



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**

**CARLA GALRÃO BARRETO  
GISLENE RAMOS DO NASCIMENTO**

**AONDE?!  
A REVISTA QUE NUM COME RÉGUI DE NINGUÉM**

Salvador

2016

**CARLA GALRÃO BARRETO**  
**GISLENE RAMOS DO NASCIMENTO**



**AONDE?!**  
**A REVISTA QUE NUM COME RÉGUI DE NINGUÉM**

Trabalho de conclusão de curso em Comunicação Social com habilitação em Produção Cultural, por Carla Galvão Barreto, e em Jornalismo, por Gislene Ramos do Nascimento, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (Facom/UFBA), como requisito para a obtenção das graduações em Produção Cultural e em Jornalismo.

Orientador(a): Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup>. Lia da Fonseca Seixas

Salvador

2016

**CARLA GALRÃO BARRETO**  
**GISLENE RAMOS DO NASCIMENTO**

**AONDE?!**  
**A REVISTA QUE NUM COME RÉGUI DE NINGUÉM**

**BANCA EXAMINADORA**

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Lia da Fonseca Seixas (Orientadora)

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Maria Lucineide Fontes (Avaliadora interna)

---

Prof<sup>a</sup>. Me. Thiago Emanuel Ferreira dos Santos (Avaliador externo)

---

Salvador, 25 de outubro de 2016

## **AGRADECIMENTOS**

Muitos foram aqueles que colaboraram para darmos os passos em direção a esse caminho o qual chegamos. Primeiramente, “Fora Temer”!

Aos nossos familiares que nos apoiaram durante todo o período da graduação, sobretudo nos momentos de inseguranças e preocupações se conseguiríamos finalizar o referente trabalho de conclusão de curso.

Aos nossos amigos, muitos que contribuíram com ideias e sugestões para o trabalho, ou mesmo que os compreenderam nossas ausências, em função do processo de produção.

A todos os profissionais que colaboraram com qualidade e disposição para a produção da revista, através de seus conhecimentos e experiências.

Aos profissionais da faculdade de Comunicação, principalmente os professores que ao longo da nossa trajetória compartilharam conosco conhecimentos e contribuíram substancialmente para a concepção do trabalho final e, por conseguinte, nossa formação.

Em especial, a professora Lia Seixas que acreditou no projeto e aceitou ser nossa orientadora. E ainda pelo muito de jornalismo aprendido já no primeiro semestre, com a disciplina Teorias do Jornalismo.

Além dos professores da graduação Itania Gomes e José Mamede, que muito são responsáveis pelas nossas paixões e conhecimento sobre Estudos Culturais e Fotografia, os quais foram unidos neste trabalho.

Aos simpatizantes do projeto ao longo da nossa trajetória, principalmente às fontes, que acreditaram na revista e muito nos fizeram dar continuidade.

E, por fim, as diversas pessoas que contribuíram para que uma simples ideia pudesse se transformar em um trabalho de conclusão de curso.

- Mãe onde é a periferia?

- Onde a gente mora, filha.

- Mas hoje aprendi na escola que periferia é um lugar longe do centro.

- Então, filha. É isso mesmo. Nós moramos na periferia.

- Não, mãe! Nossa casa é o centro do mundo.

Gislene Ramos

## RESUMO

Este memorial apresenta todo o processo produtivo, desde a concepção à distribuição, incluindo a fundamentação teórica, da revista de jornalismo cultural em sua versão impressa. A revista AONDE?! é apresentada como Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo e em Produção Cultural, para a Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Considerando a perspectiva dos estudos culturais e a concepção de cultura enquanto modo integral de vida e práticas do dia-a-dia, sobretudo aquelas que apresentam características de resistência e transformação social, este produto busca deslocar e ampliar o conceito de cultura dentro do jornalismo cultural abordando pautas que como referência aspectos da cultura urbana, popular e periférica da cidade de Salvador.

**Palavras-chave:** Jornalismo Cultural, Estudos Culturais, Cultura, Jornalismo de revista, periferia.

## ABSTRACT

This memorial shows the entire production process, from design to distribution, including theoretical foundations, cultural journalism magazine in its printed version. The magazine AONDE?! it is presented as Work Course Conclusion (TCC) in Social Communication with specialization in Journalism and Cultural Production for the School of Communication of the Federal University of Bahia. Considering the perspective of cultural studies and the concept of culture as an integral way of life and practices of the day-to-day, especially those with resistance characteristics and social transformation, this product search move and expand the concept of culture within the cultural journalism addressing patterns that reference to aspects of urban, peripheral and popular culture of the city of Salvador.

**Key-words:** Cultural Journalism, Cultural Studies, Culture, Magazine Journalism, periphery.

## SUMÁRIO

### 1. INTRODUÇÃO

|   |           |
|---|-----------|
| <b>2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>                          | <b>11</b> |
| 2.1 Jornalismo Cultural – um breve panorama.....              | 11        |
| 2.2 Jornalismo de Revista.....                                | 13        |
| 2.3 Estudos Culturais – um breve panorama.....                | 14        |
| 2.4 Estudos Culturais e o Jornalismo Cultural em AONDE?!..... | 15        |
| 2.5 Pautas, fontes e critérios de noticiabilidade.....        | 17        |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>3. A REVISTA.....</b>                 | <b>20</b> |
| 3.1 Aonde?! – Um nome, uma Ideia.....    | 20        |
| 3.2 Linha Editorial e Periodicidade..... | 21        |
| 3.3 Público-alvo e formato.....          | 21        |
| 3.4 Projeto gráfico.....                 | 22        |
| 3.5 Pautas AONDE?!.....                  | 24        |
| 3.6 Viabilização e distribuição.....     | 29        |

|                                     |           |
|-------------------------------------|-----------|
| <b>4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b> | <b>31</b> |
|-------------------------------------|-----------|

### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### 6. DIÁRIO DE BORDO

### 7. ANEXOS

7.1 A REVISTA – Imagens



## 1. INTRODUÇÃO

A revista AONDE?! é o Trabalho de Conclusão de Curso de duas graduandas com vivências e formações diferentes que, juntas, desenvolveram um produto sobre práticas culturais de Salvador.

Uma apaixonada pelos Estudos Culturais e outra, pela fotografia. Produção Cultural e Jornalismo, duas graduações em um único projeto: a Revista AONDE?! – periódico impresso de jornalismo cultural que tem como aspecto principal abordar as diversas manifestações culturais urbana, popular e periférica de Salvador, sobretudo assuntos que não têm grande visibilidade na imprensa cultural tradicional da cidade.

A ideia primária começou com Gislene, que durante a graduação em jornalismo, passou por disciplinas que foram determinantes para o seu pensar crítico acerca do jornalismo e da cultura. Destas, um destaque maior para Comunicação e Cultura contemporâneas, onde pode aprofundar seus conhecimentos sobre questões envolvendo a comunicação, a cultura e projeto político transformador e, sobretudo, refletir criticamente sobre a sociedade e cultura. A experiência nos estágios na TV Educativa, no programa de jornalismo cultural Soterópolis, com produção, reportagem e edição através de pautas sobre a cultura de Salvador e interior da Bahia, garantiu o contato com a produção e cobertura cultural do estado. Assim como o período que estagiou no Caderno 2, do jornal A TARDE, produzindo entrevistas e reportagens sobre a cena cultural de Salvador, além de produtos culturais nacionais.

Simultaneamente, Carla, ao longo da graduação, aprofundava seus passos na fotografia, ampliando seu olhar entre o documental e o artístico; para assim construir o que podemos chamar de “Fotojornalismo cultural”. Através da disciplina Oficina de Comunicação Audiovisual, Carla pode desenvolver seus conhecimentos técnicos de fotografia, que até então advinham do autodidatismo desde a infância. Com o estágio na Secretaria de Cultura do Estado da Bahia pode visitar diversas cidades do interior, conhecendo e registrando outras culturas. E foi no estágio acompanhando a vereadora Aladilce Souza que Carla passou a ir para as ruas todos os dias, registrando o cotidiano, manifestações, o dia-a-dia do trabalhador, pessoas comuns e adquirindo novos olhares para o documental e o fotojornalismo.

A revista AONDE?! nasce do encontro de dois caminhos que através da necessidade e da vontade, uniram o jornalismo cultural e a fotografia, para uma produção sob as perspectivas dos estudos culturais com um olhar crítico e documental das práticas culturais da sociedade.

A base conceitual de cultura para a construção da revista sobre jornalismo cultural perpassa a perspectiva dos Estudos Culturais, onde as relações culturais envolvem aspectos resistência, disputas, (re)construções identitárias e transformação social. Em AONDE?!, cultura não se refere apenas a produções artísticas, enquanto produtos advindos da indústria cultural, categorizados em música, teatro, literatura e outros assuntos datados, vinculados à agenda. A proposta é apresentar expressões cotidianas, imbricadas nas relações sociais, por assim dizer, no modo integral de vida.

Dessa forma, a revista provoca o deslocamento do conceito de cultura dentro do jornalismo cultural, por alicerçar-se no conceito de cultura dos estudos culturais. Mais que um deslocamento, trata-se de propor uma ampliação do conceito, para assim criar novas possibilidades de pautas e enquadramentos. Visibilizando temas e lugares de fala que promovam uma maior reflexão das atividades culturais periféricas da cidade e que sirvam para o processo de identificação e (re)construção de nossas identidades.

Apoiando-se nas possibilidades traçadas pelos estudos culturais, a publicação tem tais pilares por acreditarmos no poder das relações socioculturais da cultura cotidiana, além do seu potencial transformador diante das tensões da sociedade. Assim, a revista AONDE?! busca ser potencializadora da difusão dessas práticas culturais periféricas crendo na cultura como um meio e instrumento de resistência e transformação social.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 Jornalismo Cultural – breve panorama

Sabe-se que o jornalismo cultural, com toda a sua história, desenvolvimento e transformações ao longo dos anos, adquiriu formas próprias de funcionamento e concepções. Nesse processo, principalmente por conta da indústria cultural, a abordagem do conceito de cultura dentro do jornalismo cultural permeia, sobretudo, a cobertura de produtos artísticos, como artes plásticas, teatro, música entre outros; no entanto, o conceito de cultura é e pode ser muito mais amplo e, a depender do viés da análise e dos interesses desejados, pode ser diferentemente aplicado.

De acordo com Piza (2004), o jornalismo cultural nasceu com as cidades, com os temas dos mais diversos e quem lhe interessava como público era o homem urbano, tendo como marco a revista britânica *The Spectator* (1711).

A revista falava de tudo – livros, óperas, costumes, festivais de música e teatro, política – num tom de conversação espirituosa, culta sem ser formal, reflexiva sem ser inacessível, apostando num fraseado charmoso e irônico que faria o futuro grão-mestre da crítica [...] podia tratar dos novos hábitos vistos numa casa de café, como temas em discussão e roupas na moda, ou então criticar o culto às óperas italianas e o casamento em idade precoce (PIZA, 2004, p. 12).

Tratando de uma revista urbana da época, a *The Spectator* tinha como público leitor o homem da cidade, moderno, preocupado com as mudanças do comportamento e da política. No mesmo período outras revistas foram surgindo, garantido o crescimento do campo do que viria ser o Jornalismo Cultural. O gênero típico das produções desse período era o ensaísmo, mas logo a crítica passou a se destacar; ambos ganharam influência, sobretudo durante a industrialização. Tempos depois, no final do século XIX, o jornalismo começou a passar por uma série de mudanças; o que também influenciou o estilo da crítica feita na época, criando assim um novo modelo de Jornalismo Cultural.

As críticas das artes saíram de seu circuito de marfim: Shaw as lançou no meio da arena social, exigindo que se comprometessem com as questões humanas vivas, mostrando, por exemplo, que uma ópera de Mozart era composta de muitos mais elementos que as belas melodias e o figurino pomposo. O crítico cultural agora tinha de lidar com as ideias e realidades, não apenas com formas e fantasias (PIZA, 2004, p. 17).

Com a chegada da Indústria Cultural o conceito de cultura, assim como o jornalismo, foi sendo modificado. A relação com os produtos mais acessíveis ao consumo através da produção em grande escala deu ao jornalismo cultural novas perspectivas, aproximando-o mais ao universo artísticos com a divulgação das obras e críticas.

Como desde seu início, o jornalismo cultural mostrou-se susceptível a transformações, acredita-se que o momento presente possa permitir um arriscar de novas possibilidades com relação ao conteúdo dentro do campo do jornalismo especializado. Nesse sentido, AONDE?! busca ampliar o conceito de cultura para além da cobertura de produtos artísticos, aspecto este que se tornou dominante nas principais revistas de jornalismo cultural; inclusive algumas da capital baiana que foram observadas durante a produção do referente trabalho.

Ao longo do processo, podemos perceber algumas características editoriais das principais revistas de jornalismo cultural de Salvador e a relação das pautas com a perspectiva do conceito de cultura. A REVISTA MUITO, cuja linha editorial permeia o cenário cultural de Salvador, tem como maior foco as produções culturais da cidade voltadas, sobretudo, para a classe média. Suas pautas são diversificadas, porém permanecem relacionadas ao “mainstream do alternativo” da produção artística. Ou seja, artistas ou assuntos que não são consagrados pela grande mídia baiana da indústria cultural, mas que têm visibilidade em espaços ditos alternativos. E quando há a tentativa de uma pauta mais popular e periférica, o enquadramento tende a ser elitizado ou acadêmico, considerando seu público-alvo classe.

Outro periódico de jornalismo cultural é a REVISTA PLANO B, que apesar das poucas edições, apresenta em seu editorial uma proposta de divulgar a arte baiana, mas as manifestações artísticas pautadas pela revista se restringe aos produtos artísticos. Existem alguns elementos interessantes, a exemplo da sessão de turismo, em que traz a região de Maragogipe, na Bahia. Mas em sua maioria, as pautas não abordam as múltiplas práticas culturais de Salvador, sobretudo as que não têm visibilidade no jornalismo cultural.

Há outras revistas voltadas à cultura baiana, que, no entanto, se distanciam da abordagem mais próxima do hegemônico dentro do jornalismo cultural, o que não é pretendido neste projeto. Como a revista MOSAICO, dedicada à cobertura de grandes shows e artistas, Festival de Verão, carnaval de Salvador e eventos turísticos da Bahia. Outro editorial é a REVISTA EXCLUSIVA, de publicação mensal,

direcionada a eventos e ao mercado do entretenimento, cujo foco é o carnaval e suas relações de mercado, abordando matérias com artistas do Axé, pagode, forró e cobertura de micaretas.

Próxima à revista AONDE?!, recente QUILOMBO, que segue em sua segunda edição e é voltada para pautas de empoderamento negro e as diversas questões raciais de Salvador. Ao longo do processo acompanhamos ainda algumas publicações online, como a revista AFIRMATIVA, o PORTAL SOTEROPRETA E O CORREIONAGÔ.

Visto isto, percebe-se a necessidade da existência de uma revista de jornalismo cultural em Salvador que aborde o cotidiano, urbano e popular. Um conteúdo visibilize as diversas práticas culturais periféricas da cidade e que representam aspectos importantes para o fortalecimento e construção das identidades locais.

## **2.2 Jornalismo de Revista**

A produção jornalística voltada para revistas possui suas particularidades com relação aos outros jornalismo de jornais, além de televisão e outras mídias. Desde o início, a revista foi dirigida a um público mais reduzido, específico, abordando temas triviais e menos factuais.

Para Scalzo (2009), desde o seu surgimento as revistas têm a missão de informar e ao mesmo tempo entreter e proporcionar uma experiência de leitura distinta de outros meios impressos.

O próprio formato e a periodicidade, além do discurso, deram à revista certa permissividade com relação às práticas profissionais e as possibilidades de abordagens jornalísticas, construindo assim um processo comunicativo peculiar e distinto do jornalismo diário impresso ou mesmo televisivo tradicional.

Como afirma Goulart (2009), a revista é mais conotativa, opinativa, literária, sensacionalista; publica coisas que não seriam notícia em jornal; isso porque a notícia, em revista, passa a ser também o que é de interesse do público, seu foco é no leitor, no seu.

### 2.3 Estudos Culturais – breve panorama

Os Estudos Culturais surgiram na década de 1960, na Inglaterra, não como um movimento instituído, mas enquanto perspectiva teórico-metodológica e com preocupações que abrangem relações entre cultura, história e sociedade.

O campo dos Estudos Culturais surge, de forma organizada, através do Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS), diante da alteração dos valores tradicionais da classe operária da Inglaterra do pós-guerra. (ESCOSTEGUY, 2010, p. 152)

Redefinir as noções de cultura de modo a poder compreender a cultura popular massiva foi uma dos principais percursos dos Estudos Culturais. Ao entender cultura como expressão dos processos sociais ou como um modo integral de vida, mostram que a vida material e a vida cultural são profundamente interligadas.

As relações entre a cultura contemporânea e a sociedade, isto é, suas formas culturais, instituições e práticas culturais, assim como suas relações com a sociedade e as mudanças sociais, vão compor o eixo principal de observação do CCCS. (ESCOSTEGUY, 2010, p. 152)

Raymond Williams, Richard Hoggart e E. P. Thompson são considerados os fundadores dos Estudos Culturais e têm como questão fundamental a cultura da classe operária, sobretudo pela relação com o marxismo.

A contribuição de Richard Hoggart para os Estudos Culturais se dá por uma via ao mesmo tempo teórico-metodológica e política. Para chamar a atenção para a cultura operária, Richard Hoggart procedeu a uma radical reformulação do conceito de cultura de modo a pôr fim à supremacia do conceito de cultura que vigorava então e que acabava por limitar a cultura ao domínio da arte, da estética, dos valores morais ou criativos (GOMES, 2004, p.127)

Acreditava-se que somente a cultura seria capaz de provar que a classe trabalhadora se constitui como classe não por ser uma massa homogênea, mas pela tensão criada nas relações de poder, enfrentamento e resistência, onde sentidos são interpretados e construídos.

E é nessa dimensão cultural que os Estudos Culturais, apesar de diversos autores envolvidos, apresentavam certa singularidade. Para Agger (1992), citado por Escosteguy (2010):

o grupo do CCCS amplia o conceito de cultura para que sejam incluídos dois temas adicionais. Primeiro: a cultura não é uma entidade monolítica ou homogênea, mas, ao contrário, manifesta-se de maneira diferenciada em qualquer formação social ou época histórica. Segundo: a cultura não significa simplesmente sabedoria recebida ou experiência passiva, mas um grande número de intervenções ativas – expressas mais notavelmente através do discurso de representação – que podem tanto mudar a história quanto transmitir o passado (ESCOSTEGUY, 2010, p. 156)

## 2.4 Cultura, Estudos culturais e Jornalismo cultural

O conceito de cultura tem carácter bastante amplo, sobretudo nas ciências humanas. Desde o seu surgimento como palavra derivada da ação de cultivar, até alcançar o status de metáfora para representar os tantos aspectos vividos pelo homem sejam intelectuais, sociais ou artísticos.

Nesse sentido, por conta da pluralidade semântica do termo, o conceito de cultura dentro do jornalismo cultural passou a ser pautado a partir dos produtos culturais da sociedade, tomando como referência os setores artísticos: música, teatro, dança, literatura, artes plásticas etc. Gadini (2009) mostra como a compreensão do jornalismo cultura é bastante múltipla.

Compreende-se por jornalismo cultural os mais diversos discursos midiáticos orientados pelas características tradicionais do jornalismo – atualidade, universalidade, interesse, proximidade, difusão, clareza, dinâmica, singularidade, etc – que ao abordar assuntos ligados ao campo cultural, instituem, refletem, e projetam modos de ser, pensar e viver dos receptores, efetuando assim uma forma de produção singular do conhecimento humano no meio social onde ele é produzido, circula e consumido (GADINI, 2009, p. 81).

A relação entre do jornalismo e cultura como campo de fortalecimento e integração social é exemplificada por Gadini ao relatar na história do jornalismo cultural no Brasil o papel da mudança de perspectiva do jornalista para com a cultura urbana do dia-a-dia, perceptível nas crônicas cariocas do século XX.

Ao falar da vida e de situações do cotidiano da população que não tinha acesso aos serviços e bens culturais, o cronista torna-se uma referência, à medida que tira o jornalismo do ambiente das redações e vai às ruas ouvir, ver e tentar entender como vivem os habitantes do Rio de Janeiro. [...] Nessas reportagens, o autor traz para as páginas dos jornais o cotidiano dos setores excluídos e miseráveis da população carioca (GADINI, 2009, p. 150 e 151).

Uma cultura cotidiana abordada pelo jornalismo e que apresenta um importante papel sociocultural e político para a população. Nesse sentido, as contribuições dos Estudos Culturais com relação ao conceito de cultura que alicerça a revista AONDE?! partem do pensar a cultura como expressão dos processos sociais, proposto por Richard Hoggart e como um modo integral de vida, de Raymond Williams.

Para Itania Gomes (2004), tais contribuições favorecem uma compreensão de cultura como uma esfera de sentido que unifica as esferas de produção e das relações sociais. Cultura para além dos produtos culturais das artes, associados a editorias jornalísticas, como música, teatro, dança, literatura e artes visuais. Cultura, para Williams, é a palavra que melhor traduz as transformações sofridas pela sociedade e aponta para um processo geral de mudança que indica a configuração das sociedades modernas.

Assim, as possibilidades totais do conceito de cultura como um processo social constitutivo, que cria “modos de vida” específicos e diferentes, que poderiam ter sido aprofundados de forma notável pela ênfase no processo social material, foram por longo tempo irrealizadas, e com frequência substituídas na prática por um universalismo abstrato unilinear (WILLIAMS, 1971, p. 19).

A ideia de cultura como um modo inteiro de vida está relacionada ao fato que as mudanças sociais não são parciais nem independentes, mas sim que integram um sistema complexo de transformações. Essa perspectiva permite compreender que a cultura não pode ser pensada fora de suas relações com a sociedade, sejam elas dominantes ou subjugadas. As práticas cotidianas são preponderantes para observar e interferir nesse processo cultural.

É com o jornalismo cultural e seus mecanismos de produção que em AONDE?! o profissional no processo de produção jornalística atua como o chamado “intelectual orgânico” (HALL, 2003).

Para Hall, assim se dá a importância do intelectual orgânico para a sociedade, imprimindo em seu trabalho a possibilidade de mudança e transformação sociocultural e política.



[...] uma prática cultural e crítica genuína, que tenha como objetivo a produção de um tipo de trabalho político-intelectual orgânico, que não tente inscrever-se numa metanarrativa englobante de conhecimentos acabados, dentro de instituições. [...] Mas a teoria como um conjunto de conhecimentos contestados, localizados e conjunturais, que têm de ser debatidos de um modo dialógico. Mas também como prática que pensa sempre a sua intervenção num mundo em que faria alguma diferença, em que surtiria algum efeito (HALL, 2003).

Por entender o jornalismo cultural como campo social e lugar de disputas, resistências e deslocamentos, o papel político-ideológico deste intelectual orgânico é de extrema importância para os processos de transformações socioculturais e (re)construção de identidades ao elaborar pautas e definir temáticas que representam as práticas culturais periféricas.

## **2.5 Pautas, fontes e critérios de noticiabilidade**

Em AONDE?! o que se pode haver de tentativa de afastamento do hegemônico se relaciona com a compreensão do conceito de hegemonia definido por Williams na medida em que as práticas culturais periféricas estão diretamente ligadas ao processo de construção social, assim como potencializando a insubordinação das construções já estabelecidas no cenário cultural predominante no jornalismo.

A hegemonia é um conceito que inclui imediatamente, e ultrapassa, dois poderosos conceitos anteriores: o de 'cultura' como 'um todo processo social, no qual os homens definem e modelam todas as suas vidas, e o de 'ideologia', em qualquer de seus sentidos marxistas, no qual um sistema de significado de valores é a expressão ou projeção de um determinado interesse de classe (WILLIAMS, 1971, p. 111).

No que se refere aos processos internos do jornalismo cultural e seu conceito de cultura, os principais periódicos de Salvador apresentam pautas e perspectivas acerca das práticas culturais advindas do que se tem enquanto. É também importante ressaltar que de acordo com os Estudos Culturais "a hegemonia ter de ser continuamente renovada, recriada e defendida, que ela é constantemente desafiada e, em certos aspectos, modificada" (GOMES, 2004, p. 38).

É nesse processo que AONDE?! inspira-se na hipótese metodológica Estrutura de Sentimento de Williams para o processo de produção e provocação de

disputas dentro do jornalismo cultural. Segundo Gomes (2004), “a expressão [estrutura do sentimento] enfatiza outra concepção de cultura e da relação entre cultura e sociedade”.

Estrutura de sentimento é o que resulta da relação entre, por um lado, a criatividade individual, com sua capacidade de perceber as mudanças na estrutura, acolher as novas demandas de expressão e dar vida a novas convenções, e, por outro, a capacidade de resistência da cultura dominante (GOMES, 2004, p. 40).

AONDE?! apresenta-se como um meio de veiculação dessas práticas culturais periféricas, desse modo inteiro de vida e, por conseguinte, fomentar possíveis mudanças. Busca-se, sobretudo, provocar o debate, a reflexão, tensionamentos e conflitos dentro do jornalismo cultural através de pautas que se apresentem enquanto ferramentas potencializadoras de resistências diante das convenções. Pois, de acordo Gomes (2004, p. 40), “analisar a transição nas convenções é uma forma de acessar uma estrutura de sentimento e, assim, a emergência de novas características que irão disputar o consenso tácito que temos em torno de procedimentos, normas, formatos, gêneros”.

Considerando também o fato de ser uma revista e, por sua vez, ter como característica a segmentação e aproximação com o leitor, é possível pensar o conceito de Jornalismo de Proximidade:

Quando falamos em “jornalismo de proximidade”, obviamente está implícita a ideia de que deve existir entre os conteúdos noticiosos, a matéria ou temática, e o público-alvo da informação produzida, uma estreita relação e partilha de interesses. O público deve familiarizar-se com a matéria desenvolvida, da mesma forma que a pertinência da notícia deve justificar-se exatamente pela importância que a notícia tem para a audiência para a qual é produzida (ALMEIDA, 2013)

Para a autora, o meio de comunicação social de proximidade é muitas vezes associado aos meios de comunicação sociais regionais ou locais, pois pressupõe-se que, de certa maneira, o jornalismo regional/local seja aquele que retrate a realidade dessas comunidades, trabalhando, portanto, a informação de proximidade.

Em AONDE?! a proposta de considerar a proximidade refere-se à seleção das fontes e das pautas, uma vez que se tem o interesse de aproximar o leitor do

conteúdo da revista, visibilizando uma realidade por ele vivido. Uma cultura cotidiana, popular e periférica sendo pautada num produto jornalístico.

A hierarquização das fontes, inclusive, segue a lógica da proximidade, dando ênfase àquele que vive e se constrói naquela prática cultural apresentada pela matéria. Lugares de fala de fontes oficiais, especialistas, acadêmicos que, em alguns casos têm seus depoimentos distanciados da cultura vivida, são colocados em segundo plano.

Lage (2001) chama a atenção para o fato de que as fontes oficiais podem falsear a realidade para preservar interesses estratégicos e políticas duvidosas, para beneficiar grupos dominantes, por corporativismo, militância, ou em função de lutas internas pelo poder. O autor classifica como “testemunhais” aquelas fontes que presenciam os fatos, tal conceito adotado em AONDE?! ao passo que são fontes que vivem a prática cultural periférica e urbana na pauta.

Dessa forma, o processo de apuração de AONDE?! prescinde uma apuração investigativa, uma vez que a cultura nela apresentada é praticada e vivida pela fonte e pelo leitor da revista. A escolha das pautas e seleção das fontes perpassa a ideia de indivíduos invisibilizados pela imprensa tradicional ou em alguns casos estando inferiores às chamadas “fontes oficiais”.

A busca de fontes ocorre a partir da observação das práticas culturais periféricas e perceber as quais apresentam características substanciais relacionadas a aspectos dos estudos culturais e do conceito de estrutura do sentimento.

Em AONDE?!, a notícia enquanto discurso interpela o leitor, promovendo um processo de reconhecimento, em que o indivíduo sai da sua condição de sujeito concreto individual e passa a ser um sujeito resultado da construção de discursos, um sujeito social. Assim, este sujeito social não somente é construído, como se constrói através de práticas discursivas em curso, seja enquanto fonte ou leitor.

### 3. A REVISTA

Um produto impresso de jornalismo cultural de circulação mensal, cujo conteúdo busca visibilizar práticas culturais periféricas da cidade de Salvador. A proposta é partir da perspectiva dos estudos culturais e, assim, dar ao conceito de cultura um sentido mais amplo, a cultura do dia a dia, do vendedor de bala, da merendeira da escola, do cobrador do ônibus entre outros lugares, pessoas comuns que estão ali, mas que muitas vezes não são vistas. Conteúdo que apresente mais que matérias, mas que contem histórias de culturas despercebidas, mas que estão ali, os “invisíveis”, como para Eliane Brum:

Eu acredito na reportagem como documento da história contemporânea, como vida contada, como testemunho. Exerço o jornalismo sentindo em cada vértebra o peso da responsabilidade de registrar a história do presente, a história acontecendo (BRUM, 2013).

#### 3.1 AONDE – Um nome, uma ideia

O título da revista faz referência à gíria baiana “aonde”, que de acordo com a entonação e o contexto pode apresentar múltiplos significados; o que propõe que a revista apresenta as diversas possibilidades de significação da cultura dentro do jornalismo cultural baiano.

Além disso, o termo gramatical “aonde” (preposição) significa “a qual lugar se quer chegar”. Indica movimento, relacionando a revista a um movimento para mudanças, deslocamentos, como cultura em trânsito, em processo.

O slogan “a revista que não come régua de ninguém” refere-se à expressão soteropolitana quando não se acredita facilmente em algo ou mesmo não se submeter a qualquer tipo de pressão. Que resiste e persiste. Próximo do que se diz com a expressão de um jornalismo que “não tem rabo preso”, nenhum vínculo político-ideológico que possa interferir na definição das pautas de maneira a ir de encontro ao desejado por parte da sua linha editorial.

Como uma publicação de jornalismo cultural, a revista AONDE?! pretende trazer em evidência essas “práticas culturais periféricas”, através da ampliação da concepção de cultura dentro do jornalismo cultural, além de dar a esse conceito de

cultura um sentido de resistência, e, por conseguinte, cultura como instrumento de transformação social.

### **3.2 Linha Editorial e periodicidade**

A partir da observação das principais revistas de jornalismo cultural da capital baiana, podemos perceber a ausência de uma revista cuja base seja a perspectiva dos estudos culturais, em que o conceito de cultura permeia o cotidiano, a vida urbana e popular, e não apenas produtos artístico-culturais. Em tais revistas, é possível perceber através das pautas que em grande parte na cobertura predominam os produtos artísticos, quando a relação entre jornalismo e cultura pode ser ampliada com possibilidades de pautas voltadas a práticas e relações que constituem a vida cotidiana.

A revista AONDE?! é produzida com periodicidade mensal, assumindo a cobertura e abordagem do lado periférico do jornalismo cultural de Salvador, apesar de adotar algumas práticas tradicionais do processo de produção jornalística. No entanto, a premissa de tratar o cotidiano popular urbano e periférico estará presente em todas as pautas, com o viés de empoderamento e fortalecimento identitário da população negra, de baixa renda e bairros pobres da cidade.

### **3.3 Público-alvo e formato**

Partindo da perspectiva dos estudos culturais, pré-determinar o público-alvo do referente produto trata-se de uma questão relativamente problemática, uma vez que a recepção é, em verdade, o processo comunicativo. Pois fato que emissor e receptor não integram um processo linear, mas sim uma relação de disputa e interação contínua.

Os investigadores dos Estudos Culturais procuram entender a recepção não como uma etapa do processo comunicativo, mas como o seu sinônimo, na medida em que é o próprio processo de recepção que instaura a troca comunicativa (GOMES, 2003, p. 38).

Ao potencializar a importância das mediações sociais no processo comunicativo e o papel da recepção, esta que está longe de qualquer passividade diante dessas relações, AONDE?! considera o leitor enquanto agente do processo, um leitor que também é fonte e vice-versa.

No entanto, no referente trabalho compreende-se que se faz necessária a definição de um público-alvo, por se tratar de um produto jornalístico, ainda que no nível estratégico do marketing. Do ponto de vista social e geográfico, o público pertence às classes C e D, de Salvador e Região Metropolitana. Considerando público-alvo primário, jovens a partir dos 17 anos; adultos, homens e mulheres; e secundário, entre 25 e 50 anos, cuja formação escolar muitas vezes é incompleta e que ocupam empregos diversos, como segurança, porteiro, serviços gerais, faxineiras, adolescentes em busca de emprego, donas de casa, entre outros.

O formato de AONDE?! é impresso (dimensões 21,5 X 28,6, 36 páginas, colorida, papel tipo Couché fosco L2). Por ser um produto voltado às camadas populares urbanas, a leitura da revista é voltada para o manuseio da revista física dentro dos coletivos, pontos de ônibus e momentos de pausa de trabalho. Sobretudo por conta dos constantes assaltos aos coletivos em Salvador, torna pouco viável o formato unicamente digital, uma vez que as pessoas não utilizariam o celular ou outros dispositivos móveis para a leitura. No entanto, o fato de ser prioritariamente impressa, não inviabiliza a disponibilização online, para acesso do público diverso e para acervo digital.

### **3.4 Projeto gráfico**

Considerando que a revista AONDE?! faz uma importante relação entre imagem e texto, ao passo que objetivamos que o leitor não somente se identifique nas temáticas abordadas nos textos das pautas, mas também que ele se “veja” nas imagens, promovendo assim um processo de reconhecimento.

Por conta do interesse pelo fotojornalismo e estudos culturais, a aliança entre texto e imagem ocorreu de uma forma bem sucedida. Por Carla Galvão ser fotojornalista e ter predisposição como diagramadora, não houve conflito nas etapas.

Para dar início ao projeto gráfico, separamos em tópicos para facilitar a produção. São estes: tipografia, textura, coloração, imagens e ilustrações. E no foco da revista, a periferia. O nosso público alvo, sua linguagem, vocabulário, gírias, idade e seus gostos determinaram muito da produção da diagramação.

Saímos para fazer todas as pautas juntas, isso influenciou muito para que o resultado. A sintonia entre texto e imagem fez com que ambos se tornassem exatamente um atrativo, pois um completa o outro.

Não poderíamos fazer a revista sem cores vivas, com bastante contraste. A saturação e granulação das fotografias se da justamente para representar o calor da cidade de Salvador, e a extrema aproximação, muitas vezes quase que forçada nos coletivos urbanos, que pós sua vez, sempre estão lotados.

A cor e a saturação mostram a realidade, é o sentido real do dia-a-dia do soteropolitano. Por isso não poderia deixar de ser um dos principais aspectos estéticos da revista. Afinal a possibilidade do leitor se sentir incluso em casa fotografia é muito grande.

Para traduzir visualmente o que é a revista AONDE?!, reconhecemos a relação dos elementos periféricos como o grafite e stêncil como escolha para a programação visual da revista. Pensamos numa tipografia que unisse os elementos dos muros da cidade com os movimentos de empoderamento negro e cores fortes: rosa choque, laranja, verde e azul.

A composição das imagens com o layout foi toda no estilo de colagem e mosaico, muito usado nas capas de cadernos de adolescentes, no cartaz de bairro da associação de moradores e de eventos periféricos. O layout da Revista AONDE?! é construído com a matéria de capa com o título na horizontal, assim como as chamadas das matérias, que se posicionam na parte de baixo da capa.

A identificação visual na tipografia, na marca, imagens e cores caminham juntos para que as camadas populares se identifiquem, assim como os trocadilhos com gírias nas chamadas das matérias com o vocabulário tipicamente partilhado na periferia.

### **3.5 Pautas AONDE?!**

AONDE?! – “a revista que não come régui de ninguém” assume a abordagem de pautas que buscam dar visibilidade a assuntos da cultura periférica, urbana e popular de Salvador. Nesse processo, se caracterizando enquanto produto de confronto a convenções no jornalismo cultural e que apresente aspectos de resistência e tensões.

Pautas que provoquem reflexão, o debate e que potencializem o processo de empoderamento, sobretudo da parte mais inferiorizada socialmente da população de Salvador, aqueles de baixa renda, negros e negras, moradores de bairros periféricos.

#### **a. Fotografia: Todo ônibus lotado tem um pouco de navio negreiro (p. 4 e 5)**

Página fotográfica da revista que faz referência à frase da música “Todo camburão tem um pouco de navio negreiro”, do grupo O Rappa. A proposta é apresentar através da imagem a realidade de um ônibus cheio e desconfortável, composto em sua maioria por pessoas negras.

#### **b. Escola Comunitária Luiza Mahin (p. 6 e 7)**

Perfil da Escola Comunitária Luiza Mahin, criada em 1990 a partir de uma iniciativa da associação de moradores do conjunto Santa Luzia (bairro do Uruguai). A matéria apresenta a escola enquanto projeto feito pelas mães e mulheres da própria comunidade, remanescente da região dos Alagados, e que é um exemplo revolucionário na educação infantil e de importância na construção identitária local. Na matéria, falas das fundadoras da escola que hoje são coordenadoras pedagógicas, além de mãe e moradora da comunidade do Uruguai.

Produção e reportagem: Gislene Ramos

Fotografia: Carla Galrão



**c. Fotografia: Domingo é meia (p. 8)**

Página fotográfica da revista em que a narrativa é contada através de uma imagem e um pequeno título. A fotografia apresenta a situação vivida por diversas pessoas que tentam usufruir do transporte público de Salvador dia de domingo, quando a frota de ônibus é reduzida. O título refere-se ao já então popular trocadilho “Domingo é meia... frota!”, que faz referência ao projeto municipal “Domingo é meia”, no qual o valor da passagem aos domingos é a metade do valor normal. Pontos de ônibus lotados e a pista deserta é uma imagem bastante comum vivida na cultura periférica e urbana da cidade.

Produção e fotografia: Carla Galrão

**d. Perfil Rosa Show (p. 10 e 11)**

Perfil de Rosa, uma mulher negra cabeleleira que morou na rua até os 12 anos, um exemplo de luta e resistência no dia-a-dia. Rosa desenvolve um projeto de oferecer cursos para a comunidade, além de periodicamente produzir evento de música, o “Samba Rosa Show”, promovendo a ocupação de espaços públicos pela comunidade. A proposta é apresentar a história de vida de uma pessoa de origem humilde que conseguiu conquistar seus objetivos e sonhos.

Reportagem: Gislene Ramos

Produção e fotografia: Carla Galrão

**e. Rap é Ideia (p. 12, 13 e 14)**

Matéria de enfoque musical, mas que tenta sair do lugar-comum de agenda do jornalismo cultural tradicional e busca apresentar aspectos mais culturais do Rap. A proposta é a partir de entrevistas com alguns nomes do Rap de Salvador apresentar depoimentos que revelem a importância da cultura hip hop. Rappers Mrs Armeng, Lucas Kintê e Nova Saga e o recente na cena, Baco Exu do Blues relataram as suas experiências. Relatos que revelam as influências das letras e da cultura hip hop no processo de empoderamento dos jovens, sobretudo da periferia de Salvador, e

construção de consciência crítica e identidades, sobretudo com relação à própria comunidade em que vive.

Reportagem e produção: Gislene Ramos

Fotografia e produção: Carla Galvão

**f. Sessão idéaxequi - cineasta Larissa Fulana de Tal (p. 15, 16 e 17)**

*Sessão idéaxequi* tem por definição um espaço em que alguma personalidade da cena cultural de Salvador dê sua opinião sobre determinado assunto. O título da sessão faz referência à gíria “ideia cheque”, muito utilizada entre jovens quando se trata de algum conselho ou informação relevante. Sendo assim, a proposta é que sejam ideias de grande importância para a sociedade, sobre tudo no que se refere à população periférica e negra da cidade. Para a primeira edição, a ideia é dada pela cineasta Larissa Fulana de Tal, do coletivo “Tela Preta”, que fala sobre a produção cinematográfica sob a perspectiva de pessoas negras e o seu protagonismo, ao que chamamos de “cinema negro”. De um breve panorama histórico ao olhar crítico da cena atual.

Produção e reportagem: Gislene Ramos

Fotografia: Carla Galvão

**g. Feminismo de banheiro – CAPA (p.18, 19, 20, 21 e 22)**

Baseada no cartum “Feminismo pra quem?” da artista Cecília Ramos\* (em anexo), matéria busca apresentar o que pensam mulheres negras, comumente responsáveis por serviços de limpeza, sobretudo banheiros, os quais têm sido alvo de pichações com frases de ordem, sugerindo empoderamento feminino e liberdade da mulher. Para fontes, entrevistadas mulheres que trabalham com serviços de limpeza de casas de shows e Universidades públicas de Salvador, além de jovens mulheres que são simpatizantes à prática das pichações. A proposta é fazer uma espécie de contraponto entre opiniões e perspectivas dos escritos de banheiro. Se mensagens positivas ou mais sujeira para limpar. Provocar a reflexão e o debate através das

diferentes falas, visibilizando, sobretudo as das mulheres que trabalham com a limpeza, as quais poucas vezes têm suas falas apresentadas. Ainda na contra-capá, um retrato com uma fala de uma das mulheres que trabalham com serviços gerais.

Produção e reportagem: Gislene Ramos

Produção e fotografia: Carla Galrão

#### **h. Guia - Rango de rua (p. 23)**

Breve lista com dicas de comida e lanches vendidos na rua em bairros diversos de Salvador. A proposta é mostrar possibilidades gastronômicas a preços populares e de fácil acesso para a população, sobretudo para quem trabalha próximo a eles. Nesta primeira edição, lances de bairros como Federação, Amaralina, Rio Vermelho, Barra e Canela.

Produção e fotografia: Carla Galrão

#### **i. Tome baculejo! (p. 24, 25, 26, 27 e 28)**

Matéria que traz como assunto a revista policial, prática que apesar de ser prevista pelo Código Penal, gera polêmica e controvérsias, sobretudo por conta de questões, como preconceito e racismo. A proposta é apresentar relatos de pessoas que já sofreram situações de baculejo em Salvador e, além de falas de um Policial Militar e um advogado e professor de direito.

Produção e reportagem: Gislene Ramos

Produção e fotografia: Carla Galrão

#### **j. Beleza negra - empoderamento negro (p. 29, 30, 31 e 32)**

Nesta matéria propõe apresentar as questões que envolvem o empoderamento através da estética e o quão de resultado proporciona. Quais as relações positivas e conflituosas que envolvem o processo. E através das fotografias, apresentar tais

resultados de empoderamento e saber um pouco das pessoas o que modificou na vida delas. Entre as fontes, a antropóloga e idealizadora da Marcha do Empoderamento Crespo, Naira Gomes.

Produção e reportagem: Gislene Ramos

Produção e fotografia: Carla Galrão

#### **k. Fotografia: Grafite versus Pixação (p. 33)**

Página fotográfica da revista em que a narrativa é contada através de uma imagem e um pequeno título. Com base na frase “Eu pixo, você pinta. Vamo ver quem tem mais tinta”, a fotografia apresenta o conflito e a aproximação entre a arte do grafite e a prática de pichação que acontece em diversos muros das ruas de Salvador.

Produção e fotografia: Carla Galrão

#### **l. Dicas culturais (p. 34)**

Uma lista de dicas culturais, as quais têm potencial de aproximar o público-alvo a uma variedade de manifestações culturais e artísticas. Na primeira edição: Sarau da Onça, evento literário com recital de poesia e apresentações artísticas que acontece no bairro de Sussuarana; Terça Cultural: mostra artística da juventude e moradores do bairro do Uruguai junto com a Associação de Moradores do Conjunto Santa Luzia, no Espaço Cultural dos Alagados; programação cultural do Teatro Gamboa Nova; Jam no MAM: jazz ao ar livre no Museu de Arte Moderna; Chorinho da Madragoa: apresentação de choro com Amigos da Madragoa e convidados na Ribeira; Gerônimo Santana com shows no Pelourinho; Samba do Santo Antônio Além do Carmo com o grupo Botequim; e, por fim, uma dica cultural da internet: o portal Geledés Instituto da Mulher Negra que contém textos, sugestões e debates sobre questões raciais, gênero, preconceito e temas diversos.

Produção: Gislene Ramos

Fotografia: Divulgação

### **m. Charge - Casos de Buzú (p. 35)**

A sessão ilustra através de charge sobre alguma situação vivida em um ônibus ou na rotina de quem utiliza o transporte público de Salvador. A proposta é que os leitores enviem através do e-mail suas histórias, e a cada mês é escolhida uma para estampar a última página da revista.

Arte: Tuiris Azevedo

Produção: Carla Galrão

### **3.6 Viabilização e distribuição**

A revista AONDE?! pretende ser viabilizada a partir de financiamento colaborativo, em plataformas como Catarse e Benfeitoria, pois o crowdfunding pode ser um aliado à produção jornalística.

O Crowdfunding também é uma força democratizadora porque dá poder a suas audiências. Se as pessoas pagam pelas notícias, elas vão acompanhá-las e exigir qualidade. [...] Agora, se os cidadãos financiam voluntariamente um projeto jornalístico, eles esperam muito mais do que só jornalismo preguiçoso e podem fazer com mais poder aos jornalistas que eles contribuíram (RONDEROS, 2016).

Dessa forma, com AONDE?! acreditamos ser possível produzir um jornalismo cultural a partir do financiamento colaborativo, tornando-se independente de ideologias mercadológicas que interfiram na linha editoria, firmando, assim, o conceito de “a revista que não come régua de ninguém”.

A distribuição da revista será gratuita nos principais bairros populares de Salvador, sobretudo nos arredores onde foram produzidas as matérias. No caso da primeira edição, bairros: São Caetano, Uruguai e adjacências, Nordeste de Amaralina, Paripe, Pelourinho, Cajazeiras, Rio Vermelho, Campo Grande.

Além de pontos estratégicos de distribuição, como as principais estações de transbordo de Salvador: Lapa, Mussurunga, Pirajá e pontos de metrô. Por fim, algumas praças populares da cidade: Praça da Piedade, Praça da Sé, Praça do Campo Grande (pontos de ônibus), “Rótula da Feirinha” (Cajazeiras), entre outras.

Para o processo de divulgação de AONDE?!, pretendemos elaborar mecanismos através da Internet e TV, como criação de uma página no Facebook e veiculação no BusTV, criando um plano estratégico de comunicação em que as mídias se complementem.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo do processo foi possível perceber a real possibilidade de associar três suportes teóricos unidos em um único projeto: Jornalismo cultural, jornalismo de revista e estudos culturais juntos na revista AONDE?!.

A revista nasce da necessidade de fazer o que acreditamos ser o papel de uma universidade pública, devolver o conhecimento adquirido e produzido para a comunidade, sobretudo aquela que não teve acesso à mesma.

Compreendendo o jornalismo como construção social e a notícia como discurso, acreditamos realizar um produto jornalístico que contribua de alguma forma com o processo de (re)construção identitária da população periférica de Salvador. E justamente por acreditarmos no potencial da cultura popular, urbana e periférica da cidade, surge AONDE?!, que se coloca como meio difusor de tais práticas culturais.

Conforme aprendido dos Estudos Culturais, AONDE?! é mais que um produto jornalístico de trabalho de conclusão de curso, acreditamos enquanto projeto político e ideológico.

O presente trabalho apresenta a junção de conhecimentos de duas graduandas de formações diferentes, mas que uniram seus aprendizados ao longo das formações em jornalismo e em produção cultural para realizar um produto no qual pudessem colocar em prática seus saberes. E, principalmente, por utilizar um espaço privilegiado que é acadêmico, para visibilizar práticas culturais muitas vezes colocadas à margem dos holofotes jornalísticos.

Visibilizar e potencializar culturas que, por si só, contribuam para o processo de empoderamento da população e por assim, crermos, promover contribuições para transformações socioculturais.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, O. **Jornalismo de Proximidade como Promotor da Cultura e Identidade de uma região - O caso do Porto Canal**. Lisboa, 2013. In <http://repositorio.ipl.pt/bitstream/10400.21/3237/1/RELATORIO%20FINAL%20ultimo.pdf>

BRUM, Eliane. **O olho da rua: uma repórter em busca da literatura da vida real** – São Paulo; Globo, 2008.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Estudos Culturais in HOHLFELDT, A., FRANÇA, Vera V., MARTINO, Luiz. C. – **Teorias da Comunicação: Conceitos, escolas e tendências**. Rio de Janeiro: Vozes, 2010.

GADINI, Sérgio Luiz. **A Cultura como Notícia no Jornalismo Brasileiro** - (Cadernos de Comunicação. Série Estudos; v.8) Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro : Secretaria Especial de Comunicação Social, 2003.

\_\_\_\_\_. **Interesses cruzados: a produção da cultura no jornalismo brasileiro** - Coleção Comunicação. São Paulo: Paulus, 2009.

GOMES, Itania Maria Mota. “**Estudos culturais, cultura e cultura de massa**”. In GOMES, Itania Maria Mota. **Efeito e Recepção: a interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os media**, Rio de Janeiro, E-Papers, 2004, 107-131.

\_\_\_\_\_. **O que é o popular no jornalismo popular?** In. **Mídia e Poder – Ideologia, Discurso e Subjetividades**. RJ, 2008.

\_\_\_\_\_. “**Questões de método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise**” in *Revista e-compos*, edição 8, abril de 2007; disponível em <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/126/126>

GOULART, Alexander - **Uma lupa sobre o jornalismo de revista**, publicado em 04/07/2006 na edição 388 - Observatório da Imprensa (in



<http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/uma-lupa-sobre-o-jornalismo-de-revista/>

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro – 7 ed., Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

\_\_\_\_\_. **Estudos Culturais e seu legado teórico**. In SOVIK, Liv. (Org) Da Diáspora: identidades e mediações culturais, Belo Horizonte, Editora UFMG, 2003.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

\_\_\_\_\_. **Linguagem Jornalística**. 7ª.ed. São Paulo: Ática, 2001a.

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004. Revista Raiz – cultura do Brasil. Ed.06. Set 2006.

RONDEROS, Maria Teresa – **Por que o crowdfunding pode manter o jornalismo fiel ao seu compromisso?** In [http://www.abraji.org.br/?id=90&id\\_noticia=3387](http://www.abraji.org.br/?id=90&id_noticia=3387)

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2004.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão – **“Entre objetos” , “objetos no entre”:** **Revista, Jornalismo Especializado e Qualidade de Vida** in <http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/viewFile/3529/2582>

\_\_\_\_\_; BERGER, Christa. **Revista (Verbetes)**. In: **Ciro Marcondes Filho. (Org.). Dicionário da Comunicação**. Paulus: São Paulo, 2009, v. 1, p. 310 – 311.

\_\_\_\_\_. **Sobre Jornalismo de Revista e o seu infinito singular**. In: Revista Contracampo, nº 25, dez. de 2012. Niterói: Contracampo, 2012. Pags: 97-116.

WILLIAMS, Raymond. **Palavras-chave: um vocabulário de cultura e sociedade**. Tradução Sandra Guardini Vasconcelos. São Paulo: Boitempo, 2007.

\_\_\_\_\_. **Marxismo e Literatura** (Trad. de Waltensir Dutra), Rio de Janeiro: Jorge Zahar, [1971] 1979.

## 6. DIÁRIO DE BORDO

“Você sabe que a gente agora tem tipo um filho, né?” (Carla Galvão). E assim foi com AONDE?!, essa revista que foi um verdadeiro parto. O período de gestação, como tantos, passou por diversos percalços. Entre marcações e cancelamentos de fontes em cima da hora, chuva, manifestações nas ruas, batida de carro e até sequestro.

Um salve ao querido serviço do Uber, que tanto nos serviu de deslocamentos durante as produções das matérias. Mas sem esquecer que considerar a tensão vivida por Carla quando o motorista bateu o carro por conta da alta velocidade. Ela seguiu para o hospital, com ferimentos leves e inchaços. E no dia seguinte? Lá estava Carla fotografando mais uma pauta.

Gislene, por sua vez, também teve o seu momento maior de emoção: uma tentativa de sequestro, isso mesmo! Ao ir para uma pauta no Rio Vermelho, foi abordada por um carro com dois homens aos gritos e xingamentos mandando que ela entrasse no veículo; mas ela saiu aos gritos por socorro. Depois de ligar pra sua mãe e contar o que aconteceu, ligou para a colega de TCC e disse: “Carla, vou atrasar porque quase fui sequestrada, mas já pedi um taxi e estou indo”.

E assim foram alguns dos momentos de tensão tccística, palavra de uso comum entre graduandos nas redes sociais. Aliás, muitas foram as nossas *hashtag* durante esse processo: #TCCdaDepressão, #TCCendo, #esTreCC, #MadrugadaTCCística, #VamosFormar, este último representando o desejo primário de todo e qualquer concludente de graduação. Se nos estressamos? Sim. Se nos emocionamos? Sim. Se pensamos em desistir? Aoooooonde?!.

## 7. ANEXOS

### 7.1.A REVISTA – Imagens

#### a. CAPA



**b. CONTRA-CAPA**

## c. LINHA EDITORIAL



### editorial

Aooooonde?! A revista que não come régua de ninguém! Aonde?! Quer movimento. Quer provocar o debate, a reflexão, a emoção. Cultura é o seu foco e sua missão.

Práticas culturais periféricas diante do tradicional jornalismo cultural de Salvador. Assuntos abordados de forma próxima e direta. Para além de lançamentos de discos, livros e afins e shows e grandes espetáculos teatrais. Um jornalismo cultural que se propõe a trazer a cultura cotidiana. O verbo primário de Aonde?! é

você, leitor e leitora, quem diz. A nossa fonte é quem, também, nos lê. Quem vive a cultura de forma forte e ordinariamente, mas muitas vezes ignorada pelos grandes veículos de comunicação.

Nosso intuito para além de reportar, é visibilizar a cultura do dia-a-dia e assim, potencializar o sentimento de pertencimento da cidade de Salvador. Além de provocar o empoderamento e interferir no processo de (re)construção e transformação social e cultural da cidade.

### quem somos

Concluintes do curso de graduação Comunicação Social pela Universidade Federal da Bahia, Carla Galvão, habilitação em Produção Cultural e, Gislene Ramos,

em Jornalismo, são as idealizadoras da revista como produto final como trabalho de conclusão de curso, sob a orientação da professora e doutora Lia Seixas.

### expediente

*Editora e redatora* Gislene Ramos

*Direção de arte e fotografia* Carla Galvão

*Produção gráfica* Carla Galvão e Fernanda PC

*Ilustração* Zeca Forehead

*Coordenação* Lia Seixas

*Contato* revista.aonde@gmail.com

*Agradecimentos* Fernanda Pinheiro, Gildete Ramos do Nascimento, Maria de Fátima Galvão Barreto, Marcos Leandro Rocha Medrado, Zeca Forehead



## d. ÍNDICE

**escola comunitária luiza mahin** 6  
UM EXEMPLO DE EDUCAÇÃO E TRANSFORMAÇÃO SOCIAL

ensaio **domingo é meia** 8

perfil **rosa show** 10  
UM TALENTO QUE NASCEU DAS RUAS

**rap é ideia** 12  
O PODER TRANSFORMADOR DA CULTURA HIP HOP

ideaxéqui **larissa fulana de tal** 15  
CINEASTA COMENTA SOBRE A PRODUÇÃO DO CINEMA NEGRO

**feminismo de banheiro** 18  
QUEM VAI LIMPAR?

**guia** 23  
COMIDA DE RUA

**tome baculejo!** 24  
O ABSURDO DO 'NÃO VAI DAR EM NADA MESMO'

**beleza negra** 29  
AFINAL, O QUE É EMPODERAMENTO NEGRO?

ensaio **grafite X pixação** 33

**dicas culturais** 34

**charge** 35

e. CHARGE “FEMINISMO PRA QUEM?”



Autora: Cecília Ramos