

Rock Nacional Independente Pós Anos 2000¹

Letícia PUDO²

Rose Mara PINHEIRO³

Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, SP

Resumo

Este trabalho, ainda em fase inicial de pesquisa e sem dados para análise, aborda o tema do rock nacional independente após os anos 2000 e pretende estudar as relações com a sociedade atual, o mercado fonográfico e os meios de comunicação. O nosso objetivo será entender como as novas mídias presentes na sociedade contemporânea, como Facebook, Twitter, Fotolog, Flogão, Instagram, Orkut, SoundCloud e MySpace, interferem na produção de conteúdo musical independente, sobretudo o rock. Para atingirmos os objetivos propostos, contaremos com o estudo de caso das bandas Hateen e Supercombo e o artista solo Nevilton, que são conhecidos no contexto paulista e serão entrevistados para complementar o trabalho proposto. Desta maneira, pretendemos relacionar e analisar a sociedade contemporânea, a produção musical e o mercado *mainstream* e *underground*.

Palavras-chave: comunicação; música; música nacional; música independente; rock.

A primeira crise do mercado

Em meados de 1973, a indústria fonográfica começou a ver os primeiros indícios de uma crise. Em uma situação de crescimento demasiado, os processos e a monopolização das gravadoras sofriam para acompanhar a demanda.

(...) Leonardo de Marchi (2006) apresenta uma primeira 'crise' na indústria fonográfica, no fim dos anos 70, onde as empresas enxergam que haviam crescido desordenadamente. A concentração dos processos de produção musical (gravação, prensagem, distribuição, divulgação, etc), inflou estas gravadoras a ponto de tornarem-se 'lentas' para acompanhar os processos de mudança no fim dos 70 e início dos anos 80. O autor cita a recessão econômica gerada pelas chamadas crises do petróleo, em 1973 e 1979, como um fator fundamental nesta 'crise' da indústria musical, privando-a de matéria-prima para fabricação dos discos de vinil (VICENTE, 2014, p.46)

Este seria um prelúdio do desenvolvimento do mercado musical. A crise que iniciou 20 anos antes dos anos 2000 pode ser considerada como a chave de entrada para o que, mais tarde, seria uma revolução na maneira de produção. Os discos de

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – XII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 4º semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UAM, email: leticia_pudo@hotmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da UAM, email: rmpinheiro@anhembimorumbi.edu.br

vinil seriam substituídos, considerando a matéria-prima escassa e o avanço tecnológico que permitiu o nascimento dos CDs.

O CD, uma abreviação de Compact Disc, é produzido com policarbonato, o que facilita, não só pelo material utilizado, mas em função da praticidade de tamanho que foi bruscamente reduzido. A vantagem do tamanho e matéria-prima mais rentável veio aliada à maior durabilidade além de garantir clareza no som. Mas, o CD passaria por uma segunda fase até a aderência total da população.

Os computadores – que popularizaram alguns anos depois do início do século 21 – passaram a vir equipados com um gravador de CD.

Como efeito colateral, esse processo de produção de discos através de computadores promoveu o que seria o pesadelo da indústria musical, a pirataria. Segundo o site Brasil Escola, esta é a conhecida prática de vender ou distribuir produtos sem autorização de seus proprietários. No Brasil, a pirataria é considerada crime, apesar de amplamente estabelecida em todo o país. A Lei 10.965/2003 alterou o artigo 184 do Código Penal, prevendo de três meses a um ano de detenção para quem violar direitos do autor. A pena pode ser ampliada para até quatro anos se a violação tiver a intenção de lucro direto ou indireto.

Apesar disso, foi muito difícil controlar os milhares de discos que passaram a ser produzidos e vendidos a valores muito menores do que os originais oferecidos pelas gravadoras. A fiscalização se acirrou, muitos CDs foram confiscados e destruídos e muitas propagandas contra a pirataria foram veiculadas nos diversos meios de comunicação. Mas, posteriormente, a indústria e o governo notaram que assim não conseguiriam combater o problema.

Nesse momento da história, a monopolização das gravadoras foi posta à prova pela primeira vez. Desde o nascimento do mercado musical, elas nunca haviam experimentado dificuldades tão grandes. Mesmo tendo a lei a seu favor, os produtos pirateados eram vendidos aos montes, enquanto tudo que elas comercializavam começaram a parar nas prateleiras por preços que, mesmo menores que anteriormente, continuavam exorbitantes comparados aos piratas.

O método ilegal começaria a tomar o poder das *majors*⁴ aos poucos e iniciaria uma transformação. A revolução que finalmente apresentaria a possibilidade de manter uma banda e lançar um disco de forma totalmente independente.

⁴ Majors: grandes gravadoras.

O começo de uma nova era para a música

(...) Na virada para o século 21, sete entre as dez músicas de pop nacional mais tocadas nas FMs eram de artistas surgidos nos anos 80. E o cenário continuaria assim enquanto houvesse um 'mercado fonográfico' - em outras palavras, até que a pirataria física e digital apequenasse o cenário da música profissional a partir da segunda metade dos anos 2000 e talvez dali pra sempre. (ALEXANDRE, 2002, p.409)

Junto com a pirataria veio o início de aderência da internet. Os primeiros passos para o nascimento de um novo mundo estavam sendo dados. Sofrendo de um espaço fechado a antigos nomes e protegidos por grandes gravadoras, as novas bandas e músicos começaram a pensar em outras possibilidades para conseguirem se manter.

A indústria buscava apenas músicas que poderiam trazer resultado imediato aos bolsos, parando de apostar em qualquer um que representasse algum risco e mantendo o que já haviam comprovado que seria bem aceito pelo público.

O interesse da indústria na descoberta do 'novo' foi substituído por uma política imediatista e predadora. (...) A indústria passou a trabalhar para que todo mundo queira comprar o mesmo disco ao mesmo tempo e, se este disco não é da tua banda você some. Há uma ideia de que só interessa ao mercado um artista se ele tiver potencial de sucesso comercial estrondoso. (ALEXANDRE, 2002, p.368 e 369)

Mas, apesar disso, com a difusão da internet, veicular a própria música havia ficado mais fácil. Agora você poderia gravar suas faixas em um CD e vender por pouco ou até por nada, caso a intenção fosse distribuir seu som ao público. Os músicos perceberam: precisavam correr sozinhos. As gravadoras em breve parariam de ser o item mais importante para quem queria fazer música.

O espaço para novos nomes e músicas segmentadas que simplesmente não existiam até ali começava a ser construído. Há anos a população consumia o mesmo tipo de música e estava ligada a artistas que iniciaram a carreira desde séculos passados.

As inovações viriam e trariam junto uma avalanche de possibilidades, aos músicos, ao público, na forma de produzir e na maneira de consumir.

A difusão da Internet, no início dos anos 2000, veio regada a provocações aos antigos métodos, e aos poucos foi dominando o espaço e mudando todo o padrão de sociedade, comunicação, produção, distribuição e marketing que existiam até ali.

Uma das grandes mudanças no mercado musical foi o MP3, uma abreviação de MPEG Layer 3. Na verdade, um formato que armazena o áudio em arquivos menores, reduzindo a perda de qualidade.

É claro que o MP3 instigou ainda mais a curiosidade do público que a partir dali já estava interessado nas mudanças e ansioso por aprender mais. Não demorou até que o novo método fizesse com o CD o mesmo que aconteceu com o vinil. A partir daí, toda a transformação tecnológica no início do século acabou por criar uma nova crise no mercado musical.

O MP3 facilitava ainda mais a distribuição e as primeiras ferramentas, tutoriais e ideias começaram a surgir na rede de internet. Se as gravadoras haviam perdido credibilidade com os computadores e seus gravadores de disco, agora elas realmente estavam assustadas com os efeitos que isso traria para suas vendas e artistas.

Geração do ‘Faça Você Mesmo’

O século 21 é *'do it yourself'*⁵. “É preciso ter cuidado com o que você deseja, porque pode conseguir. No mundo em que qualquer um é sua própria gravadora independente e compartilha sua arte com o mundo em um segundo, o volume do ruído é ensurdecedor”. (FORASTIERI, 2014, p.112)

A sociedade vive em um período onde a produção de conteúdo de qualquer gênero acontece em grande escala. A internet e toda a tecnologia que veio junto dela nos propiciou uma independência nessa questão. As formas de distribuição, alcance, gravação e produção foram facilitadas em níveis que permitem que façamos um trabalho de qualidade na sala de nossa casa e em um tempo mínimo.

O nascimento das primeiras redes sociais mostrou um lado que ninguém jamais havia imaginado. Se comunicar, trocar fotos, músicas e informações com pessoas que nem sequer precisavam estar no mesmo país que você era uma inovação surpreendente para o início do século, época dos telefonemas e cartas. Mas, os jovens não ficaram vislumbrados, e trataram de aprender as utilidades das novas ferramentas.

A plataforma Napster foi a primeira no segmento musical. Apesar de a internet ter sua difusão em território brasileiro anos depois de seu nascimento, assim que a população começou a ter acesso fez do *software*⁶ um importante passo para o novo momento.

O Naspster entrou no ar pela primeira vez em junho de 1999, ainda em versão para teste. Dois meses depois foi lançada a segunda versão do programa, que ganhou adeptos no mundo inteiro e começou a chamar atenção da indústria fonográfica e das empresas de Internet para o fenômeno de troca de músicas entre os internautas.

⁵ Do It Yourself: “Faça você mesmo” (Tradução livre)

⁶ Software: conjunto de componentes lógicos de um computador ou sistema de processamento de dados.

O funcionamento do software é simples: quando procurada uma música pelo Napter, o PC utilizado busca o arquivo em outros micros que tenham o mesmo programa instalado. Caso encontre a música que se está buscando, o *software* faz o *download*⁷ diretamente dos outros usuários. (MARIE, 2005, p.44)

O Napter era uma espécie de *software* pirata que colecionou inimigos no meio musical e brigas com gravadoras. Justamente pelos desajustes com a indústria, pouco depois a rede parou de existir. Ele permitia o compartilhamento de vídeos e áudios, mas os direitos autorais foram colocados em pautas diversas vezes durante seu funcionamento, o que acabou sendo a causa do fechamento da plataforma.

Mas não demorou até o MySpace chegar, em 2003, e assumir o papel de plataforma musical. Com uma proposta diferente do Napter, o MySpace é uma rede social, mas acabou por tomar conta do meio musical. O serviço usa da internet para a comunicação entre os usuários e proporciona uma atmosfera interativa de fotos, blogs e perfis. O MySpace é a maior rede social dos Estados Unidos e a primeira do mundo a chegar aos 110 milhões de usuários em seu sistema.

Com espaços para publicações de textos, fotos, vídeos e músicas, o MySpace era caracterizado por ter perfis, diferente do que tinham criado até o momento. No Brasil, ele virou um local de intercâmbio para as bandas, que disponibilizam suas faixas para serem baixadas pelos usuários.

O Orkut, nascido em 2004, também rede social, virou sede de perfis pessoais e andou lado a lado com o MySpace. As pessoas passaram a usar as redes para compartilhar novos sons e bandas. Em especial nesse momento, houve a disseminação dos novos gêneros, como *emo*, *indie* rock, rock alternativo, *folk* rock e claro, o começo de uma legião de músicos que não achariam um rótulo para sua música. Tudo passou a ter uma peculiaridade, assim ficava difícil encaixar todo mundo em grupo.

Até ali tudo se encaixava em um padrão pré-definido, mas as novas possibilidades nasceram com percepções diferenciadas e garantiram novidades no mundo fonográfico. Estava surgindo um novo momento na cena nacional que daria um impulso inimaginável para a música independente, em especial para o rock nacional independente.

O YouTube, plataforma de vídeo, foi criado em 2005 e até hoje cumpre seu papel dentro do mundo musical. Apesar disso, atualmente a plataforma tem sido usada em especial por vloggers, pessoas que produzem vídeo numa espécie de diário, onde

⁷ Download: ato de fazer cópia de informação.

conversam e debatem de frente à câmera. O site conta com um compartilhamento de vídeos enviados por seus usuários via internet.

Um ano antes do MySpace, o Facebook havia sido criado e hoje é a maior rede social do mundo, comemorando 1 bilhão de usuários. Os brasileiros passaram utilizá-la por volta de 2009, quando abandonaram seus perfis no Orkut e migraram para a nova rede. Atualmente, o Facebook é uma das principais redes de comunicação e compartilhamento também no país. Para a música, ele oferece páginas onde os fãs podem deixar “likes” e acompanhar as novidades dos artistas escolhidos através de sua linha do tempo. Mas, é alvo de críticas porque a rede social, com o passar do tempo, notou sua importância e decidiu comercializar seu alcance, limitando o número de pessoas para as quais suas publicações chegam e sugerindo como solução investimentos em dinheiro para obter um alcance maior.

Em 2016, o Twitter completa seu aniversário de dez anos. Ele apresenta uma proposta diferente do que havia sido oferecido até então, serve de *microblogging*⁸ e permite aos usuários enviar e receber atualizações de seus outros contatos em texto de até 140 caracteres.

Apesar de não ser uma ferramenta para compartilhamento de músicas e não ter contas e acessos especiais para tal como o Facebook, o Twitter auxilia em especial na comunicação, intercâmbio com outras bandas e *approach* com um novo público. Elogiado por ser direto e não influenciar no alcance de suas publicações, o Twitter por vezes é usado para divulgação entre os próprios fãs. Em especial pela ferramenta *Trending Topics*, que consiste em frases e palavras que são mais ditas no momento e podem ser usadas como forma de campanha para promover músicas e/ou bandas.

O Instagram, fundado em 2010, tem outra especialidade: fotografias. Mas, não foi por isso que o meio musical decidiu desistir dele. A rede social feita somente em formato de aplicativo e disponível para *posts* só por smartphones virou uma maneira de divulgação e intercâmbio também. Isso prova o aproveitamento geral das ferramentas disponíveis, em especial porque Instagram não tem intenção de ajudar músicos em nenhuma de suas vantagens. Não é possível tornar links clicáveis em suas legendas, nem compartilhar ou disponibilizar para *download* nenhum conteúdo, mas permite a disseminação de vídeos curtos e fotos de divulgação. Os *teasers* podem ser usados como chamadas de show, ou até pedaços de uma apresentação ao vivo que instiguem o público a ver pessoalmente na próxima oportunidade.

⁸ Microblogging: Informação de blog que permite aos usuários que façam atualizações em imagens ou textos.

Pouco depois vieram as plataformas de *streaming*, uma forma de transmissão de som e imagem através de uma rede de computadores que não demanda download do conteúdo em questão. Começaram a se difundir há pouco tempo, mas o Spotify não demorou para tomar as rédeas de toda uma geração de consumidores musicais.

No início as gravadoras lutaram contra o Napster que tinha uma proposta parecida, mas com recursos muitos menores, em especial pela banda larga que não oferecia o mesmo respaldo limitando sua otimização anos antes.. Agora, não teve jeito, o Spotify como maior ferramenta de streaming em território nacional coloca no currículo milhões de faixas disponíveis.

“Vinte milhões de músicas por R\$7,90! Se as gravadoras topam esse valor microscópico por canção licenciada, ficam com poucos argumentos para esbravejar quando um garoto baixa grátis um CD”. (FORASTIERI,2014, p.33) Compara o autor, citando os problemas com a pirataria e a nova tecnologia de distribuição. Isso nos faz ter certeza que não há mais como enfrentar as novas maneiras de consumo e sim transformá-las em algo produtivo para o músico, indústria fonográfica e público.

Os subgêneros rock

O mercado musical começou uma descoberta com o novo século. As formas de produção aumentaram e novos gêneros musicais surgiram. Com uma percepção variada, os subgêneros se formaram, dando origem a sonoridades que ainda não se encaixavam em nenhuma divisão.

O rock, foco da nossa pesquisa, foi o que mais ganhou vertentes desde então. A música vivia um momento de questionamento sobre os novos nomes, pouco espaço era dado para bandas iniciantes, até que o movimento *emo* apareceu. Inicialmente ele tomou força em torno da casa noturna Hangar 110, localizada na zona norte da capital paulista, depois de conquistar certo público na internet. Mais tarde, a música regada a emoção e com uma estética peculiar, representou uma geração de adolescentes. Era a primeira vez nos últimos vinte anos que algo excepcionalmente novo fazia um barulho tão alto.

O *emo* nomeava não só uma vertente musical como um estilo de vida. Caracterizados por andar de preto, com franjas grandes e manter um discurso delicado e muito ligado ao amor. Nasceu de uma subdivisão do *hardcore*, em uma tendência mais melódica com letras de cunho pessoal.

O gênero nasceu nos anos 80 em Washington, capital dos EUA, como inspiração do *hardcore-punk*. O ritmo em território nacional começou de forma totalmente independente, mas não demorou até que as gravadoras o aderissem e fizessem seus convites às maiores bandas da cena que nascia.

Foi a primeira vez que uma tendência tão forte nasceu sem que as gravadoras ditassem, o rock finalmente voltou a tocar nas rádios, vender discos e incitar uma efervescência. nos fãs.

Posteriormente o rock ganharia novas vertentes, como o indie pop, indie folk, alternativo, entre outros. Atualmente muitas bandas consideram-se sem gênero, levando em conta que os sons se distinguem muito em sonoridade e fica difícil encaixar todos em algum grupo já definido.

Os subgêneros causaram opiniões diversas e certa reprovação dos mais velhos.

O único foco de construção de uma cena nos moldes antigos ocorreu em torno da casa noturna Hangar 110 na virada para os anos 2000 – registrados muito bem no documentário ‘Do Underground ao Emo’ – que revelou bandas como Nx Zero e CPM22. Goste-se ou não das chorumbelas emotivas dessas bandas, não há dúvidas de que elas encontraram seu público e cavocaram suas referências estéticas. (ALEXANDRE 2014, p.46)

Sociedade e a nova forma de consumo

O movimento *emo* foi o primeiro caso de produção e distribuição independente a partir da internet que mostrou seus resultados em níveis nacionais e conquistou um público grande e fiel. Esse foi um dos primeiros momentos em que temos registrado a nova forma da sociedade se relacionar, consumir e produzir conteúdo independente e de qualquer gênero. A internet mudou a relação das pessoas com o consumo, mais profundamente com o consumo de material cultural.

"(...) É preciso compreender que o fortalecimento da cena independente e a inovação tecnológica não surgem, necessariamente, como uma oposição aos interesses da grande indústria". (VICENTE,2015, p.39) Por mais que a indústria tenha encarado inicialmente as novas tecnologias como inimigo, acabou notando que novamente aliar-se ao inimigo era a melhor opção.

A conexão veio junto com uma comunicação tão eficaz que podemos afirmar com convicção que a distribuição de gravadoras anteriormente tinha poucas chances de ter tal

alcance. Ela também trouxe a possibilidade para os músicos que não queriam fazer parte de uma empresa.

Anos atrás estar um contrato com uma gravadora era motivo de comemoração e nunca uma opção. Atualmente, há quem prefira não vincular sua música e trabalho às empresas. Esse é o conceito de mercado híbrido. O artista independente aproveitando das possibilidades do mercado musical.

Derivada dos rótulos coloridos e chamativos que eram afixados aos singles (compactos) de 25 rpm que começaram a ser utilizados no EUA e na Inglaterra em finais dos anos 1950 como estratégia de promoção dos LPs. (Posteriormente), o termo passou a distinguir vários departamentos que estavam sendo criados na época para cuidar – dentro das gravadoras- de diferentes gêneros musicais como o jazz, o rock, o pop, a música erudita etc. (GUEIROS 1999, p.377)

O mercado alternativo é distinto da indústria fonográfica, que anteriormente era muito extremista. Vendo as novas possibilidades e em busca de se atualizar, atualmente a indústria tenta deixar seu formato conservador de lado e adotar novos métodos para não se tornar velha e desimportante. Sendo assim, busca desempenhar seu papel de novas maneiras mais soltas e que permitam seu crescimento, ainda que tenham perdido a monopolização do meio musical. "Para a indústria fonográfica, a criação de selos dentro das multinacionais do disco era a opção de trabalhar com públicos específicos com menor custo, marketing mais dirigido, maior agilidade nas decisões, mais intimidade e autoridade". (ALEXANDRE 2014, p.57).

O mercado permanece retrógrado, mas luta para inovar nos últimos anos. Claro, não para ajudar o crescimento do mercado alternativo e sim para não ser atropelada por ele. Os artistas independentes agora buscam gravadoras na busca de fazer parte de selos, que agregam valor à banda e ao show, mas não interferem em suas formas de produção.

As gravadoras mantêm-se importantes em questões de nome e valores. Gravadoras renomadas costumam elevar bandas novas e uma opção de usufruir disso é agregar-se a elas em selos, onde ambos ganham de alguma maneira e a relação não é tão próxima quanto ser cliente e produzir com ela e sob sua previsão.

O mercado alternativo pode viver sem os afagos da indústria fonográfica, mas vez por outra, decide dar as mãos e trocar figurinhas. A gravadora agrega ao artista e o artista à gravadora. Ainda assim, o independente não se considera parte do mercado, ainda que não se encarem mais como grandes ameaças. Agora o mercado musical permite escolhas.

Estudo de caso: Nevilton, Hateen e Supercombo

Para atingirmos os objetivos propostos no trabalho, contaremos com o estudo de caso de duas bandas e um artista solo atuantes na cena independente pós anos 2000. Escolhemos Nevilton, Supercombo e Hateen para nos ajudar a compreender, a partir de seus históricos e opiniões como músicos influentes no tema, como a cena independente se mantém e se modifica, desde o início do século até a atualidade. Desta maneira será possível produzir todas as relações e análises sobre sociedade contemporânea, produção musical, mercado *mainstream*⁹ e *underground*¹⁰.

A escolha de Nevilton, que mantém carreira solo, deve-se inicialmente à sua indicação ao Grammy Latino na categoria de Melhor Álbum de Rock Brasileiro em 2013. No ano anterior, “Tempos de Maracujá” foi indicado ao mesmo prêmio em outra categoria, Melhor Vídeo Musical Versão Curta. A banda de Umuarama, Paraná (PR), decidiu vir a São Paulo para tocar o projeto de um novo trabalho porque acredita que a cena independente tem maior vivacidade e visibilidade. Nevilton é uma banda underground que durante sua carreira teve algumas possibilidades de se tornar *mainstream*, mas não concretizou a ideia. Com um som propício e doce o bastante para atingir o grande público, o paranaense continua dentro da cena independente.

Supercombo também faz parte do time de bandas que não teve seu nascimento em solos paulistas, mas se consolidou em São Paulo, especialmente em busca de abrigo para seu trabalho. A banda foi destaque em 2015 graças à participação em um programa de talentos na maior emissora de TV, Rede Globo, intitulado “*Superstar*”. O programa proporcionou aos músicos a possibilidade de emplacar nas rádios a música “Piloto Automático” e registrar presença com o grande público. A escolha de Supercombo se deve ao trânsito da banda na cena *mainstream* e à sua fixação na cena *underground*.

Hateen foi uma das grandes bandas que fizeram parte da cena independente em ascensão no início do século. Um dos pioneiros dos subgêneros, que fizeram parte do movimento *emo*, e iniciaram a cena independente paulista fortificada e com histórico longo de *mainstream* e *underground* que podemos nos apoiar ao longo do estudo.

Ainda em fase levantamento de levantamento dados, o estudo do histórico e compreensão das atuais atividades das bandas escolhidas nos ajudará a compreender a

⁹ *Mainstream*: Corrente principal (Tradução Livre). Designa pensamento ou gosto corrente da maioria da população.

¹⁰ *Underground*: Termo usado para uma cultura que vai está fora dos padrões normais da sociedade.

relação da sociedade contemporânea com as novas mídias, Facebook, Twitter, Instagram, blogs, e como elas se mantêm no atual cenário independente do rock. Dessa forma, será possível relacionar as novas tecnologias, mídias em ascensão e processos de produção independente com o impacto no atual mercado da música.

Referências

BRASIL ESCOLA. Pirataria. Disponível em:

< <http://brasilecola.uol.com.br/curiosidades/pirataria.htm> >. Acesso: 09 de julho de 2016.

GUEIROS JR., Nehemias. O direito autoral no show business: tudo o que você precisa saber. Vol. I: A Música. Rio de Janeiro: Gryphus, 1999.

LAGE, Rafael. Rotas da música independente: Música, cultura digital e o Festival Grito do Rock no estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Editora Multifoco, 2014.

MARIE, Rose; MONTENEGRO, Ricardo. MP3: Música, comunicação e cultura. Rio de Janeiro, E-Papers Serviços Editoriais, 2005.

MARTINS, Guilherme. MySpace: O Caminho para o sucesso. Disponível em:

< <http://midiasocial.com.br/home/myspace.asp> >. Acesso em: 09 de julho de 2016.

RICARDO, Alexandre. Cheguei bem a tempo de ver o palco desabar: 50 causos e memórias do rock brasileiro (1993-2008). São Paulo: Arquipélago Editorial, 2014.

RICADO, Alexandre. Dias de Luta: O Rock e o Brasil nos anos 80. São Paulo: Arquipélago Editorial, 2002.

VICENTE, Eduardo. Da vitrola ao iPod. São Paulo: Alameda Editorial, 2015.