



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO - JORNALISMO  
MEMÓRIA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**JOÃO DA COSTA FONTOURA NETO  
FÁBIO BITTENCOURT SOUZA SANTOS**

**JORNAL “O ÚLTIMO”:  
JORNAL DE CULTURA, COMPORTAMENTO, ARTES, ESPETÁCULOS,  
URBANIDADES E DA NOITE SOTEROPOLITANA**

Salvador  
Julho de 2010

**JOÃO DA COSTA FONTOURA NETO**  
**FÁBIO BITTENCOURT SOUZA SANTOS**

**JORNAL “O ÚLTIMO”:**  
**JORNAL DE CULTURA, COMPORTAMENTO, ARTES, ESPETÁCULOS,**  
**URBANIDADES E DA NOITE SOTEROPOLITANA.**

Memória do Trabalho de Conclusão do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (Facom/Ufba), apresentado como requisito parcial à obtenção do diploma de graduação.

Orientador: Prof. Dr. Fernando Costa da Conceição

Salvador  
Julho de 2010

Dedicado a todos aqueles que vivem a noite e a todas as surpresas que ela pode proporcionar.

## **AGRADECIMENTOS**

### **De João Fontoura**

A minha mãe, pela presença constante, paciente e cúmplice. A meu pai, porto seguro, agitado e confuso. A minha irmã, por Luisa. A Marcelo Dória, pela fidúcia da amizade. Aos Carangueijos, pelas lições de vida e pelo descortinar para novas perspectivas. A família Tô Quentão, pelo companheirismo. A Juliana Kalid, fundamental para esta nova graduação. A André Setaro, Wilson Gomes, Monclar Valverde, Maurício Tavares, Wasghinton Souza Filho, André Lemos, Jedder Janotti, Giovandro Ferreira, Cyntia Nogueira, mestres que me reensinaram a pensar sem amarras e preconceitos. A Romenil, por saber que tinha alguém que eu podia contar na FACOM. A Fernando Conceição, meu maior e eterno agradecimento, por tudo que me ensinou, por tudo que eu aprendi e pela convicção de que vale a pena lutar.

### **De Fábio Bittencourt**

A minha mãe, pela onipresença em minha vida. A Fernanda, minha mulher, por nosso filho Valentin, pelo companheirismo, paciência e dedicação. A meu pai, pela clareza e o cuidado nas orientações, nas nossas conversas, e a eterna preocupação com a minha educação. Ao meu irmão, meu sempre entusiasta e exemplo de guerreiro. Por fim, a todos os professores que tive a honra de conhecer na Facom, à minha convidada para compor a banca examinadora, Malu Fontes, pela coerência de suas idéias, e em especial Fernando Conceição, ao me mostrar que para ser mestre, não é preciso ser difícil.

Os grandes meios de comunicação foram inventados quando ninguém tinha mais nada a dizer

Millôr Fernandes, *Millôr Definitivo – A Bíblia do Caos*

## RESUMO

Com o projeto de caráter experimental *Jornal O Último* - jornal de cultura, comportamento, artes, espetáculos, urbanidades e da noite soteropolitana - pretendemos criar um contra-fluxo da informação do espaço virtual para o papel impresso, focado na cena noturna festiva soteropolitana, utilizando os recursos do jornalismo impresso. Pretendemos oferecer a oportunidade de retomar o hábito da leitura de uma fonte de informação impressa.

O projeto parte de uma constatação de que, excetuando os segundos cadernos dos grandes jornais impressos, que trazem a informação do *mainstream*, toda a fonte de informação cultural que não estão nestes segundos cadernos, é virtual, *on-line*, oferecida através de blogs, portais, sites de relacionamento ou email. O jornal, resultado da aproximação teórica com o jornalismo impresso e suas características, busca oferecer as especificidades e potencialidades do antigo e tradicional suporte, contribuindo, o produto prático do trabalho de conclusão de curso, enfrentado como um estágio experimental e de testes para uma posterior implementação como produto comercial, depois de superadas as deficiências, incorporadas sugestões de especialistas, agrupado parceiros e equacionada as circunstâncias financeiras.

**Palavras-chaves:** Jornalismo Cultural; Jornalismo Impresso; Reportagem; Artes; Espetáculos.

## SUMÁRIO

<b>1 – APRESENTAÇÃO</b> .....	08
<b>2 – OBJETIVOS</b> .....	10
2.1 – GERAIS.....	10
2.2 – ESPECÍFICOS.....	10
<b>3 – JUSTIFICATIVA</b> .....	11
3.1 – O FORMATO.....	12
<b>4 – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	14
<b>5 – PRODUTO</b> .....	20
5.1 – PÚBLICO ALVO.....	21
5.2 – PERIODICIDADE.....	21
5.3 – TIRAGEM.....	21
<b>6 – CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	22
<b>7 – REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	23

## 1 – APRESENTAÇÃO

Ingressos simultaneamente no curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, por meio do sistema de seleção de vagas residuais para portadores de diploma, os autores, advindos das graduações de direito e publicidade e propaganda, se por um lado contavam com a facilidade de possuir uma eventual experiência e amadurecimento, por outro enfrentariam um obstáculo, o de ter de conciliar o novo curso de graduação às atividades profissionais já desenvolvidas.

Desafio vencido, depois de inúmeras idéias e diversas pretensões megalômanas, chegamos enfim a este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Trabalho que, sem dúvida alguma, nos enche de orgulho. Ao optarmos pela produção de um jornal impresso como TCC, fomos movidos por paixão e convicção. Paixão pela causa, por cada passo do processo que envolve a realização de uma publicação impressa, desde a reportagem à edição, passando pela fotografia até a sua distribuição. Convicção de que estudamos todo esse tempo para nos tornarmos profissionais de texto e de que detínhamos o chamado “saber fazer”.

Escolhido o tema a ser abordado (uma “cultura alternativa”), passamos então à escolha do suporte e o formato para tal abordagem dos diversos assuntos que pululavam em nossas mentes. A busca inicial era por algo com um toque de ineditismo, que o diferenciasse da planície das publicações atualmente em circulação, nessa era da abundância de informação. Algo que despertasse o interesse do público-alvo escolhido como destinatário desta empreitada. Que tivesse um toque de relíquia colecionável, que fosse ao mesmo tempo perene e de fácil circulação e transporte, que remetesse o leitor a um tempo já vivido, mas que fosse novo, é claro. De preferência inusitada.



E esses critérios foram considerados também na elaboração e escolha das pautas para as matérias e na hora de se criar a identidade do produto, que deveria seguir a mesma proposta. Mas como pautar um jornal com tanta antecedência, cerca de um ano antes?

E mais uma vez, a criatividade foi a alma do nosso trabalho. Pensamos em abordar “tudo o que está aí”, a noite soteropolitana e seus muitos matizes, nosso cotidiano urbanóide, o momento do lazer, além de informação com qualidade, sempre sob uma nova ótica.

E o resultado de tudo isso é a materialização de diversos momentos que com certeza para nós serão inesquecíveis. Assuntos que muitas vezes são abordados pela grande imprensa, mas que certamente não tiveram a devida profundidade na apuração, por causa do “dead line”, e a vivência tão próxima como a que nos propusemos, e efetivamente realizamos.

Não obstante, mesmo sabendo que o ineditismo por nós proposto é muito difícil de alcançar, tão pouco esgotamos as diversas facetas e ângulos de possíveis abordagens dos assuntos tratados. Resta-nos a certeza, porém, de que a informação atualmente circulante sobre o tema abordado, nos diversos assuntos tratados, carece de maior rigor técnico.

Nas páginas seguintes serão esclarecidos os passos dados rumo à concepção deste produto. As adversidades encontradas, os conflitos vividos, as escolhas feitas, a aplicação dos conceitos absorvidos na academia, os desafios ultrapassados, os conhecimentos adquiridos nesta jornada e os riscos impostos ao nos lançarmos nessa jornada estão relatados e contextualizados neste registro. É válido ressaltar que todo o desenvolvimento deste material foi realizado sempre por duas pessoas, desde a sua concepção, ao projeto editorial, gráfico, o levantamento de pautas, apuração e edição de matérias, registros fotográficos, até sua finalização, contando, entretanto, com o conhecimento técnico de um terceiro contratado para manipular a ferramenta de diagramação eletrônica, mas sob extrema orientação dos autores.

## **2 – OBJETIVOS**

### **2.1 – Gerais**

Produzir um jornal impresso, de periodicidade mensal, de distribuição gratuita, em portas de casas noturnas, cinemas, cafés, sebos, algumas lojas e restaurantes.

### **2.2 – Específicos**

Adquirir conhecimentos sobre os mecanismos de implantação, gestão e mercado de uma empresa jornalística, aplicando os conhecimentos e habilidades do jornalismo adquiridos durante o curso, criando condições objetivas para a manutenção do produto para além deste Trabalho de Conclusão de Curso.

### 3 – JUSTIFICATIVA

A constatação da dificuldade de obter informação sobre o que acontecia em determinados lugares da cidade, que há muito tempo, seja pela frequência, qualidade e importância, não podiam mais ser considerados *undergrounds*, ou até que fosse rotulado assim, mas merecedor de registro público, justifica a proposta de criação de um produto de mídia que supra essa lacuna.

Em contrapartida, havia no nosso cotidiano uma realidade que inquietava um suposto “senso” jornalístico. O desvendar de lugares praticamente desconhecidos da maioria das pessoas de nossa convivência diária com a dinâmica com que aconteciam fatos, manifestações e problemas, portanto, tornava improvável a não percepção da existência de um modo de vida à parte.

O que impulsionou para o desenvolvimento de um produto com a temática cultural, comportamental, artística, de espetáculos, urbano e noturno foi, principalmente, a falta de espaço no jornalismo impresso baiano para a informação sobre este tema. Os grandes jornais e canais de rádio e televisão somente se dedicam à cobertura do tema na falta de outro assunto para alimentar os seus noticiários, ou ainda quando a pauta já desperta o interesse comercial.

A cobertura atual da mídia deixou de investigar o que realmente vem surgindo dentro dos diversos aspectos do tema escolhido. Atualmente, somente blogs, portais e redes sociais cobrem os acontecimentos que propomos abordar.

O tema do projeto se justifica, pois atenderá uma demanda reprimida de interessados pela informação num suporte tradicional, podendo ainda servir como veículo para divulgação dos eventos, traçar o perfil dos organizadores, do público e de todas as outras pessoas envolvidas, que ainda são pouco representados nos grandes veículos de comunicação.

### 3.1 – O Formato

Depois de escolhido o foco, já estava intrínseco o formato que adotaríamos para o periódico. Pela simples constatação de que tudo que se tem disponível atualmente sobre o que nos propomos está justamente no mundo virtual, não tínhamos outra saída a não ser tentar inovar na forma, diferenciando-se do que atualmente se produz.

Em meio a uma gama de recursos disponibilizados pela comunicação social e, mais particularmente, pelo jornalismo, optamos pelo desenvolvimento de um jornal impresso em formato 235mm x 315mm, cujo formato é denominado meio formato Berlim ou meio berliner.

Inicialmente imaginamos confeccionar um impresso em uma só lâmina em formato tradicional, standard com dimensões entre 600mm x 380mm ou 750mm x 600mm, por se tratar de um tamanho maior, teríamos uma maior liberdade de adequar o tamanho das imagens e da fonte utilizada para o ambiente onde supostamente imaginamos que o produto seria consumido.

A desistência para tal formato foi a constatação de que as dificuldades para posicionar o produto nos locais de distribuição seriam grandes, o que fatalmente necessitaria de maior negociação e boa vontade dos proprietários para anuir com a instalação de um equipamento em seu estabelecimento.

Depois, analisando o comportamento dos freqüentadores, decidimos por criar um produto que pudesse caber em cima de uma mesa ou balcão e que fosse fácil de ser dobrado e guardado para leitura posterior.

Além disso, outro desafio foi o de criar um projeto gráfico atraente, que despertasse o interesse do público em não só pegar, mas também guardar para ler depois. Mas isso nós abordaremos em outro tópico.

#### 4 – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O jornalismo cultural é conhecido pelo grande público fundamentalmente através de dois gêneros: a crítica e a agenda. Crônica, perfil, notas e principalmente a reportagem acabam sendo colocados de lado no cotidiano dos meios de comunicação de massa.

Tal gênero jornalístico, caracterizado por divulgar eventos e fatos relacionados à cultura global, nacional e local e suas manifestações, está cada vez mais resumido ao entretenimento e a notícias sobre celebridades. Falta densidade e reflexão sobre os movimentos culturais e seus principais atores, tal como é proposto na definição do próprio jornalismo cultural.

Pensando nisso, optamos pela realização de um produto impresso, capaz de abordar e levar ao nosso público alvo, temas culturais muitas vezes negligenciados pela grande imprensa.

De acordo com Debora Lopez e Marcelo Freire, em artigo intitulado “O jornalismo cultural além da crítica”, a reportagem no Jornalismo Cultural, diferentemente de outras áreas, não está vinculada com a mesma frequência à cobertura em tempo real. Entretanto, é possível fazer com que, mesmo não sendo fundamentalmente informativo, o jornalismo cultural conte com reportagens vinculadas a fatos do cotidiano.

O jornalismo cultural, segundo os mesmos autores é, antes de qualquer coisa, jornalismo, e por isso mesmo prescinde de um vínculo com a atualidade. Um relançamento, evento ou data comemorativa, neste sentido, poderia ser usado como um gancho para a elaboração de uma reportagem especial.

Tornou-se comum o interesse do público em consultar os cadernos de cultura apenas para saber a que espetáculo deve assistir ou a que livro deve comprar. Informações sobre o

local e a duração do evento parecem ter se encaixado melhor nos paradigmas do jornalismo cultural contemporâneo, em detrimento da análise crítica do produto em questão.

Agora restrita a um pequeno espaço no canto da folha, a leitura crítica do jornalista precisa se tornar mais diversificada, com o acréscimo de novas dinâmicas à sua abordagem; o cinema, a música popular, a arquitetura e a gastronomia, agora fazem parte das pautas jornalísticas. Daniel Piza acredita que a diversidade dos temas não pode ser encarada de maneira negativa.

Tudo isso é, de certo modo, um ganho para o jornalismo cultural, pois abre suas fronteiras. Seu papel nunca foi apenas o de anunciar e comentar as obras lançadas nas sete artes, mas também refletir o comportamento, os novos hábitos sociais, os contatos com a realidade político-econômica da qual a cultura é parte ao mesmo tempo integrante e autônoma. (PIZA, 2004, p.57).

Para Coelho (1996), não haveria necessidade da classificação 'jornalismo cultural'. O jornalismo, segundo este autor, já seria por si só uma expressão atual da cultura. No entanto, as concepções que compreendem o termo cultura são mais amplas e distintas. Se reduzíssemos o jornalismo como fenômeno cultural, desconsideraríamos o caráter de renovador das relações sociais a partir da observação e divulgação das relações sociais estabelecidas. O jornalismo é então um produto elaborado culturalmente, mas que amplia seu papel quando assume a postura de catalisador das informações dispersas em ambiente social, para transformá-la num conjunto palpável de conhecimento.

Além disso, o entendimento de cultura requer uma conceituação mais ampla que preveja a adaptação às mutações sociais contínuas dentro do processo civilizacional dos indivíduos. Guy Debord (1997, p. 119) define cultura como “a esfera geral do conhecimento e das representações do vivido, na sociedade histórica dividida em classes; o que equivale dizer que ela é o poder de generalização que existe à parte como divisão do trabalho intelectual e trabalho intelectual da divisão”. Debord ainda sugere que, a cultura se encontra numa situação

'constrangedora': no processo de legitimação, necessita do confronto com o vivido e experimentado pelo homem-comum; entretanto, o ritmo acelerado e a profusão de informações não permitem a construção de um modelo de reflexão em torno das manifestações culturais latentes.

Hoje, o termo cultura pode ser encarado como um corpo complexo de valores com os quais o indivíduo lida no seu cotidiano, seja conscientemente ou não, afim de estabelecer relacionamentos e posturas de socialização dentro dos campos nos quais ele transita. Desta forma, cada indivíduo age de maneira particular aos conteúdos culturais, mas compartilha com o grupo que está inserido do mesmo repertório de valores, crenças e hábitos que ajudam a formar uma personalidade coletiva. Esta personalidade coletiva acaba por ser lapidada também pelas forças externas aos grupos que advém de transformações no seio da política, economia, na instituição da família, ou de quaisquer outros campos que afetem diretamente a sociedade de forma global.

Procuremos compreender o que Kellner (2001, p. 29) tenta nos expor ao conceber que “à medida que a importância do trabalho declina, o lazer e a cultura ocupam cada vez mais o foco da vida cotidiana e assumem um lugar significativo”. E este lugar de destaque acaba por impulsionar projetos de sociedades voltadas para o consumo de bens simbólicos, destinadas a absorção de material cultural em constante produção. Já que a produção de valores é uma constante, o trabalho apenas é absorvido como mais um formador do capital cultural humano.

Para Edgar Morin (2005, p. 14-5), “uma cultura orienta, desenvolve, domestica certas virtualidades humanas, mas inibe ou proíbe outras [...] há, de um lado, uma ‘cultura’ que define, em relação à natureza, as qualidades propriamente humanas do ser biológico chamado homem, e, de outro lado, culturas particulares segundo as épocas e as sociedades”. Morin (2005, p. 15) toma como base o conceito de que “uma cultura constitui um corpo complexo de



normas, símbolos, mitos e imagens que penetram o indivíduo em sua intimidade, estruturam os instintos, orientam as emoções”.

Bosi (1992, p. 309) adere à esta concepção, acrescentando que esse corpo complexo que é a cultura é uma “herança de valores e objetos compartilhada por um grupo humano relativamente coeso”. O autor dá margem para que possamos refletir a respeito da pluralidade de culturas. Seguindo o raciocínio, Bosi desenvolve um arcabouço analítico a partir de quatro campos dominantes da cultura: cultura universitária; cultura criadora extra "universitária; indústria cultural e cultura popular.

Estes quatro conceitos remetem a concepções mais amplas tratadas pelo autor: ‘cultura criadora’ e ‘cultura de massa’. Segundo Bosi (1992, p. 309), compreenderia à cultura criadora das expressões de autores que lidam com cinema, literatura, teatro, enfim, com expressões culturais das mais diversas, mas que se encontram fora do círculo universitário de intelectuais e dentro das chamadas sete artes. Já a cultura de massa está relacionada ao sistema produtivo e mercantil do consumo, mas que, em algum momento, pode (e assim o faz) compreender áreas relacionadas à cultura criadora.

Como conceitos, estas duas formas de cultura podem caminhar paralelamente no entendimento de aspectos vitais à compreensão de manifestações sociais. Entretanto, como sugere Bourdieu (Miceli, 2003, p. 70), há necessidade de se compreender as relações entre os fenômenos sociais como dialéticas, construtoras de um contexto especial. E isto também se dá com as relações estabelecidas dentro do campo do jornalismo, em especial o jornalismo cultural.

No campo do jornalismo cultural ocorre o confronto de aspectos mais subjetivos, entre a cultura criadora e o jornalismo. Entretanto, alguns aspectos não são relativizados na análise desenvolvida no campo do jornalismo, um deles é a coerência

conceitual das criações que é validada a partir do momento que as criações passam a refletir algum aspecto da sociedade carente de observação analítica. Neste espaço de legitimação, o jornalismo realiza o papel de um dos agentes que contribuem para a continuidade da produção no âmbito da cultura criadora.

De certa forma, o campo jornalístico trabalha em parceria com as forças legitimadoras da cultura. No momento em que o jornalismo cultural adota uma conduta de propagador dos conteúdos culturais, em detrimento da análise destes conteúdos, cria-se uma forte parceria entre o campo e os mecanismos econômicos ou políticos que desejam promover a representatividade dos Conteúdos expostos. E a autonomia jornalística depende, em maior ou menor grau, das decisões tomadas subjetivamente pelo jornalista cultural.

Ao refletirmos sobre a realidade o jornalismo cultural, enxergaremos duas características quase que uniformes para as instituições de imprensa brasileiras, a existência de um grupo de jornalistas intelectuais que direcionam suas atenções para acontecimentos específicos no seio da cultura; e também, a participação de um jornalismo voltado meramente a divulgação de conteúdos culturais.

Um dos pontos nos quais devemos focar nossas atenções é a necessidade de que seja definido o papel que cabe ao campo desempenhar. Resgatar as funções as quais estava sujeito o jornalismo cultural em seu surgimento é pouco provável que ocorra, visto que os contextos intelectual, mercantil e social atuais não permitem tais explorações. O que nos parece mais plausível é centrar o jornalismo cultural na concepção crítica e reflexiva dos conteúdos jornalísticos que dizem respeito às manifestações culturais, sejam elas da grande massa ou das academias ou das belas artes.

A medida que se amplia a área de alcance do jornalismo cultural, ampliam-se também os campos com os quais são estabelecidas suas relações, requalificando a dimensão dos jornalistas e os limites de suas análises.

## 5 – PRODUTO

Nossa proposta de desenvolver um jornal de notícias com abordagem cultural, comportamental, artística, de espetáculos, urbano e noturno, tem como principal meta realizar uma cobertura jornalística profissional de espaços, eventos e comportamento e atender a uma demanda de informação e divulgação dos eventos, dos organizadores, do público e de outros assuntos envolvidos com esse universo da realidade, que ainda não se vêem representados, seja pelos grandes veículos de comunicação ou mesmo pequenos neste formato.

O Jornal O Último é um periódico com linguagem jornalística simples, que divulga notícias factuais, mas também busca pautar debates relativos à estética musical, de comportamento, políticas públicas que acabam por interferir no dia-a-dia do público leitor. Pretende-se uma incansável busca pela pluralidade de opiniões e pela contextualização de um fato a partir das mais variadas versões.

A diagramação almeja atrair o leitor e o tamanho do jornal ajudar para que o mesmo carregue consigo o produto para outro ambiente diferente daquele onde será distribuído. Foi desenvolvido a partir de um design simples e limpo, de fácil leitura. Decidimos por uma textura de papel envelhecido. Nos textos das matérias, reproduzimos uma fonte ao estilo de uma “máquina de escrever”, remetendo a um passado não tão distante assim, ao mesmo tempo, que é arrojado. Este último é um dos principais recursos estilísticos do produto.

Produzimos uma mescla de textos curtos e médios, com informações relevantes e objetivas, combinados com ilustrações e imagens, buscando amenizar os longos blocos de informações. Usa-se também linguagem coloquial, sem entretanto comprometer a credibilidade da informação.

Regularmente, pretendemos convidar artistas, jornalistas, produtores, empresários da noite e outros profissionais especializados nessa área para participar do jornal, com o envio de textos, análises e comentários.

### **5.1 – Público-alvo**

Homens e mulheres, entre os 18 e 50 anos. Que gostem de ler o que não encontrariam em publicações tradicionais, ou seja, um texto sem amarras, com um olhar diferente sobre a cidade, a noite de Salvador, artes e espetáculos, entre outros temas.

### **5.2 – Periodicidade**

Inicialmente a idéia é de produzir um jornal com periodicidade variando sazonalmente. Ou seja, até quinzenalmente entre março e novembro, e de abril a outubro, uma vez por mês.

### **5.3 – Tiragem**

Um mil exemplares. À medida que novas edições forem sendo publicadas e anúncios publicitários sejam veiculados, aumentaríamos a tiragem inicial a cada número.

## 6 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos últimos meses vivemos as dores e a delícia que é produzir um jornal impresso. Pois, não há jogo fácil quando o assunto é jornalismo. Este em si já prescinde de uma qualidade, de um diferencial. As lições tiradas das aulas de Jornalismo Impresso foram valiosas.

E lá também não havia moleza, não. Reunião de pauta, reportagem, fotografia, apuração, edição, diagramação, distribuição. Horário de aula, não existia, a aula era a vida, vivíamos num clima de redação, na meia noite de um sábado estávamos dentro de uma sala laboratório da FACOM produzindo. E para sair do *campus*, revista o carro, pergunta-se o que se faria até aquele horário numa unidade, muito difícil e muito trabalho, mas, mesmo assim, o Jornal da Facom, marcou uma época em que aprendemos e que sentimos a verdadeira e compartilhada produção universitária.

Se não fosse a satisfação, o orgulho que dá de ver ele voltar da gráfica, seria realmente uma loucura fazê-lo.

## 7 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUDRILLARD, Jean. A sociedade do consumo. Rio de Janeiro Lisboa: Elfos Edições 70, 1995.

BOSI, Alfredo. Dialética da colonização. São Paulo: Cia das Letras, 1992.

BOURDIEU, Pierre. Sobre a televisão. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 1997.

BASSO, Eliane F. C. Revista Senhor: modernidade e cultura na imprensa brasileira. 285 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo.

COELHO, T. Modos culturais pós-modernos. Revista da USP. São!Paulo, fev. 1996. n° 29.

DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

KELLNER, Douglas. A cultura da mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru: EDUSC, 2001.

MICELI, Sérgio. Bourdieu e a renovação da sociologia contemporânea da cultura. Tempo social: revista de sociologia da USP. São Paulo: USP, n° 01, p. 63-79, 2003.

MORIN, Edgar. Cultura de massas no século XX: neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

PIZA, Daniel. Jornalismo cultural. São Paulo: Contexto, 2003.

Sites

<http://www.bocc.uff.br/pag/lopez-debora-freire-marcelo-jornalismo-cultural.pdf>

# O ÚLTIMO

CULTURA • LAZER • INFORMAÇÃO • URBANIDADE



## 40 anos depois, o afrobeat de Fela Kuti estoura nas pick-ups baianas

Apesar das dificuldades, Largo da Dinha ainda é preferência da galera

Pag. 03

Ida à praia agora requer tempo e paciência

Pag. 06

Rock na Bahia: "O que restou já foi e o que resta não é"

Pag. 07



## Editorial

Cultura, lazer, informação e urbanidade. Em sua edição de estréia, O Último traz uma reportagem especial sobre o fenômeno do afrobeat. Desde 2009 e durante todo o primeiro semestre de 2010, o som "bombou" nas noites de Salvador. E festas, nesse sentido, não faltaram. Alguns panfletos dos muitos eventos ilustram a capa do jornal.

Mudando da noite para o dia, a praia, preferência de dez em cada dez soteropolitanos, está cada dia mais distante. Com tantos carros e sinaleiras, muita gente tem trocado de programa nos finais de semana, para não perder mais da "metade do dia" em engarrafamentos. Abordamos ainda a economia por trás do lazer, com uma matéria sobre o boêmio Largo de Santana, no Rio Vermelho, outra preferência quase que unânime, mas onde nem tudo é festa. Comerciantes e corretores de imóveis se queixam de baixa lucratividade e desvalorização imobiliária na região.

A todos uma boa leitura.

## Expediente

**Professor Orientador:**  
Fernando Conceição

**Repórteres:**  
Fábio Bittencourt  
João Fontoura

**Tiragem:**  
100 exemplares

**Impressão:**  
Uranus 2

**Projeto Gráfico e Editoração:**  
Tharcio Maia

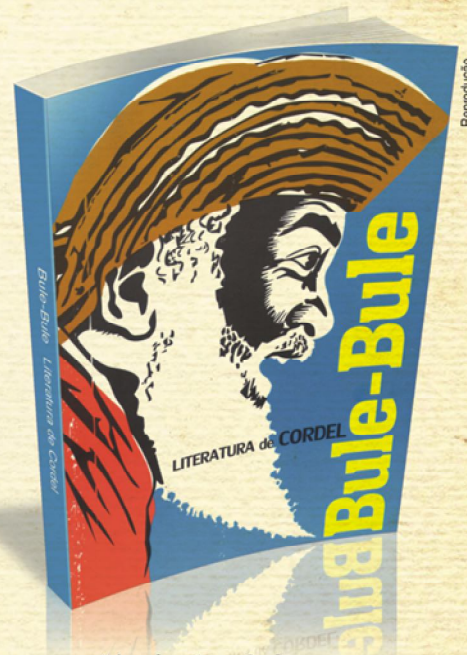


fonte: www.willtirando.com.br

## Sem incentivo, cordelista imprime livro no Ceará

Aos 69 anos, o repentista, escritor, poeta e compositor Bule Bule foi buscar fora o apoio para publicar o seu mais novo livro, "Literatura de Cordel". Para uma tiragem de apenas mil exemplares, vejam só, foi preciso contar com a parceria do Sesc Fortaleza, no Ceará. A obra reúne os principais textos do cordelista, famoso por retratar a cultura popular tradicional do Brasil nordestino. Seu repertório de centenas de cordéis são retratos de quem conheceu a cultura do mundo, mas que tomou partido das raízes por pura convicção, como pode ser conferido no trecho ao lado de "A Máquina de Lavar".

Divulgação



Reprodução

"A máquina de lavar roupa  
Eu troquei numa gamela...  
Troquei a geladeira numa talha  
Minha blusa de nylon num gibão  
Meu filtro chinês por um purrão  
Meu chapéu de baeta por um de palha  
Minha moto num burro de  
cangalha..."

(A Máquina de Lavar Roupa)

## Largo de Dinha ainda é opção barata e divertida

Comerciantes e corretores de imóveis, entretanto, se queixam de prejuízos

Fotos: Fábio Bittencourt

Cerveja, acarajé, amendoin, queijo coalho. Artesanato, música, palco de várias manifestações artísticas e muito bate-papo. Tudo bem em conta. Assim é a noite no Largo de Santana, no Rio Vermelho, mais conhecido como Largo de Dinha.

Ponto de encontro dos que voltam do trabalho ou estão apenas começando a noite, este é um dos poucos lugares em Salvador que reúne gente de todos as tribos e lugares. Tomar cerveja e jogar conversa fora parece ser também sinônimo do lugar.

Apesar dos inconvenientes do local, como a mendicância e falta de estacionamento, há quem garanta que, em se tratando de Salvador, não há lugar ao ar livre mais democrático do que esse. "Encontramos os amigos, botamos o papo em dia e bebemos. "Quer coisa melhor?", indaga a jornalista Ana Livia Lopes".

Nascido e criado no Rio Vermelho, o guia de turismo Marcelo Alencar, 24 anos, conhece bem os detalhes do local. "Um bairro eclético, onde todas as tribos andam juntas num mesmo ambiente", disse.

Frequentadora do largo, a artista plástica Isabel

Gouveia, 42, disse que vai pelo menos 1 vez por semana ao local. "Tem comida gostosa, cerveja gelada e preço bom". Destacou ainda que o ambiente é ótimo para reunir os amigos.

"Trago todos aqui, principalmente turistas, para conhecerem um pouco mais sobre uma das quituteiras mais famosas de Salvador", disse, referindo-se ao tabuleiro de Dinha, falecida em março de 2008.

Funcionando de quinta a domingo, a feira de artesanato é outro destaque do Largo de Santana. A feirinha consegue reunir desde roupas e acessórios a comidas típicas, como o famoso beiju. "O espaço é bem legal e dá para vender bem, pois a clientela é bastante diferenciada e dá valor aos nossos produtos", disse a artesã Maria da Guia Tavares.

O Bar Mumbaba, em frente ao largo, reúne partituras e mosaicos nas paredes, dando um ar mais musical ao ambiente. Fotos antigas do Rio Vermelho remetem ao passado, frequentadores do bairro e quem não o conhecia consegue ver a sua história.



Alex Carvalho e seu som "MPBeat"

## Oba-oba X retração

As quintas-feiras no largo de Dinha andam mais animadas desde que o músico Alex Carvalho passou a se apresentar no lugar, no início de maio. Acompanhado de Márcio Icó, no contra-baixo e do baterista Renato Pop, o power trio (formato de banda de rock popularizado na década de 1960, que reúne uma guitarra, um baixo e uma bateria) toca uma mistura de influências da música popular brasileira.

"Uma pegada de reggae com rock, ou seja, um som quente, vibrante, com cara de praia, que costumo chamar de MPBeat", esclarece o vocalista e também surfista Alex Carvalho.

Mas nem tudo é festa no largo. Toda essa energia do lugar contrasta com uma forte retração do comércio próximo, bem como com a desvalorização dos muitos imóveis da região.

De acordo com o corretor de

imóveis especialista em Rio Vermelho, Kelson Fernandes, "é comum que em locais onde a noite é agitada e concorrida os imóveis com fins residenciais tenham seu valor comercial prejudicado. Acontece com as casas comerciais, que envolve muito planejamento, além de outros fatores, que dirá com os imóveis residenciais", afirmou Fernandes.

O dono do Mumbaba, Ailton Santana, reclama de que o carro-chefe de seu bar e restaurante foi desde sempre a cerveja. "Da cozinha, meu filho, sai pouca coisa. As pessoas bebem cerveja e comem acarajé", resigna-se.

Não à toa, umas das maiores e melhores casas do largo, já tendo sido bar e restaurante, boate cara e da moda, além de inferninho do rock'n'roll, está há mais de um ano à venda. O valor? Incríveis R\$ 1,35 milhão.



## Afrobeat esquentando as noites em Salvador

Tarrafa, Rio Vermelho, duas horas da madrugada. A advogada Adriana Lopes, de 32 anos, ao lado de duas amigas, não pára de dançar. A música é boa, o ritmo é forte, contagiante e vem animando as noites de points descolados da cidade.

É o afrobeat. Sua origem (Nigéria, final dos anos 60) remete a uma resistência política através da música. Mas não qualquer tipo de música. Na verdade, uma mistura louca de sons tradicionais africanos

somados a guitarras e batidos ocidentais.

Adriana, personagem do início desse texto, desconhece a origem do afrobeat. "Só sei que é bom demais e me divirto um bocadinho", disse a moça na pista de dança.

O gênero vem sendo tocado com força em casas alternativas de Salvador.

É possível curtir-lo em lugares como Zuber e Sankofa, no Pelourinho, na Borracharia, e até mesmo no Solar do Unhão. Para o vocalista do coleti-

vo Radiomundi, Vinicius Mangaio, o som vem agradando o público que comparece sempre.

"Estamos tocando (no Tarrafa) desde janeiro. Normalmente é uma galera que está no Largo de Santana desde cedo, tomando uma (cerveja), e aproveita para chegar aqui mais tarde, por volta de 1h", afirma o cantor.

Boêmio assumido e assíduo dos locais alternativos da cidade, o geógrafo Manoel Albuquerque, 31, diz que a noite ao som do

afrobeat vale a pena. "É som para se ouvir até de manhã", garante.

De acordo com a Wikipédia, a enciclopédia livre, Afrobeat é uma combinação de música yorubá, jazz, highlife, funk, fundido com percussão africana e estilos vocais, popularizado na África na década de 1970.

Em outras palavras, reunião de músicos, misturando o som de raiz africano a diversos ritmos contemporâneos ocidentais.



Foto: Ricardo Castro

### Fela Kuti

A trajetória do Afrobeat, no entanto, se confunde com a própria história do multi-instrumentista e líder de banda nigeriano, Fela Kuti. Na África ainda colonial dos anos 60, o músico experiente era uma das poucas vozes que fazia crítica social e desafiava a corrupção do governo.

"Assim como o reggae está para Bob Marley e a música negra está para James Brown, Fela é considerado o principal criador do Afrobeat. Foi ele quem criou o termo e deu nome ao gênero. Kuti propunha uma nova estrutura musical, mas sem deixar de lado o contexto político em seu País", afirma a socióloga e

Noite concorrida também no Solar do Unhão

produtora cultural, Maria Bárbara Vieira Falcón.

Ainda de acordo com ela, "enquanto o clima político predominante na maior parte dos países da África nos anos 60 era de injustiça política, proporcionado ao mesmo tempo pela transição de governos colo-

niais à autodeterminação, sua mensagem era vista como uma luz no fim do túnel."

"Não demorou e logo o gênero se espalhou por todo o continente africano, e depois pelo ocidente, e muitas bandas assumiram o estilo", disse Bárbara.

Reprodução



Fela Kuti é considerado o precursor e deu nome ao gênero

## Fela Kuti: genial e danado

No início dos anos 70, Fela já tinha iniciado uma trajetória sem precedentes na música. Tornou-se, no mínimo, o artista mais importante da Nigéria. Espremeu o funk e o jazz, adicionou tempero africano e garantiu o sabor do caldo com o seu próprio talento e a extrema competência dos músicos que formaram suas big bands. Gravou mais de 80 discos em 30 anos. Especialista na construção do grooves sólidos e duradouros, Fela gostava de sustentar a introdução instrumental por 10 ou 15 minutos, inserindo a melodia somente do meio para o final das músicas. Para isso, contava sempre com a levada da bateria, linhas de baixo pulsantes e pontuação agressiva dos metais. Deu visibilidade para Tony Allen, um dos mais criativos bateristas em atividade. Decidiu, em 1974, que sua residência seria um estado independente e lhe deu o nome de república Kalakuta.

Depois de meter a boca nas autoridades, em um show de 77, viu sua mãe morrer durante uma invasão policial à sua casa. A senhora Olufunmilayo Ransome-kuti, então com 77 anos, foi arremessada pelos invasores do primeiro andar de Kalakuta. Ficou 27 dias no xadrez. Em 1978, casou em uma mesma cerimônia com 27 mulheres (muitas delas dançarinas e cantoras de sua banda) e batizou todas com seu sobrenome: Anikulapo-Kuti. Se candidatou, sem sucesso, em 1979, à presidência da república da Nigéria. Foi preso de novo. Dessa vez, em 1984, amargou 20 meses de reclusão. Morreu de Aids em 1997.



Especialista na construção do grooves sólidos e duradouros, Fela gostava de sustentar a introdução instrumental por 10 ou 15 minutos, inserindo a melodia somente do meio para o final das músicas.

### Nota do Afrobeat

- Big Bands. Um grande grupo de músicos tocando vários instrumentos;
- Energia. Empolgante e com alta velocidade, percussão Polirrítmica (emprego simultâneo de duas ou mais estruturas rítmicas diferentes em sua constituição);
- Repetição. Os mesmos movimentos musicais são repetidos várias vezes;
- Improvisação. Apresentações sem ensaios prévios;
- Combinação de gêneros. Mistura de diversas influências musicais;



## Caos urbano: tudo é carro e sinaleira

Para não perder tempo com o trânsito, ida à praia nos finais de semana deixou de ser prioridade para muita gente

Foto: Fábio Bittencourt



58 sinalleiras nos 40 km separam as praias do Porto da Barra e Stella Maris

Todo motorista nos dia de hoje sabe que qualquer saída de carro em Salvador requer um mínimo de planejamento, além de muita ponderação. Com um trânsito infernal e sinalleiras por todo lado, logo se percebe que trafegar pela cidade não é mais como antigamente. É o que dizer daquela ida à praia no final de semana, a Stella Maris ou Praias do Flamengo? Quer dizer... ida e vinda.

Disposta a pegar um sol e fazer um teste pela orla, a reportagem de O Último partiu do Farol da Barra, às 9h de um domingo, com destino a Stella Maris, altura do Petroclube. Após percorrer os 41 quilômetros do trajeto e contabilizar

nada menos do que 58 semáforos, chegou-se ao seguinte resultado: a viagem pode durar até uma hora e meia.

"Para quem mora no Centro, ou mesmo na Graça, como eu, com certeza tem pensado duas vezes em vir para o lado de Aleluia. Muito carro, muita sinalleira", queixa-se o médico anestesista Alexandre Almeida, ainda procurando uma vaga para estacionar o carro em Aleluia.

Está cada vez mais complicado ir às praias do litoral norte de Salvador. "Minha praia favorita é essa (Aleluia), mais limpa, sossegada. Mas quando acordo mais tarde no domingo, não tenho coragem de enfrentar o trânsito

e arrumo outra coisa para fazer", diz Almeida.

De acordo com o superintendente da Transalvador, Renato Figueiredo, não há em vista, pelo menos a curto prazo, alternativas que solucionem o trânsito na orla da capital baiana.

Existe uma única passarela para pedestres e ciclistas, na altura do Costa Azul, mas mesmo assim bem próximo há uma sinalleira para os carros, explica Figueiredo.

Com tanta dificuldade para se chegar a essas praias, há até quem tenha trocado de programação aos domingos, como conta a estudante de cinema Raquel Tavares, moradora da Pituba.

"Dá tédio toda aquela

demora para se chegar à Stella (Mares). A Paralela (avenida) era uma via alternativa de acesso a até bem pouco tempo atrás, mas virou um inferno também. Hoje, quando não rola praia, vou à piscina do prédio", diz a universitária.

A outra dica é do músico Iuri Nascimento: "Agora que estão sem as barracas, a idéia é também frequentar outras praias da cidade". Morador do Rio Vermelho, ele afirma que, aos domingos, a última coisa que quer é perder tempo no trânsito. "Prefiro ir à praia do meu bairro, a praia do Euração. Vou andando. É uma beleza", garante o rapaz. E é mesmo.

# O bom e velho fracassado rock da Bahia

Por Ildázio Jr.



Prezados, venho sempre tecendo meus comentários sobre o axé, o carnaval e suas festas, mas nunca falei sobre o primo pobre e maltrapilho desses dois anteriormente citados: o rock na Bahia.

Escrevo sobre isso porque esse mês fechou a casa que mais realizava e promovia rock ou música alternativa, termo este que me dói os ossos - de uma maneira organizada, na medida em que esse segmento permite: a Boomerangue.

“Trabalhei com e produzi boa parte dos anos 90 rock e, graças a Deus, me vi livre desse mundinho egocêntrico e arrogante”

Alex, Théo e Rui fundaram um verdadeiro santuário para esses descamisados, que fechou as portas devido à venda do imóvel e os novos donos não são doidos de se manterem no mesmo segmento, que comprovadamente não dá retorno comercial a nin-

guém. Dá, sim, muito trabalho e uma malucada dos infernos a fim de cerveja barata, entrar de graça - porque é duro mesmo - e vinho de quinta.

Minha geração cresceu ouvindo rock. Adoro rock. As minhas bandas favoritas tocam rock. Trabalhei com e produzi boa parte dos anos 90 rock e, graças a Deus, me vi livre desse mundinho egocêntrico, arrogante, que pensa ser melhor, ou vá lá o que seja, do que os outros ritmos, mas sempre está com o pires na mão. Ou seja, moral de agulha: toma nos fundos e não perde a linha.

The Dead Billies, Dr. Cascadura (como se chamava na época), Inkoma, Dois Sapos e Meio e Penélope foram algumas das inúmeras bandas com que trabalhei e passei maus bocados, pois ao contrário do axé, eles são ridiculamente desorganizados e completamente tirados a pseudo-intelectuais e merecedores-do-quê-eu-não-sei.

Nunca vou me esquecer quando trouxe o programa Brasil Legal com Regina Casé para gravar com os Billies, o que despertou interesse das gravadoras. Mas a marra do vocalista

(quem sabe onde anda esta peça?) e confusão entre eles mesmos afugentou tudo e a todos.

Raul, Camisa, Pitty e pronto! O que restou já foi e o que resta não é. Adoram fazer figuração em programa meia boca da MTV onde o ego deles é acariciado e pronto. Basta isso para se sentirem as estrelas e saírem falando mal de todos os outros ritmos musicais como se eles fossem o creme do creme e o resto um bando de idiotas e ignorantes.

Sem contar os recalçados que insistem em falar mal e ridicularizar o axé, que apesar de não ser lá essas coisas, em termos de organização está a anos luz de distância desses boquirrotos e falastrões do tal rock, ou música alternativa da Bahia.

O mais impressionante é que a mídia é quase toda a favor e trabalha para eles de graça. Afinal, os editores dos cadernos culturais são todos amigos e, nessa brodagem, abrem tudo, com capas, contracapas e matérias de página enaltecendo o tal alternativo como se fosse A maravilha da Bahia, mas nada anda!

“Ao contrário do axé, eles (o rock baiano) são ridiculamente desorganizados e tirados”

Se você prestar atenção hoje à revista de domingo do maior jornal de circulação da cidade e completamente cabeçaço, pouco se fala da música comercial e muito se fala de artista clow, teatro de rua, banda de rock alternativa, loja de camiseta de super-herói, toy art e afins. Afinal sua editora é queridinha dos alternativos e faz parte da bolhinha que, mais dia menos dia, se rompe.

E assim se escreve mais um sub-capítulo triste na cultura baiana que, como o todo o resto, está ladeira abaixo! Segurança, educação, saúde...

Mas por enquanto, TOCA RAUUUUUUUUUUULLLLL!

Ildázio Tavares Jr. produtor cultural e empresário da noite.

# Faz pensar

Foto-galeria

De onde antes se via o mar e a mata, agora tudo é Le Parc

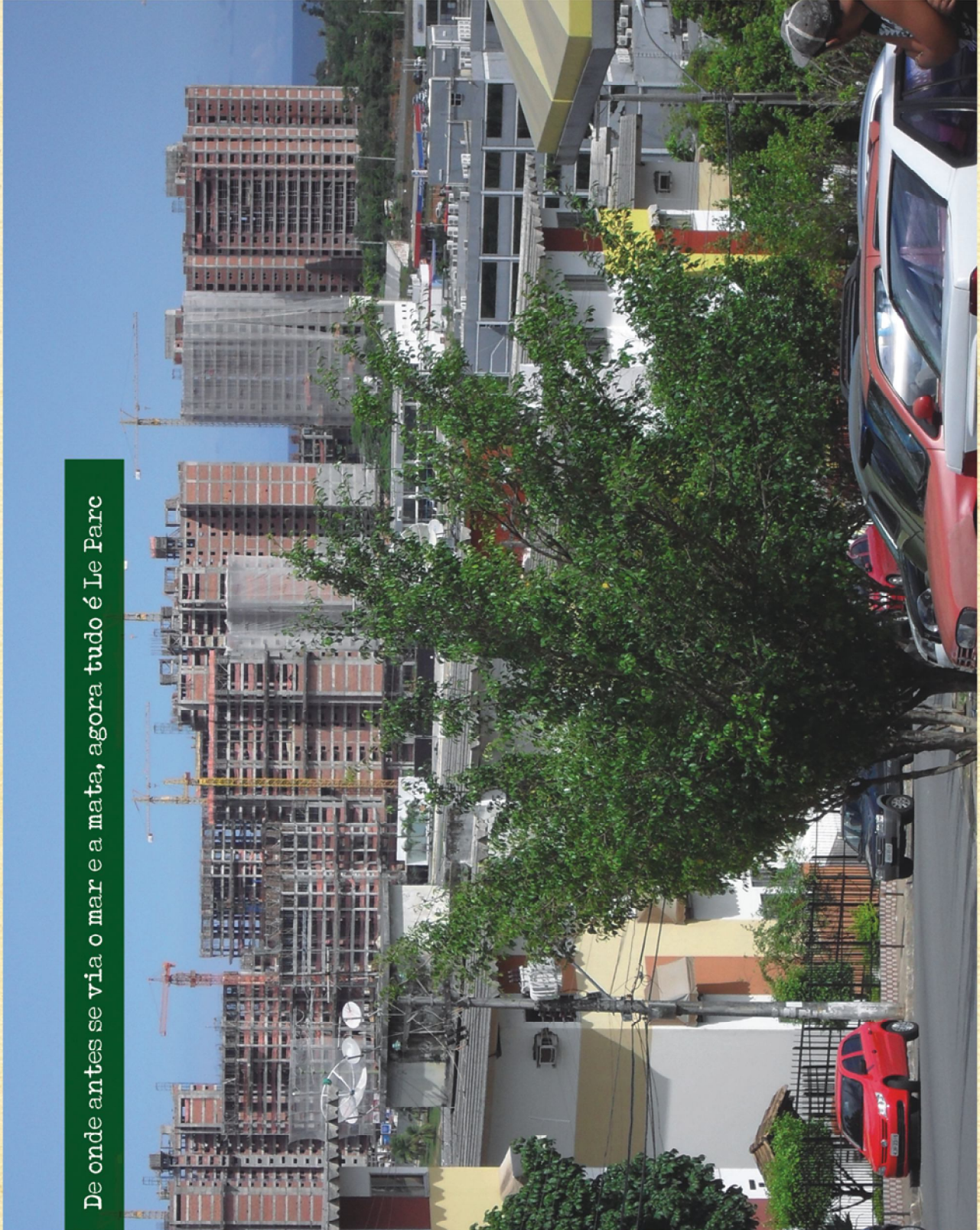


Foto: Fábio Bittencourt - Conjunto Paralela Park, avenida Paralela