



Revista Poppin¹

Thais Martins BEZERRA²

Ana Cristina Teixeira de BRITO³

Agostinho GÓSSON⁴

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO A revista Poppin é uma publicação que tem como tema o rock, tanto internacional, como nacional e cearense. A intenção é abordar o conteúdo, incorporando as características globalizadas, tão intrínsecas ao rock, sem abrir mão dos seus trejeitos locais, tendo em vista seu público: o jovem cearense fã de rock. A produção tem como foco abordar o gênero rock, mostrando estilos, lugares e pessoas que integram e formam seu público em Fortaleza. Isso de forma aprofundada, apresentando o que normalmente não é veiculado na mídia local e distanciando-se da comum prática do agendamento cultural. Embora o tema principal seja música, as reportagens e seções também acabam por abordar assuntos correlatos, como comportamento ou moda, sem perder, no entanto, o foco musical da revista.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo impresso; Revista; Cultura Pop; Rock

1 INTRODUÇÃO

A revista “Poppin” é uma produção que tem como tema a música, e mais especificamente o rock, tanto internacional, como nacional e cearense, enquadrando-se num contexto da cultura pop.

2 OBJETIVO

A produção tem como foco abordar o estilo musical rock, mostrando todas suas divisões, estilos, lugares onde é tocado e pessoas que integram e formam seu público no mundo e mais especificamente na cidade de Fortaleza. Isso de forma aprofundada, mostrando o que normalmente não é veiculado na mídia local. A ideia é desmistificar a imagem atual do gênero por meio da produção jornalística, evitando rótulos e estereótipos normalmente utilizados. Embora o tema principal seja música, as reportagens e seções também acabam por abordar assuntos correlatos, como comportamento ou moda.

3 JUSTIFICATIVA

Para falar sobre a escolha do suporte revista para a produção do projeto prático, que aborda a temática do rock, inserindo-se num contexto de jornalismo musical e, portanto,

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Jornalismo, modalidade Revista Impressa (avulsa).

² Aluno líder do grupo formada em Jornalismo, email: thais.martins@gmail.com.

³ Aluna formada em Jornalismo, email: tina.teixeiradebrito@gmail.com.

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará, email: gosson@ufc.br.



cultural, iniciaremos falando um pouco sobre o suporte em si. Assim, serão abrangidos, seus conceitos, estilo, foco, tipo de texto, aspectos gráficos, entre outros.

Revistas podem ser encontradas em formatos e estilos gráficos variados, abrangendo um único tema ou vários aspectos de assuntos que fazem parte do cotidiano e possuindo diferentes gêneros jornalísticos, como reportagens, entrevistas, resenhas, artigos, entre outros. Marília Scalzo, em seu livro *Jornalismo de Revista*, coloca que revistas são objetos queridos e colecionáveis, mas que, antes de tudo, são definidas pelo seu leitor.

Revista é também um encontro entre um editor e um leitor, um contato que se estabelece, um fio invisível que une um grupo de pessoas e, nesse sentido, ajuda a construir identidade, ou seja, cria identificações, dá sensação de pertencer a um determinado grupo. (SCALZO. *Jornalismo de Revista*. 2009, p.12)

Ainda para a autora, as revistas têm funções mais complexas do que a simples transmissão de notícias, sendo um meio que se afirma tanto no caminho da educação, como do entretenimento.

Revista une e funde entretenimento, educação, serviço e interpretação dos acontecimentos. Possui menos informação no sentido clássico (as “notícias quentes”) e mais informação pessoal (aquela que vai ajudar o leitor em seu cotidiano, em sua vida prática). (SCALZO. *Jornalismo de Revista*. 2009, p.14)

Sérgio Vilas Boas diferencia o suporte revista dos jornais diários, que usam a tradição em seu proveito. “(...) as revistas preocupam-se com sua contemporaneidade e atualidade. Necessariamente, a revista não se obriga a registrar ocorrências que não se enquadrem em seu apelo e seu leitor-alvo.”. (VILAS BOAS. *O Estilo Magazine: O texto em revista*. 1996, p.72). Opinião que se assemelha à de Scalzo, que acredita que as revistas funcionam em sintonia com seu tempo, representando épocas e sustentando mitos.

As primeiras publicações do tipo eram ainda muito parecidas com livros, no entanto, destinavam-se a públicos específicos, aprofundando assuntos. A primeira foi publicada na Alemanha, em 1663. Elas originaram-se tratando apenas de um tema, para só depois virarem multitemáticas. “A revista ocupou assim um espaço entre o livro (objeto sacralizado) e o jornal (que só trazia o noticiário ligeiro).” (SCALZO. *Jornalismo de Revista*. 2009, p.20).

Desde esse início, as revistas tomaram diversas formas, multiplicando-se e evoluindo para o formato hoje em dia conhecido. Nessa história, vários foram os marcos fundamentais para essas alterações. Nesse contexto, Scalzo destaca a importância para o



progresso do gênero do lançamento, em 1923, da revista americana Time, a primeira revista semanal de notícias.

No Brasil, o suporte só se torna uma realidade no começo do século XIX, tendo a primeira revista sido lançada em 1812, com o nome As Variedades ou Ensaio de Literatura. “A história das revistas no Brasil, assim como a da imprensa em qualquer lugar do mundo, confunde-se com a história econômica e da indústria do país” (SCALZO. *Jornalismo de Revista*. 2009, p.27).

As revistas mantêm, desde sua origem, uma relação especial com o seu leitor, dirigindo-se ao mesmo de uma maneira mais personalizada, diferente do jornal que busca uma maior generalização, um leitor médio. As revistas, principalmente as mais especializadas, conhecem muito bem seu público, o tendo em todos os momentos como foco e falando diretamente com ele.

Lembre-se de que, no conjunto, o texto de qualquer revista – não importando o estilo – esconde uma tendência. A tendência de uma revista é a inclinação de seus leitores. Então, é adaptar-se a eles. Os diagnósticos apresentados na interpretação de um fato também não estão imunes às tendências. (VILAS BOAS. *O Estilo Magazine: o texto em revista*. 1996, p.86)

Ainda para Sérgio Vilas Boas, é fundamental que a linguagem usada no texto de revista seja facilmente assimilada pelo leitor. O mesmo ponto também é tratado por Scalzo, que acredita que o formato fala para um público específico, que espera receber a informação de forma prazerosa. De acordo com a autora: “A primeira regra é: não escrever para si mesmo. Principalmente no jornalismo de revistas, o leitor é alguém específico, com cara, nome e necessidades próprias.” (*Jornalismo de Revista*, 2009, p.54).

Vilas Boas divide a especialização das revistas por tema e segundo a segmentação de leitores. Já para Marília Scalzo, o suporte dirige-se ao seu público de modo diferente da televisão e jornais, que tentam abranger um público geral, e também da internet, que individualiza o leitor, encontrando-se em um meio termo. “De novo, é a velha máxima: é preciso falar com menos gente, para falar melhor.” (*Jornalismo de Revista*, 2009, p.44).

A periodicidade das revistas é um dos pontos que a diferencia dos jornais diários. Por demorarem mais a chegar nas mãos do leitor, as revistas não se prendem às notícias diárias, possuindo uma maior “durabilidade”. Vilas Boas acredita que a periodicidade é determinante ao estilo de uma revista.

É preciso escolher os assuntos que, por sua permanência no noticiário ou importância histórica, não perderão atualidade até que a revista chegue às bancas ou às mãos de seus assinantes. É valioso discutir o melhor ângulo de condução de



cada matéria, as melhores fotos e algo mais que se possa oferecer. Pensa-se na matéria de modo a aproximá-la ao máximo possível da última palavra dita sobre o assunto. (VILAS BOAS. O Estilo Magazine: o texto em revista. 1996, p.78)

De certa forma, há uma discussão entre os limites de jornalismo e entretenimento no suporte revista. Marília Scalzo acredita que há espaço para as duas áreas, percebendo-se suas possibilidades e sem misturar uma com a outra. O assunto também é abordado por Vilas Boas: “Por isso, além de irrigar a opinião pública, a revista é feita para o entretenimento. De quem redige para uma revista, seja ilustrada, informativa-geral ou especializada, são exigidos textos brilhantes e leves.” (O Estilo Magazine: o texto em revista. 1996, p.82)

O texto na revista é mais voltado à interpretação e análise do fato, diferenciando-se, dessa forma, do que é veiculado nos jornais diários. É um texto mais aberto, com uma maior liberdade de tom, estilo e recursos utilizados, podendo ter uma maior ligação com a literatura, e não tão atrelado à estrutura do lead e da pirâmide invertida. “O texto para uma revista também segue os padrões jornalísticos, mas isto não impede que as palavras, frases e períodos tenham um ‘rebolado’ diferente.” (VILAS BOAS. O Estilo Magazine: o texto em revista. 1996, p.18)

Dessa forma, o suporte se torna um meio que permite a veiculação de reportagens mais aprofundadas, desdobrando os fatos por meio da investigação e proporcionando uma maior reflexão sobre determinado assunto. Para Sérgio Vilas Boas, “quando a notícia salta de uma simples nota para uma reportagem, é preciso ir além, detalhar, questionar causas e efeitos, interpretar, causar impacto.” (O Estilo Magazine: o texto em revista. 1996, p.43)

Dentre os meios de comunicação impresso, a revista se diferencia visualmente devido ao seu formato, qualidade do papel, impressão, imagens e a maneira pela qual se apresenta como um todo. “Além disso, o aspecto gráfico, presente em qualquer dos padrões editoriais de revista, desempenha também um importante papel provocador.” (VILAS BOAS. O Estilo Magazine: o texto em revista. 1996, p.82)

As revistas, ainda mais que os outros veículos impressos, oferecem uma maior quantidade de recursos gráficos, que vão de fotografias a infográficos, entre vários outros, auxiliando o jornalista a deixar o seu texto mais visualmente atraente. O suporte proporciona inclusive uma maior liberdade para experimentar novos aspectos visuais e inovar no que diz respeito à qualidade gráfica, isso, é claro, levando em consideração o tema da publicação. Uma revista tem o foco na cultura pop, por exemplo, poderá ser mais ousada visualmente em comparação a uma revista semanal de notícias.



Design em revista é comunicação, é informação, é arma para tornar a revista e as reportagens mais atrativas, mais fáceis de ler. Tanto quanto os jornalistas, os *designers* devem estar mais preocupados o tempo todo com a melhor maneira – a mais legível – de contar uma boa história. (SCALZO. *Jornalismo de Revista*. 2009, p.67)

Nesse ponto, assim como em relação ao tipo de texto, a especialização, a interpretação, a maior liberdade de inovação e muitos outros, pode-se perceber uma aproximação entre o suporte revista e o jornalismo cultural. Como aponta Scalzo: “Desde o início da década de 1950 até meados da de 1960, várias revistas de cultura são lançadas e servem – as que conseguem sobreviver – para reunir intelectuais e de alguma forma reagir à ditadura militar instalada no país a partir de 1964.” (Jornalismo de Revista. 2009, p.33).

Vilas Boas acredita que “os cadernos de cultura dos jornais, assim como suplementos, aproximam-se mais do estilo magazine” (O Estilo Magazine: o texto em revista. 1996, p.95). Ele ainda completa:

Nos cadernos de cultura, os jornais são mais ensaísticos e opinativos. A regra da padronização não é a bíblia desses cadernos. O texto é mais solto, com tendência a absorver coloquialismos e neologismos de todo tipo. O texto de um caderno de cultura tem estilo e público muito bem definidos. (VILAS BOAS. O Estilo Magazine: o texto em revista. 1996, p.95)

Como vimos, essas características do jornalismo de cultura se assemelham bastante ao que é proporcionado pelo suporte revista. Assim, falaremos um pouco mais sobre o jornalismo que tem como foco a cultura.

O conceito de cultura trazido no âmbito do Jornalismo Cultural é bastante restrito, limitando-se às atividades no campo da arte e do entretenimento, desempenhando um papel secundário na imprensa, de forma geral. O autor do livro *Jornalismo Cultural*, Daniel Piza, no entanto, discorda desse posicionamento. Para ele, a cultura está em tudo, misturando assuntos e atravessando linguagens. Ele propõe uma recusa à noção que o jornalismo cultural seja simples e fácil.

(...) há muito o que fazer pelo jornalismo cultural no gênero da reportagem, inclusive no chamado ‘hard news’ (as notícias mais quentes, inadiáveis), mas isso não pode ser feito à custa da análise, da crítica, do debate de idéias – vocações características do jornalismo cultural e carências fortes do leitor contemporâneo. (PIZA. *Jornalismo Cultural*. 2003, p.8)

No Brasil o jornalismo cultural só começa a ganhar força no final do século XIX, com nomes como Machado de Assis. As revistas culturais se multiplicaram a partir dos anos 20 e as seções culturais na imprensa tornam-se obrigatórias a partir da década de 50,

no entanto, sendo vistas, em sua maior parte, apenas como complementos até os dias de hoje.

Piza acredita que as revistas culturais não possuem a mesma influência que um dia tiveram, definindo cada vez menos o sucesso e fracasso de uma obra. Além disso, há uma certa dominação em falar de prováveis sucessos de massa e fenômenos de audiência, em detrimento das tentativas de resistência.

Tanto o jornalismo, como a cultura estão inseridos dentro de um contexto de produção industrial, tendo na sua história acompanhado momentos chave de ampliação da indústria cultural. De certa forma, o jornalismo cultural se pauta por produtos dessa indústria. Mesmo assim, Piza atenta que:

(...) há muitas obras de arte feitas para o grande público que têm qualidades sólidas, que são tão densas ou agudas quanto muitas de outras épocas da civilização; e também na de que essa tal de indústria cultural não é tão monolítica assim, a cabresto do poder econômico, e vem se tornando mais segmentada e variada, deixando até menos órfão aqueles que prezam obras duradouras (PIZA. *Jornalismo Cultural*. 2003, p.44)

Assim, entramos no conceito de Cultura Pop, assunto que é coberto pelo jornalismo cultural atual. Segundo Ivan Carlo de Oliveira, “o termo Cultura Pop tem sido usado indiscriminadamente para designar diversos produtos da Indústria Cultural. Fala-se em música pop, pop rock, quadrinhos pop e, finalmente, cultura pop.” (OLIVEIRA. *Cultura Pop*. 2002, p.15). A Cultura Pop, ainda para Oliveira, acaba surgindo de certa forma como uma alternativa para a cultura considerada oficial.

É um conceito que surge a partir da Indústria Cultural – termo criado pelos teóricos da Escola de Frankfurt que se refere ao uso mercadológico dos chamados produtos culturais veiculados pelos meios de comunicação de massa -, mas se diferencia dela na medida em que não é homogeneizada e subverte ao invés de acomodar. “Essa produção crítica e provocadora não se encaixa em absoluto no conceito de Indústria Cultural.” (OLIVEIRA, *Cultura Pop*. 2002, p.17).

Com esse termo é possível pensar em uma leitura crítica que não havia sido trabalhada anteriormente. Histórias em quadrinhos, seriados de televisão, filmes podem ser não apenas recebidos passivamente pelo público, mas gerar discussões com análises aprofundadas.

“O conceito de Cultura Pop surge não para substituir o de indústria cultural, mas complementá-lo. Ele é aplicado onde justamente as teorias da escola de Frankfurt falham: nos produtos da indústria cultural que não conformam, mas provocam, não acomodam, mas incentivam uma leitura crítica da realidade.” (OLIVEIRA, *Cultura Pop*. 2002, p.19)

Para Adriana Amaral, no artigo *Rock e Imaginário: as relações imagético-sonoras na atualidade*, apesar de algum preconceito ainda existente, a propagação tecnológica, a popularização de músicas e vídeos e a própria pós-modernidade são responsáveis por uma maior aceitação da Cultura Pop. Isso faz com que cada vez mais ela seja objeto de um estudo mais aprofundado, gerando novas leituras dos fenômenos culturais da contemporaneidade.

Nesse contexto, pode-se dizer que a música pop e mais especificamente o rock, é englobado por essa cultura. O rock como estilo musical surgiu no final da década de 40 e início dos anos 50 nos Estados Unidos, rapidamente se espalhando por todo o mundo. Segundo Amaral,

(...) a guitarra elétrica causou grande furor na cultura jovem quando o folk/country branco e o blues negro, estilos originariamente acústicos nascidos nas entranhas dos Estados Unidos da América, foram eletrificados com a presença da guitarra. Dessa cópula maldita originou-se o que se chama de rock n' roll. (AMARAL. *Rock e Imaginário: as relações imagético-sonoras na atualidade*. 2002, p.36)

Alguns momentos podem ser definidos como fundamentais na história do rock. Um primeiro seria a explosão do rock considerado clássico em 1954 e 55. O segundo momento é o que ficou conhecido como a primeira invasão inglesa, que ocorreu por volta de 1963. Entre 1967 e 1972, ficou conhecido o período dos reis da guitarra. Outros marcos foram o advento do hard rock, em 68, e do movimento punk, em 75.

No Brasil, o rock vai chegar nos anos 60 por meio da Jovem Guarda. Essa sofria muitas críticas por seu exacerbado estrangeirismo, simplicidade, alienação e pelo “barulho” causado pelas guitarras elétricas, em oposição à música originalmente brasileira, elaborada, politizada e acústica da Bossa Nova. Depois desse movimento, surge o Tropicalismo nos anos 70, misturando diversos instrumentos, culturas e línguas, baseado na idéia de antropofagia. Já nos anos 80, as muitas mudanças políticas do país influenciaram músicas com temáticas nacionais e críticas e que, mesmo assim, eram abertas a influências estrangeiras e guitarras, estabelecendo o rock nacional.

Para Amaral, o rock é uma “hibridação típica da cultura pós-moderna” (*Rock e Imaginário: as relações imagético-sonoras na atualidade*. 2002, p.37), misturando sons, imagens, linguagens e estilos. Assim, pode-se dizer que ele compreende vários gêneros musicais, maneiras de se comportar, de se vestir e atitudes, sendo muito difícil defini-lo na atualidade. Mesmo sendo visto como algo autêntico e libertador, ele é fruto da indústria cultural, sendo um produto ideológico configurado para atingir o maior número possível de pessoas. Para Valdir Montanari,

O rock tem sido a música mais ambígua que o século XX já conheceu. Por um lado, cresceu em nome de uma suposta rebeldia, uma rejeição dos valores de uma sociedade conservadora que faz guerras e mata em nome do progresso. Por outro lado, entra no jogo dessa mesma sociedade, e ajuda a engordar suas contas bancárias. Atualmente, se o rock e todos os seus subprodutos deixarem de existir, repentinamente, utopias à parte, podemos dizer amiúde que será uma quebra pior do que a de uma bolsa de valores. (MONTANARI. História da Música: Da Idade da Pedra à Idade do Rock. 1993, p. 64)

Apesar de ser um gênero musical globalizado, o rock se apresenta de diferentes formas, incorporando características locais. “O rock faz parte da cultura de consumo e apresenta-se como produto globalizado de assimilação universal, assim como o blue jeans e a coca-cola, incorporando paralelamente trejeitos locais sonora e esteticamente.” (AMARAL. Rock e Imaginário: as relações imagético-sonoras na atualidade. 2002, p. 39).

Com esses conceitos percebemos que para produzir um projeto prático que pretende falar do rock, não podemos levar apenas em consideração a música em si, mas considerá-lo dentro de um contexto de hibridismos pós-modernos. É importante relacionar o rock, com outros aspectos da cultura pop, que se enquadram dentro do âmbito de cobertura do jornalismo cultural, que acha na revista um suporte ideal para a publicação.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O conteúdo encontrado na Poppin foi produzido no período de agosto à novembro de 2010. No entanto, antes disso, a revista passou por um processo de pré-produção, com planejamento das pautas. O nome Poppin é uma referência ao conceito de Cultura Pop e seu relacionamento intrínseco com o mundo da música atual e particularmente com o rock.

A revista pretende dar voz a um público e a artistas que, em geral, não possuem espaço na mídia local. Portanto, as fontes para as reportagens e seções são indivíduos que participam da cena de rock local, pessoas que tem o estilo musical em seu dia a dia, não apenas, as tradicionais fontes primárias, acadêmicos e estudiosos do assunto. A intenção é que essas pessoas que realmente fazem e consomem rock em seu cotidiano se vejam representadas na publicação.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A revista é dividida em seções fixas: Top 5, Resenhas, Radar, Essencial e Ensaio e em reportagens especiais. Além disso, ela contém uma capa, um índice, um espaço para a

opinião dos editores, um artigo, o expediente, além de um CD com músicas que acompanham a revista, contendo canções relacionadas aos temas abordados.

Na seção “Ensaio” se conta uma história relacionada ao tema da revista através de fotografias com forte produção e apelo estético e legendas tiradas de letras de músicas, sempre relacionando a imagem mostrada com o verso da música. O índice é posicionado em uma página única, valorizando os espaços em branco. O espaço reservado para a opinião dos editores também ocupa uma página inteira.

A primeira reportagem, intitulada “Tribos do Rock”, se propõe a abordar não apenas os diferentes tipos de rock que podem ser encontrados em Fortaleza, mas os aspectos que essa divisão engloba, como: moda, comportamento, ídolos, bandas e lugares freqüentados na cidade. O foco da reportagem é desconstruir o estereótipo de “roqueiro” contido no imaginário cearense, como se todos fossem a mesma coisa, e apontar as diferenças e a heterogeneidade da música rock, que não é composta de apenas um bloco unitário.

Na seção “Top 5” é feito um ranking relacionado a um tema escolhido pela editoria da revista, no qual são analisadas de uma maneira aprofundada músicas de artistas diversos, utilizando-se do gênero resenha. Nesta edição, a seção tem como tema músicas que quebraram estereótipos e marcaram uma mudança na carreira do artista.

A revista ainda conta com uma seção fixa de resenhas. Cada resenha possui uma página inteira de espaço, sendo um texto aprofundado sobre o assunto e não se resumindo à tópicos superficiais. As páginas seguem um padrão fixo de layout para que possam dar uma homogeneidade à seção.

A reportagem que segue a seção de resenhas é uma matéria mais leve sobre as facilidades que existem hoje em dia em se ouvir música pela Internet, ao mesmo tempo em que traz um contraponto com os hábitos antigos, como a audição de vinis. A reportagem pretende mostrar como as pessoas se relacionam com a música de maneira diferenciada.

Em seguida a revista traz o artigo, que também é uma seção fixa. Nessa edição, o artigo trata da questão da pirataria na Internet, abordando o preço abusivo dos e as iniciativas de lojas virtuais que vendem músicas no formato mp3.

A revista apresenta também a seção fixa “Radar”, cujo objetivo é mostrar ao público uma banda ou artista autoral do cenário independente cearense. A reportagem acompanha os músicos durante dias de ensaio, que antecedem alguma apresentação, documentando todo o processo e fazendo com que o grande público tome conhecimento desses artistas.

Na seção “Páginas Musicais”, é realizada uma entrevista aprofundada com uma banda local. A entrevista tem “um pano de fundo musical”, no qual são escutadas canções

que influenciaram os artistas, dando espaço para que eles possam comentar outras bandas e músicas e, a partir desse diálogo, abordar assuntos como cultura e a cena independente.

Na seção fixa chamada de “Essencial” apresentamos um álbum de rock e explicamos por que consideramos tal disco importante para a história do rock. O propósito dessa seção é mostrar ao leitor álbuns essenciais, formando, dessa maneira, uma espécie de discoteca básica do rock.

Outra reportagem é sobre a história do rock cearense. O foco é mostrar o histórico do rock no estado, quando e como ele chegou e quem estava envolvido no movimento. As fontes entrevistadas são pessoas que participaram da movimentação da época.

A última página da revista vem com um CD com músicas de diversos artistas. A ideia é que o CD possa ser escutado juntamente com a leitura da revista, pois suas músicas estão relacionadas aos temas tratados na revista. A última página apresenta também o expediente da revista e uma arte gráfica.

6 CONSIDERAÇÕES

Vale ressaltar que em se falando de rock, estamos tentando atingir um público mais aberto a textos mais leves, que possuem uma linguagem menos formal. O que não significa, no entanto, que se deve subestimar o leitor, que deve esperar textos interpretativos, analíticos, bem apurados e escritos, que seguem as técnicas jornalísticas. Assim, termos de linguagem mais ligados ao público roqueiro são amplamente utilizados, como gírias e palavras em inglês. No caso de citações e entrevistas pingue-pongue, a maneira de falar do entrevistado foi mantida.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMARAL, A. **Rock e Imaginário**: as relações imagético-sonoras na atualidade. Porto Alegre: Revista FAMECOS, n. 18, Agosto. 2002. Acessado em 02, setembro, 2010, em:
<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3166/2436>
- MONTANARI, V. **História da Música**: Da Idade da Pedra à Idade do Rock. 2ª edição. São Paulo: Editora Ática S.A. 1993.
- OLIVEIRA, I. C. A. de. **Cultura Pop**. Macapá: Faculdade Seama, 2002.
- PIZA, D. **Jornalismo Cultural**. São Paulo: Contexto, 2003.
- SCALZO, M. **Jornalismo de revista**. 3ª edição. São Paulo: Contexto, 2009.
- VILAS BOAS, S. **O Estilo Magazine**: o texto em revista. São Paulo: Summus, 1996.