenkins (2009) define como uma cultura participativa. No *Instagram*, assim como em outras produções digitais, o público pode interagir com o conteúdo por meio de comentários, mensagens diretas e reações, criando uma relação bidirecional que ultrapassa o modelo de comunicação tradicional unidirecional. Esse tipo de envolvimento é essencial para estabelecer uma comunidade engajada com a diversidade cultural da América Latina, defendida como pilar editorial dos produtos apresentados aqui.



O caráter interativo da plataforma vai além de permitir que o público reaja e comente: ele também permite a realização de enquetes, perguntas e respostas, além de discussões que incentivem o compartilhamento de suas próprias histórias e experiências, afinal está aberta a possibilidade de expressão de subjetividades e narrativas individuais e coletivas (Ramos e Martins, 2018, p. 119). Essa característica faz com que o *Instagram* seja uma ferramenta que, ligada ao jornalismo, se transforma em uma narrativa visual e textual, que Ramos e Martins (2018) descrevem como uma forma de textualidade híbrida, onde a fronteira entre o verbal e o visual é continuamente cruzada e explorada, refletindo a cibercultura e o desejo contemporâneo por experiências de leitura e interação dinâmicas. Essa permissão às criações de narrativas jornalísticas que exploram a complexidade da comunicação visual e textual de maneira acessível e interativa é discutida também por Zimmermann e Guidotti (2021), que explicam que a transição do jornalismo para o ambiente das redes sociais, especialmente o *Instagram*, viabiliza a experimentação dessas novas formas de se relacionar com o público, onde a efemeridade também ganha.

Além disso, a natureza móvel e imediata do *Instagram* torna o consumo de informação mais ágil e acessível. Em uma sociedade onde o consumo de notícias se tornou fragmentado e rápido, a rede social se adapta ao perfil do/a leitor/a contemporâneo e possibilita alcançar uma audiência jovem e global, ampliando o alcance da mensagem. De qualquer forma, é essencial considerar, aqui, que não devemos nos preocupar apenas com a velocidade e a interação, mas que essa possibilidade, somada aos outros produtos jornalísticos que compõem a narrativa transmídia apresentada neste trabalho, fortalece o diálogo intercultural que a IRME visa promover.

A utilização do *Instagram* voltada para o jornalismo é uma resposta direta às mudanças no comportamento de consumo de informação, onde as pessoas buscam esses conteúdos rápidos. A plataforma é especialmente poderosa para criar uma narrativa visual latino-americana, que se torna ainda mais rica e atraente quando é transmitida em um espaço onde fotos e vídeos são os protagonistas. As redes sociais



criaram uma forma de "autocomunicação de massa" que se diferencia pelo poder de alcance e pela capacidade de permitir que as próprias audiências compartilhem e disseminem conteúdos, aumentando a amplitude e a visibilidade das informações (Costa e Carvalho, 2021, p. 3). Com sua interface amigável e a prioridade no conteúdo visual, o uso de vídeos curtos, *stories*, *reels* e até postagens em carrossel possibilitam ao projeto a abordagem de temas em formatos variados, explorando desde entrevistas com figuras culturais locais, até coberturas de festividades e costumes regionais. Essa abordagem não apenas informa, mas também conecta emocionalmente o público com o conteúdo, facilitando uma imersão nas nuances culturais de determinado país da América Latina.

Além disso, o formato de *stories*, com sua natureza temporária e espontânea, incentiva o engajamento imediato e cria um senso de urgência. Essa funcionalidade é essencial para manter o público sempre atento e engajado com o conteúdo. A possibilidade de compartilhar links diretos nos *stories*, quando aplicável, amplia ainda mais o potencial de conexão com conteúdos mais profundos, como os que estão presentes na revista digital, por exemplo, oferecendo uma ponte entre o consumo rápido do *Instagram* e a leitura mais aprofundada da revista. O uso dos *stories*, por exemplo, destaca-se por oferecer uma interface que ocupa a tela inteira do dispositivo móvel, promovendo uma experiência de leitura quase íntima, onde o usuário se sente totalmente envolvido com o conteúdo (Zimmermann e Guidotti, 2021).

Os *stories*, ainda, podem funcionar como um "noticiário interativo", por essa habilidade de não se limitar a informar, mas convidar o/a seguidor/a a participar; habilidade crucial na sociedade contemporânea para lidar com o excesso de informações e compreender seu contexto e relevância (Ferrés e Piscitelli, 2015). Por isso, um perfil no *Instagram* é uma ferramenta interessante quando se fala em interatividade, pois "em seu interior podemos encontrar diversos recursos interativos que excluem a necessidade de importar materiais manipulados exteriormente à plataforma" (Zimmermann e Guidotti, 2020, p. 12).



Os processos jornalísticos sempre se transformaram a fim de se moldarem aos novos formatos narrativos e às preferências do público. Com as possibilidades interativas nas redes sociais, o jornalismo sofre mudanças, porque são possibilitadas novas relações com o público (Zimmermann e Guidotti, 2020, p.12).

O *Reels*, por sua vez, é um formato de vídeo desenvolvido pelo *Instagram* que permite aos usuários criarem e compartilharem conteúdos audiovisuais curtos, geralmente acompanhados por trilhas sonoras, efeitos e ferramentas de edição integradas à plataforma *Instagram* (2024). Assim, se destacam por sua capacidade de engajamento visual e dinâmico, sendo amplamente utilizados tanto para entretenimento quanto para comunicação estratégica. No contexto do jornalismo transmídia, este recurso se apresenta como uma ferramenta significativa para a distribuição de narrativas visuais, possibilitando a inserção de conteúdos informativos de maneira criativa e acessível, ampliando o alcance e promovendo interações ativas entre criadores e audiência, como destaca Jenkins (2009). Nesse sentido, os *Reels* se apresentam como uma ferramenta significativa, permitindo que a narrativa da IRME atinja públicos diversificados por meio de conteúdos visuais curtos e imersivos, que possam provocar as/os leitoras/es a se interessarem pelo assunto e acessarem outros conteúdos correlatos.

O formato, ainda, estimula a interação direta do público por meio de curtidas, comentários e compartilhamentos, promovendo um diálogo ativo entre a narrativa da IRME e seus espectadores. Como Zimmermann e Guidotti (2021) explicam, as redes sociais transformaram-se em espaços híbridos de textualidade verbal e visual, permitindo a experimentação de novas formas de comunicação que ressoam com o objetivo de IRME, de promover uma identidade latino-americana.

Além disso, o *Reels* foi integrado ao "**Diário de Repórter**", o perfil da IRME no *Instagram*, mencionada no relatório como uma das ferramentas, para ampliar a narrativa transmídia (subitem 1.3.2). Sua natureza efêmera e atrativa dialoga diretamente com a necessidade de capturar a atenção de públicos que consomem informações de forma fragmentada, um ponto observado por Costa e Carvalho (2021) ao analisar o impacto



das redes sociais no jornalismo. Renó e Flores (2012) ressalta que a narrativa transmídia explora a mobilidade e a liquidez da comunicação para criar experiências interativas e imersivas. O uso de *Reels* contribui para essa abordagem, oferecendo um meio ágil e visual de veicular histórias que conectam e potencializam sua capacidade de engajamento, permitindo que esta narrativa sobre “veias, vozes e memórias latino-americanas” seja compartilhada de forma acessível para as novas gerações.

Para finalizar a discussão acerca do papel do jornalista na vertente do jornalismo de viagem, linkado ao mundo digital e às redes sociais, percebemos a aproximação da atualidade em verificar em quais espaços este tipo de narrativa tem tomado forma e se disseminado. Segundo Nascimento (2019), o *Instagram* e o jornalismo de viagem estão em processo de fusão, se aproximando em vários âmbitos.

*O Instagram se apresenta como uma forma importante para difusão de material jornalístico. O acesso às notícias de forma gratuita funciona de maneira espontânea, e a mídia social em questão já faz parte do cotidiano das pessoas em diversos momentos da vida (Nascimento, 2019).*

### 1.3.3 – *Fanzine e a junção de diferentes mídias*

A terceira mídia utilizada para compor a produção transmídia deste trabalho, é o fanzine ou zine. Esses artefatos estão muito conectados à uma proposta de crítica social e política e surgem como uma forma de narrativa contra a hegemonia e a favor da democracia (Valle e Junior, 2017).

Fanzine, ou apenas zine é uma publicação alternativa e artesanal que prioriza a produção autoral, geralmente financiada pelo próprio editor ou editores e distribuída de maneira independente. Por seu caráter libertário e anárquico, procura não se enquadrar em categorias estéticas ou comunicacionais estabelecidas pelas grandes mídias ou por qualquer influência autoritária e que busque respeitar algum tipo de padrão. Os fanzines também podem ser chamados pela sua abreviação apenas de zine. Portanto, quem faz zine pode ser chamado de fanzineiro/fanzineira ou simplesmente zineiro/zineira. [...] Com o fanzine, enquanto uma maneira de exercitar a produção artística e inventiva, vislumbramos possibilidades de ir contra os discursos homogeneizantes e uniformizantes que nos deparamos em sala de aula e no cotidiano escolar ao instigar o estudante a protagonizar de forma ativa, pois, o importante não consiste



apenas na experiência, mas também na relação que o estudante pode inventar a partir da experiência. O zine, juntamente com o conceito de experiência, pôde proporcionar essa elaboração subjetiva (Valle e Junior, 2017, p. 234).

A escolha do fanzine como parte da narrativa midiática produzida neste trabalho, foi feita para fomentar a discussão no ambiente social, olhando para a cultura dos contos populares como forma de avivamento do espaço coletivo e geracional. A ideia de apresentar particularidades das regiões visitadas por meio do zine impresso, portanto, trabalho a conexão palpável entre o indivíduo e o jornalismo; o indivíduo nativo é aquele que o acessa por meio do jornalismo em diferentes espaços comunicativos. Neste sentido, o fanzine se apresenta como “ferramenta de experimentação do fazer jornalístico, levando em consideração as peculiaridades regionais” (Medeiros, 2016, p.69).

O caráter contracultural dos zines é central para sua definição e relevância. De acordo com (Magalhães, 2016, p. 8), os fanzines representam “uma forma de resistência à massificação cultural”. Essa resistência se manifesta tanto em seu conteúdo quanto em sua forma, que frequentemente desafia os padrões estéticos e linguísticos da mídia tradicional.

No campo educacional, os zines são ferramentas poderosas para desenvolver habilidades críticas e criativas. Basaglia (2017) descreve um projeto realizado em uma escola de São Paulo onde estudantes, ao produzir zines, exploraram conceitos de alfabetização visual, design gráfico e autonomia. Essa prática dialoga diretamente com os princípios pedagógicos de Paulo Freire (1970), que destaca a importância da criticidade e da autonomia no processo educativo. Além de seu papel educativo, os zines têm sido utilizados como meios de construção de identidades e comunidades participativas. No estudo de Medeiros (2016), é enfatizado que os fanzines, ao oferecerem um espaço para o debate público e a crítica, ajudam os fãs a “articularem suas subjetividades em conformidade com as expectativas de sua comunidade de pares”. Essa dimensão participativa se alinha à cultura da convergência, que valoriza a colaboração e a troca de conhecimentos em redes descentralizadas.



Os zines também se destacam como uma mídia alternativa que desafia os monopólios comunicacionais, se apresentando como “veículos comunicacionais que divulgam ideias e conteúdos marginalizados pelos grandes meios de comunicação” (Lima *et al.*, 2004, p. 6). Essa função se intensificou com a migração de parte da produção de zines para o meio digital, ampliando seu alcance e permitindo novas formas de experimentação estética e narrativa (Magalhães, 2016, p. 7).

Apesar de sua origem no suporte impresso, os zines têm demonstrado uma incrível capacidade de adaptação às transformações tecnológicas. Na década de 1990, com a popularização da internet, muitos editores migraram suas produções para o ambiente digital, expandindo o alcance das publicações e explorando novas formas de narrativa (Magalhães, 2016, p. 7). Contudo, mesmo com essa transição, o formato impresso continua relevante, especialmente por sua tangibilidade e apelo estético. Magalhães (2016, p. 7) observa que os zines impressos oferecem “um recurso inalienável de mobilidade e permanência”, características que os tornam particularmente valiosos em contextos de resistência cultural e política, particularidades relevantes para a construção da IRME, e por isso a percepção de incentivar e criar um zine como produto para compor essa narrativa.

Para complementar, quando tratamos da cultura de uma população e como as produções culturais regionais impactam os modos de vida e mesmo a maneira como essa população se expõe, é interessante entendermos – ainda que superficialmente – o que é o jornalismo cultural. Em especial, porque na narrativa transmídia que compõem este trabalho, propomos ponderar a manifestação e a interferência de quem produz e escreve o artefato. “Não podemos esquecer que as figuras do escritor e do jornalista (sobretudo de opinião) às vezes podem coincidir na mesma pessoa” (Barreto, 2006, p. 70).

Para Golin (2009), o jornalismo cultural situa-se numa zona heterogênea de meios, gêneros e produtos que abordam com propósitos criativos, críticos ou de mera divulgação os campos das artes, das letras, das ciências humanas e sociais, envolvendo a produção, a circulação e o consumo de bens simbólicos. O espectro de alcance do jornalismo cultural é amplo sob o ponto de vista formal e de conteúdo. É possível considerar, nesse conjunto, desde uma revista literária



de pequena circulação, o suplemento semanal de um jornal de grande tiragem, revistas especializadas em temáticas específicas (artes, música, cinema), cadernos diários reservados ao tempo livre e ao entretenimento, assim como as revistas eletrônicas, cada vez mais frequentes na internet (Golin, 2009, p. 2).

A heterogeneidade abarcada por esta vertente do jornalismo é pertinente na produção indicada neste trabalho, pois além da proposta de ora acessar a arte, ora a literatura junto do jornalismo imersivo e descritivo, permite uma apresentação mais afetiva dos lugares e das pessoas documentadas no processo produtivo como um todo.

Na periódica revisão de temas artísticos e culturais, o jornalismo alicerça e constrói a memória simbólica, confirmando sua condição de práxis narrativa marcada pela cultura profissional e pelo contexto em que está inserida. Cada vez mais, reforça ou desafia cânones constituídos em locais autorizados como as instituições museológicas e acadêmicas. Ou seja, a função de mediação é um ponto significativo para avaliar a relevância desse segmento como elo entre o público e determinados bens simbólicos. Muitas vezes, será apenas por meio daquele enunciado, daquela situação de leitura, que um sujeito terá acesso mínimo e parcial a uma determinada obra de arte ou experiência artística (Golin, 2009, p.4).

Desta forma, é possível pontuar que a IRME se utiliza do modelo transmídia para enriquecer a narrativa jornalística sobre a América Latina, integrando diferentes plataformas para abranger públicos diversos e proporcionar uma experiência informativa mais ampla e imersiva. Segundo Palacios (2004), o jornalismo digital é caracterizado por "multimedialidade/convergência, interatividade, hipertextualidade, personalização, memória, instantaneidade e atualização", o que permite que o jornalismo digital ocorra em tempo real, de forma calcada nas características da mobilidade. Esses elementos conferem uma nova dimensão ao fazer jornalístico, permitindo não só a ampliação do alcance, mas também a personalização e a adequação dos conteúdos para públicos distintos.

A escolha de múltiplos formatos, como a revista digital, o perfil no *Instagram* e o zine impresso, dialoga com a perspectiva de Jenkins (2009, p.46), que afirma que a cultura participativa transforma consumidores em "usuários que também participam ativamente do ecossistema jornalístico". Este modelo, que Renó e Flores (2012)



denomina como essencial na narrativa transmídia, permite ao público "interpretar a mensagem" de maneira mais engajada, promovendo uma conexão ativa entre os conteúdos e a audiência. Os benefícios da multimídia, portanto, são numerosos para este trabalho, em especial, pois o uso de diferentes formatos possibilita a construção de uma narrativa que atinge uma variedade de públicos. Segundo Pimenta (2021, p.77), o jornalismo transmídia "explora as mídias e suas potencialidades", alcançando públicos distintos e aproveitando "o que cada mídia tem de melhor". Assim, a IRME alcança leitores de diferentes idades e perfis de consumo, ampliando o impacto informativo e cultural da narrativa.

Além disso, a hipertextualidade e interatividade, conforme observado por Palacios (2004), promovem uma "expansão narrativa" que permite aos leitores navegar por camadas de informação. Esse recurso, segundo Anderson, Bell e Shirky (2013), cria uma "comunidade de usuários" que molda e compartilha conteúdos, contribuindo para a compreensão de temas e eventos em tempo real e de maneira colaborativa. Tal característica, somada à instantaneidade e à atualização constante, torna o jornalismo transmídia da IRME uma proposta alinhada à "liquidez das estruturas" da comunicação pós-moderna, como define Renó e Flores (2012), com dinamismo e interação contínua. Dessa maneira, a IRME oferece uma experiência informativa complexa, que aproveita as potencialidades do jornalismo digital para, não apenas informar, mas também conectar os públicos, de forma mais imersiva, às narrativas, contribuindo para uma valorização da cultura e identidade latino-americanas.

Por fim, como a narrativa da IRME se constrói na transmidialidade, o público tem papel importante nesse processo. Neste caso, são pessoas que se interessam por conteúdos de jornalismo, viagens e América-Latina, que desejam ampliar seus conhecimentos e laços culturais a partir da compreensão de si mesmos e do espaço que ocupam, encontrando-se ainda com o jornalismo cultural, mais uma vez, a partir da relação de contato, construção de um elo, ponte entre a cultura do outro e a própria.



O conceito de multimídia está longe de ser entendido como hiperbólico muito pelo contrário, a multimídia é justamente a medida de conteúdo informacional pensado para suprir as necessidades de potencialização da reportagem, notícia, entre outros produtos jornalísticos em sinergia com a performance de jornalismo digital convergente. Palácios (2002, p. 3) diz que multimídia é “convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e sim) na narração do fato jornalístico” (Nunes, 2013, p.21).

Assim, os produtos realizados neste trabalho, revista digital, zine e perfil no *Instagram*, se relacionam e se complementam. Pautados no jornalismo transmídia, não replicam conteúdo, mas usam de três formatos e mídias diferentes para reforçar uma mensagem sobre a importância das transformações constantes relativas a ela, tão grandes quanto as veias que cruzam os 33 países latino-americanos. Por mais que o conceito de América Latina e latinidade surjam em um contexto de exclusão e pejoratividade, como citam Rosa, Amaral e Melo (2020), a IRME foi criada justamente para ressignificar esse conceito, a partir do respeito à pluralidade dos povos latino-americanos.

Ainda, o zine é um formato que pode capitalizar a estética visual e a tangibilidade do impresso, aspectos que Salvador (2019) destaca como cruciais para a experiência do usuário. Esse produto permite explorar uma dimensão tátil e colecionável, oferecendo uma abordagem artesanal que estimula o leitor a imergir no conteúdo de forma profunda. O autor observa que a qualidade visual e o design são elementos centrais para atrair e manter o interesse do usuário no impresso, permitindo uma interação mais lenta e reflexiva. Por isso, para a IRME, esse produto pode e deve servir como um espaço onde o público explora detalhes mais subjetivos das narrativas, podendo sentir-se parte da história de cada destino latino-americano.

Já na revista digital, a facilidade de navegação e a responsividade do design tornam-se aspectos essenciais, especialmente para leitores que acessam o conteúdo em dispositivos móveis. Salvador (2019) argumenta que a experiência do usuário em edições digitais deve priorizar a clareza de interface e a funcionalidade de leitura, permitindo que o leitor encontre o conteúdo de forma intuitiva e sem distrações desnecessárias. Isso significa a construção de uma revista digital que equilibre interatividade com simplicidade,



explorando ferramentas digitais como links interativos, vídeos e animações para enriquecer o conteúdo, sem comprometer a legibilidade e a usabilidade. Ao garantir uma experiência visual atraente e intuitiva, o produto principal desta narrativa transmídia pretende aproximar o público com um toque de modernidade e acessibilidade.

O perfil da IRME no *Instagram*, por sua vez, incorpora aspectos de interatividade e engajamento em tempo real. Salvador (2019), pontua que a experiência do usuário nas plataformas digitais está diretamente ligada à rapidez de acesso à informação e à qualidade do conteúdo visual. No contexto do *Instagram*, os conteúdos criados e postados podem promover uma narrativa visual impactante, para capturar a essência das culturas e dos países latino-americanos. Ao fazer isso, o trabalho promove uma conexão emocional instantânea com o público, incentivando comentários e compartilhamentos que contribuem para a formação de uma comunidade engajada e interessada no tema. A partir da análise Salvador (2019), portanto, fica evidente que cada um dos produtos — o zine, a revista digital e o perfil no *Instagram* — possui um papel específico na construção da experiência do usuário. O zine oferece subjetividade explícita e uma conexão tangível; a revista digital prioriza a funcionalidade e a interatividade, por meio da visualidade e da convergência; e o perfil no *Instagram* promove um engajamento dinâmico e instantâneo. Ao combinar esses produtos, a IRME oferece uma experiência multiplataformas que atende a diferentes preferências de consumo de mídia, permitindo que o público explore a temática da América Latina por meio de narrativas variadas e visualmente ricas.



## 2. ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

### 2.1 Metodologia

A metodologia utilizada para o desenvolvimento do presente trabalho se divide nas seguintes etapas: (1) levantamento bibliográfico sobre os temas e formatos/fazeres e produtos jornalísticos, apresentados anteriormente; (2) definição das intenções comunicativas do projeto experimental a partir da revista impressa, criada como trabalho final da disciplina “Laboratório de Design para o Jornalismo”; (3) roteiro e planejamento da viagem à Argentina para conhecimento e captação de material relativo à produção da primeira edição da IRME; (4) viagem pela Argentina e deslocamento entre os estados visitados; (5) registro de informações, entrevistas, captação de áudios, vídeos e fotografias; (6) gravação dos roteiros de passagem nos locais visitados; (7) planejamento da narrativa transmídia e especificação dos produtos finais; (8) decupagem e tradução dos materiais captados com as fontes entrevistadas; (9) edição e tratamento das fotos, áudios e vídeos; (10) separação e definição dos conteúdos presentes em cada editoria e em cada um dos três produtos propostos (revista digital, perfil no *Instagram* e fanzine impresso); (11) planejamento e elaboração dos conteúdos jornalísticos; (12) desenvolvimento da identidade visual e do projeto gráfico do produto; (13) diagramação, ajustes, finalização e publicação da narrativa transmídia.

**1, 2 e 3.** Na disciplina presente na grade curricular do curso de Jornalismo, “Pesquisa em Jornalismo”, ministrada pelo Prof. Dr. Silvio da Costa Pereira entre maio e junho de 2023, foi desenvolvido o pré-projeto do trabalho de conclusão de curso e iniciado o levantamento bibliográfico sobre o tema e os formatos jornalísticos possíveis para a realização do projeto experimental. Neste processo de construção do pré-projeto, a revista criada na disciplina de “Laboratório de Design para o Jornalismo” foi revisitada e direcionou a reflexão das intenções comunicativas da produção do Trabalho de Conclusão de Curso. A partir da aprovação do pré-projeto, tanto o roteiro quanto o planejamento da viagem para a Argentina foram definidos de acordo com a disponibilidade de tempo, as acompanhantes de viagem/produção e as pessoas que



iriam nos receber no país vizinho. Ainda, foram considerados aspectos financeiros e de logística, devido aos trajetos que deveriam ser percorridos, as possibilidades de melhores passagens e hospedagens e as necessidades das produções. Todo este planejamento foi realizado em junho de 2023, um mês antes do início da viagem.

**4. A viagem para a produção da narrativa transmídia** foi realizada em 40 dias, por quatro estados e quatro capitais de províncias argentinas, em um total de 8.900 km percorridos, sendo 2.400 km de avião (São Paulo-Córdoba) + 700km (Córdoba-Buenos aires) + 1.000 km (Buenos Aires-Mendoza) + 600 km (Mendoza-Córdoba) + 900 km (Córdoba-Jujuy) + 900 km (Jujuy-Córdoba) + 2400 km (Córdoba-São Paulo), entre os dias 8 de julho e 16 de agosto de 2023. Os deslocamentos de estado para estado, em sua grande maioria, foram realizados de avião, devido aos preços similares a passagens de ônibus. Desta forma, para economizar tempo, foram realizadas oito viagens de avião e alguns outros trechos de carro (uber na grande parte do tempo), metrô e ônibus, em especial para locomoção dentro das cidades ou para lugares afastados, mas de fácil acesso.

**5 e 6.** Todo o **processo de registro, captação de áudio, vídeos e fotografias** foi realizado nos 40 dias de viagem, entre julho e agosto de 2023. Apenas algumas entrevistas, pontuais, foram feitas posteriormente via *Whatsapp*, em especial áudios com dúvidas pendentes. Os roteiros foram feitos nos locais de gravação, após algumas conversas e pesquisas rápidas sobre o local, a história, informações úteis e as intenções preestabelecidas (descritos no item 2.2.3 deste relatório). Após os roteiros definidos, os episódios foram pensados com o intuito de abrir os vídeos publicados no perfil no Instagram. Foram gravados no local, para contextualizar e ambientar o/a telespectador/a, e captados com apoio da equipe (mais informações no item 2.2 deste relatório). Em relação às entrevistas, a maioria foi realizada presencialmente, muitas vezes interrompendo algum afazer do dia ou do trabalho das fontes. Muitas entrevistas foram curtas e pontuais, considerando entrevistas mais aprofundadas posteriormente, de maneira virtual. Esse primeiro contato foi crucial para o andamento da produção, pois estabeleceu-se uma relação de troca entre fonte e repórter, importante para o entendimento mais aprofundado da realidade de vida da fonte. Esse início



serviu de guia para o resto da produção, promovendo um recorte mais afinado do que se ia tratar de maneira mais aprofundada. Partindo do contato e da entrevista inicial, os contatos posteriores retomaram o que já tinha sido conversado. Estas conversas foram feitas online, através da plataforma *Google Meet* ou do *Whatsapp*, entre agosto e outubro de 2023. Portanto, para algumas fontes conhecidas e contactadas durante a viagem, a pré-entrevista aconteceu no primeiro encontro e a entrevista em profundidade remotamente. Para as fontes agendadas, o encontro foi presencial e, na maioria das vezes, se estendeu por uma a duas horas, com captação de foto, áudio e vídeo. Ao todo foram entrevistadas 30 pessoas para a produção da primeira edição da IRME.

7. Planejamento da narrativa transmídia e especificação dos produtos finais a partir dos materiais obtidos (especificados no item 10 desta metodologia).

8. As **entrevistas** feitas em áudio/vídeo foram decupadas de acordo com a necessidade das produções, especificadas no momento de planejamento dos conteúdos que comporiam a narrativa transmídia. As decupagens foram todas feitas após as captações e sem o auxílio de nenhum programa ou aplicativo, pois o áudio original estava no idioma espanhol com gírias e expressões que, dificilmente, seriam reconhecidas. Sendo assim, os áudios foram acionados e, simultaneamente, junto da decupagem escrita, também já foram realizadas as traduções do espanhol para o português.

9. O **processo de edição e tratamento das fotografias** foi realizado em outubro de 2023, na pós-captação e após a seleção das imagens, inicialmente, selecionadas segundo qualidade técnico-visual. A primeira seleção foi mais genérica, excluindo fotos tremidas, desfocadas, cortadas, que não se encaixavam na estética documental que compõem a linha editorial da narrativa. Quando captadas, as fotos já eram agrupadas em grupos, divididos entre os estados percorridos durante a viagem, facilitando então a segunda seleção, que consistiu em separar as fotos que iam para o zine, para cada editoria (nas que possuem fotos) e para a galeria de fotos da revista digital. A edição e



tratamento contou com o auxílio dos *softwares Photoshop e Lightroom*<sup>4</sup>. Já em relação aos vídeos, os roteiros foram criados a partir da separação dos vídeos captados, em pastas do próprio celular, e foram sendo complementados pelas anotações/registros da viagem, em especial, informações sobre os lugares e as experiências vividas. Essas edições foram finalizadas em novembro de 2023. Os vídeos publicados no perfil no *Instagram* foram editados pelo *CapCut*<sup>5</sup>. Os vídeos publicados na revista digital, por sua vez, foram editados pelo argentino Conrado Laje, produtor audiovisual com especialização em som, pois estes foram captados horizontalmente durante a viagem, em uma câmera Canon T5. Trata-se de captações de entrevistas longas, paisagens e cenas externas. Neste contexto, precisávamos de captações com alta qualidade, para produzir o especial documental que compõem uma das editoriais da revista digital. Os áudios que compõem este trabalho foram editados no *Audacity*<sup>6</sup> e no próprio gravador de voz do *Iphone Xr* e *Iphone 11* entre outubro e novembro de 2023.

**10. Separação e definição dos conteúdos presentes em cada editoria e em cada um dos três produtos propostos** (revista digital, perfil no *Instagram* e fanzine impresso). Uma vez selecionados e editados, todos os materiais foram divididos a partir da coleta e captações realizadas. Essa divisão aconteceu entre outubro e novembro de 2023 e, depois, foram separados em editoriais e distribuídos nos formatos escolhidos. Nesse sentido, cada formato precisou de demandas específicas. Os vídeos captados com o celular durante toda a viagem, por exemplo, compuseram os conteúdos direcionados ao *Instagram*, retratando bastidores. Após seleção, foram sendo

---

<sup>4</sup> O *Photoshop* é um software especializado em manipulação, criação e aprimoramento de imagens, enquanto o *Lightroom* se concentra na edição, organização e processamento de fotos, a combinação das funções que compõem os dois foram essenciais para a boa qualidade das fotos, de forma prática e rápida, acelerando os resultados (Coisa de fotógrafa, 2024)

<sup>5</sup> É um programa de edição de vídeo gratuito que auxilia com ferramentas práticas a produção audiovisual do usuário, disponível para computador e celular. Como o intuito dos vídeos era integrar o Instagram, eles já foram gravados no formato vertical, e como todos estavam no celular, já separados nas respectivas pastas, o processo de edição ficou ainda mais prático e fácil sendo executado com um celular modelo Iphone 11 e capacidade de 256gb de memória (Apptuts, 2024).

<sup>6</sup> Audacity é um software livre de edição digital de áudio disponível principalmente nas plataformas: Windows, Linux e Mac e ainda em outros Sistemas Operacionais. A escolha partiu do conhecimento e prática prévios, desenvolvidos nas aulas de rádio ao longo do curso, assim as ferramentas eram conhecidas e aceleravam o processo de produção (Audacity team, 2024).



roteirizados, montados, editados e legendados. Outro exemplo, são os contos apresentados no zine, escritos a partir de conversas com os moradores de cada localidade, com a função de uma aproximação da cultura popular por meio da oralidade. No caso da revista digital, considerada a necessidade de aprofundamento textual e audiovisual, os assuntos e entrevistas pré-estabelecidos para compor suas páginas virtuais foram separados em pastas por região, para serem encontrados mais facilmente. Alguns elementos produzidos foram utilizados em todos os materiais, para criar uma identidade visual evidente, como o logotipo e a paleta de cores, por exemplo. Após análise do material disponível, as produções foram efetuadas de acordo com cada um dos formatos jornalísticos entre outubro e novembro de 2023.

**11 e 12. Planejamento e elaboração dos conteúdos jornalísticos e desenvolvimento da identidade visual e do projeto gráfico do produto.** Junto à ilustradora Victória Amorim, estudante de jornalismo e colaboradora na produção visual deste trabalho, de acordo com a orientação de produção relativa às intenções comunicativas da narrativa, em novembro de 2023, foi criada tanto a identidade visual, quanto o projeto gráfico dos materiais jornalísticos específicos a cada tipo de mídia e suas necessidades produtivas e de compartilhamento. Para a revista digital, a escolha das editorias e os formatos visuais e textuais que iriam integrá-la à montagem dos materiais separados (explicados no tópico acima) em cada parte; para o perfil no Instagram, a apresentação do logo, da paleta cromática e da distribuição das publicações no feed; no caso do fanzine, os textos, títulos e informações úteis, ilustrações e conteúdos relacionados ao objetivo principal. Além disso, reuniões constantes de discussão sobre a produção tinham como objetivo compartilhar dúvidas, ajustes, modificações necessárias, e acompanhar passo a passo a elaboração dos produtos. As reuniões com a ilustradora foram semanais e foram necessárias para garantir a conexão com a Identidade Visual (aplicada nos três produtos).

**13. Diagramação, ajustes, finalização e publicação da narrativa transmídia.** Uma vez cumpridas as etapas de elaboração dos conteúdos que comporiam cada um dos produtos, foram realizadas a diagramação/organização de cada um deles para a



publicação. Na revista, a diagramação durou mais tempo, pois os conteúdos eram extensos, além disso a inclusão de imagens, ilustrações, ícones, ferramentas de navegação dentro da plataforma, vídeos e áudios, aumentaram a necessidade de ajustes e resolução de instabilidades da plataforma. No *Instagram*, o perfil foi criado em meados de setembro/outubro de 2023 e foi sendo alimentado conforme os conteúdos ficavam prontos e as legendas eram feitas. No fanzine, após a decisão de tamanho escolhido, A2, sulfite, gramatura 120g, com tamanho de 42x59, quatro centímetros, diagramação frente e verso foi executada no *Indesign*<sup>7</sup> e o processo durou, aproximadamente, duas semanas. Os elementos, ilustrações e textos selecionados foram distribuídos na superfície predefinida e após a finalização e o fechamento, foi enviado para impressão. O processo de impressão teve desafios, já que o tamanho escolhido não estava disponível para impressão frente e verso em nenhuma gráfica de Campo Grande/MS, nem em São José do Rio Preto/SP, onde foram realizadas buscas de possibilidades. Desta forma, a solução encontrada foi a impressão das folhas separadas, seguidas de colagem, feita com cola bastão, para o produto engruvilhar, ficar pesado e/ou ter o risco de rasgar. Utilizamos três colas de 40g para cada dois zines e após a colagem esperei secar durante uma noite, para garantir a absorção e a secagem completa. Na sequência foram feitos os cortes e as dobraduras seguindo um tutorial.

Concluída a diagramação nas diferentes mídias e fechados os arquivos, foi feita a impressão do Zine e publicadas as produções no perfil no Instagram, em novembro de 2023. Depois, a Revista Digital foi diagramada na plataforma *Readymag*<sup>8</sup>. Por fim, a última etapa compreendeu a redação deste Relatório, a partir das anotações feitas ao longo de toda a produção, para documentação e correlação entre teoria e prática.

---

<sup>7</sup> Adobe InDesign é um aplicativo, também classificado como software, de design de layout e editoração eletrônica, ideias para diagramação de materiais que posteriormente serão impressos (EBAC, 2024)

<sup>8</sup> É uma ferramenta criada para a criação de editoriais, páginas onlines e sites, esta foi a ferramenta escolhida pois durante os anos de curso tive contato algumas vezes com a teoria e a prática, e conforme a necessidade exigida pelas disciplinas da grade curricular, pude desenvolver minhas habilidades e ampliar meus conhecimentos dentro da ferramenta, facilitando assim a aplicação e diagramação do material trabalhado, por já ter diagramado algumas produções (Nocode.tech, 2024).



## 2.2 Execução

Para narrar as diferentes formas de latinidade existentes na Argentina, como indicado anteriormente, este trabalho optou por um produto jornalístico transmídia, com a intenção de garantir certa autenticidade, variedade e dinamismo na apresentação do conteúdo, podendo evidenciar a variedade dos povos e regiões visitadas. Ainda, para além de alcançar diversos públicos, o uso de diferentes mídias permitiu contar histórias de diferentes maneiras e em formatos também distintos.

A narrativa transmídia IRME, produzida neste trabalho, é composta por três produtos que reafirmam a missão de valorizar a produção cultural realizada na América Latina, com o objetivo principal de tornar possível a aproximação de brasileiros e brasileiras à latinidade e a intenção comunicativa de despertar o interesse dos/as leitores/as. Cada uma dessas questões conduzem a produção destes produtos jornalísticos de modo complementar, tendo a revista digital o objetivo principal de aprofundar o conhecimento em relação ao país da edição; o perfil no *Instagram* o objetivo principal de diversificar a linguagem e captar o interesse de um público mais jovem; e o Fanzine o objetivo principal de aproximar o/a leitor/a da cultura popular do país da edição.

Neste tópico será apresentada, de modo mais aprofundado, a produção/execução de cada formato separadamente. Porém, é relevante ressaltar que durante os 40 dias de viagens e captações, as ideias e intenções se mesclaram e foi importante filmar, escrever, documentar e registrar muito mais do que estava previamente programado, para não correr nenhum risco de falta de material, já que não se poderia voltar a esses lugares em tempo hábil para finalizar o projeto. É possível imaginar, portanto, que nem tudo o que foi captado foi utilizado, porém, mesmo os materiais extras ajudaram a assegurar a possibilidade de mudanças de rota e/ou novas propostas.

É importante indicar, também, que a viagem de captação de material não foi a única viagem para a Argentina. No final de 2021, fiz um intercâmbio voluntário, sozinha, para Córdoba, Capital, onde morei por dois meses e trabalhei em uma ONG de alimentos.



Além disso, outras duas viagens foram feitas antes da viagem de captação e foram de grande auxílio não só na reflexão a respeito da produção, mas também no entendimento do que poderia ser a IRME e quais os meios de produzi-la. Portanto, além de 2021, estive na Argentina em julho de 2022 e em janeiro de 2023. Todas as idas totalizam seis meses de convívio e, talvez se possa dizer, imersão no país e em contato com alguns modos de vida de seus habitantes. Esses momentos foram de extrema relevância para as decisões da viagem de captação, em especial, no acesso a contatos e conhecimento sobre os lugares e sobre a língua falada, o que facilitou o trabalho como um todo.

A viagem de captação aconteceu em 2023, de julho a agosto, e percorreu 8.900 km, quatro regiões e quatro cidades. Foi planejada em maio e junho, enquanto o pré-projeto era desenvolvido e posteriormente qualificado e contou com uma equipe de 8 pessoas, com destaque para Luísa Oliveira, estudante de jornalismo da UFMS, Geane Beserra, estudante de jornalismo da UFMS, Mar Civetta, argentina do estado de Jujuy, e Conrado Laje, argentino do estado de Córdoba, que auxiliaram no processo produtivo e na captação.

Geane e Luísa formaram a equipe de apoio na primeira etapa da viagem, que acompanhou as captações nos estados de Mendoza e Buenos Aires, totalizando 14 dias viajados, sete dias em cada estado. A segunda etapa foi em Córdoba, com idas e vindas, entre as outras viagens. A cidade serviu de parada de descanso, organização, manutenção e saídas para as outras etapas, pois era onde tínhamos hospedagem gratuita com o Conrado Laje, membro da equipe, que ajudou, também voluntariamente, na pré-produção, indicando e conectando pessoas/fontes e na pós-produção, editando os vídeos destinados à revista digital. Por fim, a última etapa, em Jujuy, foi guiada pela argentina-jujeña Mar, que também ofereceu hospedagem e ajudou na captação, no deslocamento entre regiões e na indicação de pessoas/fontes do estado. Os gastos da viagem se concentraram em hospedagens, da primeira etapa, e em custos com alimentação e transportes nas outras etapas.



Após a viagem, em outubro de 2023, a ilustradora, Victória Amorim, foi contatada para criar ilustrações para a revista digital e para o zine. A prestação de serviços durou, em média, um mês. Nesse processo, foram realizadas quatro reuniões e uma comunicação constante entre ilustradora e autora, alinhadas na produção. Por fim, Ana Laura Menegat, jornalista graduada pela UFMS, e Ana Carolina Gonçalves, estudante de jornalismo da UFMS, completaram a equipe, revisando as produções textuais da revista digital, de forma voluntária.

Produzir um produto jornalístico transmídia implica planejar, registrar e documentar o processo e, muitas vezes, os (re)processos, na tentativa de ampliar a visão e o alcance da comunicação que se pretende produzir. Neste trabalho, ainda, nos encontramos com o jornalismo de viagem, e seus imprevistos nada gentis, que mudaram rotas e atrasaram algumas atividades/ações. Executar, com cuidado e atenção, neste caso, foi o que permitiu um maior controle dos resultados.

### *2.2.1 – Identidade Visual*

A Identidade Visual (IV) é a primeira coisa que deve ser criada, pois a partir dela todos os elementos serão baseados e constituídos, para isso o projeto deve ser esboçado previamente, com as principais intenções comunicativas, e quanto mais claras e mais características, mais consistente e menor as chances de equívoco (Peres, 2016).

O conceito de IV é essencial para a criação de uma marca coerente e reconhecível, especialmente em ambientes digitais onde a interação e a navegabilidade são basilares e os produtos jornalísticos foram criados para serem contínuos. Dias, Zwirtes, Sousa e Castro (2012), apresentam a identidade visual como um conjunto de elementos gráficos que expressam a personalidade e os valores de uma marca, como o logotipo, as cores e as tipografia, e que precisam ser adaptados de forma eficaz para plataformas digitais para garantir a consistência e a pregnância da comunicação visual.



No caso da IRME, essa adaptação é particularmente relevante, pois a identidade visual não é pautada apenas em questões estéticas, mas sim em uma estratégia de comunicação que envolve a semiótica e a simbologia. A IV atua como um recurso semiótico que facilita a comunicação e amplifica os valores culturais representados, conferindo ao projeto uma presença única e distintiva. Afinal, a marca gráfica expressa significados subjetivos e intersubjetivos, sintetizando a filosofia da marca e ajudando a construir sua imagem perante o público. Esse processo é parte de uma longa evolução histórica do design gráfico, que se desenvolveu desde as representações pictográficas para comunicação até o complexo sistema simbólico utilizado hoje em plataformas digitais (Dias, Zwirtes, Sousa e Castro, 2012).

A interface digital, no contexto da identidade visual, exige que o/a projetista gráfico/a vá além da criação estética, passando a atuar também no design de informação. Isso significa que os elementos visuais precisam ser adaptados para o ambiente hipermídia, garantindo que o público consiga acessar e interpretar a identidade da marca de forma fluida e intuitiva. Para este trabalho, a interface é uma extensão da narrativa cultural, onde o design visual não só comunica, mas também pretende facilitar a experiência do usuário.

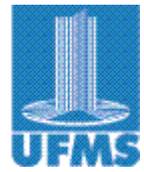
A construção de uma IV eficaz requer uma compreensão profunda dos elementos gráficos e simbólicos que representam e fortalecem a imagem de uma marca ou projeto. Como apontado no relatório de Marques (2016), sobre o desenvolvimento da identidade visual para além de um elemento estético, ela precisa transmitir a essência, os valores e o propósito da marca de forma clara e reconhecível. Marques (2016) discute a importância de elementos como ícones e logotipos na criação de uma identidade única, que seja facilmente identificável e se destaque em um ambiente saturado de informações visuais. Seguindo esse contexto, o projeto descrito aqui visa retratar a diversidade cultural da América Latina por meio de uma linguagem visual envolvente e coerente, e assim beneficiar-se da seleção cuidadosa de cores, tipografia e ícones que representem elementos culturais, históricos e simbólicos do país da edição. Assim, a escolha dos



elementos gráficos, como a paleta de cores e as formas visuais, não é aleatória; é uma construção simbólica que comunica o objetivo do projeto.

Marques (2016) também enfatiza o papel do logotipo como uma "impressão digital" visual, um elemento que deve ser único. No caso da IRME, o logotipo e os demais componentes visuais pretenderam refletir a riqueza e a pluralidade cultural da América Latina, deixando o país da edição em destaque, ao utilizar uma simbologia que evoque as tradições e o patrimônio da região, enquanto se adapta aos padrões modernos de design e legibilidade em plataformas digitais. Por isso, o projeto gráfico considera tanto os aspectos culturais quanto a funcionalidade, garantindo que o público associe imediatamente os elementos gráficos à proposta editorial e promovendo a identificação e o reconhecimento. Em suma, a identidade visual da IRME é aplicada aos três produtos e está fundamentada nas práticas de design descritas por Marques (2016). Ela é construída de forma a combinar a tradição cultural de cada país representado com inovação visual, em uma representação gráfica que seja ao mesmo tempo respeitosa com o patrimônio cultural e acessível ao público digital contemporâneo.

Partindo desse pressuposto, e da contextualização dos elementos e características, a paleta cromática de toda a narrativa transmídia IRME foi pensada para ser flexível e seguir as cores da bandeira do país apresentado em cada edição. Essa escolha de identidade acompanha o ideal de pluralismo da narrativa, a partir das 33 bandeiras da América Latina. A bandeira e suas cores, em muitos lugares, são capazes de reavivar a chama do nacionalismo e do pertencimento, ativando a memória e a percepção identitária de um povo. Além disso, uma bandeira não se restringe a apenas um mero pedaço de pano que tremula ao vento; cores, formas, divisões e iconografia simbolizam e condensam elementos que representam um país soberano. Elas exaltam ou recusam valores e posições políticas, marcam determinado momento histórico e colocam em evidência conflitos e tensões de múltiplas identidades (Berg, 2008).



Na primeira edição, portanto, a paleta cromática segue as cores da bandeira da Argentina, transitando entre os tons de amarelo, laranja e azul. A cor laranja, ainda que sutil, é encontrada nas ramificações dos raios solares presentes no desenho do sol, elemento central que compõe a bandeira em questão (Figura 2).



Figura 2 : raios alaranjados que compõem a bandeira argentina | Fonte: banco de imagens do google.

Nos três formatos jornalísticos, portanto, revista digital, perfil no *Instagram* e fanzine, o uso do fundo preto é intencional para criar conexão entre os produtos, evidenciar o contraste e destacar imagens, elementos, objetos e ilustrações expostos (Figura 3).

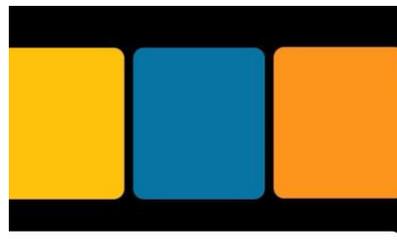


Figura 3 : paleta cromática da edição piloto | Fonte: produção da autora.

O logotipo, que apresenta o nome da revista, foi criado segundo o ideal de valorização da América Latina, reforçado desde o início deste trabalho. Como a maioria – 19 dos 33 países que compõem o nosso continente – tem como idioma principal o espanhol, a palavra IRME, de ir, de movimento, evidencia o termo em espanhol, na tentativa de reaproximar o Brasil dos outros países latino-americanos. Ainda, a pronúncia



do R, no Brasil, é carregada de sotaque, dependendo da origem da/o leitor/a. A pronúncia, portanto, carrega identidade e história. Por outro lado, no espanhol, o R é puxado de uma maneira mais marcada e, diferente do idioma português, evidenciando uma distinção entre os povos.

Os elementos gráficos usados para construir o logo são tipográficos e geométricos. A intenção foi criar uma IV marcante, apresentada por meio de uma tipografia espessa, pesada visualmente e com pouco espaçamento, para evidenciar a força visual da variedade de conteúdos e informações. Mais uma vez, linkados ao tema, que são mais perceptíveis visualmente, promovendo uma legibilidade e legibilidade mais ampliadas. Ao mesmo tempo deveriam trazer uma sensação de leveza, ao serem apresentadas em formato de caixa baixa (Figura 4). A redução/abreviação do logo, traduz a intenção comunicativa de início de viagem e final de viagem, ao ser formado pela primeira e pela última letra da palavra IRME mais o pingo da letra I e o “-” de finalização (Figura 5).



Figura 4 : logotipo produzido para ser aplicado nos três produtos | Fonte: produção da autora.



Figura 5 : logotipo reduzido produzido para ser aplicado nos três produtos  
| Fonte: produção da autora.

O logotipo da IRME foi criado a partir da manipulação da tipografia *DCC-Ash* (Figura 6). As letras foram modificadas para evidenciar a união entre os caracteres, que parecem se fundir, mesmo sem se tocar. O “i” (item 1 na Figura 4 ), representa o ícone de informação, conhecido no ambiente digital, e evidente nos três formatos. A mudança do “m” (3), pretende dinamizar a marca e trazer uma sensação de continuidade, de constância, de movimento, que reforce a própria palavra usada. A ponta levantada (2) foi utilizada para lembrar a sinalização existente nas asas dos aviões, remetendo à partida, à ida, a ir-se (Figura 4). O “e” (4) é arredondado, para evidenciar a ideia de ir, de movimento, de ciclo. Por fim, o traço abaixo do “e” (5), que lembra um hífen que separa as sílabas quando a palavra não cabe na linha, evidencia a continuidade de todas as viagens e próximas edições.



Figura 6 : fonte de referência para a produção do logotipo da IRME | Fonte: produção da autora



### 2.2.2 Revista Digital

A revista digital é composta por produções mais aprofundadas e que levaram mais tempo para serem finalizadas. Ela conta com recursos dinâmicos, visuais, sonoros e próprios deste formato, como contextualizados no item 1.3 “Produção Jornalística Transmídia, subitem 1.3.1 Revista Digital”, apresentando a viagem proposta com a produção transmídia.

Como indicado anteriormente, ela foi diagramada na plataforma *Readymag* (<https://link.ufms.br/iWtVV>), que possui recursos técnicos interessantes e condizentes com o layout pensado para a IRME, enquanto revista digital; e possibilita, de forma razoavelmente descomplicada a aplicação da multimídia, entre outros conceitos relativos ao universo digital já discutidos neste relatório, no item 1.3 “Produção Jornalística Transmídia”.

Para a produção do conteúdo jornalístico da primeira edição desta revista digital, edição-Argentina, trinta pessoas foram entrevistadas, sendo vinte e três mulheres argentinas e sete homens argentinos, uma venezuelana, quatro brasileiras e uma mexicana, todos residentes na Argentina. As diagramações foram feitas utilizando ferramentas e recursos da versão gratuita do *Readymag*, suficientes para alcançar a proposta visual e dinâmica pré-programadas (Figura 7).

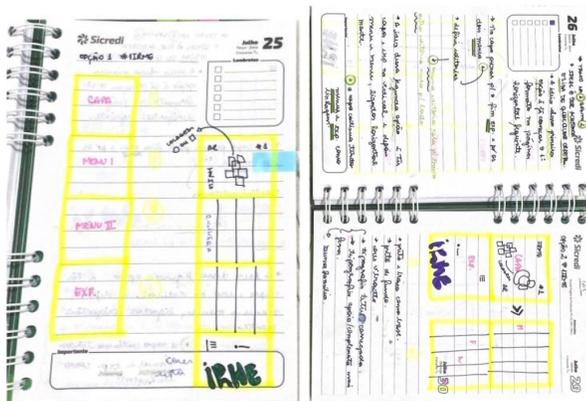


Figura 7 : esboços e planejamento para a diagramação virtual, considerando os conteúdos e experiência usuário | Fonte: produção da autora



As fotografias e vídeos foram priorizados para que o/a leitor/a pudesse emergir de forma ambientada à narrativa, além de humanizar as entrevistas e apresentar características físicas e emocionais das/os entrevistadas/os; expressões, falas, movimentos, criando uma certa aproximação natural com o/a personagem em questão. No âmbito do conteúdo, a revista foi dividida em nove pilares-editoriais que projetam e materializam os objetivos anteriormente pontuados, no item 1.3 deste relatório. São eles: pessoas, espaços, festividades, arte, ancestralidade, fronteira, tradição, união e identidade. Os três primeiros, respectivamente, foram adicionados após o pré-projeto e direcionaram a captação e a execução dos materiais. Esses pilares-editoriais são responsáveis por auxiliar na estruturação da produção e foram pensados para direcionar as edições da IRME. Apresentam a lista de editoriais possíveis e temáticas interessantes à missão e aos objetivos principais da narrativa transmídia, abrindo espaço para a vivência personalizada, social e cultural de cada país.

Ainda, a dinamicidade presente nos temas, respinga também nas escolhas editoriais, que abrem possibilidades abrangentes a vários gêneros jornalísticos, como crônicas, reportagens, compilados de vídeos e relatos pessoais, por exemplo. Assim, a revista digital da IRME foi dividida em oito editoriais, que respondem ao objetivo principal da narrativa e refletem a linha tênue entre a América Latina e o conceito de pluralidade e valorização, anteriormente destacados no item 1.1 deste relatório. As opções de editoriais são fixas para todas as edições, já os gêneros, títulos, direcionamentos podem ser decididos em cada edição e pretendem apresentar, de forma autêntica, cada país abordado, evidenciando marcas específicas e particularidades nacionais.

- **CARTA AOS VIAJANTES (1):** carta ao leitor, apresentando, em texto, a edição em questão;
- **IDENTIDADE DA ED (2):** Apresenta conteúdo em texto e ilustrações para introduzir o país da edição em questão;
- **LATINIDADE À VISTA (3):** conteúdo em texto e imagens (estáticas ou em movimento), que considera o contato e a relação do país com pessoas de outros países latinos, em especial aquelas que vivem no país da edição; prevê um recorte de gênero, delineando a



vida da mulher latina e seus desafios e conquistas, considerando neste contexto a realidade de vida da mulher no Brasil;

- **COMIDA COM HISTÓRIA (4):** conteúdo em imagem, texto e áudio para evidenciar a culinária como marca registrada da identidade e formação cultural de um povo;
- **É ARTE (5):** conteúdo em imagem, texto e áudio para apresentar uma manifestação artística do país em questão, podendo, o título da editoria, se ajustado conforme o nome do país, neste caso, a editoria se chama '**Argentina é arte**';
- **MEMÓRIAS VIVAS (6):** conteúdo em vídeo e texto/legenda, sobre festivais e comemorações típicas/ancestrais que estejam entre os costumes e tradições até os dias atuais/de publicação da edição em questão;
- **JUNTO A NÓS (7):** conteúdo, em texto e imagem, de espaços vivos e dinâmicos, lugares pulsantes na estrutura social do país, de acordo com as pessoas entrevistadas;
- **BOA GENTE (8):** conteúdo em imagem e texto, para apresentar um/a perfilado/a, de uma pessoa (comum) latino-americana residente no país em questão; pretende contatar e apresentar pessoas que contribuem para a manutenção e valorização da cultura local.

A única editoria que tem como prerrogativa o uso de ilustrações, que nesta edição foram produzidas pela estudante de jornalismo e ilustradora, Victória Amorim, é a ID da ED. Propositalmente, o uso de ilustrações foi pensado para provocar o imaginário da/o leitor/a, ao mesmo tempo em que apresenta detalhes da realidade abordada (Figura 15 e 16). Uma espécie de provocação, uma porta de entrada para que o/a leitor/a queira acessar e conhecer mais sobre o país em questão.

A identidade visual da revista digital IRME foi construída para refletir a cultura latino-americana de forma autêntica e moderna, utilizando tons vibrantes e cores provenientes da bandeira do país que materializa a edição em questão, como apresentado no item, 2.2 "Execução, subitem 2.2.1 Identidade Visual", como um padrão editorial para todas as edições. As cores selecionadas são aplicadas em tons intensos e contrastantes, destacando-se sobre o fundo preto e criando um ambiente visual que chama atenção para os conteúdos posicionados por cima, já que uma das intenções é o destaque da cultura nacional. Esse uso das cores está alinhado com o conceito de



pregnância visual que enfatiza a importância de uma paleta bem planejada para garantir uma identidade visual forte e coesa (Dias, Zwirtes, Sousa e Castro, 2012, p. 2).

A tipografia possui linhas retas, sem muitos detalhes de finalização, com uma espessura robusta. O conjunto tipográfico escolhido não possui serifa, considerando uma leitura fácil mesmo em tamanhos menores nos dispositivos móveis. O uso de tipografias grandes e espaçadas nas páginas principais, como no sumário e nas capas de editora, ajudam a criar uma hierarquia de informação que guia o leitor intuitivamente pelo conteúdo. Marques (2016) destaca a importância da escolha tipográfica como um dos elementos que contribuem para a formação da identidade visual e facilita a comunicação direta com o leitor. A revista digital da IRME adota esse princípio ao selecionar uma tipografia que se adapta ao ambiente digital, mantendo a legibilidade e a leiturabilidade, com a família tipográfica *Graphik* e suas variações que transitaram entre *bold*, *regular*, *thin* e *italic*. A variação *bold* é usada em títulos e frases ou expressões importantes para o contexto da narrativa, que precisavam ser destacados; o *regular* é usado para o restante do texto, em especial o texto corrido; o *italic* é usado em palavras estrangeiras e por fim; o *thin* é usado em especificidades de subtítulo. A tipografia foi usada na cor preta, branca e colorida (de acordo com as cores que representam a Argentina, país da edição), combinada às cores da paleta, que tinham elementos como caixas de cor apoiadas ao fundo preto e vice-versa, contrastando entre si. Este contraste é um dos princípios da identidade visual da revista, e neste caso garante uma experiência de leitura mais confortável (Figura 8).



Figura 8: prints de tela da revista digital que indicam título de texto e o seu corpo textual, junto do elemento de caixa de cor, fundo preto, ícone de informação no lado superior direito, em preto, e por fim, a seta no meio da página, do lado direito, que indica acessibilidade e mobilidade para a navegação pela revista digital.

I Fonte: Produção da autora

A orientação da leitura da esquerda para a direita também afeta a percepção visual e cognitiva do leitor. Estudos em psicologia cognitiva sugerem que os leitores ocidentais desenvolvem uma preferência por iniciar a leitura no canto superior esquerdo de uma página, movendo-se naturalmente para a direita e para baixo (Rayner, 1998). Essa preferência torna-se inconsciente e é moldada ao longo do tempo, reforçada por práticas educacionais e culturais. Como resultado, ela influencia diretamente como os elementos de design são organizados em layouts ocidentais, favorecendo organizações que seguem esse direcionamento.

A criação de um design que capture a atenção do leitor sem comprometer a legibilidade e a experiência de leitura (Krupahtz e Gasparetto, 2018), implica no uso cuidadoso de cores, tipografia e espaçamento, que harmonizem com a proposta visual da revista como um todo, como visto acima e nas telas/páginas da revista digital (Figura 9). Isso oferece a/ao leitor/a uma interface agradável visualmente e fácil de navegar. Elementos visuais minimalistas como ícones simplificados, uma paleta cromática de

cores adequadas e condizentes com a identidade visual e as temáticas discutidas, assim como formas geométricas utilizadas para direcionar a visualização e a leitura (Figura 10), guiam o acesso e ajudam a evitar uma sobrecarga sensorial, facilitando a leitura prolongada, sem cansaço visual.



Figura 9: prints de tela da revista digital focando nos títulos das editorias, que apresentam um tamanho tipográfico maior do que o restante da página, indicando ao leitor, onde começa a direção da leitura. | Fonte: Produção da autora



Figura 10: print de tela da revista digital que aponta um exemplo de elemento visual colorido e geométrico servindo de caminho e descanso para a leitura. | Fonte: Produção da autora

Outro aspecto fundamental, abordado no processo produtivo da revista digital, foi o uso de elementos visuais de destaque e animações pontuais para manter a atenção do/a leitor/a sem sobrecarregá-lo/a (Krupahtz e Gasparetto, 2018). Na IRME, o uso de transições suaves ao rolar ou navegar entre seções, de ícones interativos que convidem à exploração, de elementos geométricos que “pedem” a interação ao se transformarem (Figura 11), e de conjuntos tipográficos que juntos se movimentam, representando dados





que sintetizam elementos centrais de um projeto e comunicam mensagens específicas de forma imediata, além de promoverem a associação visual com a proposta narrativa.

Para Barthes (1984), os ícones visuais operam como "signos" que evocam significados culturalmente compartilhados, oferecendo ao público uma "leitura rápida e reconhecível". Em contextos transmidiáticos, eles ajudam a alinhar o visual de uma produção a seus temas centrais, facilitando a interpretação e o engajamento do público com a narrativa. Na IRME, foram usados para complementar a informação visual ou auditiva, com informações mais detalhadas e guiadas através de textos explicativos (Figura 12). Além disso, o uso do contraste e da paleta cromática foram essenciais para evidenciar esses elementos, aumentando assim a percepção do/a leitor/a e enriquecendo a experiência.



Figura 12: prints de tela da revista digital com ícones ao longo das páginas e imagens.  
| Fonte: Produção da autora

Além da consciência do impacto dos signos usados, a leitura e a leiturabilidade também são uma questão importante e são ampliadas pelo uso de espaços vazios e pela disposição modular em conjunto de elementos, o que facilita a navegação e torna a experiência visual menos densa, como defende Haluch (2013). A estrutura de layout, organizada em uma grade visível, orienta o/a leitor/a a navegar pelas diferentes seções, garantindo uma leitura sequencial e fluida, baseada na orientação ocidental, e a experiência imersiva propostas para esta plataforma digital.

Haluch (2013) aborda os elementos fundamentais do design gráfico voltados à experiência de leitura e interação visual. A autora destaca que o planejamento gráfico



deve priorizar a clareza e a organização dos elementos textuais e visuais, garantindo que o leitor seja conduzido de forma fluida e sequencial pelo conteúdo. Elementos levados em consideração na construção e diagramação da revista digital. Além disso, o uso consciente de espaços vazios e a disposição modular são estratégias que tornam o design mais acessível e reduzem a densidade visual, promovendo uma experiência menos exaustiva e mais imersiva (Haluch, 2013).

A autora enfatiza a importância dos espaços vazios como ferramentas de respiro visual, argumentando que sua presença no layout não é apenas uma questão estética, mas também funcional. Esses espaços contribuem para a legibilidade e permitem que o leitor tenha pausas naturais durante a leitura, o que melhora a compreensão do texto e reduz a fadiga ocular. Essa abordagem é reforçada pela necessidade de um equilíbrio visual entre texto e imagens, evitando que a composição "sufoque a página" com informações excessivas (Haluch, 2013, p. 59).

Além do aspecto visual, o projeto gráfico e o layout desempenham um papel importante na experiência do usuário. Castedo e Gruszynski (2005) destacam que o uso de uma grade bem estruturada ajuda a organizar a informação, melhorando a legibilidade e facilitando a navegação em plataformas digitais. No caso desta revista digital, a estrutura da página/tela foi feita a partir de uma disposição central, que considera e contempla tanto o/a usuário/a que vai acessar pelo *desktop*, quanto pelo *smartphone* (Figura 13), seguindo uma grade moderna. Ainda, as margens, os espaços entre linhas e a distribuição do texto foram planejados para proporcionar uma leitura confortável, especialmente nos dispositivos móveis, onde o espaço de tela é limitado.

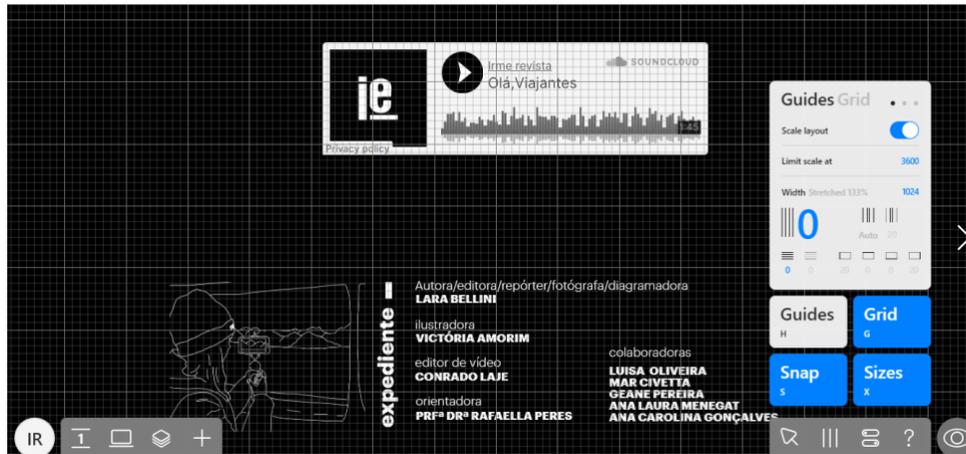


Figura 13: prints de tela da revista digital no momento da sua edição no *Readymag*, apresentando o grid e a disposição dos elementos tipográficos, ilustrativos e auditivos que compõem a página.  
[Fonte: Produção da autora]

O conceito de grade moderna no design gráfico, como abordado por Castedo e Gruszynski (2005), refere-se a uma estrutura organizacional que orienta a disposição dos elementos visuais e textuais em uma interface gráfica, com o objetivo de proporcionar harmonia, clareza e funcionalidade ao layout. Essa abordagem parte do princípio de que a grade não é apenas um recurso técnico, mas também uma estratégia estética e comunicacional que facilita a interação do usuário com o conteúdo, especialmente em ambientes digitais.

A utilização de uma grade bem estruturada permite a criação de layouts coesos e flexíveis, que se adaptam a diferentes dispositivos, como desktops e smartphones. No caso específico de revistas digitais, uma grade moderna desempenha um papel crucial ao alinhar o design responsivo às necessidades dos usuários. Castedo e Gruszynski (2005) destacam que a grade organiza a informação em blocos ou módulos, que podem ser rearranjados sem perder a coerência visual, garantindo que a experiência do usuário seja consistente independentemente do tamanho da tela ou do dispositivo utilizado. Uma grade moderna é caracterizada por sua capacidade de combinar estética e funcionalidade. Ela utiliza proporções dinâmicas, como a regra dos terços ou a seção áurea, para organizar os elementos visuais em uma hierarquia clara. Isso facilita o



direcionamento do olhar do usuário, guiando-o intuitivamente pelos pontos de interesse da página. No contexto de dispositivos móveis, essa estratégia se torna ainda mais relevante, já que o espaço limitado da tela exige que o conteúdo seja apresentado de forma otimizada, com margens e espaçamentos bem definidos para garantir uma leitura confortável e uma navegação fluida.

A disposição central da página/tela mencionada na análise do layout da revista digital exemplifica a aplicação de uma grade moderna. Essa escolha permite equilibrar os elementos visuais, criando um foco central que acomoda tanto a navegação em desktops quanto a em dispositivos móveis. A centralização do conteúdo também reforça a sensação de ordem e estabilidade, aspectos fundamentais para a experiência do usuário em interfaces digitais.

Por fim, a imersão e a experiência do/a usuário/a são fortalecidas pela integração de áudio (Figura 14), galerias de fotos e vídeos, que enriquecem a narrativa e estimulam os sentidos, promovendo uma experiência multimídia. A presença desses elementos está de acordo com a abordagem defendida por Jenkins (2009) e outros estudiosos da convergência midiática, que incentivam o uso de diferentes mídias para criar uma experiência rica e dinâmica. Na IRME, essa convergência é essencial para conectar o público de forma mais aprofundada com a cultura e a identidade latino-americana, utilizando o potencial do ambiente digital para transformar a leitura em uma experiência de viagem.



Figura 14: prints de tela da revista digital indicando a inserção de um áudio guiado.  
| Fonte: Produção da autora



Para isso, a revista digital em questão aplica a IV de modo estruturado e coerente, conectada aos valores culturais já apontados. A utilização de uma paleta vibrante, um conjunto tipográfico legível, elementos gráficos e recursos multimídia variados cria uma plataforma que trabalha o informativo, proporcionando imersão, algo fundamental para o engajamento e o interesse do público. Essas questões foram abordadas anteriormente, no item, 1.3 “Produção Jornalística Transmídia, subitem 1.3.1 Revista Digital”.

A produção deste trabalho assume, ainda, que as projeções que fazemos, nosso repertório individual e o senso comum que compartilhamos com nossa coletividade mais próxima, além de nossos saberes, interferem na percepção que temos do mundo e do outro. Neste sentido, as ilustrações que compõem o conteúdo da IRME (Figura 15) pretendem provocar essas preconcepções. Cada uma dessas ilustrações representa um elemento importante para a construção da identidade nacional argentina e, considerando que elas são apresentadas na primeira página da revista, provavelmente<sup>9</sup> antes do acesso ao conteúdo geral, podem ser responsáveis pela primeira impressão do/a leitor/a a respeito do país guia da edição.



---

<sup>9</sup> Em uma produção digital, assume-se que o conteúdo pode ser acessado de inúmeras maneiras e em diferentes sequências; a/o leitor/a tem, portanto, liberdade para transitar pela revista e, ainda assim, compreender a mensagem.



Figura 15: ilustrações produzidas para compor a editoria ID da ED. | Fonte: Victória Amorim.

Essas ilustrações foram produzidas a partir de um diálogo e uma troca diretos da jornalista, autora deste trabalho, com a ilustradora. Foram passadas explicações detalhadas das expectativas e dos destinos abordados, assim como apresentadas imagens fotográficas representativas das localidades visitadas (Figura 16).



Figura 16 : fotos produzidas na viagem à Argentina e que serviram de referência para a produção das ilustrações da editoria ID da ED | Fonte: produção da autora.

A produção das ilustrações partiu de um briefing<sup>10</sup> e todas as conversas posteriores foram em encontros presenciais. A principal preocupação, desde o primeiro

<sup>10</sup>Chama-se briefing às informações preliminares contendo todas as instruções que o cliente fornece à agência para orientar os seus trabalhos. É baseado nele e completado com as informações de pesquisas que esboçam o



momento da colaboração, foi o acompanhamento nos processos, em especial de escolhas de cada uma das ilustrações que compõem a editoria (2), intitulada “Identidade da ED”. O planejamento previu dez cenas/momentos/situações que contassem a história do país, a partir da experiência de viagem da equipe - portanto, uma percepção bastante específica do país - e atendessem as intenções comunicativas da IRME.

Assim, as ilustrações representam cenas de alguns costumes argentinos materializados em objetos ou atividades, junto à ambientação do espaço. As cenas ilustradas são um zoom da foto original, escolha explicitada no texto inicial da primeira edição, para traduzir um recorte da realidade, um detalhe, uma possibilidade de percepção individual/subjetiva e não a verdade absoluta sobre os quatro estados visitados durante a produção da narrativa. A tentativa foi trazer cores, traços e um certo realismo para contextualizar a leitura, uma preocupação importante, na tentativa de resumir a complexidade de um país.

No âmbito da diagramação (Figura 17), a organização dos elementos na superfície digital produzida no *Readymag*, foi pensada para trazer ao leitor/a uma ambientação dos conteúdos. Em um primeiro momento, uma contextualização visual capaz de impactar e manter o/a leitor/a navegando nas páginas/telas da revista. A diagramação é o processo de organização dos elementos visuais em uma página, determinando uma hierarquia de informações específica para direcionar a leitura e facilitar o acesso ao conteúdo. Castedo e Gruszynski (2005) argumentam que a diagramação deve ser orientada por uma estrutura de grade (Figura 14), que ofereça consistência visual e facilite o entendimento da informação. Assim, a criação de margens, módulos e zonas espaciais ajuda a orientar o fluxo de leitura, permitindo que o conteúdo pareça organizado e seja possível evidenciar determinadas informações importantes.

---

planejamento. O briefing é uma fase completa de estudos e deve conter as informações a respeito do produto, do mercado, do consumidor, da empresa e dos objetivos do cliente” (Santanna, 1989, p.119-122).



Figura 17: prints de tela da revista digital. | Fonte: Produção da autora

A cor preta, no fundo, foi utilizada para ampliar o contraste, como já explicado anteriormente, ao fazer com que os elementos sobrepostos, se destaquem. As cores desempenham um papel psicológico e funcional importante na IV e na apresentação de conteúdos jornalísticos. Heller (2000) argumenta que as cores não apenas embelezam, mas também guiam o/a leitor/a, evidenciando hierarquias e conexões e estabelecendo a personalidade visual da publicação. Em um projeto gráfico para uma revista científica, por exemplo, tons neutros e discretos são frequentemente usados para transmitir seriedade e profissionalismo, enquanto as cores de destaque são aplicadas estrategicamente para direcionar o olhar do/a leitor/a para elementos importantes. As



cores, no caso da IRME, contam a história da edição, pois representam o país em questão, somadas às ilustrações e outros ícones que reforçam essa identidade nacional.

A padronização das editoriais com os mesmos elementos visuais, como cores, tipografia, caixas de cor, formas geométricas, entre outros, garantem a correlação dos diferentes conteúdos com o todo da revista. A alternância de cores, a cada nova página, por exemplo, ao mesmo tempo que conectam os conteúdos e identificam as temáticas, também marcam as diferenças.

Por fim, o zine, produzido para impressão, foi inserido na revista digital, em formato digital PDF, acompanhado de uma galeria de fotos, que compõem as últimas duas páginas da revista. O intuito desta inserção foi pontuar a existência de diferentes mídias para quem acessa a revista digital e facilitar o acesso, evidenciando a intenção de disponibilizar uma mídia visual e lúdica, impressa. A galeria de fotos, neste caso, foi inserida para promover uma maior proximidade com o cotidiano da viagem, acompanhada por meio da fotografia de registro, de lugares visitados, pessoas entrevistadas e conhecidas. Elas foram reunidas como se todos fossem janelas de avião ou ônibus, enquadradas em um formato oval e com um enquadramento fechado, no lugar, objeto, ou indivíduo posicionado, dando a sensação de proximidade com o/a leitor/leitora.

Em um próximo momento, nas próximas edições, pretendemos aplicar o método dos 5 I's, empregado para estruturar uma interface que atende as necessidades dos/as usuários/as (Krupahtz e Gasparetto, 2018, p. 6). Esse método - composto pelas fases de Ideação, Incubação, Implementação, Inspeção e Instauração - permite que o design evolua de acordo com o feedback dos usuários, e que a interface digital se adapte às suas expectativas e ao contexto de uso. Estar atenta a este feedback é muito pertinente para a IRME, pois garante que a revista digital não só ofereça uma estética atraente, mas também uma navegação interessante e um acesso, comprovadamente, adequado às intenções comunicativas da narrativa transmídia.



Ainda, a pesquisa e o afinamento das personas, como no caso da Revista Arco, analisada por Krupahtz e Gasparetto (2018) para o desenvolvimento do estudo, foi uma etapa essencial para compreender os diferentes perfis de usuários e moldar a interface de acordo com essas necessidades específicas. Para a IRME, o público inicial está pautado em uma persona jovem, viajante, acadêmica e interessada na cultura latino-americana. Por isso, adaptar a interface para atender a esses perfis, com elementos como menus interativos e responsividade em dispositivos móveis, tornou-se crucial para maximizar o engajamento e a acessibilidade, mesmo que esses elementos já tenham sido criados e aplicados. Assim, a ideia é atualizar após usos e *feedbacks*.

### 2.2.3 Fanzine “IRME - Argentina em contos”

Para executar o Fanzine, também chamado de Zine, foi necessária orientação e referências, pois não conhecia este tipo de formato antes da produção deste trabalho. Neste processo, descobri várias possibilidades de manipulação do papel, que poderiam valorizar – ou não – o material que pretendíamos apresentar impresso. A busca por referências de dobra, especificamente, foi pensada para reforçar as intenções comunicativas da IRME, de interatividade e contato, também no material impresso. Uma das principais referências visuais foi o perfil de *Instagram @wuthipol.designs*, do designer e fotógrafo Wuthipol Uj, residente em Bangkok, na Tailândia. Ele disponibiliza uma série de produções impressas em papel e diferentes possibilidades de dobradura (Figura 18).



Figura 18: print de tela do perfil de Tum Wuthipol Uj, uma das referências utilizadas para a pré-produção e confecção do zine | Fonte: *Instagram* <https://www.instagram.com/wuthipol.designs/>



Se defendemos que a América Latina é vasta, colorida e tem sede de movimentação, e pensando também na experiência da/o leitor/a ao se deparar com um artefato colorido e maleável, ponderamos que esta variação de sentidos poderia despertar a reflexão e a curiosidade em conhecer e entender o espaço do outro em um formato diferente. A ideia, portanto, foi gravar a cultura argentina nas folhas impressas, possibilitando que o/a leitor/a pudesse se mexer com as palavras, cores, imagens, dobraduras e relatos apresentados. O zine, então, neste caso em específico, cumpre algumas funções importantes:

- Evidenciar a importância do passado/história por meio de um processo produtivo analógico, na busca por informações do cotidiano, relatos boca a boca, assumindo a própria identidade enquanto formato;
- Se utilizar de um formato pouco usual no jornalismo para criar interesse na/o leitor/a e fazê-la/o querer saber mais, acessando o QRCODE que leva à revista digital;
- Trabalhar com os sentidos da/o leitor/a e a relação entre tato e visualidade, ao ver e tocar, junto da movimentação do abre e fecha;
- Apresentar a extensão geográfica do país, de maneira visual e gráfica, destacando as regiões visitadas pela equipe de reportagem e promovendo o acesso às imagens fotográficas desses espaços registrados na revista digital, acompanhados de relatos/contos/lendas/curiosidades, para incentivar uma aproximação maior com o país retratado na primeira edição.

Pensando nisso, e trabalhando com o dinamismo característico do jornalismo de viagem, contextualizado de forma ampla no item 1.2 “Reportagem-viagem e Jornalismo de Viagem, e do jornalismo transmídia”, decidimos por este formato também interativo. De um lado o mapa e do outro, uma seleção de fotografias relacionadas às regiões visitadas. Impresso em papel branco, dobrado e disponibilizado em uma espécie de caderno (quando fechado, Figura 19) ou cartaz (quando aberto, frente e verso, Figura 20).



Figura 19: imagem do zine dobrado/formato fechado (capa) | Fonte: produção autora

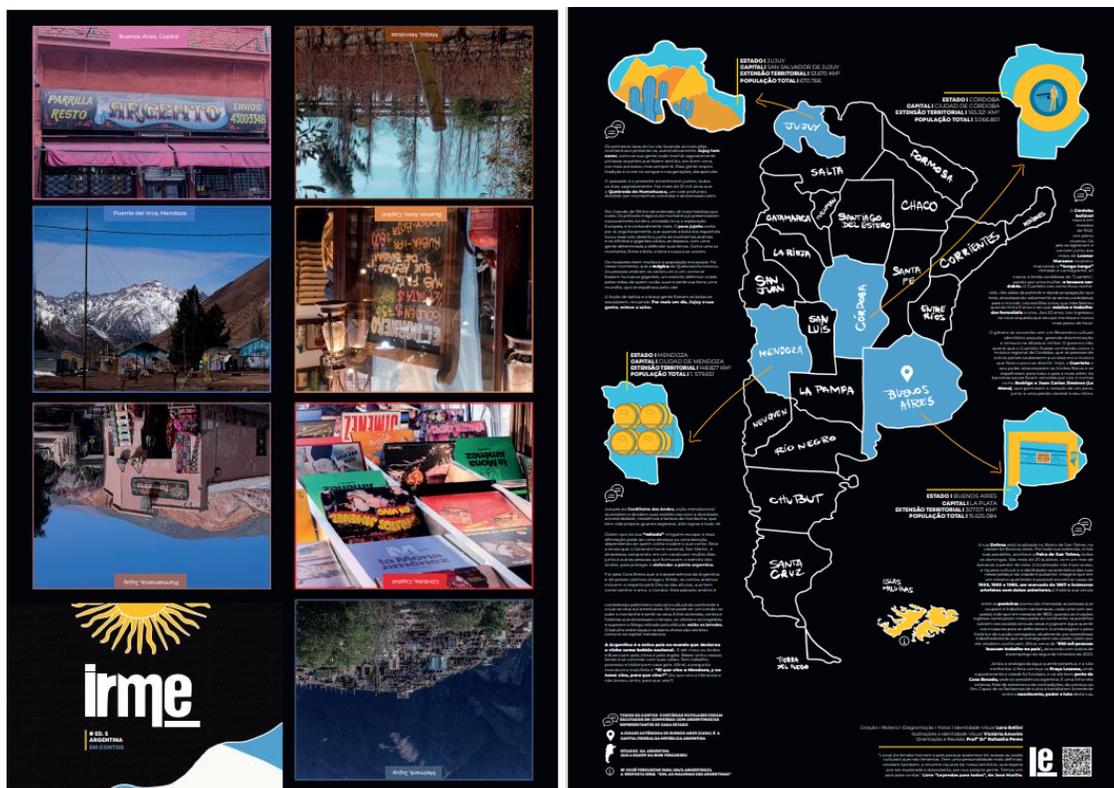


Figura 20: frente verso do Zine “IRME - Argentina em contos”, impresso e dobrado. As fotos foram tiradas durante o tempo de viagem pelo país e a ilustração foi feita especialmente para este zine, por Victória Amorim | Fonte: produção da autora.

A ideia de produzir um mapa ilustrado da Argentina, o país da edição, pretende incentivar o/a leitor/a viajar sem sair de casa, remetendo à aventura da viagem com um mapa em mãos e o processo de conhecimento e descoberta que a movimentação geográfica proporciona. Ainda, pensamos que um mapa impresso poderia ser uma



maneira de indicar a distância/proximidade das culturas apresentadas e provocar alguma reflexão sobre o processo de colonização e de exploração dos europeus sobre as terras latino-americanas. Como já indicado anteriormente, foram percorridos quatro estados e quatro capitais de províncias argentinas, portanto, a escolha dos lugares foi feita pensando na diferença cultural e de vivência diária dessas populações específicas. Em especial, porque cada estado tem crenças, histórias, ditos, características específicas que não conhecemos se acessamos apenas estereótipos genéricos. Nesta edição do zine, portanto, temos quatro breves contos, um para cada estado percorrido: Jujuy, Mendoza, Buenos Aires e Córdoba. Ficou claro neste processo, que contar algo de uma região pelas próprias vozes de quem a vive é importante para criar uma representação mais genuína e próxima da realidade local, podendo ampliar o conhecimento e entendimento da identidade latina limitada a uma só América Latina vista pelos olhos da colonização.

A Argentina é gigante e para cada estado, cidade, povoado pequeno e distante, existem relatos interessantes. Contos de todos os tipos. O zine “IRME - Argentina em contos” foi criado, então, para apresentar um pouquinho das histórias distribuídas nos 3.745.247 km<sup>2</sup>. Ainda, são apresentadas informações específicas dos lugares visitados, como dimensão em quilômetros quadrados, população total e capital, com a intenção de ambientar e ampliar a experiência. A apresentação visual segue a IV criada para a edição e marcada pelo fundo preto, elementos brancos e coloridos em amarelo, azul e laranja, remetendo à bandeira do país. As ilustrações foram produzidas especificamente para o zine, também pela estudante de jornalismo e ilustradora Victória Amorim. Elas foram planejadas a partir de muita conversa e referências fotográficas das várias idas à Argentina, como descrito na primeira parte da execução.

Para finalizar, o zine funciona como uma espécie de caderno fotográfico, com fotografias produzidas de modo digital durante a última viagem pela Argentina, feitas especialmente para a produção deste trabalho. Então, cada estado é destacado com um conto específico da região e uma ilustração linkada a uma ou duas imagens do outro lado da página (Figura 21).

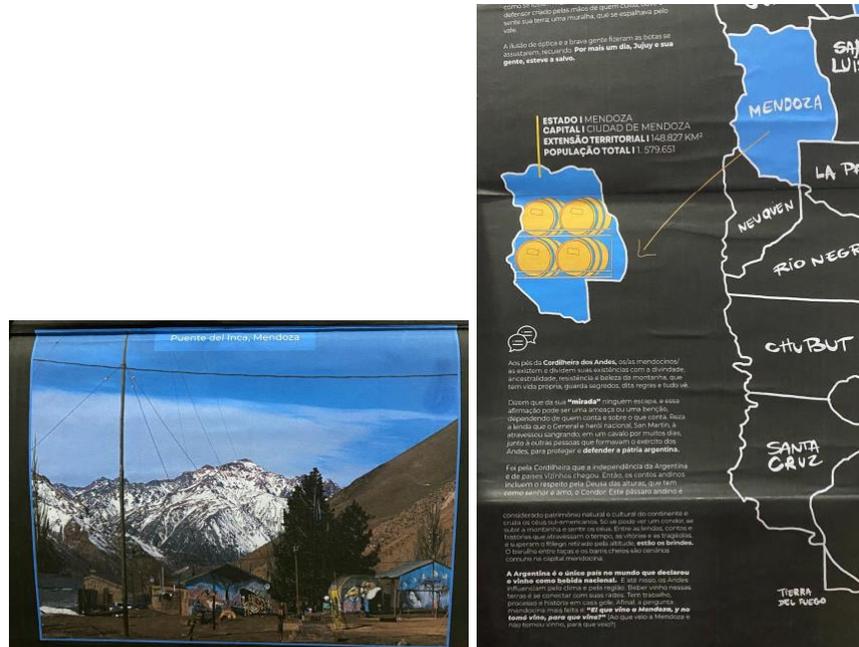


Figura 21: frente do zine impresso, indicando a fotografia de uma das cidades do estado de Mendoza, que é retratada no verso do zine junto de um conto popular e de ilustrações que promovem sua identificação no mapa da Argentina | Fonte: produção da autora.

#### 2.2.4 Instagram – Diário de Repórter

Para captar consumidoras/es conectadas/os e antenadas/os às redes sociais, foi pensado o perfil no *Instagram* em forma de diário de viagem (Figura 22). O perfil foi pensado para compartilhar conteúdos variados sobre o país da edição, em diferentes mídias, como imagens estáticas (únicas ou em carrossel), vídeos e texto verbal. A produção dos vídeos foi planejada, com dois a três minutos de duração, em formato de *reels* do *Instagram*<sup>11</sup>, para contarem, de modo mais descontraído, ainda que informativo, algumas vivências e experiências ocorridas ao longo das viagens. As pessoas conhecidas, as entrevistas realizadas, as dificuldades encontradas e, também, as

<sup>11</sup> Os *reels* são vídeos curtos criados e assistidos no *Instagram*. De acordo com a própria plataforma, eles são uma forma divertida de se conectar com o público e inspirar participação (Instagram, 2024).



genuínas e ‘hermosas’ surpresas, que a equipe viveu e que ajudaram a descobrir e conhecer mais sobre a Argentina e, conseqüentemente, sobre nossa própria latinidade.



Figura 22: prints de tela do perfil no *Instagram* | Fonte: produção da autora.

Para o perfil no *Instagram* “Diário de Repórter”, foram produzidos 7 vídeos, divididos em:

- **Apresentação** (que explica e introduz o diário de viagem da IRME, junto do logo e fotos de fundo, todas feitas na viagem pela Argentina. As imagens se movimentando rapidamente, construindo a ideia de suspense/mistério para o que vem depois, além de chamar a atenção e construir uma dinamicidade);
- **Piloto** (uma tentativa de resumir em poucos minutos a experiência de viagem e entrevistas pela Argentina, além de explicar os objetivos e a justificativa do nascimento da IRME);
- **Feira de San Telmo em Buenos Aires** (apresenta dois entrevistados que contam suas vivências, desafios e alegrias ao trabalhar todos os domingos na feira);
- **Vinícolas Familiares de Mendoza** (apresenta duas vinícolas familiares de Mendoza, na região vitivinícola de Maipu, com uma entrevistada que estuda sobre vinhos e trabalha como guia de turismo em uma das vinícolas);



- **Estádio do Boca Júniors e a Tradição e Futebol no Museu da Paixão Boquense em Buenos Aires** (conta a história do time, brevemente, os artefatos importantes do museu e apresenta uma entrevista com um torcedor do time);
- **Quebrada do Humahuaca em Jujuy** (percorre três povoados que compõem a quebrada, mostrando e ambientando o espectador, além de trazer dois entrevistados que falam sobre o lugar em que vivem) e;
- **Duas publicações estáticas** (uma que apresenta a IV, o logotipo, suas aplicações e intenções comunicativas, além da paleta cromática da edição e, a segunda, uma publicação de dez fotos analógicas, reveladas na Argentina, documentado o dia a dia nos quatro estados visitados).

A produção deste perfil contou com a ajuda de Geane Pereira e Luísa Oliveira, estudantes de jornalismo, que formam a equipe de apoio e captação nesta produção, além de Martina Civetta, argentina que vive em Córdoba capital, e me recebeu por uma semana na casa de seus pais em San Salvador de Jujuy. Martina foi responsável pelo contato com pessoas da sua região, facilitando as entrevistas que estão nos três formatos da IRME (Revista Digital, Diário de Repórter e Argentina em contos). As três, também me auxiliaram na compra de passagens, na produção das chamadas para iniciar os *reels*, no roteiro jornalístico e na definição da dinâmica dos vídeos, mesclando informalidade com profissionalismo<sup>12</sup>.

Seguindo a linha do zine, os vídeos foram produzidos considerando, também, os estados visitados, e apresentando as experiências com foco em alguma história que pudesse evidenciar as particularidades vividas pela repórter/equipe. Além disso, algumas das trinta entrevistas realizadas durante o processo, aparecem nesses vídeos. Foi uma tarefa difícil limitar em três minutos, ou menos, as vivências pessoais, falas e apontamentos de outras pessoas, assim como as informações de contextualização do lugar/espço. Para tanto, o processo contou com a produção de roteiros estruturados e

---

<sup>12</sup> Neste momento, foi possível colocar em prática os conhecimentos aprendidos durante a disciplina de Laboratório de Audiovisual I e II, na época ministradas pela professora Taís Fenelon, presentes na grade curricular do curso de Jornalismo da UFMS.



alinhados com a visão e as intenções editoriais da IRME, assim como as percepções subjetivas de determinado tema, além de leituras e pesquisas realizadas com as/os argentinos e argentinas e informações técnicas retiradas de documentos oficiais.

Durante toda a viagem, foram captados vídeos e imagens, pensando na produção transmídia e no registro de um conteúdo diverso e extenso. Para a publicação no perfil no *Instagram* foi priorizado o formato vertical por conta das especificidades desta mídia.

Na pós-produção, foram selecionadas as passagens audiovisuais e narrações necessárias para contar cada história e, depois, foram editadas no programa/aplicativo *CapCut*, pelo próprio celular, facilitando assim exportações para outros dispositivos. O *CapCut* é intuitivo e de fácil acesso (em especial pelo celular e para o *Instagram*), além de conter todas as ferramentas necessárias para as necessidades de edição existentes. Neste momento, foram selecionadas músicas e sonoras de ambientação e inseridas as legendas para facilitar a democratização da informação. Esses conhecimentos foram adquiridos, em sua grande maioria, durante a participação como colaboradora da empresa júnior do curso de jornalismo da UFMS, a EJ BRAVA. Assim, pude participar, gerir e aprender sobre mídias sociais e suas características aplicada ao jornalismo, como apresentadas no item 2.3 “Produção Jornalística Transmídia, subitem, 2.3.2 - Redes Sociais na produção jornalística”.

Para finalizar, o perfil no *Instagram* também conta com imagens estáticas, digitais e analógicas, com legendas curtas e pontuais, levando o espectador a novos caminhos. No total, foram necessários para a produção deste material apresentado aqui, quatro celulares para as gravações, configurados com uma resolução 4K 60, além de uma lapela sem fio para garantir a qualidade áudio/som.



### 3.DIFICULDADES ENCONTRADAS

O processo de desenvolvimento de uma produção transmídia, por si só, não é fácil, pois envolve a produção de conteúdo variado e a junção de uma série de mídias, divididos em produções diferentes que precisam se conversar de modo evidente. Somado a isso, este trabalho propôs uma viagem por um país distante e que se comunica em outra língua, língua espanhola. Apesar de conseguir desenvolver conversas em espanhol, as entrevistas demandaram longos diálogos, decupagem, tradução e reescrita e a compreensão da língua falada, portanto, teve grande peso na produção da IRME. Ainda, é importante pontuar a compreensão de que apenas essa vivência pontual de imersão não seria suficiente para o recorte materializado de um país. Por isso, a decisão de focar nas pessoas que fazem o país, nas histórias pontuais, nas vivências, nos sentimentos e nas conexões. Nesse caso, o intercâmbio de dois meses que fiz para a Argentina, antes da viagem de produção da IRME, há dois anos, teve imenso impacto no nascimento da narrativa apresentada neste trabalho.

Além disso, foram muitas dificuldades, desde a necessidade de investimento financeiro, voos atrasados, intenções furadas, atalhos desviados, até um celular roubado. Elas fizeram parte do processo, inclusive de aprendizagem, e foram contornadas; umas por sorte, outras por planejamento. Produzir três artefatos era um desafio desde o começo, na execução do pré-projeto, porém, fazia parte da essência do trabalho, da intenção de tentar uma aproximação cuidadosa da complexidade identitária de um país da América Latina, vivendo nele, e podendo acessar problemas e belezas.

Acredito que o mais difícil foi admitir que essa ideia de fazer um Trabalho de Conclusão de Curso a partir de uma viagem a um outro país daria certo. É um fato que, por muitas vezes, precisamos vencer nossas dúvidas em nós mesmos e ampliar o que conhecemos, nossa capacidade de planejamento e a maneira de lidar com processos e acontecimentos.



A produção da IRME me mostrou que mesmo com planejamento, quando a natureza da produção é o jornalismo de viagem, é difícil controlar os acontecimentos e muito importante aprender a lidar com os imprevistos, movimentando-nos junto dos acontecimentos. Neste sentido, aprendi que é imprescindível ter sempre presente as intenções comunicativas da produção, para poder redimensionar o caminho. Me sinto privilegiada diante das oportunidades que tive até aqui e apesar das dificuldades, conhecer lugares e pessoas através de viagens teve um peso bastante grande neste trabalho. Explico, porém, que - mesmo vivendo o ponto positivo do jornalismo de viagem, que são os encontros inesperados e surpreendentes que esse tipo de jornalismo pode proporcionar - , ele também me trouxe limitações externas e internas, que por um lado enriqueceram e transformaram a experiência, mas por outro lado impactaram de forma negativa no fator decisivo para a conclusão do trabalho, que foi o tempo.

Primeiro, é possível destacar os imprevistos que aconteceram na marcação de entrevistas com as fontes pré-selecionadas e os problemas pessoais que inviabilizavam as entrevistas, fato rotineiro na profissão de jornalista, mas que poderiam ter sido resolvidos sem tanta demora. Uma solução, por exemplo, seria ter acionado outras fontes, para ganhar tempo. Em segundo, algo mais interno e pessoal, foi a falta de planejamento prévio e a organização para o cumprimento de algumas demandas presenciais, que resultaram na perda de informações ou materiais, ou no seu atraso. Um exemplo disso, é não ter estipulado um tempo fixo para a gravação das passagens dos vídeos que foram para o *Instagram*, o que custou muitas horas de pós-produção, pois os roteiros só foram concluídos após as gravações.

Pensei que seria melhor finalizá-los após me ambientar com o assunto que estava sendo apresentado, e de fato essa decisão fez diferença porque dessa forma consegui captar mais particularidades e características dos espaços e temas apresentados nos produtos e ampliar a observação junto da imersão, deixando o conteúdo mais rico, com mais detalhes factuais e locais. Porém, o tempo usado para desenvolver melhor esses roteiros



em meio as gravações, acabou atrasando todas elas, sem exceção, e esse atraso não estava previsto, o que prejudicou outros afazeres e o desenvolvimento dos conteúdos.

Por fim, ainda falando sobre questões internas, sinto que deveria ter me preparado melhor em relação ao conteúdo captado. Foram levantados possíveis assuntos, temas e vertentes, que ficaram muito amplos e soltos quando a viagem começou. Pensando nisso, para as próximas edições, seria melhor montar um roteiro definido, pautado nos pilares-editoriais, que direcionassem a produção, considerando o tempo, a qualidade e a praticidade durante a produção e no seu pós.

Também, é importante evidenciar que conciliar sozinha o trabalho extra curso e as funções e obrigações desafiadoras de uma produção transmídia (uma produção que, no mercado, é produzida por uma equipe profissional) foi uma das dificuldades que mais me fizeram hesitar, interferindo negativamente no tempo e na entrega do trabalho finalizado.

Ainda sobre os contatos, apesar das fontes terem sido gentis e abertas, muitas vezes a abordagem foi uma dificuldade e me causou estranhamento e acredito que essa é uma insegurança dos primeiros anos do curso de Jornalismo e que esteve presente na produção da IRME. Confesso que me surpreendi ao longo do processo de captações na Argentina, pois sentia que as/os entrevistadas/os foram muito receptivos/as comigo e que eu tinha espaço e liberdade para seguir o roteiro proposto. Certa insegurança e vergonha continuaram presentes até que eu estivesse ambientada e “pronta” para iniciar as abordagens, e neste sentido, as disciplinas de ‘Jornalismo Interpretativo’ e ‘Entrevista e Pesquisa’ (nomes anteriores à reformulação da grade curricular), na época ministradas pelo Prof. Edson Silva, foram essenciais na rotina da viagem. Essas aulas foram cruciais para o desenvolvimento prático deste trabalho, além de serem vividas e transmitidas na prática nos primeiros anos do curso, hoje estão aplicadas aqui. Enxergo, portanto, o poder e a força do jornalismo sendo passada de geração para geração. Na graduação aprendi a ser observadora, respeitosa e paciente, a desenvolver o tato e a entrega nas produções jornalísticas.



A maior dificuldade, sem dúvidas, foi o dinheiro investido. Foi muito custoso, e limitante, pagar uma viagem de 40 dias para a Argentina. Tive muita ajuda de conhecidos e amigos por lá, que me receberam em suas casas e facilitaram o deslocamento e a permanência no país. Sem este capital previamente coletado, meses antes da viagem, não seria possível que a produção fosse realizada - não da forma que foi -, passando por quatro estados e vivenciando a imersão jornalística.

Na pós-produção, encontrei mais dificuldades do que na captação. Selecionar o material/conteúdo coletado, dividir e distribuí-los levando em consideração outras demandas externas e o tempo hábil disponível, gerou desgastes e ansiedade, atrasando prazos e afetando negativamente a conclusão e finalização. Mesmo com a prática na plataforma *Readymag* adquirida nos anos de monitoria prestadas à disciplina de Ciberjornalismo, e na execução de reportagens para a mesma disciplina, tive muitas dificuldades técnicas que acarretaram a demora excessiva de procedimentos que, sem essas complicações, seriam rapidamente resolvidos.

O *Readymag* é uma plataforma em inglês, sem tradução ou apoio no idioma português, o que dificulta o entendimento - ou exige um esforço maior para entender e solucionar o mal funcionamento das ferramentas ou alguns *bugs*. Por causa disso, a parte da diagramação foi a mais demorada de todo o processo. Em segundo lugar neste ranking, pontuo o relatório deste trabalho, que foi difícil de finalizar devido a dificuldade - desde o início da vida acadêmica - em assimilar e escrever textos na linguagem acadêmica. Desse modo, todas as questões levantadas reforçam a necessidade de mais de um semestre de realização, contando com pré-produção, captação, pós-produção e documentação escrita e detalhada do fazer. A única maneira possível para que essa entrega ocorresse no período de seis meses, seria, talvez, com uma atenção maior ao planejamento na etapa de pré-produção, afinando os processos e com maior tempo diário destinado às etapas da pós-produção. Estas considerações, claro, são referentes à minha experiência.



Por fim, ainda tive um imprevisto preocupante: meu celular foi roubado em Córdoba, no último dia de produção da IRME. Claramente é algo que pode acontecer em qualquer momento, porém, se eu não tivesse feito cópias de todos os conteúdos teria perdido muitas horas de captação. Por causa dos backups 'na nuvem' não perdi nenhum material, foto, vídeo ou áudio, o que foi primordial para a continuação e finalização deste trabalho.



#### 4. OBJETIVOS ALCANÇADOS

Acredito que este relatório registra o alcance dos objetivos propostos, mesmo com todos os percalços. A trinca de produtos apresentada revela o sucesso do principal objetivo: a criação de um produto jornalístico transmídia que a cada edição abordasse diferentes aspectos de um país específico da América Latina. A edição piloto apresenta a Argentina e serviu como um protótipo satisfatório a ser seguido e replicado nas próximas edições, tanto no âmbito do planejamento, como do processo produtivo e pós-produção.

A veiculação estruturada e programada alcança o objetivo de disseminação e acessibilidade à informação em diferentes formatos. Neste sentido, vale lembrar que garantir uma boa divulgação não surte efeito se os materiais não seguem as linhas editoriais e propostas apresentadas.

Acredito, portanto, que este trabalho conseguiu cumprir o planejado, com ajustes pontuais de fontes e pequenos apontamentos/questões vinculadas ao dia a dia do jornalismo/reportagem de viagem, que claramente afetam o planejamento como um todo, mas não alteraram a base de produção.

O planejamento indicava produzir uma narrativa transmídia, composta por três produtos jornalísticos a partir de uma viagem que percorresse quatro estados e quatro capitais, e isso aconteceu, da maneira como indicado no pré-projeto. Os três produtos indicados foram criados; o zine “**em contos**”, para aproximar pessoas e culturas ao trazer contos populares que perpetuam o cotidiano e nacionalidade de um país; o perfil no *Instagram*, intitulado “**diário de repórter**”, que aproxima a IRME do público, expondo como cada produção aconteceu; e, por fim, a revista digital “**Revista IRME**”, com conteúdo multimídia sobre vozes, veias e memórias latino-americanas.



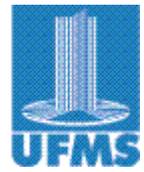
## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

É inegável o desafio de circular a primeira edição de uma narrativa transmídia, considerado o contexto de produção de um projeto experimental de conclusão de curso, que como o próprio nome já diz, considera um processo de finalização de quatro anos de aprendizagem da prática profissional. Sempre soube que não seria fácil, mas tentei ser fiel às minhas propostas do pré-projeto, e creio que essa fidelidade e comprometimento com o proposto foram importantes para a finalização dos produtos. Foram muitas desconstruções seguidas de (re)construções, junto a árduos processos de reflexão e entendimento, tanto da minha forma de trabalhar, como da forma de existir do outro.

Descobri que a latinidade da IRME propõe encontrar seus desencontros, foi neste momento que entendi o motivo do meu objeto de estudo ser o habitante da América Latina, mais do que o próprio espaço. Olhar apenas para a geografia dos lugares não é suficiente para amarrar, segurar e defender uma narrativa forte e detalhada, é preciso ir além do espaço. Eu mesma precisei ir além, para poder desconstruir a projeção prévia e pessoal do que ia encontrar e do que não ia. Assumi o desencontro como ponto de partida e o encontro como um acesso palpável.

Tive muitas surpresas boas e outras desastrosas neste percurso, mas me entreguei à produção e acredito que esta entrega, a crença em um jornalismo humanizado, atento ao outro e às suas riquezas, é um caminho imprescindível a um/a bom/boa profissional. Claramente não esgotei as possibilidades em 40 dias, existem muitos mundos, mais profundos, distantes e complexos do que eu possa calcular, e talvez seja isso que me impulsiona a continuar investindo no poder da narrativa jornalística como possibilidade conhecimento, abertura e afeto ao próximo. A diferença.

Me apaixonei pelo jornalismo nesse caminho produtivo e percebi que sou capaz de, inclusive, sobrepor minhas expectativas. Vivi muitas experiências que me fizeram duvidar das possibilidades que estava tentando criar, mas também muitas outras que me impulsionaram. O mais interessante é que a força da novidade/diferença cultural e, talvez



possa dizer, até um certo deslumbramento com o tanto que desconheço, foi o que fez com que eu pudesse responder às muitas perguntas que este trabalho criou.

Percebi também, o quanto sou guiada pela literatura e pela poesia e como a descrição técnica e objetiva foi uma dificuldade. Talvez, um dos processos mais árduos tenha sido me segurar para não poetizar o mundo nas linhas deste relatório. Neste sentido, uso estas considerações finais para evidenciar que o produto jornalístico transmídia proposto aqui, floresce exatamente nessa tentativa, intensa e visceral, de buscar por um jornalismo não só mais cuidadoso com o outro/o diferente, mas também mais próximo do cotidiano, da aproximação, da experimentação de diferentes universos, da possibilidade de transformação – de mim mesma, inclusive. Percebi que para mim, é muito difícil começar, sair do abstrato, das ideias para a prática objetiva. Conhecer as possibilidades produtivas do jornalismo e perceber meu processo produtivo neste relatório foi ao mesmo tempo assustador e questionador, mas também acolhedor e legítimo, afinal só experimentando as possibilidades e vivendo nossos limites podemos aprender a fazer escolhas de maneira consciente.

Citei JK no vídeo de abertura do perfil no *Instagram* e, reforço a complexidade de dar conta de uma produção transmídia em quatro meses. O tempo de produção de um projeto experimental de graduação é de um semestre, considerando que produzimos o pré-projeto no semestre anterior. Porém, considerando que este trabalho exigiu uma viagem de mais de um mês, às vezes tenho a sensação de que a IRME foi finalizada em pouco tempo. Pensando bem, na graduação como um todo, acho que é possível dizer que ela foi sendo gestada desde o segundo ano de graduação. Eu só não sabia, na época, que acabaria em uma narrativa transmídia, com uma revista digital, um zine fotográfico e um perfil no *Instagram* com mais oito produções audiovisuais.

A IRME nasceu com o meu - pretense - entendimento de latinidade e de valorização do que é produzido e consumido desse lado. Ouso dizer que foi um encontro nas alturas, em 2019. Uma experiência que pareceu, para mim, como uma vontade de



viajante, uma vontade de repórter de viagem. A partir dessa sensação, a graduação e este trabalho tiveram o papel de trazer, na prática, o contato com disciplinas vistas e trabalhadas em sala de aula, conectando a base teórica com a vida real. Julgo essa percepção de extrema importância para quem cursa jornalismo, afinal o contato com as pessoas e seus mundos, de maneira mais especializada e focada, é crucial para uma formação profissional e pessoal de qualidade.

Foram quatro meses que separam o pré-projeto da prática e da materialização, e nesses meses muita gente passou por esse trabalho, para contribuir, fazer existir, ser algo maior do que apenas linhas na superfície. Para mim, este trabalho representa um pouco do que entendo hoje sobre força latina. E isso é bastante.

Acrescento ainda, que a dedicação e o cuidado que tive desde o primeiro dia, ao pensar e executar todos os produtos, se deve a vontade genuína de tornar este trabalho um projeto de vida, ou seja, tenho planos para que a IRME se torne um modelo de negócio palpável e possível. Afinal, reconhecer o trabalho dessa forma assume a importância de entender e me tornar responsável pelo que ele é, com os objetivos definidos e evidentes, e a possibilidade de continuação em outros países latinos. Dessa maneira, posso materializar - acredito que vividamente - o que acredito e aprendi a acreditar que é fazer jornalismo, sendo a jornalista que gostaria de ser.



## 6. REFERÊNCIAS

ALZAMORA, Geane; TÁRCIA, Lorena. Convergência e transmídia: galáxias semânticas e narrativas emergentes no jornalismo. **Pesquisa em Jornalismo Brasileiro**, v. 1, pág. 22-35, 2012. Disponível em : <https://doi.org/10.25200/BJR.v8n1.2012.401>. Acesso em: nov. 2024.

ANDERSON, Christopher William; BELL, Emily e SHIRKY, Clay. Post-Industrial Journalism: Adapting to the Present. In **Tow Center for Digital Journalism**. Columbia University Graduate School of Journalism. New York, 2013. Disponível em: <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8N01JS7>. Acesso em nov. 2024.

ANDRADE, Laura Beatriz Gomes de. **Experiências brasileiras na Coreia do Sul: uma grande reportagem sob a perspectiva do jornalismo de viagem**. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Jornalismo) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Natal, 2023.

APPTUTS. **CapCut**: tudo o que é e quanto custa. Disponível em: <https://www.apptuts.net/tutorial/android/capcut-tudo-o-que-e-quanto-custa/>. Acesso em: nov. 2024.

AUDACITY TEAM. **Audacity**: editor de áudio gratuito. Disponível em: <https://www.audacityteam.org/>. Acesso em: nov. 2024.

BARRETO, Ivana. **As Realidades do Jornalismo Cultural**. Rio de Janeiro: Contemporânea, n.27. 2006.

BARTHES, Roland. **A Câmara Clara: nota sobre a fotografia**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

BASAGLIA, Ana. Fanzines e visualidade, exercícios de autonomia e criação. **Revista GEARTE**, Porto Alegre, v. 4, n. 3, p. 454-468, set./dez. 2017. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/gearte>. Acesso em: nov. 2024

BERG, Thiago José. Território, cultura e natureza em símbolos nacionais: a representação espacial em bandeiras. **Ateliê Geográfico**. Vol. 2, n. 2, p. 88-112. Goiânia: UFG, 2008.

CARTOLANO, Marcela Marçon. **Jornalismo de viagem: técnicas jornalísticas empregadas em narrativas das editorias de turismo em sites brasileiros**. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social – Jornalismo). São Borja: Unipampa, 2018.

CASTEDO, Raquel da Silva; GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. O projeto gráfico de periódicos científicos: um estudo sobre o projeto gráfico da Revista da FABICO/UFRGS. In: **Salão de Iniciação Científica**, 17., 2005, Porto Alegre. *Anais...* Porto Alegre: UFRGS, 2005. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/59133> Acesso em: 2 dez. 2024.

CEPAL. **Comissão Econômica para América Latina e Caribe**. 2020. Disponível em: <https://www.cepal.org/pt-br/comunicados/nova-edicao-anuario-estatistico-cepal-apresenta-indicadores-relevantes-situacao#:~:text=No%20%C3%A2mbito%20social%2C%20os%20dados,em%20situa%C3%A7%C3%A3o%20de%20extrema%20pobreza> Acesso em: jun. 2023.



COISA DE FOTÓGRAFA. **Lightroom ou Photoshop:** diferenças e melhor opção para editar fotos. 2024 Disponível em: <https://coisadefotografa.com/lightroom-ou-photoshop/>. Acesso em: nov. 2024.

COSTA, Maria Luiza Calim de Carvalho. O mapa de ponta-cabeça. In **I Proceedings of World Congress of Communications and Arts**, v. 1, n. 1, 2011, p. 193-197. Disponível em: <hdl.handle.net/11449/134669> Acesso em: jun. 2023.

COSTA, Ruthy Manuella de Brito; CARVALHO, Cristiane Portela de. Jornalismo e Redes Sociais: Novas Práticas e Reconfigurações. **Comunicação & Informação**, Goiânia, v. 24, p. 1-16, 2021.

CUNHA, Rodrigo do Espírito Santo da. **Revistas no cenário da mobilidade: a interface das edições digitais para tablets**. 2011. 150 f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2012. Disponível em: <repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/5959/1/Rodrigo%20Cunha.pdf> Acesso em: jan. 2024.

DIAS, Alvaro Roberto; ZWIRTES, Amanda Machado; SOUSA, Richard Perassi Luiz de; CASTRO, Luciano Patrício Souza de. Identidade de marca e simbologia na interface digital. **Estudos em Design**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 2, p. 1–17, 2012.

DOURADO, Tatiana Maria Silva Galvão. **Revistas em formatos digitais:** modelos e novas práticas jornalísticas. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea) - Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA): Salvador, 2013. Disponível em: <repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/14009> Acesso em: jul. 2023.

EBAC. **Adobe InDesign: o que é, o que ele pode fazer e para o que é usado**. 2024. Disponível em: <https://ebaonline.com.br/blog/adobe-indesign-o-que-e> Acesso em: nov. 2024.

FERRÉS, Joan; PISCITELLI, Adriano Roberto. La competencia mediática: Propuesta articulada de dimensiones e indicadores. Comunicar. In **Revista Científica de Educomunicación**, 22(44). 2015, p. 151-159

FREITAS, Débora Laís. **A (in)visibilidade da América Latina no ensino de história: uma perspectiva dos estudantes do ensino médio público em uma ótica freireana**. Mestrado profissional em história, pesquisa e vivências de ensino-aprendizagem. Universidade Federal do Rio Grande. Rio Grande: FURG, 2019.

GALEANO, Eduardo. **As veias abertas da América Latina**. Trad. Sergio Faraco. Porto Alegre: L&PM, 2020.

GARCÍA, Joaquín Torres. **El norte es el Sur**. 1935. In: Torres García, Joaquín. **Universalismo Constructivo**. Buenos Aires: Poseidón, 1941

GOLIN, Cida; RAMOS, Paula. Jornalismo Cultural: reflexão e prática. In: AZZOLINO, Adriana (org.). **7 Propostas para o Jornalismo Cultural**. São Paulo: Miró Editorial, 2009.

GONZALES, Lucilene dos Santos; SANTOS, Morian Policeno dos. A Revista na Era Digital: Paradigmas e Formatos. **Revista ALTERJOR**, São Paulo, v. 13, n. 1, p. 109–118, jan./jun. 2023



- HALUCH, A. **Guia prático de design editorial: criando livros completos**. Teresópolis: 2AB, 2013
- HELLER, Eva. **A Psicologia das Cores**. São Paulo: Gustavo Gili, 2000
- INSTAGRAM. **Instagram Reels: crie, compartilhe e assista a vídeos curtos e divertidos**, 2024. Disponível em: <https://about.instagram.com/pt-br> Acesso em: nov. 2024.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture**. New York: New York University Press, 2014.
- KRUPAHTZ, Juliana; GASPARETTO, Débora Aita. Redesenho da interface digital da revista Arco: o design centrado no usuário com a utilização do método 5 I's. **Human Factors in Design**, v. 7, n. 14, p. 2-18, dez. 2018. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/328300566>. Acesso em: jun. 2024.
- LASSO, Alejandro. **Entrevista pessoal**. Campo Grande, Abr. 2023.
- LIMA, Daniel Silva; PERDIGÃO, João Carlos; HOLLERMANN, Karl Von; COSTA, Rodrigo César da. **O Fanzine como Mídia Alternativa**. Monografia (Bacharelado em Jornalismo) — Universidade FUMEC, Belo Horizonte, 2004.
- LIMA, Edvaldo P. **Páginas Ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura**. São Paulo: Manole, 2004.
- MAGALHÃES, Henrique. **A mutação radical dos fanzines**. 2. ed. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2016.
- MARQUES, Micael Filipe Ferreira. **Identidade Visual**. 2016. Relatório de Estágio (Mestrado em Design Multimídia) – Universidade da Beira Interior, Covilhã, 2016.
- MEDEIROS, Lucas de Sousa. **A identidade de fã mediada pelos fanzines: análise do discurso de fã nos fanzines brasileiros de histórias em quadrinhos na década de 1990**. Dissertação (Mestrado em História Cultural) — Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2016.
- MIRANDA, Izabella Di Pietro. **Giro no Mundo: site voltado ao jornalismo de viagem**. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social – Jornalismo) – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2017.
- NASCIMENTO, Ana Flávia Castro Rodrigues do. **Feed viajante: uma análise do jornalismo de turismo no Instagram**. 2019. 78 f., il. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social) - Universidade de Brasília, Brasília, 2019.
- NATANSOHN, Graciela (org.). **Jornalismo de Revista em Redes Digitais**. Salvador: Edufba, 2013. 257 p.
- NOCODE.TECH. **Análise do ReadyMag 2024** Disponível em: [www.nocode.tech/br/tools/readymag](http://www.nocode.tech/br/tools/readymag) Acesso em: nov. 2024.



NUNES, Emmanuela Cristine Leite. **A multimídia no jornalismo digital: o caso do Público.pt.** Monografia em Comunicação Social - habilitação Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba. Campina Grande: UEPB, 2013.

PALACIOS, Marcos. Jornalismo digital: características e tendências. In: BARBOSA, Suzana; SANT'ANNA, Márcia (orgs.). **Jornalismo digital de terceira geração: critérios de noticiabilidade e modelos de produção.** Salvador: Edufba, 2004. p. 27-50.

PARISER, Eli. **The filter bubble: what the internet is hiding from you.** New York: Penguin, 2011.

PERES, Rafaella Lopes. **Ensaio sobre projeto de identidade visual: concepção, especificações e aplicações.** Texto produzido para a disciplina de Comunicação Visual do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Campo Grande: UFMS, 2016.

PIMENTA, Ana Carla. As potencialidades da produção jornalística transmídia vistas através de um projeto argentino. In: **19º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo.** Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. Online, nov. 2021.

PIMENTA, Ana Carla. Entrevista pessoal. Google Meet, 10 mai. 2023.

PIMENTA, Ana Carla. Sozinhas: histórias de mulheres que sofrem violência no campo - Reflexões sobre uma Narrativa Transmídia. In: **41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.** Joinville: Intercom, set. 2018.

QUENTAL, Pedro de Almeida. A latinidade do conceito de América Latina. **GEOgraphia**, v. 14, n. 27, p. 46-75, 14 jan. 2013.

RAMOS, Penha Élide Ghiotto Tuão; MARTINS, Analice de Oliveira. Reflexões sobre a rede social *Instagram*: do aplicativo à textualidade. **Texto Digital**. Florianópolis: Núcleo de Pesquisa em Informática, Literatura e Linguística (NuPILL), v. 14, n. 2, jul./dez. 2018, p. 117-133. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/1807-9288.2018v14n2p117> Acesso em: mai. 2023.

RAYNER, Keith. Movimentos oculares na leitura e processamento de informações: 20 anos de pesquisa. **Psychological Bulletin**, v. 124, n. 3, p. 372-422, 1998.

RENÓ, Denis Porto; FLORES, Jesús. **Periodismo transmedia.** Madrid: Fragua, 2012.

RITTER, Paulo. **Narrativas de viagem: o papel do jornalista no campo literário.** 2016. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2016.

RODRIGUES, Nelson. **À sombra das chuteiras imortais.** São Paulo: Cia. das Letras, 1993.

ROSA, Dayane de Freitas Colombo; AMARAL, Roseli Gall; MELO, José Joaquim Pereira. A construção histórica do conceito de América Latina: desvendando uma identidade. **Revista Percurso - NEMO.** Maringá: Universidade Federal de Maringá, v. 12, n. 2, 2020, p. 23 – 43.

SALVADOR, Marcos Vinícios Schmidt. **Análise comparativa da experiência do usuário entre uma edição digital e uma edição impressa de uma revista de arquitetura.** 2019. Dissertação



(Mestrado em Design) – Universidade do Estado de Santa Catarina, Centro de Artes, Programa de Pós-Graduação em Design, Florianópolis: UDESC, 2019.

SANT'ANNA, Sérgio. **Briefing**: o processo de comunicação no planejamento publicitário. São Paulo: Summus, 1989. pág. 109.

SILVA, Guilherme Augusto do Nascimento; LIMA, Jonas Pinto. A Política de Boa Vizinhança e a influência cultural estadunidense na América Latina. In **Contemporâneos - Revista de Artes e Humanidades**. Viçosa: Universidade Federal de Viçosa, n. 2, mai./out. 2008. ISSN 1982-3231. Disponível em: [revistacontemporaneos.com.br/n2/pdf/politicadeboavizi-nhanca.pdf](http://revistacontemporaneos.com.br/n2/pdf/politicadeboavizi-nhanca.pdf) Acesso em: jun. 2023.

SILVA, André Luiz Reis da; SVARTMAN, Eduardo Munhoz; LANDSBERG, Chris (Cord.). **Série Sul Global**. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/editora/series-e-selo/sul-global/>. Acesso em: nov. 2024.

TANCREDI, Leticia di Maio. A dificuldade de Incorporação da Sociedade Brasileira a Uma Identidade Latino-Americana. **Contexto Nacional**. Rio de Janeiro, vol. 16, nº 41, janeiro/abril, 2016, pp. 12-19.

TODA MATÉRIA. **Redes sociais: o que são e para que servem?** 2024. Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/redes-sociais/>. Acesso em: nov. 2024.

VAIDHYANATHAN, Siva. **Antisocial Media: How Facebook Disconnects Us and Undermines Democracy**. New York: Oxford University Press, 2018.

VALENTE, Maria Esther Alvarez. **Educação e Museus: a dimensão educativa do museu**. In: GRANATO, Marcus (Org.). **Museu e Museologia: Interfaces e Perspectivas**. Rio de Janeiro: Museu de Astronomia e Ciências Afins (MAST), 2009, p. 83-92.

VALLE, Lutiere Dalla; JUNIOR, Jasson Luiz Monteiro Moreira. O fanzine e a potência educativa no ensino das artes visuais. In **Seminário Internacional de Investigación en Arte y Cultura Visual**, 23-25 out. 2017, Museo Nacional de Artes Visuales, Montevideú, Uruguai.

VELASCO, Valquiria. Crise de 1929 (Grande Depressão). **Info Escola**. [www.infoescola.com/historia/crise-de-1929-grande-depressao/](http://www.infoescola.com/historia/crise-de-1929-grande-depressao/) Acesso em: jun. 2023.

WENZEL, Karine; JOHN, Valquíria Michela. Jornalismo de viagens: análise das principais revistas brasileiras. In **Estudos em Comunicação**, n. 11, p. 291-311, 2012.

ZIMERMANN, Dara Yanca; GUIDOTTI, Flávia Garcia. Potencialidades da interatividade no Instagram Stories para o jornalismo. In **Anais do IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais**. Vol. 1, N. 4, 2020.



## 7. REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES

ALEXANDRE, Leticya Bernadete; VIEIRA, Soraya Maria Ferreira. Jornalismo e redes sociais: estímulos à competência midiática no Instagram Stories. **Rotura**, v. 2, n. 1, p. 45-53, 2022. Disponível em: <https://publicacoes.ciac.pt/index.php/rotura/article/view/80>. Acesso em: ago. 2023.

**ANDES Mágicos**. Direção de Luis Ara Hermida. Uruguai: Netflix, 2021. 2 temporadas. Disponível em: [www.netflix.com/title/81154549](http://www.netflix.com/title/81154549)

ANDRADE, Ana Luíza Mello Santiago de. Política de boa vizinhança. **Infoescola**. Florianópolis, SC, [s.d]. Disponível em: [www.infoescola.com/historia/politica-de-boa-vizinhanca/](http://www.infoescola.com/historia/politica-de-boa-vizinhanca/). Acesso em: jun. 2023.

BELLINI, Lara; MASSULO, Maria Luiza; OLIVEIRA, Reuel. **A memória da fome**. Jornal Laboratório Projétil. Campo Grande: UFMS, 2023.

CASSEMIRO, Lila. Nosso norte é o nosso sul: a América do Sul de Joaquim Torres Garcia. In: **Fui ser viajante**. Rio de Janeiro, 04 de mar. de 2023. Disponível em: [www.fuiserviajante.com/cronicas-de-viagem/mapa-invertido-da-america-do-sul-torres-garcia/](http://www.fuiserviajante.com/cronicas-de-viagem/mapa-invertido-da-america-do-sul-torres-garcia/). Acesso em: jun. 2023.

FERNANDES, Cláudio. "O que foi a Crise de 1929?" Brasil Escola. Disponível em: [brasilecola.uol.com.br/o-que-e/historia/o-que-foi-a-crise-1929.htm](http://brasilecola.uol.com.br/o-que-e/historia/o-que-foi-a-crise-1929.htm). Acesso em: jun. 2023.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa**. 5. ed. Curitiba: Positivo, 2010. 2272p.

GADINI, Sérgio Luiz. **Interesses cruzados**: a produção da cultura no jornalismo brasileiro. São Paulo: Paulus, 2009.

MACHADO, Elias. **A Base de Dados como espaço de composição multimídia**. In: BARBOSA, Susana (Org.). Jornalismo digital de terceira geração. Labcom - Universidade da Beira Interior. 2007, p. 111-126. Disponível em: [www.labcom.ubi.pt](http://www.labcom.ubi.pt)

MUSEU DE ASTRONOMIA E CIÊNCIAS AFINS (MAST). **O caráter político dos museus**. Rio de Janeiro: MAST, 2010. 138 p. (Mast Colloquia, v.12)

REIS, Giulia. Dia da Latinidade: conheça a origem e os aspectos culturais do povo latino. **Es hoje**. Disponível em: [eshoje.com.br/2023/04/dia-da-latinidade-conheca-a-origem-e-os-aspectos-culturais-do-povo-latino/](http://eshoje.com.br/2023/04/dia-da-latinidade-conheca-a-origem-e-os-aspectos-culturais-do-povo-latino/). Acesso em: jun. 2023.

RIVERA, Jorge. **El periodismo cultural**. Buenos Aires: Paidós, 1995.

SANTOS, Stephani dos. Tratado de Tordesilhas: tudo sobre esse acordo internacional. **Politize!**, 2022. [www.politize.com.br/tratado-de-tordesilhas/](http://www.politize.com.br/tratado-de-tordesilhas/). Acesso em: jun. 2023.

PASSOS, Jaire Ederson; PASSOS, Paula Caroline Schifino Jardim; VANZ, Samile Andrea de Souza. Projeto de identidade visual para a revista Em Questão. **Revista da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação**. Porto Alegre: UFRGS, v. 20, n. 2, p. 9–30, jul./dez. 2014.



## Referências para criação do Zine





## Referências para a construção do *Instagram*





## 9. APÊNDICES

Estes registros fazem parte da construção da edição piloto da IRME. São parte essencial na documentação de processos criativos aplicados, posteriormente, nos três produtos que fazem parte deste Trabalho de Conclusão de Curso. Entre eles estão alguns roteiros de entrevistas, rascunhos manuais dos desenvolvimentos das etapas, referências pontuais na execução prática e técnica dos formatos, na linguagem, na edição, no viés editorial e visual. Aspectos e anexos próprios do país retratado na edição piloto, neste caso, a Argentina. Além de fotos pessoais que transmitem o dia a dia do jornalismo de viagem e alguns bastidores.

**Anotações, rascunhos, processos criativos, informações úteis e estruturação do trabalho de conclusão do curso, durante quatro meses (de agosto até novembro de 2024)**





**02** Janeiro

**Sicredi**

**ITEMS**  
EPICRIAS / PARANÓIS / TÍTULOS  
O DENTAL ANOSE CÔR

1. LEE UM CONVO  
DE JULY

2. PING PONG TOMI  
TITULO

3. DATE MAIS  
RECEITA = I  
A FER

4. LUGAR em  
outro a mania  
côp / outora  
ponte o /  
paragem /  
colagem das  
montanhas  
de algum

5. PING PONG TOMI  
em formato de  
parar ping  
→ áudio  
pouca e toma  
→ U é M tem algum  
áudio exorta

6. DATE MAIS  
RECEITA = I  
A FER  
→ áudio  
ÁUDIO em  
ESPANHA  
E A RECI  
TA EM  
PARANÓIS  
→ de algum

7. PING PONG TOMI  
em formato de  
parar ping  
→ áudio  
pouca e toma  
→ U é M tem algum  
áudio exorta

8. DATE MAIS  
RECEITA = I  
A FER  
→ áudio  
ÁUDIO em  
ESPANHA  
E A RECI  
TA EM  
PARANÓIS  
→ de algum

9. DATE MAIS  
RECEITA = I  
A FER  
→ áudio  
ÁUDIO em  
ESPANHA  
E A RECI  
TA EM  
PARANÓIS  
→ de algum

10. DATE MAIS  
RECEITA = I  
A FER  
→ áudio  
ÁUDIO em  
ESPANHA  
E A RECI  
TA EM  
PARANÓIS  
→ de algum

11. DATE MAIS  
RECEITA = I  
A FER  
→ áudio  
ÁUDIO em  
ESPANHA  
E A RECI  
TA EM  
PARANÓIS  
→ de algum

12. DATE MAIS  
RECEITA = I  
A FER  
→ áudio  
ÁUDIO em  
ESPANHA  
E A RECI  
TA EM  
PARANÓIS  
→ de algum

13. DATE MAIS  
RECEITA = I  
A FER  
→ áudio  
ÁUDIO em  
ESPANHA  
E A RECI  
TA EM  
PARANÓIS  
→ de algum

14. DATE MAIS  
RECEITA = I  
A FER  
→ áudio  
ÁUDIO em  
ESPANHA  
E A RECI  
TA EM  
PARANÓIS  
→ de algum

15. DATE MAIS  
RECEITA = I  
A FER  
→ áudio  
ÁUDIO em  
ESPANHA  
E A RECI  
TA EM  
PARANÓIS  
→ de algum

16. DATE MAIS  
RECEITA = I  
A FER  
→ áudio  
ÁUDIO em  
ESPANHA  
E A RECI  
TA EM  
PARANÓIS  
→ de algum

17. DATE MAIS  
RECEITA = I  
A FER  
→ áudio  
ÁUDIO em  
ESPANHA  
E A RECI  
TA EM  
PARANÓIS  
→ de algum

18. DATE MAIS  
RECEITA = I  
A FER  
→ áudio  
ÁUDIO em  
ESPANHA  
E A RECI  
TA EM  
PARANÓIS  
→ de algum

19. DATE MAIS  
RECEITA = I  
A FER  
→ áudio  
ÁUDIO em  
ESPANHA  
E A RECI  
TA EM  
PARANÓIS  
→ de algum

20. DATE MAIS  
RECEITA = I  
A FER  
→ áudio  
ÁUDIO em  
ESPANHA  
E A RECI  
TA EM  
PARANÓIS  
→ de algum

**03** Janeiro

**Sicredi**

**ITEMS**  
SUJY MINIBOC  
PESQUISAS

1. SUJY MINIBOC  
PESQUISAS

2. SUJY MINIBOC  
PESQUISAS

3. SUJY MINIBOC  
PESQUISAS

4. SUJY MINIBOC  
PESQUISAS

5. SUJY MINIBOC  
PESQUISAS

6. SUJY MINIBOC  
PESQUISAS

7. SUJY MINIBOC  
PESQUISAS

8. SUJY MINIBOC  
PESQUISAS

9. SUJY MINIBOC  
PESQUISAS

10. SUJY MINIBOC  
PESQUISAS

11. SUJY MINIBOC  
PESQUISAS

12. SUJY MINIBOC  
PESQUISAS

13. SUJY MINIBOC  
PESQUISAS

14. SUJY MINIBOC  
PESQUISAS

15. SUJY MINIBOC  
PESQUISAS

16. SUJY MINIBOC  
PESQUISAS

17. SUJY MINIBOC  
PESQUISAS

18. SUJY MINIBOC  
PESQUISAS

19. SUJY MINIBOC  
PESQUISAS

20. SUJY MINIBOC  
PESQUISAS

**05** Janeiro

**Sicredi**

**ITEMS**  
JULY

1. JULY

2. JULY

3. JULY

4. JULY

5. JULY

6. JULY

7. JULY

8. JULY

9. JULY

10. JULY

11. JULY

12. JULY

13. JULY

14. JULY

15. JULY

16. JULY

17. JULY

18. JULY

19. JULY

20. JULY

**09** Janeiro

**Sicredi**

**ITEMS**  
ZINE

1. ZINE

2. ZINE

3. ZINE

4. ZINE

5. ZINE

6. ZINE

7. ZINE

8. ZINE

9. ZINE

10. ZINE

11. ZINE

12. ZINE

13. ZINE

14. ZINE

15. ZINE

16. ZINE

17. ZINE

18. ZINE

19. ZINE

20. ZINE

**10** Janeiro

**Sicredi**

**ITEMS**  
ZINE

1. ZINE

2. ZINE

3. ZINE

4. ZINE

5. ZINE

6. ZINE

7. ZINE

8. ZINE

9. ZINE

10. ZINE

11. ZINE

12. ZINE

13. ZINE

14. ZINE

15. ZINE

16. ZINE

17. ZINE

18. ZINE

19. ZINE

20. ZINE

**12** Janeiro

**Sicredi**

**ITEMS**  
ZINE

1. ZINE

2. ZINE

3. ZINE

4. ZINE

5. ZINE

6. ZINE

7. ZINE

8. ZINE

9. ZINE

10. ZINE

11. ZINE

12. ZINE

13. ZINE

14. ZINE

15. ZINE

16. ZINE

17. ZINE

18. ZINE

19. ZINE

20. ZINE

**13** Janeiro

**Sicredi**

**ITEMS**  
MEMÓRIAS VIVAS

1. MEMÓRIAS VIVAS

2. MEMÓRIAS VIVAS

3. MEMÓRIAS VIVAS

4. MEMÓRIAS VIVAS

5. MEMÓRIAS VIVAS

6. MEMÓRIAS VIVAS

7. MEMÓRIAS VIVAS

8. MEMÓRIAS VIVAS

9. MEMÓRIAS VIVAS

10. MEMÓRIAS VIVAS

11. MEMÓRIAS VIVAS

12. MEMÓRIAS VIVAS

13. MEMÓRIAS VIVAS

14. MEMÓRIAS VIVAS

15. MEMÓRIAS VIVAS

16. MEMÓRIAS VIVAS

17. MEMÓRIAS VIVAS

18. MEMÓRIAS VIVAS

19. MEMÓRIAS VIVAS

20. MEMÓRIAS VIVAS

**26** Janeiro

**Sicredi**

**ITEMS**  
MEMÓRIAS VIVAS

1. MEMÓRIAS VIVAS

2. MEMÓRIAS VIVAS

3. MEMÓRIAS VIVAS

4. MEMÓRIAS VIVAS

5. MEMÓRIAS VIVAS

6. MEMÓRIAS VIVAS

7. MEMÓRIAS VIVAS

8. MEMÓRIAS VIVAS

9. MEMÓRIAS VIVAS

10. MEMÓRIAS VIVAS

11. MEMÓRIAS VIVAS

12. MEMÓRIAS VIVAS

13. MEMÓRIAS VIVAS

14. MEMÓRIAS VIVAS

15. MEMÓRIAS VIVAS

16. MEMÓRIAS VIVAS

17. MEMÓRIAS VIVAS

18. MEMÓRIAS VIVAS

19. MEMÓRIAS VIVAS

20. MEMÓRIAS VIVAS

**29** Janeiro

**Sicredi**

**ITEMS**  
MEMÓRIAS VIVAS

1. MEMÓRIAS VIVAS

2. MEMÓRIAS VIVAS

3. MEMÓRIAS VIVAS

4. MEMÓRIAS VIVAS

5. MEMÓRIAS VIVAS

6. MEMÓRIAS VIVAS

7. MEMÓRIAS VIVAS

8. MEMÓRIAS VIVAS

9. MEMÓRIAS VIVAS

10. MEMÓRIAS VIVAS

11. MEMÓRIAS VIVAS

12. MEMÓRIAS VIVAS

13. MEMÓRIAS VIVAS

14. MEMÓRIAS VIVAS

15. MEMÓRIAS VIVAS

16. MEMÓRIAS VIVAS

17. MEMÓRIAS VIVAS

18. MEMÓRIAS VIVAS

19. MEMÓRIAS VIVAS

20. MEMÓRIAS VIVAS





## Roteiros e passagens dos vídeos para o Instagram

### #piloto

Oie, eu sou a Lara Bellini, estudante de jornalismo e inventora da irme.

A irme é meu trabalho de conclusão de curso e essa sou eu garantindo o futuro e a existência dela, na apresentação do pré-projeto, que é uma espécie de planejamento e defesa do tema.

Após a aprovação, emoção e medo não faltaram, eu tinha meses para colocar em prática 5 milhões de ideias, praticamente a JK da minha geração, fazendo 5 anos em 5 meses.

Meu objetivo principal era construir, produzir e dar vida a três produtos jornalísticos que valorizassem a América Latina e sua gente. Para que os brasileiros e brasileiras pudessem ter contato com a latinidade presente no nosso sangue latino, ou seja, a América Latina para e pelos latino-americanos. Como era humanamente impossível percorrer 33 países de uma vez só, decidi dividir a irme em edições-países.

### #buenosboca

O veículo de comunicação inglês Copa90 elegeu La Bombonera como o melhor estádio do mundo para se viver um jogo de futebol.

O estádio foi fundado em 1940 e tem capacidade de receber 49 mil espectadores. A arquitetura incomum, com o formato parecido de uma caixa de bombom, produz uma acústica que projeta os gritos eufóricos e vibrantes muito além das arquibancadas.

A aproximação entre os espectadores e o jogo devido aos poucos metros de arquibancada potencializam essa energia.

O museu da paixão boquense fica no estádio, e transmite de maneira audiovisual a história do clube, que é orgulho nacional e latino-americano.

Acompanhando o formato do estádio o museu é dinâmico e intuitivo, e são as paredes que contam as despedidas, as honras, as vitórias e as mudanças ao longo dos anos. É a história sendo mostrada pelo palpável e visível mas

OLÁ VIAJANTES// EU SOU A LARA// E NESSE DIÁRIO DE REPÓRTER DA IRME/ NA EDIÇÃO ARGENTINA/ ESTAMOS NO PARQUE SARMIENTO/ UM DOS PULMÕES VERDES MAIS IMPORTANTES DA CAPITAL CORDOBESA// ESTÁ ENTRE OS PARQUES MAIS ANTIGOS DA AMÉRICA DO SUL// E RESPIRA VIDA E MOVIMENTO EM CADA 1 DE SEUS 70 HECTARES// BORA?

OLÁ VIAJANTES// EU SOU A LARA// E NESSE DIÁRIO DE REPÓRTER DA IRME/ NA EDIÇÃO ARGENTINA/ ESTAMOS NO PARQUE SARMIENTO/ UM DOS PULMÕES VERDES MAIS IMPORTANTES DA CAPITAL CORDOBESA// ESTÁ ENTRE OS PARQUES MAIS ANTIGOS DA AMÉRICA DO SUL// E RESPIRA VIDA E MOVIMENTO EM CADA 1 DE SEUS 70 HECTARES// BORA?

## Roteiro de perguntas para a revista digital

- Tomi
1. QUANDO TUDO COMEÇOU? COMO?
  2. QUAIS SÃO SUAS REFERÊNCIAS?
  3. QUE TEM QUE CAER LITER PARA SER UMA TATUADOR?
  4. BOM TATUADOR?
  5. O QUE PARA VOCÊ FOI UM DESAFIO?
  6. O QUE TATUAR SIGNIFICA? É PARA VOCÊ?
  7. QUAL O PROCESSO DE UMA TATUAGEM?
  8. QUAL A PARTE QUE VOCÊ MAIS GOSTA? É QUAL NÃO GOSTA TANTO?
  9. COMO SÃO AS OPORTUNIDADES PARA TATUAR AQUI?
  10. QUESTÃO DA SAÍDA P/ EUROPA? O QUE É DIFERENTE?
  11. COMO É A CULTURA DA TATUAGEM AQUI? É BEM VISTA?
  12. QUAL A IDADE QUE VOCÊ MAIS TATUA? MAIS MULHER OU HOMEM?

### Para Mar, EXODO JUJEÑO:

(Puede presentarte, nombre, edad, de donde es, que haces)

- 1 Que fue el EXODO JUJEÑO? (lo que sabe sobre la historia, pero tranqui, una pequeña introducción)
  - 2 Como es o que pasa en conmemoración de ese momento? Que hacen?
  - 3 Que ese momento en la historia significa o porque es importante para lo pueblo jujeño?
  - 4 Como fue crecer haciendo parte de ese festejo? (contar tu experiencia)
  - 5 Para vos, que tiene en Jujuy que no existe en ninguna otra parte de la argentina? (una pregunta más personal)
- 20:59 ✓

### Para Sofi | Sobre la Mona

- un recorrido por la historia del **cuarteto**
  - la importancia para Córdoba
  - hubo un incentivo de la provincia o es algo reciente
  - como el **cuarteto** salió de Córdoba para otras provincias
  - El **cuarteto** hace 80 años, en que año hubo esa explosión de éxitos con el género
  - Cuando e como emergió La Mona en el **cuarteto**?
  - La Mona cambió los caminos de **cuarteto**?
  - O que significa tener 100 discos grabados?
  - La mona de alguna manera se hice independiente del **cuarteto**, con todo su fenómeno, hubo una separación?
  - Por que un museo para La Mona?
- Lá lenguaje de señas e las cábales
  - Identidade de la indumentaria, cual las referencias, como fue construyéndose
  - Son muchas canciones, tiene alguna dirección de temática o hablan de todo?



**Registros fotográficos afetivos, significativos e documentais da jornada**

