

Jornal *O Sul* o discurso sensacionalista

RESUMO

O jornal *O Sul* parece, à primeira vista, não ter nada a ver com o sensacionalismo. Todavia, publicou 16 matérias do Caso Richthofen, em 2002 e 2003. Como podemos compreender e explicar o seu estilo discursivo?

ABSTRACT

The newspaper *O Sul* seems, at first sight, to have nothing with sensationalism. However, has published 16 articles about Richthofen Case, in 2002 and 2003. How can we comprehend and explain its discursive style?

PALAVRAS-CHAVE (KEY WORDS)

- Discurso (*Discourse*)
- Semiologia (*Semiology*)
- Sensacionalismo (*Sensationalism*)

UM PRIMEIRO OLHAR, no jornal *O Sul*, parece o suficiente. Ficamos com uma impressão satisfatória, e auto-suficiente, para o nosso senso comum. Não é um jornal sensacionalista, de maneira nenhuma. Parece ter qualquer outro perfil.

Neste ensaio, pretendemos refletir sobre a discursividade de *O Sul*. Reuniremos, para tanto, algumas evidências do nosso projeto de pesquisa “Comunicação, Discurso e Ideologia: a Subjetividade no jornal *O Sul*”, recém-concluído.

Um primeiro Olhar

O Sul não está sozinho no mundo. Possui um contexto específico. É o da mídia brasileira, em suas manifestações impressas e eletrônicas. Por isso, iremos dialogar, com brevidade, com algumas questões contextuais.

A década de 90, do século XX, trouxe, entre outras evidências, uma evidência invariante na pronúncia midiática. Foi o avanço substantivo do sensacionalismo em diferentes espaços impressos e eletrônicos. A televisão parece ter tomado gosto pelo sabor sensacionalista, movida por alguns significantes relevantes. Foram a consolidação do processo democrático e o Plano Real, como agendas, respectivamente, políticas e econômicas. As repercussões não tardaram.

O Plano Real, ao estabilizar a moeda, redesenhou o mercado televisivo. Patrocinou o acesso de integrantes das classes “D” e “E” aos aparelhos receptores. Uma nova massa, de até então marginalizados da janela eletrônica, ganhou o crachá de telespectador.

Diante da conjuntura, os canais abertos, convivendo com o surgimento dos canais, por assinatura, parecem ter encontrado um novo filão. Resolveram investir na estética sensacionalista, por razões econômicas e ideológicas.

Roberto Ramos

PUCRS

O telejornalismo ecoou, inicialmente, a nova tendência. Foram, por exemplo, os casos do já extinto *Aqui, Agora*, do SBT, que deixou alguns frutos. Surgiram, posteriormente, o *Cidade Alerta*, da Record, e o *Brasil Urgente*, da Bandeirantes.

O gênero Talk Show, introduzido, no Brasil, pelo *Jô Onze e Meia*, do SBT, passou a ter uma nova fisionomia. Apropriou-se do discurso sensacionalista. O *Programa do Ratinho*, primeiro na Record e, hoje, também, no SBT, tornou-se um novo paradigma. A Globo parece não ter perdido a coroa. Arquivou o seu bordão de “padrão de qualidade”. Lançou o *Linha Direta*, em 1998, com todos os tipos de sangue no cenário da violência nacional, sem perder um fio de sua arrogância.

A mídia impressa procurou, também, atender à nova demanda de leitores. Apareceram novos jornais, com as insígnias de “populares”. Foram os casos de *Extra*, *Agora São Paulo* e *Diário Gaúcho*. Tentaram seduzir os leitores, através de “agressivas campanhas de marketing, distribuição de prêmios e de preço baixo de capa nas bancas” (Ribeiro, 2002, p. 2).

No Rio Grande do Sul, a Rede Pampa de Comunicação, atuando desde 1970, também resolveu investir em um novo empreendimento. Colocou, no mercado, o jornal *O Sul*, em 2001, com uma tiragem inicial de 100 mil exemplares, “voltado para as classes A e B”, conforme Loch (2004, p. 45).

À primeira vista, *O Sul* apresentava o perfil de uma revista. Vocacionava-se para a reportagem e para a fotografia, como significantes básicos de sua discursividade. Dava a impressão de andar na contramão do sentido do sensacionalismo.

O seu editor-chefe, da época, Nélon Ferrão, desenhou, discursivamente, a postura editorial. Caracterizou-o na perspectiva da neutralidade, bem ao gosto epistemológico do positivismo, que pauta, em geral, as práticas jornalísticas, onde o real é reduzido à silhueta do fato.

O logotipo, em azul e branco, ilustrava, com sincronia, a produção de sentido

de Ferrão. O azul simboliza a “supressão das emoções” e o branco, “a fuga dos envolvimentos emocionais” (Kolck e Justo, 1976, p. 58). Tais simbolizações faziam continência ao autoconceito de neutralidade.

Com todas as páginas coloridas, *O Sul* dava ênfase a algumas editorias específicas. Sublinhava o papel da Política, do Esporte e do noticiário internacional. Ferrão (2001), com luminosidade de néon, refletia categorizações sobre a prática de informar. Não é algo quantitativo, mas qualitativo, sustentava. Não precisa trazer informação sobre tudo, destacava. Basta somente informar o essencial, para compreender o mundo, sublinhava.

Na discursividade de *O Sul*, o gênero opinativo apresenta densidade, quase como sintoma de explosão demográfica, por centímetro quadrado. Há uma concessão à importância do colunista. Reúne uma galeria plural, de jornalistas cariocas, paulistas e, mais recentemente, gaúchos. Tal polifonia rende uma autolegitimação. Grifa o seu halo de neutralidade.

Em um primeiro momento, parece um traço de jornal provinciano, que procura medir o seu complexo de inferioridade, que buscava a tessitura da civilidade, através da tessitura da metrópole. Explorava a moldura de nomes multimídia, que poderiam, a priori, interpelar o público leitor.

Há, porém, uma conotação, de dimensão econômica. O superdimensionamento do gênero opinativo, em detrimento do informativo, é, também, aritmético. Dá conta de quem dispõe de uma equipe pequena, para os processos jornalísticos de seleção e de organização da informação. Tem em vista a questão financeira e os aspectos de um mercado, marcado e demarcado pela competitividade.

No final de 2002, ocorreu a contratação do jornalista Rogério Mendelski, que já atuou na Caldas Júnior e na RBS. Ele apresenta uma trajetória de êxito, iniciada nas peças impressas, mas conquistou notoriedade, sobretudo, no rádio e na televisão. Além do seu programa diário na Rádio

Pampa, passou a assinar uma coluna sobre política em *O Sul*.

Ao completar dois anos, *O Sul* possui algumas empatias, que se desenvolveram ao redor de muitas mudanças. Significa uma alternativa jornalística, em um mercado monopolizado, sobremaneira pela RBS. Abre novos postos de trabalho e oferece uma outra oportunidade de leitura. É, imaginariamente, bem-vindo em suas conseqüências econômicas e culturais.

A discursividade de *O Sul* enseja diferentes e plurais leituras. Todavia, as suas questões discursivas, através da sua singularidade de produção de sentido, parecem essenciais. Oportunizam lê-lo, em suas dimensões semiológicas, contemplando o seu nível verbal. A priori, se destila com a estereotipia da neutralidade, tão afeita à práxis positivista. Tal ilusão pode ou não aludir o contrário? Como se pode imergir nas águas da historicidade, e emergir, sem o pecado original da relatividade?

O Caso Richthofen, em 2002, impactou o país, através dos diferentes espaços do AIE de Informação, em suas peças eletrônicas e impressas. A estudante de Direito Suzane Richthofen planejou o assassinato dos seus pais – o engenheiro Manfred e a psiquiatra Marisia. A execução foi feita pelo seu namorado, Daniel Cravinhos, e pelo irmão dele, Christian Cravinhos. Tudo isso ocorreu no cenário de uma família de classe média alta da sociedade paulistana.

● Olhar Óbvio

O sensacionalismo tem se alimentado de dois olhares primordiais: o do senso comum e o de teóricos do jornalismo. Ambos, em suas particularidades, produzem uma generalização de um sentido óbvio – é o que está na frente para Barthes (1990).

O senso comum, em sua autenticidade empírica e em sua superficialidade, pode decodificar o sensacionalismo, com propriedade. Parece saltar aos olhos uma performance discursiva, com cores superla-

tivas e tons espetaculares.

Angrimani é um teórico respeitável das práticas do jornalismo. Ele (1994, p. 12) anota, com saber, o seu conceito de sensacionalismo, com nuances específicas:

“(...) Trata-se da utilização de um tom escandaloso, para sensacionalizar aquilo que não, necessariamente, é sensacional; é superdimensionar o fato, que, muitas vezes, em sua essência, não seria relevante, mas é utilizado como um exercício ficcional (...)”

Barthes (2003, p. 279) concebe o discurso, como “uma espécie de excursão, divagação”. Ele resgata os dois sentidos de divagação, propostos por Mallarmé: todo o discurso conjuga “encobrimento e revelação”.

Os discursos do senso comum e de Angrimani são reveladores. Compreendem e explicam o sensacionalismo, por intermédio do óbvio. Assinalam os seus traços denotativos, de caráter escandaloso e espetacular. A obviedade da denotação apresenta um perfil imaginário – ilusão (Barthes, 1999). Absolutiza o sensacionalismo, singularizando-o em um estilo único. Tal fechamento de sentido faz os discursos produzirem o seu encobrimento.

O sensacionalismo é reduzido a uma meta linguagem óbvia, que traz conseqüências. Inscreve-o em uma camisa-de-força, bem ao gosto da superficialidade empírica e da etiqueta objetivante do positivismo. Tudo parece ter sido dito. Não há mais o que dizer. Só existe o determinismo de um ponto final, e estamos conversados. Pela perspectiva do olhar óbvio, o sensacionalismo é um estilo único. Agencia-se pelos sentidos do exagero e do espetáculo, como uma produção denotativa.

Fora isso, tudo o mais não é sensacionalista. Significa um jornalismo sério, digno de credibilidade e de uma cega crença em seu teor de veracidade. Tal olhar, cabrestado pela obviedade, é lógico em suas argumentações. Possui, na sua implicitude, um comprometimento ideológico. Procura legitimar a discursividade jornalística.

Desta forma, o sensacionalismo, como um

estilo discursivo exagerado e espetacular, é decodificado como um desvio. Assume o tom de uma disfunção. O maniqueísmo parece prosperar. O jornalismo é legítimo; o sensacionalismo, a parte podre da maçã.

● Olhar Obtuso

Estudamos 16 matérias do Caso Richthofen, publicadas por *O Sul* em 2002 e 2003. Contemplamos a produção de sentido, em níveis verbal e não-verbal, através dos pressupostos teóricos de Barthes e de Althusser. Disponibilizamos a Dialética Histórico-Estrutural (DHE), como método, a semiologia, como técnica, em uma pesquisa semiológica.

A singularidade discursiva do jornal se revelou em algumas particularidades. O uso da fotografia apresentou alguns significantes básicos. Foram a Cor, a Metonímia. A Antítese trágica e a Repetição. As legendas tiveram adequação com as imagens fotográficas. Cumpriram uma tarefa linguageira básica. Ancoraram-nas, ou seja, particularizaram os seus sentidos, conforme Barthes (1990).

A discursividade, pela bitola do verbal, ofereceu algumas evidências. A Pirâmide Invertida, a Antítese trágica e a Repetição foram significantes invariantes. Possuíram constância, supratemporalidade e supra-espacialidade.

O diálogo entre o verbal e o não-verbal ocorreu, com um sentido lógico. Tiveram uma amarração sincrônica, sobretudo, por intermédio da Antítese trágica e da Repetição, como significantes invariantes. Ambos materializaram o *Fait Divers* de Coincidência, como a informação sensacionalista (Barthes, 1971). Houve uma abordagem, firmada e afirmada na exploração emocional.

A noção de Coincidência estabeleceu uma conotação básica. Explicou os crimes à luz dos *spotés* da Fatalidade, como um *deus ex machina*, como um espelho absoluto – o fiador de toda a historicidade. O nó da Tra-

gédia foi exibido, com ostensividade, em sua densidade conflituosa. Encontrou, a posteriori, uma solução metafísica, como síntese. Foi a Fatalidade, que distribuiu os dízimos da catarse, patrocinando o equilíbrio social e subjetivo. Tudo, terminando, com a pacificação do sentido, ao melhor estilo dos piores folhetins.

À primeira vista, a reação acontece sob o formato da negação. O senso comum e os teóricos do óbvio podem compartilhar de uma certeza, despida de incerteza. *O Sul*, de maneira nenhuma, pode ser sensacionalista.

Não se inscreve e nem se circunscreve ao estilo clássico do sensacionalismo. Não possui o sabor do escândalo, convertido em escandaloso. É órfão do pecado original do exagero, com hálito de bate-boca. É o avesso disso tudo. Está na contramão da estética sensacionalista. Tem pose de civilidade. Parece ser tão britânico, em seu perfil de imparcialidade, que pode ser espremido, que não verte uma gota de sangue.

Quem pensa assim, está guardado e resguardado por uma lógica relevante. Só possui olhos para a linearidade do óbvio. A obviedade é a medida e o metro, para a tessitura do absoluto. O sensacionalismo é um estilo menor. Significa o primo pobre do jornalismo. Viveu às expensas da pré-industrialização e massificação midiática e, hoje, sobrevive em alguns guetos. São honrosos, como exceção, que legitimam a regra geral: a pureza excelsa do jornalismo.

Tal postura consegue conceber a aparência do sensacionalismo, mas não consegue decodificar a sua essência. Configurar-se como um punhado de significantes denotados, que perfazem o DNA e as digitais sensacionalistas.

Há, nessa perspectiva, um conceito luminar de sujeito. Está consolidado pelo reino da consciência, que articula os seus andares. Assim, é dono do seu nariz e latifundiário de suas decisões. O sujeito é lido por uma perspectiva idealista. Tem a fisionomia, que oscila entre o herói grego e o super-homem. Desconhece o sentido de

qualquer conflito humano. Parece ser uma síntese do bem e uma apologia da virtude. A esquizofrenização do sujeito, empreendida por Descartes (1979), se materializa. A razão e a emoção são partículas lineares, divorciadas, em seus monólogos. Não dialogam. É o discurso, pronunciado por uma significância histórica. Promete revelações apenas para não cumpri-las, com um sentido lúdico da primeira infância. Tece um jogo do esconder, sem ponto final.

Quem decodifica o sensacionalismo, como um estilo óbvio, traz algumas contribuições. Torna-o mais acessível, mais tátil, em sua percepção imaginária. Parece ter, em sua cultura – intertexto, conforme Barthes (s. d.) – dois significantes de paradigma. Um é o positivismo, em seu ritual da obviedade absolutizada; o outro, a dialética de Hegel (1991), tentando colar o histórico e o metafísico.

As matérias do Caso Richthofen, publicadas por *O Sul* em 2002 e 2003, evidenciaram uma invariância. Foi a onipresença do *Fait Divers* de Coincidência, como signifiicante das dimensões verbal e não-verbal.

A expressão francesa *Fait Divers* designa, em sua generalidade, a informação sensacionalista. É a matéria-prima da enunciação do sensacionalismo. Vários teóricos, com diferentes abordagens, consideraram-na em sua relevância. Foi o que fizeram Morin, Baudrillard, Maffesoli e Barthes, entre outros.

O *Fait Divers* é anterior ao advento do AIE de Informação. Era uma invariância na Idade Média. Habitava a estrutura da linguagem do canto dos menestrelis – os comunicadores da época – responsáveis pelo engenho da informação.

A *Gazette de France*, em 1631, lança edições extraordinárias, com grandes tiragens, consagradas ao *Fait Divers*, sublinha Angri mani (1994). A iniciativa foi seguida, devido à facilidade das técnicas de impressão e à certeza de lucro.

O *Fait Divers* marcou a sua importância, também, na literatura. Influenciou poetas e romancistas em diferentes épocas.

Cabe grifar, entre outros, Flaubert, Sthendal e Zola, que se alimentaram desta referência sensacionalista, que, nele, encontraram a massa para o pão de seus romances.

Barthes (1971), diferente de outros teóricos, teve um mérito. Foi além das margens conceituais do *Fait Divers*. Arrumou-lhe uma tipologia básica, especificada pela Causalidade e pela Coincidência. Ambas se manifestam em subtipos, direcionados para a compreensão da excepcionalidade, introdutora da noção de conflito. Ancora a densidade emocional.

O *Fait Divers* de Causalidade apresenta dois subtipos, de acordo com Barthes (1971, p. 267-271):

a) Causa Perturbada – há o desconhecimento ou a imprecisão causal e quando uma pequena causa provoca um grande efeito;

b) Causa Esperada – quando a causa é normal, a ênfase recai nos personagens dramáticos: mãe, criança e idoso.

O *Fait Divers* de Coincidência dispõe, igualmente, de dois subtipos:

a) Repetição – é o igual, que se reproduz, com diferença, segundo Lacan (1990);

b) Antítese – duas perspectivas antagônicas são fundidas em uma única realidade. Uma de suas formas de expressão é o Cúmulo (a má-sorte), figura da tragédia grega (Barthes, 1971, p. 271-274).

Observamos que há, formalmente, a estruturação de um conflito na Causalidade e na Coincidência. Este interpela e obtém reconhecimento não apenas pelo dito, mas sobretudo pela forma de dizer. Ocorre a mimetização da dialética da subjetividade. A Consciência é o texto, o determinado; o Inconsciente, o contexto, o determinante.

A condição de sujeito é uma condição conflitiva. O interpelado se reconhece nesta factualidade, trazida pelo *Fait Divers*. Ele é, também, um efeito, em nível de consciência, cujo contexto está no porão do inconsciente. Ao se reconhecer, estabelece a identificação projetiva – projeta a sua interioridade na exterioridade – que enseja a catarse.

A concepção barthesiana de *Fait Divers*

possui uma invariante na diversidade de tipos e subtipos. É a onipresença da Antítese, que fixa a noção de conflito, que o instaura, imaginariamente, com os seus decibéis de figura de linguagem.

Na Causalidade, a perturbação causal acontece no conhecimento do fato e no desconhecimento do seu porquê. Também, se constata na relação ilógica entre a pequena causa e o grande efeito. Na lógica causal, sobrevive a ilogicidade dos personagens dramáticos. É a hegemonia da Antítese, que traz a reboque a fisionomia de sua Repetição.

Barthes (1988, p. 295) resgata a relevância da Antítese, como simbolização dos conflitos humanos, por intermédio do termo *Machè*, comum no repertório grego:

Em grego, *Machè* quer dizer: o combate, a batalha — o combate singular, o duelo, a luta num concurso (...) Havia um sentido mais penetrante: contradição nos termos, quer dizer armadilha lógica, *double bind*, origem das psicoses (...).

A invariância da Antítese, indissociável da Repetição, fixa a hegemonia da Coincidência. Ela despe o sujeito de sua responsabilidade histórica. Conforta-lhe com a irresponsabilidade, desculpando as suas culpas, desobrigando-o da obrigação de mudança. Permite-lhe regredir a um estágio de primeira infância, onde não existe responsabilidade pelos atos. É a garantia de transferir a responsabilidade, para a noção de Fatalidade.

Tal qual, na tragédia grega, quando um *deus ex machina* era a solução para os problemas não-resolvidos pelos humanos, é o papel da Fatalidade. Entroniza-se, como o Sujeito Absoluto, o grande pai transcendental. É o fiador perfeito para as imperfeições, inscritas na relatividade histórica da sujeição.

Tudo está pronto e harmonizado pela Fatalidade. É a contribuição do *Fait Divers*. Explica a história, através de uma dimen-

são a-histórica. Desenvolve, com perfeição, a dialética hegeliana. Mostra os conflitos e os demonstra por um espírito absoluto — a Fatalidade, metáfora de Deus, para quem crê, e do inconsciente, para quem tem outras descrenças. É uma das interpelações básicas do discurso enclítico — o discurso da hegemonia, de acordo com Barthes (1988).

O Sul é uma das peças do AIE de Informação — o sistema de jornal, rádio e televisão, como refere Althusser (1985). Apresenta, na pronúncia do seu discurso enclítico, uma dimensão transdiscursiva. É o seu perfil de empresa capitalista, agenciado pelos seus traços comerciais.

Há uma metáfora — condensação, no sentido laciano (1988) —, entre o econômico e o ideológico. São faces de uma mesma moeda, articulada por um significante, de extração transdiscursiva. É o Valor de Troca.

Nas suas diversidades imaginárias, o econômico e o ideológico se condensam em uma unidade. São, em essência, uma realidade mercantil. Está empacotada e amarrada à lógica e à estética do Valor de Troca, que apenas conhece o peso e a medida de uma mercadoria.

Cabe recordarmos a distinção entre o Valor de Uso e o Valor de Troca, realizada por Marx (1983, p. 49):

(...) Quem, com o seu produto satisfaz a sua própria necessidade, cria o Valor de Uso, mas não de mercadoria. Para produzir a mercadoria, ele não precisa produzir apenas Valor de Uso, mas Valor de Troca, para outros, valor social (...) Para se tornar mercadoria, é preciso que o produto seja transferido, a quem vai servir, como Valor de Uso, por meio da troca (...).

A caracterização marxista nos permite considerar o Valor de Troca na relação entre a produção e o mercado. Transcende o conceito de necessidade do produtor, instaurando o outro, como consumidor. Ambos se encontram simbiotizados pelos elos da mercadoria. Tal diálogo se reproduz, no

AIE de Informação, como empresa capitalista, através dos papéis de emissor e de receptor. A discursividade é habitada pela transdiscursividade, de natureza mercantil.

O *Fait Divers* de Coincidência, como significante, nas páginas de *O Sul*, dialoga, assim, com um outro significante transdiscursivo. É o Valor de Troca, em sua performance de reificação - a mercantilização do todo e do tudo sociais, pela perspectiva de Lukács (1989).

Com isso, o sensacionalismo não se restringe a um reducionismo de um estilo somente óbvio. Transcende a linearidade da denotação, como marco e marca de um discurso, articulada pelas sílabas e pelos fonemas conscientes.

O sensacionalismo, em seu sentido obtuso, parece ser marcado e demarcado por uma cadeia complexa de significantes. É fruto da conotação, onde "vibra o social", de acordo com Barthes (2003). Dialoga com as emoções inconscientes, concedendo-lhes oportunidades de comunicação, que podem culminar com o processo catártico.

Na indissociabilidade entre significante e significado, o primeiro é hegemônico. Constitui a essência. Pertence 'a ordem do Inconsciente. Legenda-se pela forma e pela conotação. Tem expressão simbólica e invariante. O outro está conectado à consciência, através da denotação. É variável e se manifesta pela lógica do imaginário.

Nesse sentido, o sensacionalismo pode possuir algumas singularidades. Não é um estilo somente óbvio. Parece ter um caráter obtuso, pronunciado por significantes discursivos - a Antítese e a Repetição -, e um significante transdiscursivo - o Valor de Troca. Tal cadeia de significantes, talvez, seja invariante nas informações midiáticas, de manifestação massiva.

Portanto, nem toda a informação midiática deve ser absolutizada como *Fait Divers*. Todavia, talvez, toda a informação midiática e massiva pode possuir uma invariância. É o código sensacionalista, composto pelos significantes discursivos - Antítese e/ou Repetição -, e um significante

transdiscursivo - o Valor de Troca. Tal estrutura parece agenciar a produção ideológica do sensacionalismo .

Referências

- ALTHUSSER, Louis. *Aparelhos Ideológicos de Estado*. 2. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1985.
- ANGRIMANI, Danilo. *Espreme que Sai Sangue: um Estudo do Sensacionalismo na Imprensa*. São Paulo: Summus, 1994.
- BARTHES, Roland. *Escritores, Intelectuais, Professores e Outros Ensaio*. Lisboa: Presença, s. d.
- _____. *O Óbvio e o Obtuso*. Lisboa: Edições 70, s. d.
- _____. *Ensaio Críticos*. Lisboa: Edições 70, 1971.
- _____. *O Rumor da Língua*. Lisboa: Edições 70, 1988.
- _____. *O Prazer do Texto*. 7. ed.. São Paulo: Perspectiva, 1999.
- _____. *Como Viver junto*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- DESCARTES, René. *Discurso do Método*. Lisboa: Edições 70, 1979.
- HEGEL, Georg. *Hegel - coleção Os Pensadores*. São Paulo: Nova Cultural, 1991.
- LACAN, Jacques. *O Seminário, livro 4, As Psicoses*. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1988.
- _____. apud HARARI, Roberto. *Uma introdução aos quatro conceitos fundamentais de Lacan*. Campinas: Papirus, 1990.
- LUKÁCS, Georg. *História e Consciência de Classe - estudo da Dialética marxista*. 2. ed.. Rio de Janeiro: Elfos, 1989.
- MARX, Karl. *O Capital - coleção Os Economistas, volume I, tomo II*. São Paulo: Abril Cultural, 1983.
- KOLCK, Theodorus van e JUSTO, Henrique. *O teste da Pirâmide das Cores*. São Paulo: Vector, 1976.

Outras fontes

FERRÃO, Nélon apud Programa Argumentos. UNITV, 12 de agosto de 2001, 22h às 22h45min.

LOCH, Raquel. Jornal O Sul: Fait Divers e Imaginário. Porto Alegre: Pucrs-Famecos. Monografia de habilitação em Jornalismo, 2004.

RIBEIRO, Marili. O Futuro da Comunicação. Gazeta Mercantil. São Paulo, 07 de fevereiro de 2002, p. 2.