

NO AR: CARNAVAL DE JUIZ DE FORA MEIO SÉCULO DE IDENTIDADE

ALMEIDA, Rosiléa Archanjo de.

RESUMO

O trabalho “No ar: Carnaval de Juiz de Fora meio século de identidade”, pretende realizar um estudo da história dos Desfiles Oficiais das Escolas de Samba de Juiz de Fora, através das coberturas radiofônicas realizadas na cidade. Na década de 1970, o Carnaval juiz-forano chegou a ser considerado o terceiro maior do país e o maior de Minas Gerais. A intenção desta pesquisa é mostrar como a maior festa popular brasileira é realizada ao longo dos anos em Juiz de Fora e como os meios de comunicação, em especial o rádio incentivou e divulgou os festejos de momo na cidade, acompanhando o seu auge e seu declínio nas últimas décadas.

Palavras-Chave: Radiojornalismo. Carnaval. Identidade.

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho promove um estudo mais amplo do Carnaval, considerado a maior festa popular do país, uma das identidades culturais brasileiras. Vamos focar nossas pesquisas na história dos Desfiles Oficiais das Escolas de Samba da cidade de Juiz de Fora, presente na imprensa local, através das coberturas feitas pelas emissoras de rádio.

O antropólogo Roberto Da Matta na obra “Carnaval malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro” ressalta a inversão de papéis na sociedade durante o Carnaval:

Chama a atenção nesses desfiles, a inversão constituída entre o desfilante (um pobre, geralmente negro ou mulato) e a figura que ele representa no desfile (um nobre, um rei, uma figura mitológica) e, ainda a participação de toda a sociedade inclusiva, seja como juiz, seja como torcedor (DAMATTA, 2008, p. 58).

Já o pesquisador russo Mikhail Bakhtin Mikail Bakhtin (1999) explica que o carnaval é o *locus* privilegiado da inversão onde se privilegia o excludente. O sentimento individual é de fazer parte da coletividade, onde as identidades individuais são dissolvidas.

Sabendo que na Quaresma, o tempo é de penitência e arrependimento, período de quarenta dias onde os fiéis se abstêm de carne vermelha, “[...] fez com que a sociedade católica se organizasse para aproveitar ao máximo os últimos dias de prazeres mundanos antes de dar o ‘adeus à carne’ – ou em latim, *carnevale*. Ao criar a Quaresma, a Igreja Católica instituiu o carnaval” (DINIZ, 2008, p. 16).

Nas eras contemporâneas, o Carnaval ganhou novos contornos e significações. Os festejos inseridos no Brasil misturaram tradições e se adaptaram à folia brasileira. O entrudo, o “Zé Pereira”, os cordões, os ranchos, os corsos, as grandes sociedades carnavalescas são representações dos primórdios do Carnaval brasileiro. Entretanto, o foco deste artigo são os Desfiles Oficiais das Escolas de Samba (MOREIRA, 2008).

O primeiro Desfile Oficial carioca foi realizado em 1932. Já os primeiros registros de Carnaval em Juiz de Fora, datam do final do século XIX (MOREIRA, 2008, p.64). Entretanto, na época, as festas religiosas na cidade tinham mais destaque que os festejos de momo.

Em Juiz de Fora, a relação do Carnaval com o rádio teve início a partir das primeiras transmissões radiofônicas na cidade. Contudo, nas últimas décadas, podemos observar o declínio dessas coberturas, assim como o declínio da própria festa juiz-forana.

Em 1884, um grupo de rapazes da elite local organizou o bloco “Diabos Carnavalescos”. Quatro anos depois foi criado o primeiro clube de grande sociedade de Juiz de Fora, o “Valapuquistas”, desfilando com cinco carros abertos. As grandes sociedades faziam os desfiles dos corsos com cunho social, aludindo problemas da época (MOREIRA, 2008).

Até 1930 o Carnaval na cidade também foi embalado pelos ranchos e corsos. Os mais famosos eram: “Rouxinóis” que era filial do Tupi, “Quem são Eles?”, ligado

ao Tupynambás, “Prazer das Morenas”, de Benfica, “Não Venhas Assim” e “Quem são Eles” (OLIVEIRA, 2012, p. 109).

Entre as décadas de 1930 e 1960, as festas nos clubes ganharam destaque. Ainda no estilo do Carnaval de rua, surgiram blocos relevantes. As emissoras se preparavam para as coberturas, organizando as equipes que iriam atuar no evento.

Quando chegava na segunda terça-feira antes do carnaval eu fazia uma reunião com a equipe para estruturar a transmissão, e uma grande reunião na sexta-feira antes do carnaval. Entregávamos tickets de alimentação. Havia também um programa de jornalismo apresentado por José de Barros, Natálio Luz, na sexta-feira de carnaval, com a participação de grandes nomes da música (CID, 2012).

Na década de 1930 surgiram as Escolas de Samba de Juiz de Fora. A primeira fundada foi a “Turunas do Riachuelo”, em 1934. A Agremiação foi a primeira de Minas Gerais e a quarta do Brasil. A Escola teve origem no bloco “Feito com Má Vontade”, que reunia rapazes da Rua Silva Jardim.

Em 9 de fevereiro de 1939 foi fundada a “Feliz Lembrança”. A criação da nova Escola se deve a Geraldo de Oliveira, conhecido por Geraldo Abissínio, recém-chegado do Rio de Janeiro, mas a ideia tomou forma nas mãos da família Carvalho, tendo à frente Euclides e seus filhos.

Nessa época o rádio marcava presença na folia. Cid (2012) lembra das dificuldades nas primeiras transmissões: “Os equipamentos eram muito pesados, além disso, havia uma imensa demora de uma escola para outra. Às vezes era uma hora... Demorava demais... Desorganização mesmo deles!”

O primeiro Desfile Oficial das Escolas de Samba de Juiz Fora foi realizado em 1966. O evento foi organizado pela administração municipal, através do extinto Departamento Autônomo de Turismo (DAT). A Feliz Lembrança sagrou-se primeira campeã do Carnaval juiz-forano com o enredo “Mascarada Veneziana”.

Na década de 1970 o carnaval da cidade foi reconhecido oficialmente pela Empresa Brasileira de Turismo (Embratur), que passou a relacioná-lo no calendário

nacional. De acordo com pesquisa e classificação da Riotur¹, em 1979 a folia juiz-forana ficou entre as três melhores do Brasil e a maior do estado. Em 1982, novamente, a festa juiz-forana foi a terceira do país e a melhor de Minas.

Em diversos anos, os Desfiles Oficiais não foram realizados, por diversos motivos. Outra característica do carnaval juiz-forano é a constante troca de local das apresentações.

Em meio à desestruturação dos Desfiles, as emissoras de rádio também começaram a perder o entusiasmo das coberturas, que tinham como principal concorrente a televisão com a transmissão do Carnaval carioca.

Mesmo sem grande prestígio na década de 2000 as coberturas ganharam um novo fôlego com as coberturas da Rádio FM 107, Rádio Panorama FM 96,7 Mhz² e Rádio Globo AM³.

Podemos notar que o Desfile Oficial, assim como as coberturas veio perdendo em qualidade e público. Mas vale a pena ressaltar que não foi apenas o local dos Desfiles o fator principal que influenciou a decadência do Carnaval juiz-forano.

Tal descrença no Desfile das Escolas de Samba foi um dos motivos para que a Funalfa buscasse uma saída para reformular o Carnaval juiz-forano. Uma das tentativas foram a promoção de eventos aleatórios aos Desfiles Oficiais, como o “Corredor da Folia⁴”, o “Cortejo do Calçadão” e o “Concurso de Marchinhas”. Entretanto a realização dos mesmos causa discussões entre os atores da folia local.

2 METODOLOGIA

Neste trabalho nos baseamos em pesquisas bibliográficas e em pesquisas empíricas, ouvindo os locutores das emissoras de rádio da cidade. A intenção foi

¹ Riotur é a Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro.

²Inaugurada em 28 de setembro de 2003. Na parte da manhã a programação era no estilo AM, à tarde e à noite a seguia o modelo FM.

³ O empresário Josino Aragão fundou em 1995, o Sistema Regional de Comunicação (Sircom). A Rádio Educativa Pio XII agora recebe o nome de Premium. A Rádio Juiz de Fora AM se transformou no ano de 2002, em uma afiliada do Sistema Globo de Rádio.

⁴ Realizado duas semanas antes dos Desfiles Oficiais conta com apresentações de blocos e músicos nacionais. Resumos expandidos. ANALECTA, v. 1, n.1, Juiz de Fora, nov. 2015.

fazer um apanhado histórico das coberturas radiofônicas realizadas no período dos Desfiles Oficiais de Juiz de Fora.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Após a conclusão desta pesquisa, a mesma foi apresentada em vários congressos nacionais de comunicação, além de ser transformada em livro, que foi lançado em outubro de 2014. Esperamos ainda, que a mesma sirva de fonte para futuros trabalhos e que o assunto continue em discussão na cidade.

4 CONCLUSÃO

Como vimos o Carnaval de Juiz de Fora sofreu grandes transformações ao longo dos anos, desde o primeiro Desfile Oficial realizado em 1966. Tais mudanças foram sentidas através das coberturas realizadas pelas emissoras de rádio da cidade. Inicialmente esmerava-se a Sociedade, a PRB-3 e a Industrial. Já na década de 2000, acompanhando o declínio das coberturas, as emissoras FM 107, Panorama e Globo presenciaram, cada vez com menos intensidade o que foi produzido em Carnaval.

Sabemos que ainda nos Desfiles atuais temos a presença de um grande número de pessoas presentes na passarela do samba. É necessário pensar também no viés de quem trabalha com a folia da cidade e se dedica com afinco durante todo o ano.

Seria necessário que os responsáveis pela festa de momo na cidade fizessem uma retrospectiva dos antigos carnavais, tomando como exemplo as várias iniciativas que tornaram a folia da cidade conhecida por sua credibilidade em todo o país. Talvez a saída fosse justamente a valorização da festa que ainda temos, mas não a reconhecemos.

Com o presente artigo esperamos que reflitam também sobre a importância do Carnaval como identidade cultural brasileira e juiz-forana, que guarda a

representação da sociedade, merecedora de preservação e garantia da memória simbólica da cidade.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais**. São Paulo: Hucitec, 1999.

CID, Wilson. Entrevista concedida à Rosiléa Archanjo, 21 nov. 2012, no Jornal Ter Notícias situado em Juiz de Fora na Rua Espírito Santo, n. 95.

DAMATTA, Roberto. **Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro**. 6ª Ed. Rio de Janeiro. Rocco, 1997.

DINIZ, André. **Almanaque do Carnaval: a história, o que ouvir, o que ler, onde curtir**. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed., 2008.

MOREIRA, Arthur Moreira. **Carnaval em Juiz de Fora: Identidade Comunitária ou produto da indústria cultural?** São Bernardo do Campo, 2008. Disponível em: http://ibict.metodista.br/tedeSimplificado/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=1837 Acesso em: 30 Mar. 2012.

OLIVEIRA, Wanderley Luiz de. **Geraldo Santana: Samba, música e realidade**. Juiz de Fora, 2012. Funalfa.

O PROCESSO DE MIGRAÇÃO NA UTILIZAÇÃO DAS MÍDIAS TRADICIONAIS PARA AS NOVAS MÍDIAS PELOS ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS DE JUIZ DE

Resumos expandidos. ANALECTA, v. 1, n.1, Juiz de Fora, nov. 2015.

FORA, E OS PRINCIPAIS IMPACTOS CAUSADOS JUNTO A ESTE PÚBLICO JOVEM.

CONCEIÇÃO, Marco Aurélio Zuchi da
FREITAS, Bruna Alessandra Silva
OLIVEIRA, Marcelo Yoshiro Franco de

RESUMO

Os escassos estudos sobre os supostos impactos causados aos veículos de mídia tradicional pela entrada das novas mídias principalmente junto ao público jovem costumam muitas vezes nos conduzir a situações onde; ou superestimamos ou subestimamos estes espaços midiáticos justamente em função da ausência de estudos segmentados sobre o tema, o que leva ao entendimento incompleto deste fenômeno. Escolhemos como estudo de caso para análise segmentada o hábito de consumo de mídia do estudante universitário local. É verdade que o modo de vida tem sido alterado de forma impactante pelo Internet, pela sua interface e pelas constantes mudanças de hábito no consumo de mídia junto a estes jovens. Entender o que é concreto e o que estas alterações acentuam a partir do atual aumento do fluxo de informações na rede; e do novo formato que se estabelece é desafio desta pesquisa. Assim o projeto realizado pelo NUPEM pretende analisar mais atentamente o público universitário local no sentido de esclarecer os principais componentes deste processo de migração na utilização das mídias tradicionais para as novas mídias.

Palavras-chave: Mídias Sociais. Mídias Tradicionais. Migração. Consumo.

1 INTRODUÇÃO

A criação do NUPEM tem como objetivo principal proporcionar ao aluno de Comunicação do CES a possibilidade da prática de atividades voltadas à pesquisa de levantamento (Survey). O NUPEM tem como objetivo didático principal proporcionar a este aluno a aplicação das técnicas estatísticas e metodológicas aprendidas em sala de aula em atividades práticas voltadas à vivência em projetos de pesquisa científica na área de Comunicação.

Assim o NUPEM (Núcleo de Pesquisa Midiática) tem como desafio didático fornecer ao aluno uma visão geral das técnicas de pesquisa de levantamento

(Survey) e suas aplicações em pesquisas voltadas ao entendimento “local” do eixo midiático (veículo/produção/recepção/consumo). Preparar os alunos de comunicação para utilizar ferramentas metodológicas e estatísticas para organizar, interpretar e analisar as informações midiáticas; a fim de fornecer a este aluno conhecimentos básicos do processo de observação, enumeração e classificação dos fenômenos midiáticos. Introduzir os conceitos iniciais sobre pesquisa midiática e os diversos tipos de pesquisa. Apresentar a importância da pesquisa midiática para o melhor conhecimento das necessidades e desejos dos consumidores em Juiz de Fora e sua importância no mercado profissional. **O projeto piloto intitulado: “O processo de migração na utilização das mídias tradicionais para as novas mídias pelos estudantes universitários de Juiz de Fora, e os principais impactos causados junto a este público jovem”** foi o primeiro exercício prático realizado neste núcleo com a intenção de conciliar a prática com a teoria aprendida em sala de aula, tendo como motivação para este estudo de caso o entendimento dos escassos estudos sobre os supostos impactos causados aos veículos de mídia tradicional pela entrada das novas mídias principalmente junto ao público jovem universitário.

2 METODOLOGIA

Método Quantitativo

Levantamento das informações: A forma como será realizado o levantamento/coleta dos dados deverá estar diretamente ligado ao objeto da pesquisa e, para tanto, delineados a partir de um conjunto de questionamentos objetivos, direcionados ao público alvo, realizados pelo NUPEM e equipe de forma rigorosa. A preocupação durante essa fase é com os instrumentos de coleta, com a sistemática de abordagem e com os critérios amostrais a serem aplicados. Durante essa fase, os modelos, critérios, métodos e técnicas estatísticas serão utilizados de forma consistente com os próprios objetivos da pesquisa.

Elaboração do questionário: Essa fase constitui a base estrutural para o sucesso do estudo. As questões a serem utilizadas deverão permitir a realização de análises estatísticas padronizadas e consistentes, assim como cruzamentos de informações para testes de consistência e avaliações de combinações de hipóteses necessárias para que o objeto do estudo seja contemplado.

Coleta: A realização da coleta não consiste no mero preenchimento de questionários e sim na materialização correta da aplicação estatística dos métodos e procedimentos, não permitindo a quebra de qualquer regra que comprometa as margens de confiança da pesquisa de campo, assim como o resultado do estudo.

Amostra: Para a pesquisa quantitativa será elaborado um plano amostral diferenciado, e utilizado a técnica de amostragem mais apropriada, portanto, seguirá uma Amostra Probabilística. O tamanho da amostra será calculado para dar ao trabalho uma margem de erro de 4% e um nível de confiança de 95%. Para a tabulação e a digitação será utilizado o programa estatístico SPSS. Será apresentado, no término da pesquisa, o relatório estatístico com os dados pesquisados.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Em fase de conclusão.

4 CONCLUSÃO

Em fase de conclusão.

REFERÊNCIAS

Resumos expandidos. ANALECTA, v. 1, n.1, Juiz de Fora, nov. 2015.

LEVIN, Jack. **Estatística Aplicada a Ciências Humanas**. 2ª ed. São Paulo: Habra/Harper & Row, 1985.

MAGNUSSON, Willian E. & MOURÃO, Guilherme. **Estatística Sem Matemática**. 1ª ed. Londrina, Ed. Planta, 2003.

BUNCHAFT, Guenia e OLIVEIRA, Sheilah Rubino de Kellner. **Estatística sem Mistérios**. Volume 1. Editora Vozes, 1998, 2ª edição.

Gonzo *made in* Brasil: Novo Jornalismo *by* revista Trip

MARTINS, Iracema Pires

MILAGRES, Christiane Reis

RESUMO

Com forte influência da geração *Beat*, o Jornalismo Gonzo nasceu na década de 1970 e teve como criador o norte-americano Hunter S. Thompson. Parte do Novo Jornalismo, o gonzo é subjetivo e parcial. Além disso, o estilo permite uma imersão total no ambiente relatado, fazendo do jornalista não apenas um observador, mas uma peça chave da narrativa. O trabalho tem como objetivo verificar as peculiaridades da versão nacional do Jornalismo Gonzo, por meio de análise das reportagens produzidas pelo jornalista da revista Trip Arthur Veríssimo, considerado o principal representante do gênero no país. A intenção é identificar as adaptações do Jornalismo Gonzo ao ser incorporado pelo jornalismo brasileiro.

Palavras-chave: Jornalismo Gonzo. Revista Trip. Arthur Veríssimo.

1 INTRODUÇÃO

Criado na década de 1960, nos Estados Unidos, o *New Journalism* trouxe subjetividade e maior liberdade estilística ao texto jornalístico, antes preso às regras de redação. Apoiado em técnicas literárias e em um aprofundamento na apuração, desdobrou-se, na década de 1970, em uma versão mais radical, difundida pelo norte-americano Hunter S. Thompson, denominada *Gonzo Journalism*. Várias foram as controvérsias em relação ao Jornalismo Gonzo, principalmente pelo fato do jornalista gonzo ser um personagem ativo da reportagem, envolvendo-se profundamente e pessoalmente na elaboração da matéria. Contudo, o estilo ganhou adeptos além da América do Norte. No Brasil, o

Jornalismo Gonzo tem como representante, nos dias atuais, o jornalista Arthur Veríssimo, que atua na revista Trip – uma publicação em circulação desde 1986, com uma linha editorial mais irreverente e voltada ao público jovem. Este resumo expandido abordará a pesquisa e as características deste Jornalismo Gonzo produzido no país, buscando identificar o que este conserva dos preceitos originais e as adaptações *made in* Brasil que foram a ele incorporadas.

2 METODOLOGIA

Para a pesquisa, foram analisadas as reportagens elaboradas por Arthur Veríssimo, veiculadas nas edições da revista Trip de fevereiro a agosto de 2012, uma vez que tanto o referido jornalista, quanto a publicação são referências do gênero no país. As reportagens analisadas foram: “Cabra Cego”, “Famoso Quem”, “O *tuk-tuk* é coisa nossa” e “Minha monga, meu amor”.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

O estilo criado por Hunter S. Thompson era visceral e muito crítico à sociedade norte-americana, apontando falhas, desvios de caráter e a hipocrisia da população. Apesar de também ser crítico, Arthur Veríssimo tem um jeito único de dar vida ao estilo rebelde do gonzo. Após leituras e análises, foi possível notar que todas as características do Jornalismo Gonzo estão presentes do texto de Veríssimo: subjetividade, imersão, texto em primeira pessoa, exagero e ironia. Mas, além disso, ele apresenta temas diversos, saindo da política e da economia, sempre tão citados por Thompson. Arthur Veríssimo faz em terras brasileiras um jeito brasileiro de escrever gonzo.

4 CONCLUSÃO

É possível concluir que Veríssimo aborda assuntos que afetam ou estão presentes na vida do brasileiro, sejam eles de curiosidades culturais, como no caso de “Minha monga, meu amor”; de adaptação às necessidades de portadores de deficiências físicas como em “Cabra Cego”; de fenômenos midiáticos e comportamentais como em “Famoso quem”; e de problemas atuais de trânsito e mobilidade urbana em “O *tuk-tuk* é coisa nossa”. A partir daí, Veríssimo conecta-se com o leitor da Trip e apresenta suas críticas e opiniões, construídas através da imersão extrema do jornalista participativo da ação e com foco narrativo em primeira pessoa. É interessante notar também que, ao contrário do texto de Hunter S. Thompson, que é pesado, ácido e, às vezes, confuso, Arthur Veríssimo faz textos leves, mesmo quando a problemática exige muita seriedade. Em sua maioria, ele faz uso tanto de cenas comuns quanto de situações improváveis para falar de problemas sociais verdadeiros e graves. O jeitinho gonzo brasileiro tem a leveza, o humor satírico e a problemática nacional. É importante destacar que por ser um gênero jornalístico bastante subjetivo, o gonzo é construído a partir do estilo de cada autor. Arthur Veríssimo, ao contrário do polêmico Hunter S. Thompson, é excêntrico e abusa do inusitado para produzir o seu gonzo. Dessa forma, a revista Trip, através de Arthur Veríssimo, produz um gonzo com *made in Brasil*. Essa brasilidade se dá, em especial, em função da temática abordada, que enfatiza os problemas e particularidades culturais do povo brasileiro, bem como pelo perfil nacionalista do jornalista, que independente de falar bem ou de falar mal, sempre fala do Brasil.

REFERÊNCIAS

ALVARES, Rodrigo. **Jornalismo Gonzo no Brasil**. 2004. 56f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo). PUC – RS/FAMECOS, Porto Alegre, 2004. Disponível em: < <http://ebookbrowse.com/jornalismo-gonzo-no-brasil-pdf-d323406136>>. Acesso em: 22 out. 2012.

CAVACA, Pedro Pintanguy Rodrigues. **Tênue linha entre jornalismo e literatura:** análise de conteúdo do livro-reportagem Radical Chique. 2009. 44f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo). Centro Universidade de Belo Horizonte/UNI-BH, Belo Horizonte, 2009. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/49496522/TENUE-LINHA-ENTRE-JORNALISMO-E-LITERATURA-Analise-de-conteudo-do-livro-reportagem-Radical-Chique-2005-de-Tom-Wolfe>>. Acesso em: 10 out. 2012.

CZARNOBAI, André Felipe Pontes. **Gonzo:** O filho bastardo no *New Journalism*. 2003. 90f. Trabalho de Conclusão do Curso (Graduação em Jornalismo). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2003. Disponível em: <<http://qualquer.org/gonzo/monogonzo/>>. Acesso em: 25 jul. 2012.

FOLHA DE S. PAULO. **Novo manual da redação.** São Paulo: Folha de S. Paulo, 1992.

LACERDA, Luciene Mendes. **O jornalismo gonzo:** Um possível diálogo entre Hunter S. Thompson e Arthur Veríssimo. In: ENCONTRO DA ALCAR, 7., 2009, Fortaleza. Disponível em: <<http://paginas.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/7o-encontro-2009-1/O%20jornalismo%20gonzo.pdf>>. Acesso em: 01 fev. 2012.

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas ampliadas:** O livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura. Barueri: Manole, 2009.

PENA, Felipe. **Jornalismo Literário.** São Paulo: Contexto, 2008.

TRIP. **Release institucional da editora Trip** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <irapmartins@gmail.com> em 7 ago. 2012.

VERÍSSIMO, Arthur. **Cabra cego.** *Trip*. São Paulo, ano 26, n. 208, p. 96-99, mar. 2012a.

_____. Famoso quem. **Trip**. São Paulo, ano 26, n. 210, p. 114-117, mai. 2012b.

_____. O tuk-tuk é coisa nossa. **Trip**. São Paulo, ano 26, n. 211, p. 90-95, jun. 2012c.

_____. Minha monga, meu amor. **Trip**. São Paulo, ano 26, n. 212, p. 64-67, jul. 2012d.