
Identidade e cena musical: construindo a autoridade cultural jornalística

Adriana Bravin

Jornalista, Mestre em Comunicação, Imagem e Informação – Faculdades Integradas São Pedro - FAESA

ISSUE DOI: 10.5008/1809.7367.006

Resumo

O artigo procura apreender os modos como os jornalistas especializados na cobertura musical construíram sua autoridade cultural e conferiram à “cena musical do congo”, no Espírito Santo, um caráter identitário.

Palavras-chave: Jornalismo. Autoridade cultural. Identidade.

Abstract

This article aims to understand the methods that journalist specialized in covering music used to build their *cultural authorit* and how they provided to Espírito Santo with a “scenery of musical congo” as a feature of its identity.

Keywords: Cultural authority. Identity.

Este artigo busca apreender o modo como os jornalistas construíram os sentidos e as novas significações sobre a cena musical independente do Espírito Santo, a partir de sua expansão nos anos 90, para, dessa forma, firmarem-se como *autoridades culturais* (ZELIZER, 1992). Ao elevar grupos determinados a símbolos da “[...] principal referência da identidade contemporânea da música feita aqui” (FRIZZERA, 2002a), os jornalistas estão validando suas narrativas, dando sentido a comportamentos, tendências e grupos musicais.

Partimos da hipótese de que a expansão do mercado produtor e consumidor da música independente, nos anos 90, fornecerá condições distintas para que os jornalistas especializados na cobertura musical construam sua autoridade cultural e participem da *criação* da “cena musical capixaba”, dialogando com seu público, e elejam, dentro dessa cena, os elementos que validarão o discurso do “capixabismo”.

A narrativa jornalística é uma “[...] versão privilegiada da realidade” (1992, p. 1), portanto o caráter identitário que permeará o discurso jornalístico em torno dessa cena relaciona-se com as idéias de uma construção social dessa realidade (BERGER; LUCKMANN, 1993) e da constituição simbólica dos acontecimentos mediados (BARBOSA, 1999). A construção da “cena musical capixaba” envolve estratégias discursivas tanto dos jovens grupos do pop contemporâneo quanto da imprensa.

Acreditamos que a consolidação da cena musical independente, nos anos 90, gerou as condições que levaram o ritmo secular das bandas de congo do Espírito Santo a dialogar com ritmos universais, o *rock* e o *reggae*, e a ocupar a centralidade da cena a partir de sua hibridação. Essa forma *midializada* do congo, reapresentada para o consumo da cultura juvenil, constituiu-se em verdadeiro negócio musical e símbolo de identificação regional.

Assim buscamos apreender, a partir de um levantamento qualitativo das críticas musicais e reportagens especiais produzidas entre os anos de 1997 e 2002, nos cadernos culturais de *A Gazeta* e *A Tribuna*, os dois maiores jornais de circulação diária do Espírito Santo, a fala do especialista presente nas matérias significativas (enquadramentos) direcionadas para esta análise,

observando o que mereceu ser registrado, quais os valores dominantes e as mudanças ocorridas tanto no fenômeno analisado quanto nas representações produzidas pela imprensa.

A crítica musical refere-se aos textos jornalísticos opinativos que retratam o lançamento dos discos procurando observar, criticamente, os elementos constitutivos desse produto cultural. As reportagens especiais referem-se ao trabalho de construção paulatina, na imprensa, de caráter interpretativo. O período recortado justifica-se pelo lançamento do primeiro CD da banda Manimal e seu *rockongo*, pelo selo Doma Discos/Polygram, em 1997, e pela consagração da “música capixaba” e da banda Casaca, em seu segundo disco lançado pela Sony Music, em 2002.

Anos 90: a constituição de uma cena musical

Os anos 90 foram marcados pela popularização do formato CD (*compact disc*), barateamento dos aparelhos reprodutores, facilidades tecnológicas e conseqüente rearranjo na cadeia produtiva da indústria fonográfica. Nesse período, o gênero *pop-rock* “[...] volta a significar um segmento consistente, em função dos selos independentes” (VILLAÇA, 2001), que encontrarão condições favoráveis nesse novo cenário. Outra tendência dos anos 90 foram as hibridações no produto musical, combinações entre ritmos locais e globalizados, que se traduziram no movimento *mangue Beat*, em Pernambuco, e que, no Espírito Santo, se manifestaram de forma mais contundente no *rockong* da banda Manimal e no *congo-reggae* da Casaca.

Também nessa década, consolidam-se os sistemas de gravação de computador, modificando profundamente os processos de produção, distribuição e gerenciamento da indústria fonográfica. O conseqüente barateamento da etapa de digitalização da produção viabiliza a produção de discos

fora dos grandes estúdios de gravação, o que possibilita o surgimento de inúmeros estúdios caseiros e selos independentes que funcionarão como "descobridores de talentos".

A cena musical independente se desenvolve no Espírito Santo simultaneamente à cena nacional do *pop-rock* nos anos 90, com a particularidade de que a construção da cena local, na imprensa, será permeada pelo discurso da auto-afirmação e do reconhecimento dos grupos locais e da busca de algo que identifique ou diferencie essa produção nacionalmente (o que demonstra um esforço dos jornalistas em estabelecer um diálogo com seu público, principalmente os jovens consumidores do *pop-rock*, ao darem voz ao sentimento de “invisibilidade cultural” que permeia a sociedade capixaba).

Para apreender melhor essas construções, retornaremos aos anos 80, considerados pelos músicos egressos daquele período como “[...] decisivos para a atual safra do rock capixaba” (FRIZZERA, 1997). A realização do *Rock in Rio*, em 1985, e a efervescência do B-Rock no Rio de Janeiro, Brasília, Belo Horizonte e São Paulo, repercutiram localmente, gerando “o primeiro surto de bandas” de *rock*, a partir de 1985. As “lendárias” Thor, Phoenix, Vultur e Madian são apontadas como precursoras do movimento musical independente.

Historicizando a cena que se desenha, uma reportagem especial do Caderno Dois, de A Gazeta, aponta quatro fatores para o “insucesso” dos grupos roqueiros dos 80: a) a inadequação das bandas ao mercado (grupos cantavam em inglês); b) linha “maldita” das bandas (*heavy metal*, *death metal*, *punk*) não assimilada por um grande público consumidor; c) isolamento da mídia; e d) falta de espaços para *shows* (1997, p. 1).

Fatores esses que serão paulatinamente superados pela cena musical dos 90, começando pelo ano de 1992, quando a cidade de Vitória ganha a sua lei de incentivo à cultura, Lei Rubem Braga, o que possibilitará o desenvolvimento da produção fonográfica local, financiando as primeiras produções independentes e estimulando a dinâmica do mercado musical. A expansão dos estúdios de ensaio e de gravação será o primeiro indicador nesse sentido.

A banda Manimal surge no bojo desse movimento, em 1995, em Vitória, apresentando uma leitura de *rock* e congo com a intenção de misturar estilos em busca de novas sonoridades. Até lançar seu primeiro disco, em 1997, pela gravadora Polygran, com produção de Carlos Savalla (Paralamas do Sucesso), a Manimal terá amplo espaço na imprensa para construir discursivamente a sua identidade musical em torno do congo e do *rock*.

A “cena musical do congo” começa a aparecer na mídia com a projeção internacional da Manimal, em 96, quando é premiada pela Radio France Internationale por sua produção cultural (o *rockongo*), em concurso que selecionou 440 grupos da América Latina e do Caribe. O grupo também participa da Expo98, em Portugal.

A linguagem musical que fala diretamente ao público é a pop, em todas as suas vertentes. E o selo independente Lona Records, comandado pelo músico Cidinho, da banda Pé do Lixo, criado em 1995, será fundamental, nesse momento, para incrementar o movimento musical, gravando e lançando três coletâneas com bandas locais (os CDs: Na Cara, Ouriço e Enead).

Esse movimento já demonstra, em 1997, na opinião de Cidinho, "mais identidade e sonoridade próprias", sem soar como "[...] reflexo de bandas de fora, de outros países, do Rio e de São

Paulo" (BARRETO, 1997a). Os próprios agentes buscam construir, discursivamente, uma idéia de maioridade ou maturidade musical, logo, de profissionalização da produção local, fator preponderante para alcançar o mercado.

Ao contrário da cena dos anos 80, a dos anos 90 apresenta: disponibilidade de infra-estrutura para gravar e fazer *shows*; abertura de novos espaços; realização de eventos promovidos por empresas de mídia e órgãos oficiais; adequação das bandas ao gosto musical da juventude, com repertório próprio; e um estilo eclético.

Ampliado o mercado produtor, já a partir dos anos 2000, a cena musical independente construirá, localmente, seu mercado consumidor, fator preponderante para despertar o interesse das grandes gravadoras. A Casaca inaugura a fase de ouro das bandas locais nas prateleiras das lojas de CD. Originária da Barra do Jucu, Vila Velha, na Região Metropolitana de Vitória, sua ascensão é meteórica. Do Réveillon de 2000 ao ano de 2001, lança um CD independente, "*No Tambor, na Casaca e na Guitarra*", pelo selo Lona Records, e vende perto de 30 mil cópias. O grupo será o primeiro da safra independente local a liderar as vendas de CDs na maior rede de lojas do gênero no Estado, entre agosto de 2001 e janeiro de 2002, e ocupará o quarto lugar no ranking nacional dos "*mais vendidos*".

O grupo assina contrato com a Sony Music, em setembro de 2001. Ao remasterizar o primeiro disco para lançá-lo nacionalmente, a gravadora o destituirá de suas características mais marcantes, os tambores, e também retirará as músicas de caráter regional. Busca, assim, um formato ideal para atingir o mercado nacional. Em 2002, a *Banda Casaca* concorre ao Prêmio

Multishow de “grupo revelação”. Os fatores expostos permearão o discurso da imprensa, que atuará estrategicamente na construção da identidade dessa cena a partir da sua diferenciação.

Construindo a autoridade cultural do jornalista

Como o jornalista demonstra sua autoridade interpretativa? Quais são os padrões construídos pela crítica musical e pelas reportagens especiais na sua análise sobre a cena musical capixaba? A competição entre os jornais determinou o seu discurso? Qual o lugar de mudança nessas construções discursivas? As questões apontam uma autoridade cultural construída pela comunidade jornalística, com o reconhecimento de seu público, para produzir um discurso que dê sentido a esse movimento cultural e poder a quem o nomeia, o crítico musical.

Como indicado, inicialmente, a consolidação do mercado de música independente local fornecerá condições distintas para que os jornalistas construam sua autoridade cultural em torno do assunto. Os modos como os jornalistas se estruturam em uma comunidade interpretativa podem nos falar sobre como utilizam suas versões/representações dos eventos públicos para validar suas narrativas, tornar-se fonte confiável para seus leitores e firmar-se em autoridades culturais para seu público e sua comunidade. Retomando Zelizer (1992), os jornalistas baseiam sua autoridade na sua capacidade de se afirmarem como “[...] porta-vozes legítimos e confiáveis dos eventos da ‘vida real’ (1992, p. 11).

A partir desse entendimento, a autoridade cultural do jornalista será compreendida como um direito determinado pelos próprios profissionais de “[...] apresentar interpretações legítimas acerca do mundo [A autoridade age como] uma fonte de conhecimento codificado que orienta as

pessoas sobre os padrões adequados de ação” (ZELIZER, 1992, p.5), criando uma “comunidade” entre aqueles que compartilham noções semelhantes sobre ela.

Mantendo o grupo coeso em torno do esforço em promover suas versões dos eventos públicos, os jornalistas trabalham narrativas e memória coletiva continuamente – o que também implica selecionar, negociar com seu público e fontes versões nas quais reconheçam valores por eles também compartilhados.

Dessa forma, músicos, bandas, fãs-clube, produtores musicais, agentes de gravadoras são personagens de uma história que os jornalistas se esforçam em transformar em ícones ou símbolos de um movimento cultural que explique cuidadosamente o que está realmente acontecendo aqui e no mundo (CAMPBELL, 1991). O efeito dessa autoridade jornalística se estende entre os que se identificam pelas práticas culturais comuns, como a produção e consumo de determinado tipo de música – daí o jornalista falar para e sobre a cena musical capixaba, traçando as características que ressaltam esse grupo, distinguindo-o dos demais e colaborando para sua construção social.

Ao determinar o seu direito ou competência de apresentar interpretações sobre os eventos públicos e, em nosso caso em estudo, sobre o movimento musical independente que fornecerá as bases para a cena musical do congo, os jornalistas procurarão firmar sua autoridade cultural. A atuação dessa autoridade será determinante para moldar, no campo da memória, as lembranças e representações desse movimento coletivo.

Ao traçar uma linha evolutiva da cena musical independente, fazendo a gênese dos grupos, historicizando o movimento, nomeando seus principais representantes e tipificando as “bandas capixabas”, os jornalistas dão unidade à cena musical, excluindo dela os grupos de pagode, *funk*, samba e sertanejo.

Nas representações midiáticas, a cena é independente, do ponto de vista das suas condições de produção e circulação dos objetos de consumo (os CDs), primordialmente jovem e notadamente pop, com temperos regionais. Sua consolidação não só como um “espaço social” onde se compartilha sentimentos de pertença, mas também como um mercado implica mudanças no tom do discurso.

O sentido que essa cena musical irá adquirir possa obrigatoriamente pela construção da narrativa na imprensa. Observando os padrões utilizados entre 1997 e 2002, percebe-se que os jornalistas apostam na projeção dos grupos musicais além das fronteiras locais, compartilhando com seu público um sentimento que permeia a sociedade capixaba – o do reconhecimento de sua produção cultural nos níveis local, regional e nacional.

São construídas reportagens especiais que sugerem duas categorias de interpretação: a de reconhecimento, com matérias como *Rádios para representar o ES* (A GAZETA, 1997a), *Capixaba ganha CD* (A TRIBUNA, 1997a), *Rádios apostam na música capixaba* (A GAZETA, 2001a), *Bandas mais lembradas* (A GAZETA, 2001b), *O ano da música capixaba* (A GAZETA, 2001c); e Projeção: *bem perto da lugar ao sol* (A GAZETA, 1997b), *Em busca do sucesso lá fora* (A GAZETA, 1998a), *O salto do Manimal* (A TRIBUNA, 1997b), *Capixabas na Expo 98* (A GAZETA, 1998b), *Para o mundo ouvir* (A GAZETA, 2001d), só para citar alguns exemplos.

Serão reconhecidos também os novos espaços e palco de apresentações, perfis das bandas e dos fãs-clubes, do estilo e comportamento dessa juventude que consome música local. Por fim, no caso específico do jornal *A Gazeta*, a eleição das melhores bandas do ano e o recurso das pesquisas quantitativas para medir o grau de conhecimento e de aceitação desses grupos estabelecem, por meio da narrativa, o que o público irá lembrar (e o que irá esquecer) e legitimam o jornalista a usar sua autoridade para interpretar esse fenômeno da “vida real”.

Fenômeno que se transforma em conhecimento e experiência compartilhada, baseado no senso comum como verdade, “[...] perenemente contraditório, incompleto e inconstante [que denota uma qualidade de] natural” (CAMPBELL, 1991) e culturalmente derivado (GEERTZ, 1983). O senso comum será fonte permanente dos jornalistas em sua prática cotidiana.

A crítica e o caráter identitário da cena musical do congo

Pelo exposto até aqui, tanto a crítica musical quanto as reportagens especializadas serão lugares do discurso público construído em torno de um consenso (senso comum) sobre a falta de um elemento que identifique a música capixaba – e logo, a(s) identidade(s) cultural(is) do capixaba. A constituição desse caráter identitário será considerada fator preponderante pelos jornalistas para que a produção musical local abandone seu lugar periférico no contexto nacional.

Em um primeiro momento (até 1997), as atenções da imprensa estarão voltadas para a cena do *rock*, o *boom* de bandas locais, a consolidação do mercado musical, com abertura de palcos para as bandas e a valorização do produto local.

Enquanto *A Tribuna*, jornal de tendência mais popular, mede a importância do grupo Manimal e seu trabalho musical por sua “sorte grande” e possibilidade de se projetar nacionalmente – “Banda capixaba grava disco pela Polygram e leva o rock capixaba para todo o Brasil” (SANTOS, 1997a) e *Manimal põe o pé na estrada* (1997b) – *A Gazeta* associa o grupo a uma das tendências do pop contemporâneo, de dialogar com elementos regionais, “[...] mais especificamente o congo, gerando um trabalho sem precedentes por aqui” (BARRETO, 1997b).

Os jornalistas construirão padrões distintos na análise sobre a cena inicial do congo no mundo *pop-rock*. Em *A Gazeta*, o crítico demonstra sua autoridade interpretativa procurando conceituar o *rockongo* e falar não sobre a cena que se configura, mas de dentro dela: “A música resume a pesquisa étnica do grupo, através de um mergulho nas origens do congo, acondicionada às sonoridades mais modernas. É o conceito da banda, que norteia e batiza o que os integrantes do Manimal produzem” (1997b, p. 1). Em *A Tribuna*, o crítico atuará pelo consenso, compartilhando com o público a versão de que nenhuma banda havia conseguido se projetar, que o Manimal poderá “[...] abrir caminho para que outras bandas se sobressaiam lá fora”, e que o grupo incorporou o “[...] mais capixaba dos ritmos” (SANTOS, 1997a).

Já com o surgimento da Casaca, em 2000, e a consolidação do mercado musical, novos elementos serão acrescentados às interpretações jornalísticas. A crítica sobre o segundo disco do Casaca, em 2002, pela Sony, e do terceiro do Manimal, no mesmo ano, se aproximará de uma análise qualitativa dos trabalhos, admitindo um amadurecimento da cena do congo, avalizada pela indústria fonográfica.

Será necessário, neste momento, consolidar os valores “artísticos” dessa produção musical, observando sua linha evolutiva. Os dois jornais seguirão linhas distintas na análise do disco homônimo do Casaca. Destacamos também a crítica de *A Gazeta* sobre o terceiro disco do Manimal, *Espírito Congo*, que consideramos emblemática neste momento de amadurecimento da crítica musical local.

No lançamento do CD do Casaca, *A Tribuna* se afasta da crítica propriamente dita, procurando construir um texto factual, narrando o enredo do lançamento efusivo do CD, no Rio de Janeiro, e entrevistando um de seus componentes. A autoridade cultural é exercida na tentativa de classificar as músicas do novo disco no manjado esquema do box “faixa a faixa”, em que um agente autorizado (o jornalista ou um músico) explica o conteúdo de cada canção e valida o regionalismo do grupo. “A banda [...] fez um golaço apostando na regionalidade do congo e investindo em letras fáceis e contagiantes” (FRIZZERA, 2002b).

Afirmando que o disco está “equilibrado” entre os sucessos consagrados do grupo e novas canções, a jornalista não entra no mérito de julgar diretamente a qualidade da gravação, a escolha do repertório ou a ausência de músicas que falam diretamente ao público capixaba; confere essa autoridade ao guitarrista da banda, entrevistado em um quadro separado.

Os aspectos ignorados por *A Tribuna* serão ressaltados no jornal concorrente. A autoridade jornalística projeta-se já no título da matéria: *Congo Comercial*. Afirma que as mudanças impostas pela gravadora, “[...] que teve receio de expor o lado mais tosco do grupo [reduziram o impacto dos tambores na gravação, e comprometem] à verdade artística embutida nas manifestações culturais” (SANTOS NEVES, 2002a).

A mesma autoridade é exercida na análise da produção de *Espírito Congo*, do Manimal, evocado como “[...] o mais radicalmente congo dos três discos do Manimal e, também, o mais acessível em termos comerciais” (SANTOS NEVES, 2002b).

A narrativa aponta o que falta (“maior profundidade lírica”) e opera com a memória ao refazer a trajetória do grupo e explicar os fatores que fizeram o Manimal ocupar o lugar de “banda oficial” do Estado, alçado com o apoio dos órgãos oficiais (e da mídia) a legítimo representante da cena musical capixaba. Lugar este destituído pelo crescimento dessa mesma cena e pulverização do público.

O lugar de identidade que a imprensa confere a essas manifestações da cultura juvenil, sem dúvida, está relacionado com um discurso autorizado e validado pela comunidade jornalística e pelo público. Ao afirmarem que “agora seremos importantes lá fora”, “seremos vistos”, “reconhecidos”, os jornalistas estão procurando dar um sentido à idéia da identidade que configure o capixaba, particularizando sua diferença.

Assim, podemos entender como as identidades serão construídas a partir dos discursos sociais, dentre os quais os da mídia, que desempenham papel central. O discurso recorrente ao *boom* de bandas consolida o caminho para a construção de uma idéia que reforce a auto-estima do capixaba e que será representada pelos grupos que irão investir na identidade regional do congo, Manimal e Casaca. Essa forma também se relaciona com seu próprio tempo, com o momento histórico em que está sendo construída.

O período retratado associa-se a uma das épocas políticas mais conturbadas da história recente do Espírito Santo. Entre os anos de 1997 e 2002, o Estado viveu importantes transições políticas, com a passagem do governo petista Victor Buaiz (1995-1998) para o tucano José Ignácio Ferreira (1999-2002), e a deste para o socialista Paulo Hartung (2003-2006).

A “desconstrução” da máquina administrativa, na passagem do primeiro para o segundo, se intensificará no Governo José Ignácio, com inúmeras denúncias de corrupção, atrasos no pagamento do funcionalismo, crescimento dos índices de violência, assim como pelo aumento do crime organizado. A mídia nacional associa a imagem do Estado à corrupção de seu governo e à violência. É nesse período que as mídias locais (de forma geral) forjarão a construção narrativa da identidade musical capixaba.

Buscar uma imagem positiva do Espírito Santo, “vender” uma cultura genuinamente capixaba e, finalmente, alcançar o Olimpo, no reino da indústria fonográfica nacional, será o sonho dos jovens grupos musicais emergentes naquele período conturbado. Dessa forma, a ascensão desses grupos ao palco principal de grandes *shows* realizados no Estado, com apoio das corporações de mídia – palcos antes ocupados por atrações nacionais – serve para pavimentar a construção de um discurso que reflita sobre e legitime esse momento “alto astral” na cultura local.

REFERÊNCIAS

- BARBOSA, Marialva. **Meios de comunicação, memória e tempo: a construção da “Redescoberta do Brasil”**. LAIOS/Centre National de la Recherche Scientifique, Paris: 1998.
- BERGER, Peter L; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 1993.

CAMPBELL, Richard. **60 minutes and the news**: a mythology of middle American urbana & Chicago: Univ. of Illinois Press, 1991. Tradução para português de M.T.G.F. de Albuquerque. Ver. Técn. De A. de Albuquerque.

GEERTZ, Clifford. O senso comum como um sistema cultural (p. 111-141) In: **O saber local**: novos ensaios em antropologia interpretativa. Petrópolis: Vozes, 1998.

TUCHMAN, Gaye. A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas. Reedição de **American Journal of Sociology**, v.77, n.2, 1972.

VILLAÇA, Renato Costa. **A passagem do som**: uma análise da produção fonográfica pop no panorama da cultura brasileira contemporânea. 2001. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2001.

ZELIZER, Barbie. **Covering the body**: the kennedy assassination, the media and the shapping of collective memory. Tradução de Chicago & London: University of Chicago Press, 1992. cap.1.

Periódicos:

BARRETO, João. As pessoas querem novidade. **A Gazeta**, Vitória, p. 6, 13 mar. 1997a.

BARRETO, João. Música pop em ritmo de congo. **A Gazeta**, Vitória, p. 1, 22 maio 1997b.

FRIZZERA, Rose. Radiografia do Rock. **A Gazeta**, Vitória, p. 1, 13 fev. 1997.

FRIZZERA, Rose. Nova safra a caminho. **A Tribuna**, Vitória, p. 1, 29 abr. 2002a.

FRIZZERA, Rose. Casaca parte para o abraço. **A Tribuna**, Vitória, p. 1, 23 maio 2002b.

MATTEDI, José C. Festival reúne músicos de 13 estados. **A Gazeta**, p. 1, jun. 1995.

SANTOS NEVES, José Roberto. Congo Comercial. **A Gazeta**, Vitória, p.1, 23 maio 2002a.

SANTOS NEVES, José Roberto. Congo em Transe. **A Gazeta**, Vitória, p.1, ago. 2002b.

SANTOS, Giovanna. **A Tribuna**, Vitória, p.1, 22 maio 1997a.

SANTOS, Giovanna. O salto do Manimal. **A Tribuna**, Vitória, p. 1, 18 fev. 1997b.

A Gazeta, Caderno Dois, 3-1-1997a

A Gazeta, Caderno Dois, 30-8-1997b

A Tribuna, AT2, de 04-1-1997a.

A Tribuna, AT2, 18-2-1997b

A Gazeta, Caderno Dois, 5-2-2001a

A Gazeta, Caderno Dois, 26-9-2001b

A Gazeta, Caderno Dois, 24-12-2001c

A Gazeta, Caderno Dois, 16-9-2001d

A Gazeta, Caderno Dois, 16-2-1998a

A Gazeta, Caderno de Turismo, 11-11-1998b