

## Revista Raízes<sup>1</sup>

Jéssica Caldeira OLIVEIRA<sup>2</sup>

Isadora Braga de ALMEIDA<sup>3</sup>

Michele BURY<sup>4</sup>

Glauco Rodrigues CORTEZ<sup>5</sup>

Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, SP

### RESUMO

Raízes é uma revista que aborda temas sobre o universo sertanejo. É um material feito para o leitor do interior do estado de São Paulo que tem interesse em se informar sobre rodeios, músicas, histórias e curiosidades. A publicação terá circulação mensal, traz pautas que vão desde gastronomia caipira até o cuidado com os animais dentro de um rodeio e contém matérias como reportagens sobre músicas sertanejas e suas vertentes, gastronomia, o esporte rodeio, segurança, entrevista pingue-pongue e ensaio fotográfico. O foco principal é informar o leitor sobre os acontecimentos desse universo, visando a investigação imparcial dos fatos.

**PALAVRAS-CHAVE:** country; revista; rodeio; sertanejo.

### 1 INTRODUÇÃO

A Revista Raízes é uma publicação impressa sobre a cultura sertaneja, explorando meios como música, gastronomia, rodeio, história, artistas etc. O projeto tem como enfoque notícias atuais que possam informar e acrescentar algo ao leitor, não esquecendo de um conteúdo dinâmico e descontraído para que a leitura não fique pesada.

A ideia do projeto surgiu quando o grupo constatou por meio de pesquisas, que a música sertaneja universitária vem crescendo muito no país. Conseqüentemente, seu público vem aumentando de forma gradativa. É um público que não tem material de informação com profundidade, os produtos em circulação resumem-se, em sua maioria, a servir de catálogo e agenda de eventos.

### 2 OBJETIVO

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Jornalismo, modalidade Revista –laboratório impressa (avulsa)

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Puc Campinas, email: jessica.caldeira.oliveira@gmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Puc Campinas, email: isadoraalmeida@hotmail.com.

<sup>4</sup> Estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Puc Campinas, email: michele.bury@hotmail.com.

<sup>5</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Puc Campinas, email: glaucorcortez@gmail.com.

O objetivo do projeto é fornecer um meio de comunicação e interação para a informação de um público carente de notícias deste universo. Com reportagens explicativas e informações sobre toda a cultura sertaneja.

### **3 JUSTIFICATIVA**

A importância do trabalho encontra-se no fato de não existir na região nenhuma revista que trabalhe profundamente o tema. O público alvo é carente de informações sobre a cultura sertaneja e existe um número grande de pautas possíveis sobre o assunto. A escolha da revista se deve ao fato de que nesse tipo de publicação, o tempo para apuração de casos, aprofundamento de reportagens e liberdade de escrita é maior. É possível ter uma notícia melhor elaborada esteticamente e de investigação aprofundada das informações.

### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Para a construção da publicação experimental, buscou-se uma seleção de fontes de localização estratégica (rodeios na região – proximidade entre fonte e público), fontes que estão acostumadas a dar entrevistas (media training), especialistas nas áreas sobre as quais as reportagens tratam (veterinários, esportistas, treinadores, cantores e compositores), etc.

Seguindo esses preceitos, foram entrevistadas fontes para diversas matérias no rodeio de Jaguariúna. Em junho de 2012, a equipe realizou as primeiras entrevistas: o veterinário Marcos Sampaio de Almeida Prado (Dr. Kiko), que faz a fiscalização do trato dos animais em dezenas de rodeios pelo país; a amazona Daiane Sudário, primeira colocada neste ano no Campeonato Super Horse 3 tambores Brasil; o peão João Paulo Sales que foi um dos finalistas da competição de montaria em touro do rodeio de Jaguariúna 2012; o diretor do evento de Jaguariúna, Daniel Feix; o coordenador de planejamento de alimentos e bebidas Alexandre Maiorano Reina (Flamel) e o coordenador de distribuição de bebidas Rogério Costa Santos, ambos fazendo parte da organização dos eventos da Santarena<sup>6</sup>; e a dupla sertaneja Fernando e Sorocaba – sendo o segundo, além de cantor, um dos compositores mais cotados nos últimos anos<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> Empresa brasileira de gestão de eventos country, vinculada ao circuito de rodeios Brahma - <http://www.santarena.com.br/agencia/Portugues/wp/>

<sup>7</sup> Dados do Ecad (Escritório Central de Arrecadação e Distribuição). Informações disponíveis em: <http://www.ecad.org.br/viewcontroller/publico/RankingAutorial.aspx>

A dupla sertaneja Munhoz e Mariano também foi fonte essencial devido a sua recente posição de destaque no sertanejo universitário com a música Camaro Amarelo, de 2012, que deu origem a pauta sobre a relação dos carros com a música popular brasileira.

Para a composição da editoria Perfil, foram entrevistados o humorista Bambuzinho e sua filha Gláucia Franchini. O humorista foi selecionado como “personagem” para essa edição da revista devido a sua história icônica no humor caipira do interior de São Paulo. Participando da caravana de Geraldo Meirelles, que revelou duplas como Chitãozinho e Xororó, João Carlos da Silva presenciou diversos momentos importantes da história da música sertaneja em São Paulo.

Outras fontes escolhidas foram os integrantes da Orquestra Filarmônica de Violas de Campinas devido a sua formação acadêmica voltada à música - a sua história e também estrutura. Entre os entrevistados temos mestrandos e doutores em música popular brasileira, com recorte na música caipira, pela Unicamp e também graduados em viola caipira pela USP. Portanto, além de produzirem música caipira e sertaneja, essas fontes também possuem conhecimento técnico sobre o tema.

Para a reportagem sobre gastronomia caipira, foi consultada uma gastrônoma da região de Campinas para informar sobre a história do prato escolhido por ela, a galinhada. Dafne Ferracini formou-se em gastronomia pelo Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio, CEUNSP, e um tema pertinente em seus estudos foi comidas regionalizadas.

A equipe tinha interesse em uma pauta específica, a do Selo Verde. Já que o rodeio é um esporte polêmico, foi definido como pauta para mostrar a segurança que existe e para informar ao público sobre como os animais são tratados desde quando saem dos pastos, passando pelo transporte, até chegarem à arena. Para isso, foram entrevistados Tiago Romero, assessor da CNAR (Confederação Nacional de Rodeio), que distribui o Selo Verde aos eventos que estão regularizados de acordo com as leis de rodeio, e Sérgio Almeida, presidente do rodeio de Indaiatuba de 2011, que foi o primeiro no Brasil a ganhar o Selo.

Todas as pautas foram desenvolvidas com base nos critérios de noticiabilidade: a atualidade, proximidade, identificação social, intensidade, ineditismo e identificação humana. Além disso, a revista, como veículo que prima pela forma, pela estética, em conjunto com a produção de um jornalismo aprofundado, foi a melhor opção como suporte deste projeto de jornalismo cultural. Como explica Sérgio Villas (1998, p. 9), “Com mais tempo para extrapolações analíticas do fato, as revistas podem produzir textos mais

criativos, utilizando recursos estilísticos geralmente incompatíveis com a velocidade do jornalismo diário”.

Algumas pautas foram desenvolvidas com base nas pré-entrevistas realizadas, principalmente, durante a festa do peão de Jaguariúna e dados coletados em pesquisas bibliográficas e em bancos de dados especializados no assunto – o chamado Jornalismo Data-driven. Foram consultados bancos de dados de instituições como o ECAD para observação de tendências do tema foco da revista: o meio sertanejo. Sendo assim, a equipe definiu reportagens e notícias focadas nos interesses do público sertanejo, consumidor de música, moda, gastronomia, indústria, e demais vertentes da cultura de consumo sertaneja e do esporte.

Todas as pautas foram produzidas a partir de pesquisas sobre a cultura sertaneja, artigos de sociologia sobre o rodeio e sua influência cultural e pesquisa de material de assessoria de imprensa dos organizadores de eventos e também da Confederação e Federações de rodeio.

A revista aborda diversas vertentes, sendo organizada em editorias. Trabalhou-se com a editoria Meio Ambiente, Esporte, Mercado, Perfil, Cotidiano, Música, Gastronomia, Moda, Agenda, Entrevista e Capa. Todas as reportagens, portanto, têm em comum a abordagem pelo viés da cultura sertaneja e do esporte de rodeio. Nesse sentido, a sessão de música busca o debate sobre tendências do sertanejo, discussões sobre novas composições e arranjos, sempre com entrevistas de artistas e compositores desse gênero musical. Nesta edição a retransmissão da matéria foi a repetição de temáticas nas canções de diferentes duplas, destacando-se o atual sucesso Camaro Amarelo, interpretada por Munhoz e Mariano, lançado em meio a uma avalanche de músicas sobre carros.

O perfil, outra sessão fixa da revista, pretende revelar a vida de artistas, esportistas, ou pessoas com histórias de vida que, de alguma forma, estão correlacionadas com a música ou o esporte de rodeio. A revista buscará fontes que vão do caipira ao caubói, pessoas desconhecidas ou celebridades, sempre buscando revelar novidades e a notícia. Nesta edição, a fonte selecionada é o humorista de Campinas Bambuzinho que, além de fazer shows, caracterizado de caipira, também atua na Rádio Central AM apresentando um programa sertanejo.

Esta sessão soma-se a outra página que também une o literário ao jornalismo: a Crônica. Nesta busca-se um olhar mais livre sobre os fatos originados nas mais diversas facetas do rodeio e da cultura sertaneja. Na primeira edição, este texto foi construído sobre

o inusitado: e existência de um peão surdo mudo que acumula mais de 400 milhões de reais em premiações do circuito nacional de montaria em touro – Éder Júnior, 30 anos.

A sessão de cotidiano é aberta a discussões sobre o rodeio e sua regulamentação, com função principal de trazer matérias que mostrem os bastidores desses eventos e o apoio de entrevistas de especialistas nos assuntos tratados. Neste número, que traz a reportagem intitulada “A vida do outro lado do brete”, o foco é nos trabalhos dos veterinários de rodeio e nas discussões sobre o tratamento destinado aos animais durante os eventos.

A ideia para a pauta de gastronomia era trazer um gastrônomo para contar a história do prato e trazer uma receita prática aos leitores, já que como falado no primeiro capítulo, a revista também deve fornecer entretenimento. Esta é uma editoria fixa e a cada edição buscar-se-iam gastrônomos diferentes, para que não houvesse repetição dos profissionais e dos pratos.

A pauta de moda ficou destinada ao fim da revista. As fotos foram produzidas antes dos textos, já que seria necessária uma visita a loja especializada em roupas country e produtos de montarias para decidir e encontrar o rumo da matéria. Para essa primeira edição, o grupo decidiu falar sobre o xadrez, uma das peças chaves do estilo sertanejo. A cada edição, a ideia é trazer uma curiosidade de alguma peça de roupa ou acessório e trabalhar mais com o visual da página. Definimos essa editoria como fixa, também por atrair o público feminino.

A editoria Mercado ocupa-se da cobertura de fatos e novidades econômicas no meio country e sertanejo. Nesta edição, o uso da ferramenta web para a venda de chapéus foi o destaque.

Pensando novamente em novidades e o que o público gostaria de saber, a equipe não poderia deixar de fora uma agenda de eventos. É essencial fornecer pelo menos algumas informações sobre shows, lançamentos de CDs ou DVDs.

Já a matéria de capa é uma sessão da revista totalmente aberta e que pode transitar entre todas as vertentes do sertanejo. Dessa vez, a retranca é a origem e desenvolvimento da música sertaneja, com uma pauta de certa forma nostálgica. A reportagem levanta uma discussão: o sertanejo universitário é mesmo sertanejo ou ele recebe esse nome apenas pelo interesse comercial das gravadoras? Entrevistas com especialistas em música caipira e popular brasileira, e graduados em viola caipira, além de um levantamento de material sobre a história do gênero, levaram a construção de uma reportagem, acompanhada de infográfico para esta primeira edição.

Para a realização de todas as pautas objetivadas pela equipe de projeto experimental da Revista Raízes, houve o deslocamento para as arenas, a imersão em alguns rodeios próximos a RMC. No rodeio de Jaguariúna – Jaguariúna Brahma Country Festival – foi possível o acesso à arena de rodeio, aos bastidores do evento, camarotes e camarim.

A equipe também esteve presente na Feira Agropecuária, Industrial e Comercial de Indaiatuba, a FAICI, que no ano passado atendia por Festa do Peão de Indaiatuba e esteve entre as cinco melhores festas de rodeio do país. Além disso o evento foi o primeiro a receber o Selo Verde, concedido pela CENAR. A reportagem também acompanhou a realização do PAM 2012 (Paulínia Arena Music).

Para entrevistar o humorista Bambuzinho (João Carlos da Silva), realizou-se contato com a família do artista que recebeu a reportagem em seu apartamento, localizado na cidade de Campinas, durante toda uma tarde. Aceitou conversar longamente sobre sua vida pessoal e carreira, além de compartilhar fotos, vídeos e áudio, como registros históricos de seu trabalho.

Realizou-se também contato com o jornalista e integrante da Orquestra Filarmônica de violas Wilson Lima. O instrumentista faz os trabalhos de assessor da orquestra de violas e foi a ponte entre a produção da Raízes e os diretores e integrantes da orquestra e especialistas em música popular e viola caipira. As entrevistas para a matéria de capa sobre a história do sertanejo foram realizadas pouco antes do ensaio semanal dos integrantes da orquestra, que ocorrem nas noites de quinta no auditório da Unicamp, e também logo após o evento. No mesmo dia foram capturadas fotos do ensaio para utilização na revista.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

O projeto gráfico da revista visa valorizar o projeto editorial e também tornar atraente ao público consumidor da revista, seguindo os preceitos expostos por Ali (2009) e Collaro (2000). Por ser de distribuição gratuita e ter como finalidade divulgar marcas através de seu espaço comercial (que se limita a 40% do espaço da publicação), a Revista Raízes precisa convencer o público de sua qualidade logo no primeiro contato visual, que irá definir a permanência como leitor da publicação pelas próximas edições.

O branco é largamente utilizado na revista, especialmente em matérias nas quais optou-se pelo uso de apenas uma coluna larga com mancha. A página foi virtualmente dividida em cerca de seis colunas, para maior mobilidade na diagramação que utilizava cerca de quatro destas colunas com texto, deixando as marginais em branco.

Também utilizou-se uma espécie de lide em linha fina, com letra em tamanho e fonte diferente do restante do texto. Este formato possibilita uma leitura mais dinâmica da reportagem, no qual o título (composto em uma linguagem indireta e não factual) é complementado pela linha fina e pela foto e legenda. Em alguns casos, porém, por questões estéticas e de espaço físico limitado, optou-se pela exclusão da linha fina.

A ideia é o uso da fórmula do “menos é mais”. O espaço para o conteúdo editorial é preservado na revista, porém as páginas mais limpas, com o uso de texto em uma ou duas colunas, possibilita uma estrutura mais limpa. Fios e boxes são evitados e o privilégio para a delimitação do texto é do branco. O respiro da página é garantido com essas áreas sem mancha.

As fotos estouradas em uma página são mantidas a esquerda, nas páginas pares, onde também é mantido o título. Essa opção deve-se a pesquisas que indicam que o olhar do leitor percorre a página da esquerda (canto superior) para a direita (canto inferior). Assim, esses elementos introdutórios das matérias ficariam localizados no espaço que o leitor prioriza, com a intenção de ganhar a fidelidade do público para o texto da matéria.

Um conjunto específico de fontes também foi selecionado para atrair o leitor. A tipografia, além de facilitar a leitura, também pretende deixar a publicação mais leve. Fontes mais neutras, retas, em tamanho grande e sem muitos detalhes foram selecionadas para a revista *Raízes* com o objetivo de facilitar a leitura mesmo em locais com pouca luminosidade, como é o caso dos eventos de rodeio. São três fontes: uma para os títulos e lide, uma para o corpo do texto e uma terceira para as legendas e créditos. A fonte do corpo das matérias é a Didot. Criada no século XVIII, ela é uma fonte serifada. Inicialmente considerada de leitura difícil, a fonte de características modernas, foi reformulada no início da década de 90 e ganhou aplicação em livros e também na revista *Vogue* (ALI, 2009). Com essa nova versão a leitura tornou-se mais fluída e agradável, daí sua escolha para a revista *Raízes*.

O título e lide são compostos na fonte SF Old Republic. Disponível nas opções bold, italic e regular, essa fonte torna possível variações nos títulos de acordo com o perfil da reportagem, algo essencial para tornar os títulos mais adaptáveis. Já os créditos e legendas são compostos na fonte Agency FB, que é uma composição tipográfica de desenho quadrado e letras estreitas, porém conservando a legibilidade e ao mesmo tempo conferindo um tom de neutralidade em meio ao restante do texto, que precisa ter mais destaque.



Uma paleta de cores foi cuidadosamente selecionada seguindo os preceitos da comunicação visual pelas cores. Apesar de ser um ramo de estudos ainda limitado pela dificuldade de comprovação, pela observação empírica é possível perceber que a cultura imprime significados às cores. A semiologia e a sinestesia, por exemplo, já trazem alguns conceitos que permitem a escolha de cores como a cor laranja para a editoria de gastronomia (instiga o apetite), o amarelo para o esporte (transmite energia), o verde, puxando para o amarelo, para música (imprime criatividade, além de descontração), o vermelho para a matéria de capa sobre a história do sertanejo (uma cor que se impõe e provoca sensação de amplitude, destaca), o cinza para o editorial (confere neutralidade, seriedade), verde escuro para mercado (associado a estabilidade e remete a dinheiro), o lilás para a crônica (transmite intimidade), o verde azulado para a entrevista (imprime seriedade) e o preto para o índice (elegância e distinção) (COLLARO, 2000, p. 75). Todas selecionadas para indicar, juntamente com o título da editoria, o tema que será tratado naquele espaço a cada edição.

Outro recurso gráfico utilizado na revista *Raízes* para auxiliar na transmissão de informação é o infográfico. Capaz de simplificar a compreensão de assuntos mais complexos ou densos, o infográfico reúne ilustração e informação e serão utilizados especialmente nas matérias de capa da revista. Nesta primeira edição, o infográfico da matéria de capa é responsável por contar um pouco da história do sertanejo, através de uma linha do tempo desse estilo musical. As ilustrações são então acompanhadas de pequenas “ilhas de texto”, nos quais são transmitidos dados baseados nos depoimentos de estudiosos que apontam características de alguns dos momentos definidores de quase um século da história fonográfica do sertanejo.

## **6 CONSIDERAÇÕES**

A produção da revista *Raízes* tornou possível a prática das várias etapas de criação e desenvolvimento de uma revista jornalística segmentada. A prática jornalística expandiu-se da concepção do projeto gráfico à elaboração das pautas, trabalho de campo, produção dos textos e diagramação e edição final da publicação. Além disso, as pesquisas bibliográficas e de campo foram indispensáveis para sua realização.

Partindo da viabilidade de sua entrada no mercado editorial, baseada em estudos que apontam um público e uma produção cultural sertaneja crescente, foi possível construir um produto sólido também do ponto de vista comercial. Afinal, o mercado musical sertanejo e



a organização de rodeios movimentam milhões de reais ao ano, atraindo um público diversificado em todo o Brasil, mas com destaque para a região sudeste, onde está localizado geograficamente o público ao qual esta revista se destina.

O sertanejo está no auge de seu sucesso, com duplas surgindo em todas as oportunidades. A revista *Raízes* se aproveita disso para extrair pautas e entrevistas e se sustenta com reportagens atuais e esclarecedoras.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALI, Fátima. *A arte de editar revistas*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.

AIRES, Maria de Jesus Ferreira; ABUD, Adriana Milharezi; ARAÚJO, Sílvia Regina Ferreira Pompeo. *O falar caipira presente em letra de música*. 2009. Disponível em: <[http://www2.metodista.br/unesco/1\\_Folkcom%202009/arquivos/Trabalhos/41-Folkcom%202009%20-%20O%20falar%20caipira%20em%20letra%20de%20m%C3%BAAsica%20-%20Mar\\_.pdf](http://www2.metodista.br/unesco/1_Folkcom%202009/arquivos/Trabalhos/41-Folkcom%202009%20-%20O%20falar%20caipira%20em%20letra%20de%20m%C3%BAAsica%20-%20Mar_.pdf)>. Acesso em: 08 set 2012.

CARVALHO, Marcia. *Coisas da roça: a música sertaneja no cinema brasileiro*. 2007. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/carvalho-marcia-coisas-da-roca.pdf>>. Acesso em: 10 set 2012

COLLARO, Antonio Celso. *Projeto gráfico: teoria e prática da diagramação*. São Paulo: Sumus, 2000.

COSTA, Simone Pereira da. *Esporte e Paixão: o processo de regulamentação dos rodeios no Brasil*. 2003. Disponível em: <[seer.ufrgs.br/Movimento/article/download/2810/1425](http://seer.ufrgs.br/Movimento/article/download/2810/1425)>. Acesso em: 10 set 2012

DINIZ, Anna Carolina Paiva; SOARES, Thiago. “*Ai Se Eu te Pego*” é o novo “*Mamãe Eu Quero*”: *Carmen Miranda e Michel Teló como “cicerones” da identidade brasileira*. João Pessoa. 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2012/resumos/R32-0729-1.pdf>>. Acesso em: 15 nov 2012

GIANELLI, Carlos Gregório dos Santos. *CADA TOADA REPRESENTA UMA SAUDADE: O ponto de vista caipira da urbanização*. 2012. Disponível em: <<http://www.historica.arquivoestado.sp.gov.br/materias/anteriores/edicao52/materia03/texto03.pdf>>. Acesso em: 05 set 2012.

LAGE, Nilson. *Gramática do Texto Jornalístico*. São Paulo. 2005.

LARAIA, Roque de Barros. *Cultura – um conceito antropológico*. 1998.

LEITE, Wellington César Martins. “*Vida Caipira*” *Da Unesp Fm: A Busca Pelo Caipira Bauruense*. Bauru. 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/resumos/R33-2038-1.pdf>>. Acesso em: 18 out 2012

NEPOMUCENO, Rosa. *Música Caipira: Da Roça Ao Rodeio*. Editora 34, 1999.

OLIVEIRA, Luciana Lippi. *Do Caipira Picando Fumo a Chitãozinho e Xororó, ou da roça ao rodeio*. 2003. Disponível em: <<http://www.usp.br/revistausp/59/21-lucialippi.pdf>>. Acesso em: 09 set 2012.

PANICACCI, Fausto Luciano. *Os rodeios e a jurisprudência paulista sobre as práticas que submetem animais a crueldade*. 2012. Disponível em: <[http://www.midia.apmp.com.br/arquivos/pdf/artigos/2012\\_rodeios.pdf](http://www.midia.apmp.com.br/arquivos/pdf/artigos/2012_rodeios.pdf)>. Acesso em: 15 out 2012

PAULA, Silvana Gonçalves de. *Quando o campo se torna uma experiência urbana: o caso do estilo de vida country no Brasil*. 2001. Disponível em: <<http://r1.ufrj.br/esa/art/200110-033-053.pdf>>. Acesso em: 09 set 2012

RODRIGUES, Indira; LAIGNIER, Pablo; BARBOSA, Marialva. *Da Viola Ao Teclado: Uma Análise da Transição da Música Sertaneja da Década de 80 até os Dias Atuais*. Rio de Janeiro. 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/resumos/R33-1443-1.pdf>>. Acesso em: 10 nov 2012

SANTELLANO, Terezinha. *Michel Teló, o sertanejo pop*. Porto Alegre, 2011. Disponível em: <[http://www.brasilwiki.com.br/noticia.php?id\\_noticia=47509](http://www.brasilwiki.com.br/noticia.php?id_noticia=47509)>. Acesso em: 17 set 2012.

SANTOS, Daniela Oliveira dos. *Adolescentes e o sertanejo universitário: O gosto como uma atividade reflexiva*. Uberlândia. 2010. Disponível em: <<http://www.unirio.br/simpom/textos/SIMPOM-Anais-2010-DanielaOliveira.pdf>> Acesso em: 08 set 2012.

SANTOS, Daniela Oliveira dos. “A música sertaneja é a que eu mais gosto!”: Um estudo sobre a construção do gosto a partir de relações entre jovens estudantes de Itumbiara-GO e o Sertanejo Universitário. Uberlândia. 2012, p. 33-38. Disponível em: <<http://www.ppga.iarte.ufu.br/sites/iarte.ufu.br/files/Anexos/Bookpage/DISSERTA%C3%87%C3%83O%20Daniela%20Oliveira%20dos%20Santos.pdf>>. Acesso em: 10 set 2012

SCALZO, Marília. *Jornalismo de Revista*. São Paulo: Ed. Contexto, 2003.

TÔRRES, Iuri de Castro. *Michel Teló alcança fama internacional com "Ai Se Eu Te Pego"*. Folha de S. Paulo, São Paulo, dez. 2011. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/1025329-michel-telo-alcanca-fama-internacional-com-ai-se-eu-te-pego.shtml>>. Acesso em: 17 set 2012

VIEIRA, Natã Silva. *Cultura de vaqueiro: o sertão e a música dos vaqueiros*. 2007. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2007/NataSilvaVieira.pdf>>. Acesso em: 09 set 2012

VILLA LOBOS, Sérgio. *O estilo magazine: o texto em revista*. Ed. Summus. 1998.

WALTRICK, Rafael. *Ai, se eu te pego*. 2012. Disponível em: <<http://tragicocotidiano.wordpress.com/2012/03/08/ai-se-eu-te-pego/>>. Acesso em: 10 nov 2012