

Rede Globo - 40 Anos: o mito da quantificação do real

Roberto Ramos¹

RESUMO

A Rede Globo de Televisão está completando quatro décadas neste ano. Os discursos e autodiscursos que a legitimam são, em geral, previsíveis. Convocam e evocam um batalhão de números. A interpelação possui um significante básico. É o Mito da Quantificação do Real. Sobre isso, refletirá o presente ensaio, que não terá a máscara da neutralidade.

Palavras-chave: Televisão; Discurso; Ideosfera.

ABSTRACT

Globo Network Television is completing four decades this year. The discourses and self-discourses that legitimate it, are, generally, predictable. Convoke and evoke a lot of numbers. The interpelation has a basic signifying. It is the Real's Quantification Myth. About this, will reflect this essay, without any neutrality mask.

Keywords: Television; Discourse; Ideology.

A festa dos 40 anos da Globo vem sendo regada por uma pluralidade discursiva. Apresenta o autodiscurso, onde a aniversariante fala sobre si mesma, sem rubor, com densidade narcísica. Há, também, o discurso do rebanho dos seus súditos, aqueles que só se sentem alguém à sombra e ao som do plim-plim.

Este ensaio, na pronúncia de suas limitações, refletirá sobre a hegemonia e a competência da Globo, como uma oferta ideológica. É uma discursividade, embriagada pelo sentido dos números. Disponibilizará, para tanto, da Semiologia, de Roland Barthes, em suas possibilidades interdisciplinares.

1. UM PASSADO, MAL PASSADO

A Globo foi inaugurada em 26 de abril de 1965. Assinou, em 1962, um contrato com o grupo norte-americano Time-Life, que se estendeu até 1969. Recebeu 5 milhões de dólares na transação. Transgrediu o Artigo 160 da Constituição, que, na época, proibia a presença do capital estrangeiro em meio que fosse fruto da concessão estatal. O então governador da Guanabara, Carlos Lacerda, denunciou o ilícito.

O Congresso Nacional constituiu uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI), para apurar as denúncias. Houve a conclusão que o acordo era inconstitucional. O presidente Castelo Branco, todavia, alterou a Constituição para torná-lo legal, conforme Machado (1993, p. 59-60):

[...] Aprovada após uma reunião com o Congresso, em 24 de janeiro de 1967 [...] A nova Constituição vedava a propriedade e a administração de empresas jornalísticas, de qualquer espécie, inclusive de televisão e de radiodifusão, a estrangeiros. Castelo Branco, então presidente da República, surpreende a nação, com um decreto-lei, franqueando a estrangeiros a propriedade e a orientação intelectual de empresas jornalísticas [...]

Os militares chegaram ao poder, em 1964, sem a legitimidade do voto. Optaram pelo modelo de desenvolvimento da Atualização Histórica desenvolvimento, com dependência, de acordo com Ribeiro (1987). Internacionalizaram o mercado interno e implantaram uma modernização tecnológica às custas de empréstimos externos.

Tal projeto necessitava de um meio hegemônico, com alcance nacional no Aparelho Ideológico de Informação sistema de jornais, rádios e televisões, como observa Althusser (1984). A Globo ocupou esta função, como parceira ideológica da ditadura militar.

A Embratel (Empresa Brasileira de Telecomunicações) se filiou ao Consórcio de Satélites Intelsat. Ensejou a transmissão direta de Televisão, de

¹ Doutor em Educação, professor da FAMECOS-PUCRS, Graduação e Pós-Graduação. Obras publicadas: Futebol: Ideologia do Poder, Grã-finos na Globo, Manipulação e Controle da Opinião Pública. A Máquina Capitalista, Mídia, Textos e Contextos (org.) e A Ideologia da Escolinha do Professor Raimundo. E-mail: rr@pucrs.br.

início, para o Rio de Janeiro e São Paulo e, depois, para os demais Estados. Isso possibilitou a estréia do Jornal Nacional, em 1969, muito admirado na época, pelo presidente Emílio Garrastazu Médici (1985, p. 401):

Sinto-me feliz todas as noites, quando ligo a televisão, para assistir ao jornal. Enquanto as notícias dão conta de greves, agitações, atentados e conflitos em várias partes do mundo, o Brasil marcha em paz, rumo ao desenvolvimento. É como se eu tomasse um tranquilizante após um dia de trabalho.

A confiança de Médici é elucidativa. Durante 20 anos, a Globo silenciou a expressão “Ditadura militar”. Apenas levava ao ar, em 1985, quando ela já não existia mais. Surgia a nova República, com a vitória de Tancredo Neves, na eleição presidencial no Colégio Eleitoral através do voto direto.

Ao longo de duas décadas, a Globo abriu os seus microfones e câmeras para legitimar o Golpe Militar. É preciso, nesse sentido, fazer justiça. Foi de uma fidelidade divina. Rezou pela cartilha verde-oliva e sacralizou, com todos os cânones, o “Milagre Brasileiro” a manipulação política e estatística sobre a realidade nacional.

O seu perfil adesista não se perdeu nas migrações governamentais. No governo José Sarney, dava o melhor de si. Contribuía para maquiagem a crise econômica. Divulgava os índices inflacionários, como rendimentos da Caderneta de Poupança, de acordo com Hartog (1993). Ajudava, com tal eufemização, a esconder o Brasil dos brasileiros, como ícone de sua prática jornalística pronunciada pelo Jornal Nacional.

O Jornal Nacional entrou no ar em 1º de setembro de 1969. Foi o primeiro telejornal, em rede do país, fruto dileto de uma circunstância histórica. Nasceu e floresceu sob o signo da Ditadura Militar, aos auspícios da logomarca do “Milagre Brasileiro”.

Assumiu a condição de um dos ícones da integração nacional. Conectou os quatro cantos do país pelas amarras tecnológicas dos satélites. Construiu, em sua semiologia, a imagem de um Brasil Novo, homogeneizando os traços dos brasis não-catalogados nos cartões postais.

Desenvolveu uma cópia dos piores traços do Telejornalismo norte-americano. Comprometeu-se com o Gênero Informativo, pelo dogma do fetichismo da Objetividade, para tentar exorcizar a sua pulsão de adesismo. A Neutralidade foi a tentativa de denegar os seus comprometimentos ideológicos.

Em 1982, os candidatos Moreira Franco, do PDS, e Leonel Brizola, do PDT, disputavam a eleição ao governo do Rio de Janeiro. A matemática global quase se consagrou. Previu um empate entre os dois

candidatos. Brizola venceu, com uma diferença de 178.536 votos.

A emissora desenvolveu a cobertura eleitoral, priorizando o Interior, reduto de Franco. A tentativa de manipulação ficou conhecida como o Caso Proconsult, como mais um escândalo em que a Globo tentou falsificar a realidade, de acordo com as suas conveniências.

Em 1989, na primeira eleição pelo voto direto, (pós-64), Fernando Collor de Mello derrotou Luiz Inácio da Silva, Lula, no segundo turno da disputa presidencial. Collor teve uma inestimável ajuda. O Jornal Nacional consagrou-o vitorioso no debate final, baseado em uma pesquisa de opinião feita pela Vox Populi, a empresa responsável pela sua campanha, conforme Pinheiro (1993).

Diante do risco do Impeachment, acusado de corrupção passiva, Collor renunciou, em 1992, mas teve os seus direitos políticos cassados por oito anos. Entre os seus adversários, encontrou uma ex-aliada: a Globo. Ela deu uma demonstração de força em eleger e derrubar um presidente. Autolegitimou-se com a reprodução subdesenvolvida desta espécie de Watergate caboclo, como se não tivesse nenhum comprometimento e cumplicidade com o maior acusado.

Um dos aspectos essenciais no AIE de Informação é a credibilidade. É um pré-requisito do interpelante. Ele precisa ter respaldo, uma credencial que justifique a sua investitura. A legitimação pressupõe a autolegitimação. A Globo, ao apoiar a saída de Collor, estava salvando o país da corrupção, porém não aludia que tinha sido também responsável pela sua entrada, ajudando a construir o seu marketing de “Caçador de Marajás”.

Na eleição presidencial de 2002, a emissora carioca esboçou, de início, uma aposta no candidato José Serra, do PSDB. Percebeu, no entanto, a sua fragilidade eleitoral. Embarcou na candidatura de Lula, do PT, jurando amores e trocando buquês de legitimação. Parecia ser petista desde criancinha. Depois da vitória, lá estava Lula na bancada do Jornal Nacional, trocando alianças com a Vênus Platinada.

Observamos que, no período da ditadura e no da democratização, a Globo reproduziu a Ideologia Dominante. Selecionou e organizou informações, em níveis de realidade e de ficção, de acordo com o Poder de Estado nos mais diferentes momentos. Sustentou quem não tinha voto, ajudou a conquistá-los quem os precisava e autorizou e desautorizou, com a força de criar a realidade, própria de quem é a principal peça do AIE de Informação no Brasil, detentora de um monopólio negado pela Constituição vigente.

A Globo, mesmo sediada num país terceiro-mundista, desfruta de uma situação invejável. Possui uma hegemonia, mantida há mais de duas décadas. Absorve $\frac{3}{4}$ de toda a verba publicitária investida no Brasil para Televisão, ou seja, 75%, estima Melo (1988).

Mattelart (1988, p. 43) constata que a Globo é a quarta maior rede de televisão do mundo. Fica atrás apenas das três norte-americanas CBS, NBC e ABC. Apresenta uma auto-suficiência em termos de programação, que alcança “cerca de 65%, índice só comparável à empresa cinematográfica Metro Goldwyn Mayer (MGM)”, dos Estados Unidos, nas décadas 30 e 40 do século passado.

A Globo tem uma audiência potencial, atualmente, de 104 milhões de telespectadores. Abrange, com o seu sinal, 99,84% dos municípios brasileiros e conta com 8.201 funcionários, de acordo com os seus anúncios comemorativos do seu trigésimo aniversário (1995). Esses revelam sobre a programação:

Produz 3 horas e meia diárias de jornalismo, 3 horas e meia diárias de teledramaturgia e exibe programas que divertem, informam e educam, como Globo Ciência, Globo Ecologia e Telecurso 2.000, realizados pela Fundação Roberto Marinho. Possui uma rede de 86 emissoras, exporta programas para 130 países, conquistou 54 prêmios internacionais, sendo 10 de telejornalismo e 20 de teledramaturgia. [...]

Mattelart (1988) salienta que o monopólio da Globo se efetiva em dois níveis. É horizontal, porque não possui concorrentes no mercado brasileiro, e vertical, devido a sua concentração de produção de programas, inibindo outras possibilidades de programação para a audiência.

Além da rede de Televisão, as Organizações Globo somam mais de 100 empresas, distribuídas nos mais diversos setores da economia. Vale citar algumas: no Mercado Financeiro Banco ABC Roma, Corretora ABC Roma, Distribuidora ABC Roma; na Mineração Compasa, Cobem e Manali; Telecomunicações NEC do Brasil, Netcom e Victori Comunicações; Seguros Seguradora Roma; Comunicação Rede Globo de Televisão, Globo Filmes, Showmar promoções, Sistema Globo de Rádio, Jornal O Globo, Agência Globo, Globo Vídeo, Editora Globo, Globo Computação Gráfica e Fundação Roberto Marinho (FRM); no Exterior Globovision, Seabay e Globo Europa

Em 1993, houve um novo investimento das organizações Globo. Roberto Marinho, associado ao empresário Arthur Falk, lançou o Telebingo Papa-Tudo. Posteriormente, Marinho desfez a Sociedade, mas a TV Globo manteve-se como o principal veículo do jogo-de-azar.

O público-alvo do empreendimento foram as

classes “D” e “E”, que mais investem neste tipo de jogo-de-azar. Em relação ao público infanto-juvenil, o Papa-Tudo busca uma clientela de mais de 60 milhões de crianças e adolescentes, dos quais 65% vivem em famílias com renda de até um salário mínimo. O jornal Fio da história (1993, p.16) traz outras pormenorizações:

A caridade, prestada pelas Organizações Globo, deverá representar algo em torno de 700 mil dólares anuais do Papa-Tudo, ou 3% dos 250 milhões de dólares que o telebingo proporcionará. Além desse dinheiro, oferecido às instituições de caridade, o telebingo global oferecerá mais 9% aos ganhadores do prêmio [...] Na Sena e nos jogos, promovidos pela União e Estado, os grandes sorteados abocanham de 30% a 56% do total. [...]

O lançamento do empreendimento não foi isolado, ilhado na objetividade. A Globo, simultaneamente, colocou no ar a telenovela O Mapa da Mina, cujos personagens, em geral pobres, dentro da segmentação de público do Papa-Tudo buscavam a riqueza fácil. Não foi por mera coincidência.

Também de acordo com o público-alvo do telebingo, houve a preocupação com a escolha dos apresentadores. Os dois principais são Xuxa, que se notabilizou nos programas infantis, e Chico Anysio, cujo humor está voltado, igualmente, para as classes de menor poder aquisitivo.

O diretor-presidente da Globo, Roberto Marinho (1988, p. 17), explica a liderança pela competência:

A posição hegemônica, alcançada pela Rede Globo, foi obtida em função de ela ser uma empresa que se preocupou com planejamentos, investimentos e orçamentos a longo prazo. Optou por uma administração profissional e não pessoal, não preocupada com o aqui e agora. Essa hegemonia não foi consentida: foi conquistada por uma empresa em que o dono reinvestiu 100% dos lucros durante 14 anos. A opção de produzir (internamente) a maior parte de nossa programação, ainda que mais cara, parece ter sido correta: é só conferir os índices de audiência da Rede Globo” [...]

Ele explica o êxito pela Globo e através da Globo. É um discurso sem contexto. Procura absolutizar a competência como fator unilateral, denegando as questões políticas e ideológicas. O enfoque quantitativo é o clichê, que quer explicar tudo, sem dizer nada.

Marinho faleceu em 6 de agosto de 2003 no Rio de Janeiro. Ele foi vitimado por complicações respiratórias, advindas de um edema pulmonar, aos 98 anos. Recebeu um funeral à altura de um ícone da história republicana.

O jornalista Mino Carta (2003, p. 16) observou a tentativa da Globo de canonizar a figura do seu dono:

Na hagiografia dos heróis, teria assento quem defendeu, com notável denodo e invulgar êxito, as piores causas? O golpe de 1964. O golpe dentro do golpe de 1968. O AI-5. O

governo Médici, no auge da violência do regime fardado. As manobras do ministro da justiça do governo Geisel, Armando Falcão. A campanha contra as diretas Já. A eleição de Fernando Collor. A ascensão tucana [...].

O jornalista consegue desenhar, com relevância, a cartografia ideológica de Marinho, comprometida com os traços mais consequentes do pensamento conservador nacional. Fez eco às causas marcadas e demarcadas pelo compasso do racionarismo.

Outro jornalista, Rogério Mendelski (2003, p. 1), relatou “Os papéis falsos da Globo”:

Quando a Globo comprou o controle acionista da antiga Rádio e Televisão Paulista (hoje TV Globo/SP) não imaginou o que poderia ocorrer nos dias de hoje. A TV Paulista foi adquirida pela passagem do controle acionário da família Ortiz Monteiro ao grupo de Roberto Marinho, entre 1964 e 1977, mas os herdeiros da família, que vendeu a estação de tevê, ingressaram em juízo, com uma ação declaratória de inexistência de ato jurídico. Eles querem a declaração de ineficácia do ato de cessão do controle acionário dessa emissora para a Globo [...]

Mendelski (Ibidem.) traz outros acréscimos:

[...] No entendimento dos peritos, os documentos encaminhados à Justiça, como prova da aquisição da TV Paulista, foram “fabricados”, em 1975, mas ostentam datas de 1953 e 1964. Nos documentos, constam números de CIC, hoje CPF, e sabe-se que o CIC só foi introduzido pela Receita Federal em 1970, inexistindo, portanto, esse controle da RF em 1953 e 1964, fato que torna irreversivelmente falso qualquer documento com data anterior e que venha a exibi-lo [...]

Talvez tenhamos que esperar, eternamente sentados, para que possamos ver esse fato jurídico ser apropriado como notícia pelo Telejornalismo global. A auto-referencialidade possui mão única. Somente divulga o que adula o Narcisismo, ou tem apelo de venda. Cumpre, a rigor, a cartilha do Positivismo.

Em 2003, a Globo lançou o volume I do seu Dicionário Programas de Dramaturgia e Entretenimento. Vale resgatar uma citação, movida pela auto-referencialidade (p. IX):

Num país de dimensões territoriais como as nossas e de cultura de massa diversificada e fértil, que mistura tradição e modernidade, a televisão desempenha uma função marcante na consolidação da identidade nacional. Por suas características, a Rede Globo assume um papel de importância indiscutível nesse processo: com 115 afiliadas, atinge mais de 99% do território brasileiro e tem uma participação de 60% no número de televisores ligados no horário nobre [...]

O autodiscurso da emissora tem sintomas de balancete contábil. É um desfile de números, alguns travestidos de percentuais, com a figuração de alguns termos, como “função” e “indiscutível”. É a absolutização do sentido, que parece, ainda, comprometido com o processo ditatorial. A Ditadura Militar parece ter se sincretizado em Ditadura global, que censura pela palavra e censura pelo silêncio.

2. OS NÚMEROS E OS MITOS

Observamos que os autodiscursos da Globo e os discursos, que buscaram legitimá-la, apresentaram uma invariância. Foi o uso de números, como significantes básicos de interpelação.

Barthes (2003, p. 279) recupera alguns sentidos do Discurso. Recorda que, no sentido francês, no século XVI, era “lençol de linguagem”. O “Discursus” latino traz a idéia de “corrida de um lado para o outro, divagações discordantes. Modernamente, é “uma espécie de excursão, divagação”.

O semiólogo recorre a Mallarmé para estabelecer uma abordagem dialética. Sublinha que toda a Divagação apresenta dois sentidos antagônicos. Ela encobre e revela (Ibidem.).

A questão discursiva tem relação com uma outra categoria barthesiana. É o Mito, como forma de fala que não nega a factualidade histórica, apenas a torna inocente. Naturaliza e eterniza a sociedade burguesa por intermédio da conotação, conforme Barthes (1993).

Tal concepção abriga, em seu intertexto, três leituras básicas. São as presenças de Hjelmslev, pela conotação, de Durkheim, pela abordagem de representação coletiva, e de Marx, pela Ideologia, em seu conceito particular, como distorção.

Barthes concede ao Mito uma perspectiva negativa. É uma deformação de sentido. Transforma o cultural em natural e o histórico em eterno, como uma produção ideológica.

Assim, o Mito é um Discurso, com um sentido específico. Significa uma divagação, conforme Mallarmé, não no sentido de revelação, mas de encobrimento. É uma “fala despolitizada”, de acordo com Barthes (Ibidem., p. 165).

O semiólogo (Ibidem., p. 170-174) propõe sete tipos de figuras míticas:

[...] 1 - a vacina - Já dei alguns exemplos dessa figura, muito geral, que consiste em confessar o mal accidental de uma instituição de classe, para melhor camuflar o seu mal essencial [...] 2 - A omissão da história - Quando o mito fala sobre um objeto, despoja-o de toda a História [...] 3 - A identificação - O pequeno-burguês é um homem incapaz de imaginar o Outro [...] 4 - A tautologia - [...] É um processo verbal, que consiste em definir o mesmo pelo mesmo [...] 5 - O ninismo - [...] Consiste em colocar dois contrários e equilibrar um com o outro, de modo a poder rejeitar os dois [...] 6 - A quantificação da qualidade - [...] Reduzindo toda a qualidade a uma quantidade [...] 7 - A constatação - O mito tende para o provérbio [...]

As sete figuras míticas podem ser disponibilizadas de duas maneiras gerais no processo analítico. Uma possibilidade é buscar a singularidade da

manifestação do Mito. A partir disso, fazê-la dialogar com outras figuras.

O autodiscurso da Globo, bem como o discurso que propõe a sua legitimação, possui um desenho singular. É configurado pela força de um significante onipresente os números. Temos aí o Mito da Quantificação do Real.

Toda a qualidade do real é evacuado. Tudo se transforma em números que se multiplicam e se alternam. Assumem diversas máscaras, ora são percentuais, ora deixam de sê-lo.

A discursividade evita qualquer tropeço no contraditório. Não há o senso dialético. O Real não é plural, nem histórico. É singularizado pela teatralização e a força dos números. Tudo e o todo se inscrevem e se circunscrevem na Quantificação, em sua densidade mítica.

O Mito da Quantificação do Real, como significante, não é uma figura isolada. Empreende diálogos com outras figuras míticas. Contracena, sobretudo, com a Omissão da História e a Tautologia.

A discursividade legitimadora da Globo, ao quantificar o real, elege a sua despolitização do sentido. Não precisa mais falar do seu acasalamento histórico com a Ditadura Militar, nem necessita se pronunciar sobre os odores dos seus negócios. Reprime, por exemplo, o caso da compra da TV Paulista como fato jurídico e a condição de ré da família Marinho. Patrocina a Omissão da História como figura mítica.

Lacan (1996, p. 4041) comenta o papel dos números na Matemática, como uma procura idealista:

[...] Pois a matemática, herdada dos gregos, deriva do necessário e do eterno. Figuras e Números não podem ser outra coisa do que são, e, ao mesmo tempo, não podem nem vir a ser, nem deixar de ser sendo como são, de toda eternidade. A necessidade das demonstrações só vale na medida exata, em que é conatural à necessidade em si [...]. A matemática é soberana, porque propõe o mais puro tipo de demonstração; ela o propõe, porque os seres de que trata, números ou figuras, chegam o mais próximo possível do eterno e do perfeito [...].

A aparência concreta da Matemática é somente uma inscrição imaginária. Simbolicamente, está comprometida com uma noção de exatidão e de absoluto, própria de um idealismo de liquidação. Os números, como um dos seus significantes, não vão além de si mesmos. São, em essência, narcisos e tautológicos. Eis a Tautologia como figura mítica.

Desta forma, o Mito da Quantificação do Real, operando como significante na discursividade legitimadora da Globo, assume uma particularidade. É metafórico. Condensa os Mitos da Omissão da História e

da Tautologia. Singulariza-se como uma divagação comprometida com o esconder. É a produção de sentido, para não ter sentido histórico.

Portanto, sobram motivações para a comemoração dos 40 anos do Plim-plim. O estrabalismo nacional os sentidos do Brasil idiotizante e anti-ético não foi fundado pela Globo, mas tem tudo a ver com a Globo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALTHUSSER, Louis. *Aparelhos Ideológicos de Estado*. 2. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1984.
- BARTHES, Roland. *Como Viver junto*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- _____. *Mitologias*. 4. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1993.
- LACAN, Jacques apud MILNER, Jean-Claude. *A Obra Clara - Lacan, a ciência, a filosofia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar editor, 1996.
- MARINHO, Roberto apud MELO, José Marques de. *As Telenovelas da Globo - produção e exportação*. São Paulo: Summus editorial, 1988.
- MATTELART, Armand e MATTELART, Michéle. *O Carnaval de Imagens - a ficção na TV*. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- MELO, José Marques de. *As Telenovelas da Globo - produção e exportação*. São Paulo: Summus Editorial, 1988.
- RIBEIRO, Darcy. *Os Brasileiros - Teoria do Brasil*. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 1987.
- Outras fontes:
- CARTA, Mino. Em proveito da verdade factual. *Revista Carta Capital*. São Paulo, ano IX, nº. 255, 27 de agosto de 2003, p. 16.
- GLOBO, *Dicionário da*. Rio de Janeiro: Rio Editora, 2003.
- GLOBO 30 ANOS. Anúncios: Imagine trabalhar com 104 milhões de pessoas, olhando para você e A Globo plimlim por plimlim. *Revista Veja*, São Paulo, s. v., n. 35, páginas 72 - 73 e 92 93, 21 de junho de 1995.
- GLOBO leva jogo-de-azar para a TV. *Jornal Fio da História*. Brasília, p. 16, 10 de junho e 1993.

MACHADO, Adriana Barros. Legislação na radiodifusão - 60 anos de manifestação de poder. Trabalho de conclusão do Curso de Comunicação Social, Habilitação em Jornalismo, PUCRS, FAMECOS, 1993.

MÉDICI, Emílio Garrastazu apud Uma Instituição nacional. Revista Retrato o Brasil, São Paulo, s. v., n. 34, p. 401, 1985.

MENDELSKI, Rogério. Os Papéis Falsos da Globo. Caderno Os Colunistas. Jornal O Sul. Porto Alegre, nº. 628, 28 de outubro de 2003, p. 1.

PINHEIRO, Wianey. O dono da notícia. Interview, São Paulo, s. v., n. 166, p. 95, outubro de 1993.