



## **iBZ Happynews – O Jornal da Língua Solta<sup>1</sup>**

Tiago Ribeiro SANTOS<sup>2</sup>

Cristian Edel WEISS<sup>3</sup>

Jorge Eliseu THEISS<sup>4</sup>

Fabrcio da Cunha WOLFF<sup>5</sup>

Wellington Lima de AMORIM<sup>6</sup>

IBES - Instituto Blumenauense de Ensino Superior, Blumenau, SC

### **APRESENTAÇÃO**

O iBZ Happynews – “O Jornal da Língua Solta” – é um projeto jornalístico de humor acadêmico, criado pelos alunos Tiago Ribeiro e Cristian Edel Weiss, em maio de 2007, ainda em atividade e a caminho de seu primeiro aniversário.

Em suma, retrata o que acontece no campus da faculdade em que está instalado, assumindo o papel de um meio de comunicação que divulgue os fatos de forma humorística e sob a tendência na qual se encaminha o jornalismo do século XXI: a combinação entre a interatividade, o jornalismo e o entretenimento.

### **OBJETIVO**

Ilustrar fatos que ocorram especificamente dentro da Faculdade e que abranjam não só o interesse público dos acadêmicos de jornalismo, mas, sim, que desperte em todos os estudantes e professores da Comunicação Social, o gosto por uma leitura humorizada, acompanhada de crítica acadêmica sobre os fatos que acontecem na Instituição. Tudo isto, sem fugir da doutrina que engloba o jornalismo através do *lead*, nariz de cera e gancho,

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao Expocom 2008, na categoria B Jornalismo, modalidade Jornalismo Opinativo, como representante da Região Sul.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Jornalismo do IBES, e-mail: [tiago.ribeiros@terra.com.br](mailto:tiago.ribeiros@terra.com.br)

<sup>3</sup> Estudante do 5º. Semestre do Curso de Jornalismo do IBES, e-mail: [cristian\\_edelweiss@yahoo.com.br](mailto:cristian_edelweiss@yahoo.com.br)

<sup>4</sup> Estudante do 5º. Semestre do Curso de Jornalismo do IBES, e-mail: [jorgetheiss@terra.com.br](mailto:jorgetheiss@terra.com.br)

<sup>5</sup> Estudante do 5º. Semestre do Curso de Jornalismo do IBES, e-mail: [fabricio.w@oi.com.br](mailto:fabricio.w@oi.com.br)

<sup>6</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo do IBES, email: [wellington.amorim@gmail.com](mailto:wellington.amorim@gmail.com)



critérios de noticiabilidade, *gatekeeper* e *newsmaking*. Entretanto, fazendo uso da teoria de uma forma engraçada e com responsabilidade.

## JUSTIFICATIVA

A principal justificativa para que o trabalho esteja ainda em atividade, deve-se ao interesse dos próprios acadêmicos, Tiago Ribeiro e Cristian Edel Weiss, em se envolverem, de alguma forma, com o meio jornalístico. Haja vista que ambos ainda não trabalham profissionalmente com o jornalismo. Outro fator que os incentivou na dedicação ao iBZ Happynews, é a busca pelo reconhecimento dos leitores e dos meios de comunicações na qual recebem, via e-mail, a edição mensal do jornal estudantil.

Ao perceber a evolução e o amadurecimento editorial ao longo de cada edição, é indubitável o surgimento, aos poucos, de um ideal por parte dos editores de um projeto de oficialização do iBZ no futuro, a fim de o transformar num canal independente para os novos acadêmicos exercitarem a prática do jornalismo.

## MÉTODOS UTILIZADOS

Em princípio, tudo não deveria passar apenas de uma mera brincadeira. Era fevereiro de 2007 e, naquele ano, os que viriam a ser os futuros editores do iBZ Happynews, estavam apenas no início do 3º Semestre do Curso de Jornalismo. O primeiro dia de aula era o melhor momento para colocar todos os assuntos, de férias ou não, em pauta. Popularmente conhecida, não só nesta sala de aula, mas em qualquer classe com uma grande turma, a ‘galera do fundão’, aproveitava para fazer graça com os fatos que aconteciam dentro da Faculdade: venda de *lingeries*, aluno-poeta e fila quilométrica para pagamento de mensalidades em pleno primeiro dia de aula. Até este momento, a idéia de criar um jornal humorístico não passava por suas cabeças.

Durante as semanas que seguiram, as brincadeiras ficaram cada vez mais interessantes. Enquanto as aulas corriam, novamente a ‘galera do fundão’, aproveitava para repassar recadinhos, iniciados pelo aluno Jorge Theiss, em forma de manchetes, no mínimo, engraçadas como: ‘Praia atrasa chegada de aluna bronzeada à Faculdade’ e ‘Professor



leciona no fundão e gera torcicolo nos alunos’. Os risos eram contidos num grupo de cinco pessoas, em média, que não esperavam pela criação que surgiria no mês seguinte.

Inspirado pelas manchetes que havia colecionado e também escrito junto com os amigos da sala, Tiago Ribeiro, iniciou em uma sexta-feira à noite (após a aula), no dia 11 de maio do ano passado, a escrita e diagramação de um jornal com intuito de apenas testar capacidade do *software* recém descoberto em seu computador (*Microsoft Publisher*), usando as manchetes que havia em mãos, mas sem intenções de distribuir a toda sala. Durante a criação, Tiago contatou Cristian Edel Weiss, via internet, para saber o que ele pensava sobre a diagramação e os textos criados. A resposta foi de aprovação. A partir de então, começaram, juntos, a finalizar os textos para preencher a folha em tamanho A4. Sem supervisão, grandes revisões ou, ainda, autorização dos alunos que eram ‘brincados’ no jornal, na noite de sábado (12), o Ibes Happynews (nome que, na segunda edição, viria a ser substituído), era disparado via e-mail aos mesmos colegas que faziam parte do grupo do fundo, com a pretensão de ‘chutar’ o mau humor durante as aulas. Os e-mails de resposta foram gratificantes. Palavras como ‘criativo’ e ‘engraçado’ fazia nascer nos alunos Tiago e Cristian, a sensação de reconhecimento, mas, sem aspirações de levar a idéia adiante.

Na segunda-feira (14), o assunto ainda era comentado, discretamente, pelos colegas das últimas carteiras. Afinal, companheiros de classe faziam parte da brincadeira e, o que estava engraçado até momento, poderia gerar atrito entre os colegas retratados e os criadores do Ibes Happynews. Mas uma surpresa estava por vir.

Um pouco atrasado, como de costume, o estudante Jorge Theiss entrara na sala de aula com uma pequena pilha de papéis na mão; lá, estavam várias cópias da primeira edição do Ibes Happynews . Então, o que fora distribuído, cuidadosamente via e-mail, estava agora nas mãos de toda a classe, incluindo os próprios alunos e alunas que foram manchetes de lançamento do jornal. Para surpresa de Tiago e Cristian, a aceitação geral foi positiva. Começou a partir daí, um projeto para a continuação de um jornal humorístico. Agora, com revisor e pauteiros empolgados em levar a idéia do jornal adiante.

Na intenção de evitar problemas futuros com a Faculdade, o Ibes Happynews passou a se chamar iBZ Happynews que, foneticamente lido, tem o nome semelhante ao anterior, apesar de ser pronunciado com letras separadas: *ibêzê happynews*. Para fixar a



idéia de um jornal humorístico, e inspirado pela imagem que representa a banda britânica *Rolling Stones*, Tiago cria uma logotipia e também o slogan: o jornal da língua solta.

Com a força que o jornal ganhou ao longo dos meses, atingindo não somente uma sala de jornalismo, mas, sim, professores e estudantes de Comunicação Social, as responsabilidades claramente se tornaram maiores. Sem abdicar da principal proposta do jornal, o humor, o iBZ explora o momento para inserir textos de crítica opinativa como temática do veículo. Na edição de número 3, já com o *layout* remodelado, a pauta da vez foi o desinteresse acadêmico em formar, dentro da Faculdade, chapas para competir a diretoria do DCE. Durante a votação, um fato inusitado: apenas uma chapa disputava, sozinha, as eleições contra o pseudo-candidato "voto em branco". Além de insólito, o fato foi manchete, já que, por outro prisma, é também cômico.

Em entrevista concedida, via e-mail, em junho de 2000 à Revista PCLA, da Universidade Gama Filho (RJ), o Professor Marque de Melo, principal idealizador do Jornalismo Opinativo no Brasil, comentou sobre as diferenças que separam o jornalismo brasileiro ao americano. Entre elas, está o humor.

O jornalismo americano tem mais tradição de independência, vertente que a imprensa brasileira procura acompanhar. Por sua vez, o jornalismo brasileiro exercita maior criatividade, removendo as fronteiras entre informação e diversão, combinando humorismo opinativo e seriedade noticiosa.

Outro acontecimento alertado pelo iBZ, não tão engraçado, mas preocupante, é a superlotação do único elevador que liga os andares da Faculdade. Então, a displicência de alunos para se locomoverem (muitas vezes a apenas um andar de distância), encontra com a proposta do iBZ, uma ligação 'jornal-humorística' para representar com 'alfinetadas' o elevador como sendo, por exemplo, 'o principal contribuinte para a produção de celulite'. É neste momento que a característica de opinião começara a ganhar força, muito mais, quando é usada em tom de ironia de uma forma que o leitor possa captar a intenção do texto.

Dentro da edição mensal, uma das seções que fazem parte da publicação, mostra-se ainda hoje, o assunto de maior interesse e polêmica entre os leitores: a Coluna iBZ. Seguindo o mesmo padrão desde sua primeira edição, a Coluna iBZ é o espaço onde são publicados os textos escritos pelos próprios editores, que focam as principais características



da pessoa que a protagoniza, após os Redatores (Tiago Ribeiro e Cristian Edel Weiss) escolherem um(a) aluno(a) de forte opinião e personalidade da sala ou Faculdade. A idéia tinha de tudo para gerar problemas, afinal, imagine você, sendo retratado e escrito por outras pessoas em um jornal de circulação acadêmica.

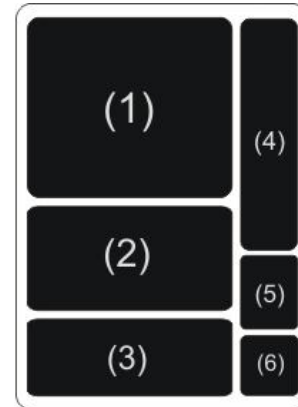
Interessantemente, até a edição de número 10, todos os participantes que tiveram seus perfis criados pelos próprios editores, jamais manifestaram sinais de desaprovação sobre as publicações. Pelo contrário, em geral, todos os acadêmicos assumiram o papel de humor que é proposto e, ainda, começaram a enviar respostas, participando assim, da Seção do Leitor iBZ que será melhor abordado adiante.

Mas, na edição de número 11, pela primeira vez em todas as suas publicações, a Coluna iBZ gerou um pequeno atrito do protagonista do mês, Emerson Luís (na coluna: Emerson Juiz), com os editores do iBZ, mas devido a um fato bastante atípico: um texto leve demais. A característica opinativa das colunas do iBZ, é a saliência dos pontos que o colunista selecionado aborda que, geralmente, foca temas relacionados ao ego como: cuidados excessivos com beleza, pensamentos únicos e características capazes de tornar o colunista em um verdadeiro personagem. A explicação à visão negativa de Emerson Luís em relação à coluna, deve-se ao fato de os editores, desta vez, terem usado uma linguagem mais leve e talvez menos representativa da pessoa original, apesar de o caráter literário da coluna ser sempre ressaltado a cada nova edição. Os editores incorporam a personalidade e o estereótipo do protagonista ao escrever com termos e dialetos peculiares a pessoa em questão. O fato ocorrido foi de grande valia, pois, com a experiência adquirida após a falha editorial, a cautela na escolha dos personagens estudantis ganhou maior cuidado no momento de terem suas colunas escritas. Durante os seus 10 meses de existência, todas as seções criada no iBZ vem sendo mantidas e somente terão mudanças, se aprovadas pelo Conselho Editorial iBZ, formado por alunos que mantêm o interesse pelo jornal.



Para o melhor entendimento das seções que compõem o iBZ, demonstramos, abaixo, o layout com suas indicações:

- (1) Manchete – principal destaque da publicação
- (2) Notícia I – notícia de segundo destaque
- (3) Notícia II – notícia de terceiro destaque
- (4) Coluna iBZ – personagem do mês
- (5) Apertadinha – notícia de em média de 200 caracteres.
- (6) Pérola iBZ – citação captada pela equipe do iBZ



**O formato do jornal** - Dentre todos os meios de comunicação, torna-se indiscutível a força e a abrangência de veículos que se utilizam da internet para divulgação de um fato, idéia ou produto. Muito mais, quando os recursos destes veículos se limitam a poucas pessoas e a um computador conectado à internet. Como não poderia ser diferente, quando a palavra ‘custos’ entra em jogo para algo independente e sem fins lucrativos, a internet é a primeira opção para o início de um projeto. O iBZ, como relatado no início, não foi de outra forma.

Auto-intitulado também de 'impresso-virtual', o iBZ assume a vertente e as características do Jornalismo Impresso, mas com a disponibilidade de versões em formato PDF, distribuído periodicamente todo dia dez (10) de cada mês. Desde a definição desta data, a partir da segunda edição, o iBZ jamais teve atraso em sua publicação, criando assim, um padrão de periodicidade – fator importantíssimo no meio de mídias impressas. Incluso neste processo, permanece a idéia de um jornal com as mesmas características que os de papel, mas que, devido aos custos e a maior facilidade na divulgação, focou-se em distribuir sua publicação pela internet, apesar de alguns acadêmicos optarem pela impressão para a leitura.

Para a distribuição do jornal e um controle exato do número de pessoas que recebem o iBZ Happynews, os editores criaram, através do *Google Groups*, o e-mail [ibz-happynews@googlegroups.com](mailto:ibz-happynews@googlegroups.com), no qual são adicionados os e-mails para o recebimento do jornal que já soma um *mailing* de mais de 320 endereços.



A tabela ao lado, demonstra o índice de e-mails cadastrados, separados por tipos de leitores:

Tipo de Leitor	Índice
Estudantes	51%
Imprensa	32%
Professores e Funcionários do Ibes	17%

Com o contínuo crescimento de leitores que manifestavam suas respostas através do próprio e-mail recebido com a publicação do iBZ, a editoria coloca em prática a Lei de Imprensa n° 5250: o direito de reposta. Sobre esta visão, é criado a Seção do Leitor iBZ. A novidade que surgira ganha as mesmas características das seções de Carta do Leitor, comuns na mídia impressa, que tem o objetivo de divulgar também a idéia e opiniões dos leitores sobre cada assunto publicado. Em maioria, os leitores ainda incorporam o papel do jornal e assumem um espírito humorístico ao escreverem suas repostas.

O projeto para a ampliação do iBZ executado mais recentemente, pelos alunos Tiago e Cristian, ocorreu no dia 10 de fevereiro deste ano, com a estréia de um *blog* na internet. O endereço que pode ser acessado em <http://bloguidoibz.blogspot.com>, foi criado com a intenção de fornecer maior interatividade entre leitores e redatores. Um canal também, para dar mais liberdade ao jornal, permitindo a postagem de informações que não fizeram parte das publicações mensais.

**Jornalismo Opinativo iBZ** - Idéias propostas, aceitas e até nomes de jornais foram definidos. Mas, durante vários semestres, a tentativa de formar um jornal criado diretamente por acadêmicos sob a supervisão de professores, foi barrada pelo próprio desengajamento dos alunos e também, dos próprios editores que viriam a formar o iBZ. Para que houvesse comprometimento na criação e continuidade de um jornal, o fator *interesse* se tornou o primeiro passo de um desenvolvimento contínuo - apesar de diferente do mercado de trabalho que exige não o que nos interessa, mas, sim, o que ao mercado é interessante.

Após a publicação da primeira edição do iBZ Happynews, Tiago e Cristian passaram a encarar a criação de um jornal de humor ao contrário de uma obrigação mensal que fizesse deles funcionários de si mesmos, mas, como uma espécie de amolador de facas que, aos poucos, afiava suas capacidades de desenvolverem textos jornalísticos dentro dos padrões aprendidos durante o curso. Editar o iBZ se tornou um momento de diversão, de abusar da criatividade e de expectativa pela reação dos leitores.



De forma natural e diferente do que se tentava evitar, a entrega do jornal em todo dia dez de cada mês, para eles, virou uma espontânea obrigação. É neste momento que o Jornalismo Opinativo do iBZ começa a tomar forma e ilustra as críticas sob os acontecimentos que envolvem o Curso de Jornalismo e a Faculdade. Para que o iBZ estivesse livre de qualquer influência que pudesse incidir em suas publicações, a coordenação independente de professores foi a primeira decisão. Apesar de arriscada, mas responsável, a criação de um meio de comunicação livre gerou resultados educacionais e positivos, como o exemplo a edição nº 5 do iBZ Happynews. Na manchete, a publicação ‘brincava’ com professor Airton Almeida que foi obrigado, pela classe, a expor seu curriculum profissional para a curiosidade dos alunos, através de uma longa matéria de capa opinativa. Interessado em promover a criatividade acadêmica, Airton se tornou grande amigo dos editores e, atualmente, integra o Conselho iBZ.

O Professor da Unesp-Bauru (SP), Pedro Celso Campos, em seu artigo disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/da010520026.htm>, cita Luiz Beltrão (Jornalismo Opinativo, Porto Alegre, Sulina, 1980), que reforça a importância da opinião dentro do jornal:

O jornal tem o dever de exercitar a opinião. Ela é que valoriza e engrandece a atividade profissional, pois, quando expressa com honestidade e dignidade, com a reta intenção de orientar o leitor, sem tergiversar ou violentar a sacralidade das ocorrências, se torna fator importante na opção da comunidade pelo mais seguro caminho à obtenção do bem-estar e da harmonia social.

Cientes (os editores) de que possam ocorrer diferentes interpretações sobre as publicações, o cuidado editorial no momento da transmissão de idéias, tem sido primordial e, ainda, muito mais difícil quando o humor precisa estar em evidência. Para que não existam distorções no entendimento dos textos e para que a opinião do jornal se torne palpável aos leitores, a clareza humorística é mantida sob o objetivo de expressar o jornalismo opinativo através de acadêmicos e viventes de um mesmo ambiente que seus leitores (a Instituição de Ensino) sem, obviamente, mudar pensamentos já formados pelos leitores, mas de, através da graça, enxergar um outro ponto de vista, conforme diz Savianirey (2002):



[...] a significação maior do gênero situa-se no ponto de vista de que alguém expõe idéias, calçadas em fatos do cotidiano, retratados no jornais - idéias suas ou seguindo a caracterizada 'Voz do dono', da empresa jornalística, por meio do editorial. E essa exposição contém avaliações, considerações e juízos que não são ocultos, como a interpretação pode estar disfarçada em uma reportagem, em uma notícia, se o autor tiver competência para tanto. A idéia, a apreciação, a crítica são explícitas. Portanto, o Jornalismo Opinativo é matéria, encerra gêneros emissores de opinião.

A idéia opinativa pode ser mais bem interpretada na edição nº 9 do IBZ Happynews que, no período de férias, desenvolve uma novidade: a Entrevista iBZ. De forma descontraída, a entrevista foca, mais uma vez, um dos professores da Instituição e ganha o significado humorístico através de perguntas comuns de um bate-papo informal, mas com o intuito de trazer aos leitores, respostas e curiosidades existentes na relação aluno-professor através da editoria opinativa do jornal. O professor para participar de algo tão diferente do comum, precisava estar ciente da linha do iBZ e, ainda, não ter preconceitos sobre a modalidade de humor que surgira dentro da Faculdade. Wellington Amorim que é Mestre em Filosofia pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (RS) e doutorando no Programa Interdisciplinar em Ciências Humanas na Universidade Federal de Santa Catarina, como esperado, não recusou a proposta.

Hoje, ele orienta o desenvolvimento deste projeto acadêmico que, além da ter a filosofia de transformar fatos em risos atrelados à informação, desenvolve pensamentos críticos em um ambiente onde a criatividade e a opinião são estimuladas ao máximo: a sala de aula.

**Artifícios utilizados** - A escolha de um professor de Filosofia para a orientação de um jornal opinativo não foi por acaso. A retórica é um instrumento constantemente utilizado pelos profissionais da comunicação, e, sobretudo na validação da opinião do veículo ou do autor. Rosselane Giordani, em seu artigo “Jornalismo Opinativo: Estratégias Retóricas” define o uso da retórica na prática persuasiva do jornalismo:

A organização do discurso retórico, sua lógica interna, revela a intencionalidade do orador, que busca a adesão de seu público. Esse olhar retórico sobre o texto jornalístico opinativo pode vislumbrar para os profissionais da área de comunicação que a construção de um texto passa por estratégias retóricas. O jornalismo quer informar e formar opinião e, para isso, busca eficácia em seu discurso, por isso sua atividade pode ser orientada por



técnicas da retórica. Através dela o jornalista problematiza as intenções presentes no discurso que pretende buscar a adesão de seu público.

Ao viver a mesma realidade da maior parte dos leitores – acadêmicos – os editores procuram afirmar suas opiniões, mesmo que de modo sucinto, buscando a aceitação do público. Em outras palavras, lançar palavras ao vento e não participar da mesma realidade do público, não proporciona credibilidade ao jornalista. No livro “A ordem das idéias: palavra, imagem, persuasão: retórica”, Dayoub (2004) explana: “As palavras produzem efeito quando estão em relação ao que é estabelecido socialmente sobre valores, crenças e opinião, e esses são derivados da troca de idéias e da técnica de discurso”. Para que isso seja possível, utiliza-se no iBZ outros aspectos típicos do estilo opinativo: adjetivos, metáforas e analogias. Definem o conceito de analogia, Perelman & Olbrechts-Tyteca, no livro *Tratado da Argumentação: a nova retórica* (2000): “Analogia é construir uma estrutura do real que permita encontrar e provar uma verdade graças a uma semelhança de relações”.

Um dos artifícios mais comuns na construção dos textos do jornal, as analogias e metáforas podem ser vistas em trechos como: “O flagrante revelou o quanto patina (mais que ônibus em dia de Chuva), o empenho de nossos estudantes” utilizado na edição nº4, ou: “Olhar avassalador capaz de derrubar urubus dos galhos” e “Unhas vermelhas ao estilo viúva Porcina.” Ambos publicados na edição nº 3.

Ao adjetivar situações e fatos, fica expressa a visão dos autores no texto, buscando uma certa concordância por parte dos leitores. “Os adjetivos pontuam os valores e juízos de valor emitidos e defendidos pelo orador e convoca o auditório a deliberar sobre a situação.” Como explica Rosselane Giordani.

Todo veículo de imprensa precisa ter consciência do papel de formador de opiniões, para o iBZ isto não é diferente. É notório que não apenas visões de mundo são propagadas e compartilhadas pelo público, como também neologismos e jargões criados pelo jornal. Giordani (2005) descreve esse importantíssimo papel da imprensa opinativa:

Como estratégica retórica, pode-se vislumbrar o discurso opinativo como agente capaz de interferir decisivamente na formação da opinião pública e, portanto, assumir seu papel na esfera pública. [...] Esse gênero discursivo interfere na realidade social por criar e provocar mudanças e transformações no comportamento e visão de mundo de grupos sociais.



No livro *A articulação do texto*, Elisa Guimarães (1990) diz que o título constitui índice caracterizador ou modalizador do objeto do discurso. É a partir do título que o leitor começa a sentir o que vem pela frente. Assim, o iBZ tenta se expressar e, por exemplo, inicia-se no título o estilo descontraído como chamativa: “Chapa disputa sozinha eleições do DCE e teme por derrota” como o título da manchete da edição nº3, e o título dualista da edição nº7: “Comprada: Faculdade é chamada de ‘vendida’ pelos acadêmicos”.

Portanto, é nesta linha e em todas as outras apresentadas acima, que o iBZ Happynews – o jornal da língua solta, segue a produzir o seu jornalismo humorístico e responsável, calçado pelos conceitos adquiridos ao longo do Curso de Comunicação Social.

## REFERÊNCIAS:

DAYOUB, Khazzoun Mirched. **A ordem das idéias: palavra, imagem, persuasão: retórica**. São Paulo: Barueri, 2004

GIORDANI, Rosselane. **Jornalismo Opinativo: estratégicas**. Disponível em : <http://e-revista.unioeste.br/index.php/trama/article/viewPDFInterstitial/219/154> Acesso em: 23 mar. 2008.

GUIMARÃES, Elisa. **A articulação do texto**. São Paulo: Ática, 1990.

PERELMAN, Chaim & OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Tratado da Argumentação: a nova retórica**. Trad. Maria Ermantina Galvão. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

SAVIANIREY, Luiz Roberto. **Jornalismo Opinativo: dilema ou questão de dimensão de conteúdo?**. Campinas. n. 5, p. 59-68. jun-dez. 2002.