



Idade Mídia: a Iconografia Medieval no Cinema Contemporâneo¹

Monica Franchi Carniello²

Universidade de Taubaté

Resumo

As referências visuais do cinema fazem parte do imaginário da sociedade do século XX. Com o desenvolvimento da tecnologia digital e sua aplicação na distribuição e produção de imagens, o espectador de cinema passou a ter acesso a informações e ferramentas de produção cinematográfica, tornando-se familiarizado com os bastidores das mídias. Fica uma questão sobre a consequência deste fenômeno sobre as narrativas das grandes produções da indústria cinematográfica. A tese defendida neste texto é que as referências imagéticas de períodos considerados obscuros, nebulosos pelo senso comum, como a Idade Média, são usadas para conferir e conservar um tom de mistério às narrativas dos filmes, criando uma ambientação fantástico-medieval. Para isso, foram verificadas as referências da iconografia medieval presentes em filmes contemporâneos. Foi possível observar que a fantasia medieval é uma forma de manter o mistério do cinema, já que as técnicas de produção são facilmente e até intencionalmente reveladas, porém que os signos medievais são transformados e transpostos para um ambiente ficcional, de maneira a ambientar as ações dramáticas exaustivamente já exploradas e que ganham fôlego e geram interesse no público por utilizarem esse contexto estético referenciado no medievo.

Palavras-chave: cinema, fantasia medieval, iconografia, verossimilhança, informação.

Media Age: the Medieval Iconography in Contemporary Cinema

¹ Trabalho apresentado ao GT História da Mídia Audiovisual, do V Congresso Nacional de História da Mídia, Facasper e Ciec, São Paulo, 2007.

² Doutora em Comunicação e Semiótica, professora do Mestrado em Gestão e Desenvolvimento Regional da Universidade de Taubaté monicafc@bol.com.br



Abstract

The visual references of the cinema are part of the imaginary of the Twentieth Century society. With the development of the digital technology and its application in images distribution and production, the cinema spectator started to have access to informations and tools of film production, becoming familiar with the behind the scene of media. One important question is about the consequence of this phenomenon to the narratives of the Hollywood film industry productions. The thesis defended in this text is that the image references of obscure, misty ages as considered by the popular knowledge, as the Middle Age, are used to confer and to conserve in the film narratives the tone of mystery, being created by a fantastic-medieval environment. For this, some contemporary films had been verified to understand the medieval iconography used in it. It was possible to observe that the medieval fantasy is a form to keep mystery on the cinema, since the production techniques are easily and intencioned disclosed, however the medieval signs are transformed and transposed for a fictional environment, in a way to adapt exhaustingly explored dramatic actions in a new environment, wich gather a breath and generate interest in the public using an aesthetics context based in Middle Age.

Key-words: cinema, medieval fantasy, iconography, verissimilitude, information.



Introdução

As tecnologias de produção de imagens desempenharam papel fundamental no desenvolvimento cultural do homem. Desde as pinturas corpóreas ou nas paredes das cavernas, soluções foram criadas de forma a permitir a expressão cultural através de linguagens diversas que compunham a iconografia de determinado grupo social. Aos poucos as tecnologias superaram a efemeridade temporal da oralidade e os limites geográficos da presencialidade. Forma-se, através das inovações tecnológicas, a história das mídias, aqui compreendidas como qualquer meio transmissor de mensagens.

Aparatos foram criados com o objetivo de potencializar as habilidades comunicativas naturais do homem. O megafone como extensão da voz humana, a pintura como extensão do olhar, a caneta como extensão da mão. Inúmeros são os objetos criados para amplificar a comunicação humana, gerando variados meios de transmissão de mensagens.

Harry Pross (1972) propôs uma classificação das mídias que permite compreender bem a evolução das tecnologias de comunicação desenvolvidas pelo homem. Pross define mídia primária como o processo de comunicação no qual o corpo não usa aparatos para se comunicar, contando apenas com suas habilidades físicas, sensoriais e cognitivas. Na mídia secundária ocorre o uso de aparatos por parte do emissor para se comunicar, como por exemplo a escrita, na qual aparatos como papel e caneta são necessários para composição de uma mensagem, que pode ser decodificada apenas com a visão e a capacidade cognitiva do receptor. Já na mídia terciária, há o uso de aparatos por parte do emissor e receptor para que ocorra o processo de comunicação, o que inclui as mídias eletrônicas e digitais. Está incluído na mídia terciária o cinema, que utiliza máquinas produtoras de imagens (câmeras) em seu processo de produção e necessita de um projetor para que o emissor acesse a mensagem.

O cinema é uma das tecnologias que se difundiram no século XX, evidenciando o papel central que o desenvolvimento tecnológico assumiu em nossa sociedade, o que resultou na hegemonia das imagens técnicas, enunciadas por alguma máquina criadora.



Dentre as artes eletrônicas do século XX, o cinema teve importante destaque no que diz respeito à formação de linguagens e, portanto, influência cultural. Segundo Manovich (2001), o cinema foi a maior forma cultural deste período.

Foi com o cinema que o homem passou a ter uma ferramenta para reconstrução da realidade. A diferença em relação à fotografia, tecnologia antecessora das imagens em movimento, que já apresentava os traços da verossimilhança tão característica do cinema, é que com o movimento a idéia da narratividade fica muito mais evidente. As fotos, devido à sua natureza estática, foram usadas inicialmente como um retrato congelado do passado. A citar o hábito das famílias se reunirem formalmente perante uma câmera para registrar o momento para a posteridade. O cinema, por sua dinamicidade, passou a ser usado desde seus primeiros anos de vida para contar histórias e recriar o passado. “A descoberta da fotografia no século passado e, posteriormente, a decomposição fotográfica para a obtenção do movimento com o cinema, são exemplos significativos da magia transformadora da imagem.” (Rhade, 1999)

Muitas das referências históricas que compõem nosso imaginário são baseadas em imagens de filmes que reconstituíram, e portanto, releram, fatos marcantes da história da humanidade. Apesar da verossimilhança, por manter primariamente relação icônica com seu objeto, o cinema é essencialmente ficcional. Mesmo o gênero documental tangencia a ficção em muitos aspectos. Manovich define cinema como “a arte que finalmente conseguiu criar uma ilusão convincente da realidade dinâmica”. (2001, p.296).

O cinema revolucionou nosso olhar; desenvolveu sua forma de armazenar informação, de correlacionar espaço e tempo; foi o embrião de outra mídia, a televisão. Está situado em uma cultura que desenvolveu no século XX duas grandes características: a informacional e a imagética.

O olhar do espectador : por dentro dos bastidores

É característica do cinema tentar apagar da película todos os traços de produção das imagens, aparentando ser um simples registro da realidade. Pela perfeição com que cria as ilusórias imagens, corremos o risco de considerá-las reais. Toda a ambientação criada pelas

salas dos cinemas colabora para o envolvimento do espectador com as imagens, no momento de exibição. Segundo Martin

[...] a imagem reproduz o real, para em seguida, em segundo grau e eventualmente, afetar nossos sentimentos e, por fim, em terceiro grau e sempre facultativamente, adquirir uma significação ideológica e moral. Este esquema corresponde ao papel da imagem tal como foi definido por Eisenstein, para quem a imagem nos conduz ao sentimento (ao movimento afetivo) e, deste, à idéia. (Martin, 1990, p.28)

Fica claro que a *re*-produção implica a criação de uma segunda realidade a partir do objeto real, o que gera a confusão entre o que é e o que parece ser real. Até pouco tempo atrás, antes do computador se tornar um instrumento de produção de efeitos especiais, a imagem fílmica retratava exatamente o que era oferecido à câmera, com o recorte do olhar do diretor. Os efeitos especiais, ou trucagem, consistiam em compor os efeitos no *set* de filmagem, fornecendo à câmera a imagem já trabalhada, com limitadas interferências posteriores, como uma sobreposição de películas por exemplo. Com o uso de recursos de produção fundamentados na linguagem digital, o cinema da atualidade nem precisa mais do objeto real para existir, visto que pode ser construído a partir de imagens de síntese, ou seja, imagens digitais produzidas sem ter como referência um objeto físico, que são produzidas a partir de códigos matemáticos, e não a partir da luz que sobre elas incide (como no caso da fotografia analógica). Mais do que nunca, o impossível e o mágico tornaram-se possíveis, em cenas nas quais personagens desafiam as leis da física e da natureza.

No entanto, é possível diagnosticar uma profunda mudança no perfil do espectador no decorrer do século XX. A atitude ingênua dos espectadores que fugiram das salas de cinema quando viram o trem dos irmãos Lumière se aproximando faz parte de um passado distante. Essa nova atitude do espectador se dá em função de dois fatores essenciais: a multiplicação de fontes de informação e o acesso aos meios de produção de imagens, viabilizado pela difusão da tecnologia digital.

O primeiro fator, a multiplicação de fontes de informação, fez com que os espectadores tivessem acesso a inúmeras fontes que de certa forma revelam os segredos do cinema. A Internet e outras mídias permitem a circulação de um volume praticamente

infinito e atualizável de informações sobre determinado assunto e, mais do que isso, permitem o agrupamento das pessoas conforme seus interesses. Além de saber mais sobre determinado filme, os espectadores conversam entre si. Mesmo as mídias eletrônicas que ainda não sofreram o processo de digitalização em todas as suas etapas, como a televisão e o rádio, viveram nas últimas décadas um multiplicar de canais e emissoras, bombardeando os espectadores de programas e disputando cada segundo de atenção. Cresceram também programas que revelam os bastidores das produções, que complementam o filme através de inúmeros subprodutos publicitários da mesma produção gerados pelos profissionais de marketing da indústria do cinema, exatamente para fazer com que o filme seja assunto entre os grupos de interesse, de forma que a informação circule entre as mais diversas mídias.

Mais do que ver cinema, falar sobre cinema virou uma forma de entretenimento. Saber os nomes dos atores, ver o *trailer* de um lançamento com antecedência pela Internet, a lista de filmes dos quais os astros participaram, segredos de bastidores, volume de investimento e as tecnologias utilizadas na geração da imagem fazem parte, hoje, de um pacote que tem como peça-chave o filme. A informação gerada pelo cinema multiplica-se em uma infinidade de outras mídias, cercando o espectador com o intuito de capturar sua atenção. Assim, mesmo que involuntariamente, o espectador atual é familiarizado com as mídias. As estratégias de marketing de lançamento dos filmes incluem necessariamente *sites*, que nos revelam os truques e feitos usados para se obter imagens tão próximas da realidade, DVDs que vêm com faixas extras, contendo *making ofs*, erros de gravação, depoimentos dos atores. Todos os segredos das produções são revelados. O espectador, ainda que de forma passiva, participa do processo de produção do filme. E espera o lançamento do filme para checar se os efeitos produzidos foram satisfatórios.

A sociedade contemporânea gerou uma cultura da informação, na qual ser e estar informado tornou-se um valor social. Para as pessoas, estar informado é um bem, um “valor socialmente difundido” (Wolf, 1999). As informações estão por toda a parte apresentadas sob a forma de diversos objetos culturais. Mais do que nunca, com as técnicas de reprodução de imagens, vivemos em uma cultura visual, na qual as informações no chegam através da experiência iconográfica, imagética, impulsionada inicialmente pelo cinema. A Sociedade da Informação é



“ [...] construída com base nas tecnologias da comunicação e informação, fluindo através de velocidades e quantidades inimagináveis e representando uma profunda mudança na organização da sociedade e da economia. As atenções do mundo global e neoliberal direcionam-se para a importância e a necessidade da informação, sendo pertinentes questões acerca de seu uso, armazenamento e recuperação. A informação passa a ser o principal fator de produção, capaz de interferir em qualquer contexto social”.
(Takahashi, 2000)

Neste contexto, o público de hoje está imerso na cultura das mídias. É um público iniciado, *expert*, que, de certa forma, sabe do funcionamento dos veículos de comunicação e tem acesso aos seus meios de produção, ou, pelo menos, conhece-os. O público é capaz de fazer relações mais elaboradas, como compartilhar da idéia com o realizador do filme, como afirma Riou (2002).

O acesso aos meios de produção de mensagens, decorrente da difusão dos computadores de uso doméstico, é o segundo fator de destaque que justifica a mudança do perfil do espectador. Além de receber informações sobre os meios de produção da indústria cinematográfica, o espectador contemporâneo possui acesso a poderosas formas de produção e distribuição de mensagens.

Com as mídias digitais, manipuláveis, relativamente acessíveis e interligadas em rede, o receptor passa a ser também um co-autor, um produtor de mensagens, o que lhe permite assumir uma postura muito mais participativa e lhe propicia um conhecimento maior sobre o funcionamento das mídias. Hoje qualquer pessoa pode ter acesso aos mesmos meios de produção de distribuição de mensagens que uma empresa. *Softwares* de edição, como o Adobe Première, de efeitos, como o After Effects, entre muito outros estão disponíveis para o público, seja em versões originais ou piratas. As tecnologias de produção de imagens se tornaram acessíveis para uma grande parte da população, o que lhes conferiu ao mesmo tempo um poder e uma perda da aura mágica criada em torno da imagem fílmica.



O fenômeno desencadeado pelo *site* Youtube³ é um exemplo do poder dos espectadores, que assumiram o papel de produtores de imagens em movimento e geraram uma nova linguagem que se distancia do padrão clássico da narrativa hollywoodiana. Ainda que as produções, na sua maioria caseiras, tenham uma qualidade de imagem muito inferior às de produções profissionais, o *site* é um indicador de que o perfil do espectador mudou. Hoje ele tem uma câmera na mão, determina o tema e o enquadramento da narrativa que quer produzir à sua maneira e possui um veículo de comunicação de abrangência global e custo extremamente reduzido disponível para distribuir sua produção. Veículo este que é o mesmo utilizado para difundir parte das caríssimas campanhas de lançamento dos filmes da indústria cinematográfica americana, a Internet.

É inegável que as formas de comunicação em rede, das quais a mais evidente é a Internet, permitiram uma revolução no processo de distribuição de mensagens. Se, nos meios de comunicação de massa, existem os obstáculos de custo e edição/ filtragem por parte dos veículos, nos sistemas em rede qualquer pessoa pode veicular suas mensagens por um custo bem reduzido, sem que haja qualquer tipo de avaliação oficial do conteúdo ou de qualidade da mensagem. Além desse fenômeno de proliferação de produções amadoras na Internet, recentemente, a indústria do cinema americano passou a incluir produções de estúdios ou profissionais independentes, que geraram grandes bilheteiras a partir de filmes de baixo orçamento, com os casos do *Bruxa de Blair*⁴, *Super Size Me*⁵, *Tiros em Columbine*⁶, entre outros.

Assim, com a exposição e difusão dos meios de produção para o espectador, fica uma questão sobre a conseqüência deste fenômeno sobre as narrativas das grandes produções da indústria cinematográfica.

A tese defendida neste texto é que as referências imagéticas de períodos considerados obscuros, considerados nebulosos pelo senso comum, como a Idade Média, são usadas para conferir e conservar um tom de mistério às narrativas dos filmes, já que as

³ Site que permite a visualização e a distribuição de vídeos de várias naturezas - de vídeos caseiros a trechos de produções comerciais para tv e cinema – gratuitamente. Disponível em <http://www.youtube.com>> Acesso em 20 set 2006.

⁴ Filme dirigido por Daniel Myrick e Eduardo Sánchez, lançado em 1999 nos EUA.

⁵ Filme dirigido por Morgan Spurlock., lançado em 2004 nos EUA.

⁶ Filme dirigido por Michael Moore, lançado em 2002 nos EUA.



formas de produção são escancaradas para o público. O espectador precisa de mistérios, visto que ele mesmo é capaz de produzir as imagens, o que tira o glamour do cinema, e as referências medievais aparecem até mesmo em filmes futuristas de ficção-científica, em figurinos e cenários que remetem ao passado medieval.

As narrativas contemporâneas e as ambientações fantástico-medievais

O fato de não haver mais mistérios nas formas de produção, já que a revelação dos bastidores faz parte do pacote publicitário do lançamento de um filme, gerou uma volta às narrativas e ao uso de elementos imagéticos considerados obscuros, místicos. Filmes que foram grandes sucessos de bilheteria recentemente têm explorado essa temática, pautada especificamente no uso de signos com referência no período medieval para ambientação de suas histórias. É possível atribuir o fato de a Idade Média ser um referencial muito utilizado pela razão deste período ser considerado o mais indecifrado e oculto para o olhar do grande público. Apesar de historiadores terem desmistificado este período, o senso comum o associa diretamente às idéias de idade das trevas, proibição, mistério, caça às bruxas, criando releituras que originam uma estética fantástico-medieval através do uso dos recursos tecnológicos que permitem criar ambientações imaginárias.

O efeito especial é, portanto, o meio pelo qual o impossível e o mágico se tornam visíveis, participando regularmente do processo de formação das identidades fílmicas. Nesse sentido, a técnica hollywoodiana que legitima esse tipo de imagem. O cinema de Hollywood encontrou no estilo de filmes de efeitos especiais o espaço de comunhão da técnica com o espectador, um meio de restaurar por um tempo o imaginário do impossível, da ressurreição, do corpo instável e da conquista tecnológica.

(Freitas, 2002)

A Idade Média foi o período dominado pelo sagrado, no qual o conhecimento estava sempre ligado, de alguma forma, à religião, algo subjetivo, intangível e, portanto, de certa forma, misterioso.



[...] No decorrer da Idade Média, a maior parte das escolas e das universidades do Ocidente foram instituições eclesiásticas ou controladas pela Igreja. Note-se que, não somente nas faculdades de teologia, mas também nas escolas de artes e de direito canônico, a proporção de padres e religiosos era elevada e, de qualquer modo, estudantes e professores, que tivessem ou não recebido as ordens sagradas, portavam a tonsura e seu estatuto era correspondente, notadamente no plano fiscal e judiciário, àqueles clérigos. Não surpreende que até o final da Idade Média tenha sido no seio da Igreja que a maioria dos homens de saber puderam fazer carreira. [...]

(Verger, 1999, p. 144)

Por causa desse controle, o antagonismo entre o correto e o proibido, entre o revelado e o oculto aparecem de forma evidente, dando subsídios para a construção das narrativas contemporâneas.

“A ânsia por viver aventuras em um lugar desconhecido, de explorar um mundo selvagem e nele descobrir seres fantásticos leva milhares de participantes a se tornarem cavaleiros, magos e fadas, habitantes virtuais de um mundo de fantasia. Os sonhos de evasão são agora realizáveis virtualmente.” (Vasconcellos, 2005)

No contexto fragmentado do pós-modernismo, período atual no qual não há instituições que concentrem sozinhas o monopólio do controle social, como foi a Igreja na Idade Média, talvez o público anseie por algumas referências que dêem fôlego em meio à tanta exposição, informação, diversidade, tribos e diferenças escancaradas, explícitas e potencializadas pela superexposição nos meios de comunicação.

Observando as narrativas dos filmes analisados, verificamos que as estruturas narrativas continuam baseadas nos clássicos *plots* (ação dramática) do cinema: o “*plot* de cinderela”, por exemplo, é nítido na história de Harry Potter⁷, que é um pobre garoto órfão, mal tratado e subestimado por seus tios, que descobre ser um bruxo com grandes poderes e uma missão a ser cumprida: derrotar os vilões que utilizam os poderes mágicos com fins

⁷ O primeiro filme da série, Harry Potter e a Pedra Filosofal, teve direção de Chris Columbus e foi lançado em 2001. Até 2006, a série totaliza cinco filmes já lançados.

maléficos. O que instiga o espectador é a forma como a história é criada, com ambientação, personagens e *subplots* inspirados na estética medieval.

No filme, uma infinidade de símbolos que se refere à iconografia medieval aparece reposicionados no contexto ficcional: a coruja, os bruxos, gatos, poções, castelos, livros proibidos, brasões.

Simbologia semelhante aparece no filme *As Crônicas de Nárnia*⁸, no qual um mundo encantado cujo acesso se dá através de um portal mágico dentro de um guarda-roupas é cenário de rainhas, elfos, castelos e batalhas entre cavaleiros.

Mesmo em filmes que exploram uma temática futurista, como os filmes da série *Guerra nas Estrelas*⁹, referências de monges, princesas, rainhas, espadas, aparecem em personagens e seus figurinos, que relêem a estética medieval e deslocam para uma ambientação fantástica futurista.

Outro exemplo é a trilogia *Senhor dos Anéis*¹⁰, que também segue a mesma linha de criação de mundos fantásticos, inspirados no medievo, enfatizando o misticismo, os valores espirituais e forças benignas e malignas que geram o conflito desenvolvido na narrativa, assim como a Igreja medieval concebia o céu e o inferno. Reis, rainhas, seres da floresta, espadas, castelos são símbolos presentes também neste filme.

Estes filmes reformulam e se apropriam dos símbolos medievais, transpondo-os para o imaginário ficcional, o que confere à narrativa a aura de sobrenatural, fantástica, mística. Mais do que isso, “a técnica passa a ser valorizada para finalidades estéticas” (Rhade, 1999), visto que recursos de tecnologia digital permitem que esses símbolos medievais sejam recriados de forma verossímil. “Os filmes criam uma ambientação a partir de signos medievais, que são deslocados de sua função original para gerar a sensação de mistério e dar suporte às narrativas, gerando o que pode ser compreendido como elementos fantástico-medievais.[...] A ânsia por viver aventuras em um lugar desconhecido, de explorar um mundo selvagem e nele descobrir seres fantásticos leva milhares de participantes a se tornarem cavaleiros, magos e fadas, habitantes virtuais de um mundo de

⁸ Direção de Andrew Adamson, lançado em 2005.

⁹ Projeto concebido, liderado e dirigido por George Lucas, lançou o primeiro filme em 1977, revolucionando as técnicas de efeitos especiais na época. Até 2006, foram lançados 6 filmes da série.



fantasia.”(Vasconcellos, 2005). Isso justifica a aceitação e interesse do público por filmes com essas características, um público que conhece todos os recursos de produção, mas que tem a necessidade da fantasia presente nas narrativas.

Conclusão

Com a rápida evolução tecnológica, na qual uma mídia se sobrepõe à outra de forma desordenada devido à própria rapidez do desenvolvimento das tecnologias, o cinema, mídia responsável por provocar uma revolução na linguagem e na narrativa, se tornou parte de um sistema cultural complexo, intercambiando mensagens e informações com outras mídias, gerando uma forma de entretenimento através de inúmeros subprodutos culturais que giram em torno dos bastidores da indústria cinematográfica. Por ser uma das artes tecnológicas de maior projeção no século XX, o público familiarizado com as mídias se entretém desvendando junto a esses subprodutos, como, por exemplo, os *making ofs* e as faixas extras dos DVDs. Cabe então às narrativas a manutenção do glamour e do mistério, já que algo desconhecido, a ser decifrado, são atrativos necessários para qualquer produto cultural. Para promover isso, observamos que os campos simbólicos medievais foram apropriados e transformados para a criação de uma ambientação medieval nos filmes, que confere à narrativa, raramente diferente dos *plots* convencionais das narrativas hollywoodianas, um tom de mistério, garantindo a atratividade e a conquista da atenção dos espectadores.

Referências bibliográficas

- FREITAS, Cristiane. O cinema e “novas” tecnologias: o espetáculo continua. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, nº 18, agosto 2002.
- MANOVICH, Lev. **The Language of new media**. Cambridge: MIT Press, 2001.
- MARTIN, Marcel. A linguagem cinematográfica. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- PROSS, H. **Medienforschung**. Darmstadt, C. Habel, 1972.

¹⁰ Com direção de Peter Jackson , é uma trilogia que teve o lançamento do primeiro filme em 2001.



RAHDE, Maria Beatriz Furtado. Leituras Iconográficas e Pós-Modernidade: da criação humana à criação do humano/máquina. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, nº 11, dezembro 1999.

RIOU, Nicolas. **Pub Fiction**. 2 ed., Paris: Organization, 2002.

TAKAHASHI, T. (Org.). **Sociedade da Informação no Brasil**: Livro Verde. Brasília: Ministério da Ciência e Tecnologia, 2000. 203 p

VASCONCELLOS, Martha Werneck. **Mundos virtuais on-line de temática fantástico-medieval: herança romântica em embalagem tecnológica**. Set 2005. Disponível em: <http://72.14.209.104/search?q=cache:txjYD9ybrBAJ:www.comunidadesvirtuais.pro.br/novastrilhas/textos/marthavasconcellos.pdf+%22Verger%22+%22Homens+*+saber+*+Idade%22&hl=pt-BR&gl=br&ct=clnk&cd=5&lr=lang_pt> Acesso em 11 set 2006

VERGER, Jacques. **Homens e Saber na Idade Média**. São Paulo: EDUSC, 1999.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença. 1999.