

## **MARILYN MONROE:** reflexão da construção da personagem e sua influência no cinema á luz da Teoria da Agulha Hipodérmica

**Camila Silva Cunha Nogueira**

Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS

**Laila Rebecca do Amaral**

Graduanda em Jornalismo

Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS

**Rafael Furlan Lo Giudice**

Docente-Mestre; Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS

### **RESUMO**

O presente trabalho tem como objetivo analisar a história e a influência de figuras femininas, tomando como base Marilyn Monroe, e a maneira como as mesmas são retratadas pela mídia. A teoria da bala mágica ou da agulha hipodérmica vem demonstrar como as mídias constroem essas figuras, exercendo uma forte influência sobre o público e sobre a própria mulher em questão, que pode ser tornar um verdadeiro produto midiático.

**PALAVRAS-CHAVE:** Marilyn Monroe; teoria da bala mágica ou agulha hipodérmica; comunicação.

### **INTRODUÇÃO**

A comunicação possui subdivisões, pelas quais a Teoria da Bala Mágica, ou da Agulha Hipodérmica é um modelo de Teoria da Comunicação na subdivisão Comunicação de Massas. Fundamentada no Behaviorismo, onde todo estímulo gera uma resposta, e do Comportamento Condicionado, de Ivan Pavlov, Harold Dwight Lasswell, elaborou a Teoria da Bala Mágica, a primeira grande Teoria da Comunicação, surgindo na Escola Norte-Americana na década de 1930.

Lasswell, considerado um dos fundadores da psicologia política, tem em seus objetivos do desenvolvimento deste modelo de Teoria da Comunicação à busca por uma maneira de compreender as influências da comunicação no comportamento da população, a fim possibilitar estratégias para exercer influência comportamental sobre a massa.

Baseada na ideia de estímulo-resposta, A Teoria da Bala Mágica - da Agulha Hipodérmica, prevê um conjunto de premissas ligadas à organização social, estruturas psicológicas individuais e coletivas. A teoria surgiu nos períodos entre

guerras, especificamente após a Primeira Guerra Mundial, como instrumento de ascensão do nazismo. Tinha como objetivo investigar formas de dominação social, atreladas a interesses econômicos e/ou políticos.

Na época em que a teoria surgiu, em relação aos processos comunicacionais, tinha como principal conceito a ideia de passividade do receptor e de poder de persuasão dos comunicadores era predominante, pois, ao ser atingida por uma mensagem, o receptor poderia ser manipulado, e induzido a agir da forma desejada pelos emissores. “Na relação complexa entre organismo e ambiente, o elemento crucial é representado pelo estímulo: este compreende os objetos e as condições externas ao sujeito, que a partir dele produzem uma resposta” (WOLF, 1995, p. 10).

No período entre guerras houve uma grande difusão dos meios de comunicação em massa, tornando-se necessário um modelo de teoria que buscasse entender os processos comunicacionais como forma de manipulação do receptor, de forma abrangente. Com controle absoluto sobre a opinião pública, através de um ministério de propaganda e estratégias de comunicação, onde a ideia que a constância de uma mensagem era essencial para perpetuação e êxito, Adolf Hitler instalou em pouco tempo o regime nazista em toda Alemanha.

## **1 NORMA JEAN X MARILYN MONROE: um breve relato biográfico**

Em 1º de junho de 1926 nascia em Los Angeles, Norma Jean Baker. Sua mãe, Gladys Baker sofria de diversos problemas psicológicos e, portanto, sua infância seria conturbada e marcada por lares adotivos, temporários e até orfanatos. A vida como mulher, começaria muito cedo: aos 16 anos, após ser rejeitada por mais uma das famílias em que vivia, Norman Jean se casaria com Jim Dougherty, um homem mais velho.

Começariam então, diversos problemas sexuais e psicológicos, envolvendo o casamento e o próprio ato sexual. Diferentes biógrafos descrevem Norma Jean como, apesar de inocente e ingênua, sempre muito bonita e atraente. Alguns afirmam que a jovem atraía olhares e insinuações, mesmo quando não os buscava.

Não se sabe ao certo se Dougherty obrigava a esposa a ter relações sexuais, mas Mailer (2013) afirma que a jovem sempre reprimia o ato, tentando

escapar da situação. O autor, inclusive acredita que exista a possibilidade de que Norma Jean tenha sido vítima de abuso sexual em alguns dos lares adotivos por que passou.

O casamento não duraria muito tempo, mas após o processo de divórcio começaria a surgir Marilyn Monroe. Em 1946 Norman Jean oficializava o primeiro contrato com os estúdios *20th Century Fox*, para a participação no filme “[...] E os anos passaram”. A partir daí o mundo estaria à beira da descoberta de uma das maiores estrelas do cinema. Os produtores do estúdio convenceram Norma Jean que seu nome era infantil e difícil de se pronunciar. Era a oficialização do nascimento de Marilyn Monroe.

Os cabelos castanhos e simples dariam lugar ao belo loiro platinado, marca registrada da atriz. Os lábios seriam realçados com batons de tom vermelho forte e até mesmo a pinta tão famosa acima dos lábios, seria mais marcada para ser percebida. A imagem de loira, “burra”, inocente e “objeto sexual” seria a mais utilizada em seus primeiros filmes.

Marilyn começaria a perceber que tinha certo “poder”. A capacidade de se mostrar “poderosa” e sensual atrairia, e muito o público masculino, e acabaria lhe rendendo os holofotes de todo o mundo.

Se iniciaria o processo de construção da personagem “Marilyn Monroe”, uma mulher totalmente diferente de Norma Jean, que seguia muito bem os preceitos de Poder, segundo Foucault, como relatado por Ribeiro (1999): a sexualidade é um comutador que nenhum sistema moderno de poder pode dispensar. Ela não é aquilo que o poder tem medo, mas aquilo que se usa para seu exercício. As proibições não são formas essenciais do poder, são apenas seus limites, as formas frustradas. As relações de poder são, antes de tudo, produtivas.

Marilyn Monroe era capaz de exercer esse tipo de “poder” no público masculino, utilizando-se de sua sexualidade e beleza. Mas esse processo de “poder” também se torna interessante, ao se mostrar afetando também o público feminino da época, já que “todas queriam ser Marilyn”.

Os projetos dos anos seguintes não renderiam à Marilyn toda a fama que conheceria, mas abriram portas e novas oportunidades. Em 1954, Marilyn faria um de seus maiores sucessos, “Os homens preferem as loiras” e também, se casaria pela segunda vez. O marido, Joe DiMaggio, famoso jogador de *baisebol*, se

mostraria muito ciumento, pedindo constantemente que a jovem deixasse os trabalhos como modelo e atriz.

Este casamento também não duraria. Já no ano seguinte, viria o divórcio. Nessa época, segundo Taraborrelli (2009) *apud* Maia (2010), Marilyn já dependia de medicamentos para dormir e de estimulantes para se manter acordada. Cada vez mais, Marilyn era considerada um símbolo sexual. Os homens assistiam seus filmes, e sonhavam com aquela mulher: bonita, sensual e submissa.

No ano de 1956, o terceiro casamento, com um dramaturgo seria conturbado e marcado por investigações policiais. Arthur Miller era investigado por ligações aos partidos comunistas da época. Marilyn também seria investigada. O divórcio, veio pouco tempo depois. Dois abortos espontâneos também entrariam para lista de problemas e traumas na vida de Marilyn, aumentando ainda mais sua depressão e insatisfação.

Apesar de lutar para se desvencilhar da imagem criada de Marilyn Monroe, a jovem atriz se via presa ao padrão e, principalmente, ao “produto Marilyn” que estava se formando. Cada vez mais a vida de uma mulher, de uma pessoa, era tratada como objeto, como produto que a mídia e a população poderia imitar, se apegar, vigiar e criticar.

A essa altura, Monroe dependia quase que totalmente de medicações, tendo dificuldades para decorar textos e para manter-se em ordem durante gravações de filmes. Mas, apesar disso, os resultados nas telas acabavam sempre surpreendendo e causando grande alvoroço. Mesmo com problemas pessoais, Marilyn lutava para mudar a imagem que havia passado para o mundo. Buscava papéis em que pudesse mostrar algo além da loira “burra” e sensual.

Mas já nessa época, a jovem atriz, não conseguia manter-se sem o auxílio de sua analista. Relatos mostram que os pensamentos de um suicídio eram cada vez mais constantes. Aconteceria então, um fato considerado por muitos biógrafos, como um dos mais marcantes, na consciência mental de Marilyn: sua psiquiatra a interna em um reformatório contra sua vontade. Esse fato se tornaria um trauma muito forte na vida de Marilyn.

Nos anos seguintes, algumas outras situações marcantes começam a definir o destino trágico da loira mais cobiçada do mundo. Em 1962 Marilyn conhece o

então presidente dos Estados Unidos, John F. Kennedy com quem, muitos relatam (MAIA, 2010; MENEZES; VIANA 2014; MAILER, 2013), iniciou um romance.

Apesar de ser um ano marcante por alguns bons motivos, 1962 viria a ser também um dos mais tristes. Monroe acabara de receber o Globo de Ouro por sua atuação em “Os Desajustados”, mas alguns meses depois, por sua grande dependência de remédios e da bebida, Marilyn não conseguiu manter seu contrato com a *20th Century Fox* e é demitida, enquanto gravava outro filme.

No dia 5 de agosto, Marilyn Monroe é encontrada morta em seu quarto. Aos 36 anos, uma das mulheres mais inspiradoras e bem-sucedidas da época, já não mais existia. Surgiram então, diversas teorias, ideias e conspirações. Suicídio, a causa mais provável, assassinato e overdose, foram algumas das possibilidades mais debatidas. Mas após essa data, Marilyn Monroe nunca mais seria esquecida.

A real causa da morte, fisiologicamente, talvez nunca fosse descoberta, mas as questões e psicológicas não poderiam ser esquecidas. Uma “obsessão” de uma sociedade por uma determinada mulher, prendeu Marilyn àquela figura. A necessidade de manter o símbolo sexual, que todos queriam, impediu que Marilyn criasse a personagem mais realista e verdadeira pela qual lutava, e assim, acabasse desistindo de si mesma.

## **2 MULHER OU PRODUTO DA MÍDIA?**

As questões envolvendo a morte de Marilyn Monroe abrangem muitos temas e discussões. Mas um aspecto é visível e preocupante: ao final de sua vida Marilyn podia ser considerada um produto da mídia e da sociedade. Até que ponto essa relação não afetou sua consciência e seu bem-estar?

Como se pode observar através da vida de Monroe, não é recente a influência que as mulheres têm na mídia e na sociedade. Apesar das discriminações em relações á direitos trabalhistas, no Cinema, na TV e na Música e imagem da mulher tem diversas utilizações. As próprias mulheres buscam, por muitas vezes, chocar e causar revoluções ao ousarem na forma como são representadas, como os exemplos das cantoras Madonna e Lady Gaga.

Além desse tipo de influência, as mulheres na mídia também acabam se tornando “exemplos”, modelos e inspirações. Como foi o caso (e ainda é) de Marilyn.

A história de Marilyn mostra de fato, como essa indústria hollywoodiana e a mídia podem “criar” e “construir” pessoas. Norma Jean, a morena simples e “esquecível” foi transformada no ícone e *sex symbol* Marilyn Monroe. De acordo com Siqueira (2014) isso comprova a necessidade de uma verdadeira “mutação”, para que se crie uma imagem comerciável que será fixada na sociedade.

Tanto Marilyn, quanto outras atrizes da época que faziam sucesso eram loiras. Siqueira (2014) ainda afirma que essa padronização acabou influenciando de fato as mulheres da sociedade americana. O número de mulheres que tingiram os cabelos e se tornaram loiras cresceu significativamente. Isso levaria Marilyn ao patamar de “formadora de opinião” na época. Mas a significância de Marilyn vai ainda muito, além disso.

Marilyn Monroe se tornaria a figura morta mais rentável e utilizada em todo o mundo, já que, o fato de não estar mais viva, não impediria sua imagem de viajar por todo o planeta, com diferentes formas, tamanhos e representações.

A influência de Monroe sobre as artistas dos anos e das décadas seguintes a sua morte seria evidente. A cantora Madonna já demonstrou mais de uma vez sua admiração por Marilyn, ao utilizar cabelos e roupas que remetem ao “*sex symbol*” em cliques e gravações de músicas, como afirma Maia (2010).

Em 2012, a famosa marca *Chanel* realizou uma campanha do perfume Nº 5 ao criar um vídeo contando a história de Marilyn com o perfume. O vídeo mostra a história de que Marilyn afirmou em uma entrevista á uma revista americana que ao invés de pijamas, na hora de dormir, usaria apenas algumas gotas de Chanel Nº 5. Ao final do vídeo, pode-se ouvir a gravação original, com a voz de Marilyn falando sobre essa situação <https://www.youtube.com/watch?v=Wo8UtWiYiZI>).

Sobre a utilização do vídeo como campanha publicitária, Menezes e Viana (2014) declaram:

A partir da repercussão desse vídeo é possível constatar como a figura de Monroe ainda exerce uma forte influência na sociedade, e, sobretudo, na propaganda. Sua imagem, sofisticação e sensualidade, continuam sendo associadas a padrões de excelência e credibilidade dentro do universo publicitário. A imagem de Marilyn transcendeu as barreiras do tempo. O maior símbolo sexual de todos os tempos parece oferecer ao mercado algo surreal, incapaz de ser encontrado nos

rostos e corpos de tantas modelos e atrizes contemporâneas (MENEZES; VIANA, 2014, p. 3).

Somente o fato da empresa *Chanel* se dar ao trabalho de “caçar” e comprar essa gravação original (como explicado no vídeo) já é possível se entender o tamanho da influência e da importância de Marilyn na cultura, na sociedade e até mesmo na história das mulheres, principalmente americanas.

A cena de “O Pecado Mora ao Lado”, na qual o vestido branco de Marilyn se levanta com o vento da estação subterrânea de metrô foi repetida e recriada por atrizes famosas e por anônimos de todo o mundo. Menezes e Viana (2014) relatam que até mesmo atrizes contemporâneas como Angelina Jolie, Nicole Kidman e Scarlett Johansson já posaram para sessões de fotos, vestidas e maquiadas ao mais clássico estilo “Marilyn Monroe”, que seria os cabelos loiros marcantes, a boca vermelha chamativa, e em alguns casos até mesmo a famosa pinta (colocada com maquiagem).

Filmes e seriados de televisão ainda mantém a figura de Marilyn viva e marcante nos dias de hoje. A lista de filmes recriando sua trajetória de vida, ou alguns de seus momentos mais marcantes, é incontável, como o recente “Sete Dias com Marilyn” (2011) e “A Verdadeira História de Marilyn” (1996) que inclusive relata a transformação de Norma Jean.

Os seriados *Masters of Sex* (Showtime) e *Mad Men* (AMC) revelaram durante sua exibição no último ano de 2014, o quanto a figura de Marilyn era importante e significativa para a população americana na época em que vivia.

Em uma curiosa cena da quarta temporada de *Mad Men*, que mostra o dia a dia de uma empresa de publicidade nos anos 50, os publicitários devem organizar uma campanha para uma empresa de sutiãs. A ideia principal, surge a partir de Marilyn Monroe, após uma rápida observação das mulheres do escritório: eles percebem que todas elas, ou “são” Marylins ou Jackies (em referência à Jackie Kennedy, esposa do presidente da época nos Estados Unidos).

E as referências à Marilyn seguem com força total, em comerciais, fotografias e produtos de consumo, demonstrando o quanto sua imagem, formada pela mídia, foi “comprada” e aceita por uma sociedade ansiosa por consumir, mesmo que isso significasse desgastar a vida e a realidade de uma pessoa comum.

### 3 MASSIFICAÇÃO DA PERSONAGEM

A Segunda Guerra Mundial terminou em 1945, emergindo a geração *baby bommers*, compreendendo pessoas que nasceram entre 1946 e 1964. Essa geração estava inserida em uma narrativa sociológica que passava por uma a reestruturação da economia e da confiança no poder público, por consequência, ocasionou na estabilidade da natalidade, iniciando a formação de uma sociedade de consumo.

Na euforia consumista das décadas de 50 e 60, a indústria cinematográfica, assim como todas as outras indústrias, não pouparam esforços para lucrar com a influência que os artistas tinham nos telespectadores, através da imagem do personagem, produzindo para o novo mercado consumidor, formado por jovens em sua grande maioria. Estes integrantes deste mercado consumidor eram jovens que também integravam a Geração *Beat*, influenciados pelas ideias de liberdade de "On the Road", lançadas pela figura subversiva de Jack Keurouac, de 1957. Embora oposta à forma de consumo vigente, a industrial cultura da música e do cinema soube aproveitar muito bem o momento, lançando e criando grandes personalidades como Elvis Presley e Marilyn Monroe.

Nos anos 50, a mulher ainda era retratada no cinema apenas como esposa e responsável pela educação dos filhos. Conforme Cardoso & Freita Junior (2009, *apud* SANTOS; FERREIRA, 2013) a mulher é retratada nos filmes como submissa, renunciando a si mesma para em favor do desejo do homem, e só poderia se sentir segura contra suas fraquezas com a presença de um homem.

O cinema exerceu influência no padrão cotidiano da população, sendo o primeiro grande comunicador de massas do século XX, colaborando para ascensão da mulher na sociedade contemporânea. Marilyn Monroe, portanto, surge em uma dualidade entre submissão às figuras masculinas, encontrando nos homens segurança e conforto, e também surge em alguns momentos como mulher feminista, com poder de sedução e livre para amar o homem que desejasse.

Conforme Cardoso (2010), o cinema apresentou Marilyn Monroe, "com uma mistura dos dois estilos - a devastadora combinação de ingenuidade e sensualidade". E por outro lado, a mulher no cinema ganhava um protagonismo com mais poder, ultrapassando as barreiras de filha, mãe ou esposa. Uma dualidade que foi altamente lucrativa para indústria cinematográfica, na produção de 32 filmes, em

que Marilyn Monroe foi protagonista ou coadjuvante. Pois, ao mesmo tempo em que produzia uma Marilyn Monroe para o deleite masculino, produzia também para mulheres que ansiavam pela ascensão social através do poder feminino. Em suma a indústria cinematográfica, conseguiu fazer com que homens e mulheres se reconhecessem no discurso da personagem Marilyn Monroe.

A cultura de massa segue os padrões capitalistas, que para o sociólogo Edgar Morin (1962), o modo de produção da cultura de massa obedece aos esquemas da produção industrial de massa e o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa acompanha a introdução cada vez mais determinante dos critérios de rendimento e de rentabilidade em tudo o que se refere à produção cultural.

A fórmula da ideia de transmissão de uma mensagem repetidamente até a fixação do seu conteúdo, surgida com as primeiras teorias da comunicação, sobretudo a Agulha Hipodérmica, foi um padrão adotado pela indústria cultural para fazer de uma personalidade, um produto lucrativo, como Marilyn Monroe, 54 anos após a sua morte, ainda exerce influência no cinema e na moda. Segundo Kellner (2001 *apud* MENEZES; VIANA 2014), para indústria cultural vender um produto e atrair grande público, devem representar a vivência social, talvez chocar pelo conteúdo transgressor e crítico às convenções sociais vigentes.

## **CONCLUSÃO**

Em toda história da comunicação, e das suas teorias, sempre há novos modelos que superam, complementam ou até contestam os anteriores, porém, não os invalidam. Este breve recorte teórico buscou contribuir para reflexão de como a Teoria da Bala Mágica explica as estratégias que são possibilitadas pela comunicação para influenciar o comportamento da massa. Sugere-se, portanto, que a Teoria da Bala Mágica foi um modelo de estratégia – fundamentada no Behaviorismo, onde todo estímulo gera uma resposta – utilizado pela indústria cinematográfica para fazer da personagem Marilyn Monroe um produto midiático altamente lucrativo e formador de padrões comportamentais mesmo após 54 anos da morte da atriz.

Mesmo com movimentos subversivos, onde não havia apenas um público passivo, o estímulo da imagem *sex-symbol* de Marilyn Monroe conquistou diversas mulheres de diferentes camadas sociais, da moda ao cinema, e até dentro dos lares norte americanos. O poder de persuasão da imagem da personagem atingiu o imaginário coletivo feminino, ditando padrões estéticos e comportamentais, despertando nas mulheres o desejo por poder, fama e beleza, tornando o consumo da imagem de Marilyn Monroe um fenômeno. Este fato a tornou, possivelmente, a figura mais icônica da história da cultura norte americana. O estímulo gerado pela influência de Marilyn Monroe foi tão significativo, que movimentou diversos outros setores do capitalismo, imortalizando, também, economicamente a personagem.

Este recorte teórico também possibilitou a reflexão para duas possíveis pesquisas sobre Marilyn Monroe, em comunicação e também em outras áreas do conhecimento. É passível de reflexão que a massificação da imagem de Marilyn Monroe, como produto midiático, possa ter causado danos psicológicos a atriz, que pode ser revelado através de suas biografias, pelas quais relatam problemas comportamentais e psicológicos após a fama, brevemente apresentados neste trabalho. É possível também a elaboração de uma análise, levando em consideração o contexto histórico, em como a mídia, em questão o cinema, usou a imagem de Marilyn Monroe para atingir o coletivo feminino, também brevemente apresentado neste trabalho. A fim de encontrar quais as estratégias e de que forma foram usadas para atingir este público, que ansiava por uma mudança de status.

## REFERÊNCIAS

ARMAND; L.; MATTERLART M. **História das teorias da comunicação**. 6ª ed. São Paulo: Loyola, 2003.

MAIA, Laddine M. C. de L. **Idolatria e indústria cultural: a apropriação do mito Marilyn Monroe pela publicidade contemporânea**. Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda. Fortaleza/CE: Faculdade 7 de Setembro: 2010. Disponível em: <<http://www.fa7.edu.br/recursos/imagens/File/publicidade/monografia/2010/Ladinne.pdf>>. Acesso em: 30 ago. 2015.

MAILER, Norman. **Marilyn**. Rio de Janeiro: Record, 2013.

MENEZES, Monalisa S. e VIANA, Pablo M. F. Marilyn Monroe: A estrela como produto. Um olhar sobre a utilização da imagem midiática da atriz na propaganda.

**Intercom XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.** Foz do Iguaçu: 2014. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2014/resumos/R9-1504-1.pdf>>. Acesso em: 30 ago. 2015.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massa no Século XX.** O Espírito do tempo 1 – Neurose. Trad. L' Sprit du Temps. 9ª ed. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, 2002.

RIBEIRO, Bruna. **Marilyn Monroe: um símbolo além do sexual.** Disponível em: <<http://obviousmag.org/the-wonderful-tales-of-my-mind/2015/marilyn-monroe-um-simbolo-alem-do-sexual.html>>. Acesso em: 30 ago. 2015.

RIBEIRO, M. O. A sexualidade segundo Michel Foucault: uma contribuição para a enfermagem. **Rev. Esc. Enf. USP.**, v. 33, n. 4, p. 358-63, dez. 1999. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/reeusp/v33n4/v33n4a06>>. Acesso em: 02 out. 2015.

SANTOS, Tássio; FERREIRA, Maria de Fátima. **Análise da ruptura da submissão feminina no cinema da década de cinquenta, incorporadas nas personagens de Marilyn Monroe.** Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-audiovisual-e-visual/analise-da-ruptura-da-submissao-feminina-no-cinema-da-decada-de-cinquenta-incorporadas-nas-personagens-de-marilyn-monroe>>. Acesso em: 03 out. 2015.

SIQUEIRA, Gabriel S. **A desconstrução estética no díptico de Marilyn Monroe:** obra de Andy Warhol. Artigo apresentado como Trabalho de Conclusão de Curso de Comunicação Social. Brasília/ DF. Universidade Católica de Brasília: 2014. Disponível em: <<http://repositorio.ucb.br/jspui/bitstream/10869/4546/1/Gabriela%20Silva%20Siqueira.pdf>>. Acesso em: 02 set. 2015.

YOUTUBE. Marilyn and nº 5 - Inside CHANEL. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Wo8UtWiYiZl>>. Acesso em: 02 set. 2015.

WOLF, M. **Teorias da comunicação.** Lisboa: Editorial Presença, 1995.