

## **Morte e sensacionalismo como notícia: o caso de linchamento em São Luís e a cobertura do portal G1**

Brena Freitas Rodrigues<sup>2</sup>

Márcia Oliveira de Alencar<sup>3</sup>

Faculdade Estácio de São Luís. São Luís – MA

### **Resumo**

O caso de linchamento de um homem suspeito de tentativa de assalto em São Luís do Maranhão, provocou grande repercussão na imprensa nacional, em função dos requintes de crueldade do crime cometido pela população ludovicense. Em 15 dias, fotos, vídeos depoimentos das testemunhas e do sobrevivente, foram notícia em vários meios de comunicação do país. Baseado nisso, o presente trabalho tem como proposta investigar os critérios de noticiabilidade e o sensacionalismo na cobertura jornalística da mídia sobre o caso, através dos autores Danilo Angrimani, Nelson Traquina e Mauro Wolf, a partir da análise do portal G1, dos dias 6 a 20 de Julho de 2015, período em que foi noticiado os principais fatos relacionados ao crime que chocou o país, e conseqüentemente conquistou a atenção da mídia nacional.

### **Palavras-chave**

Morte; Sensacionalismo, Noticiabilidade; Linchamento;

## **1. INTRODUÇÃO**

No dia 6 de julho de 2015, Cledenilson Pereira da Silva, de 29 anos, foi agredido até a morte por populares em São Luís do Maranhão. Acusado de tentar assaltar um estabelecimento comercial, juntamente com um adolescente menor de idade, Cledenilson e o companheiro foram dominados por pessoas que estavam no local, que os amarraram em um poste e o agrediram até a morte de Cledenilson. O adolescente só não foi a óbito porque se fingiu de morto.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Faculdade Estácio de São Luís. email: [brena\\_rodrigues@hotmail.com](mailto:brena_rodrigues@hotmail.com)

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo Faculdade Estácio de São Luís, email: [modeasz@hotmail.com](mailto:modeasz@hotmail.com)

O caso de linchamento com requintes de crueldade foi notícia em todo o Brasil, nos principais meios de comunicação. Jornais e emissoras locais de rádio e TV produziam pautas diárias sobre o assunto, que se desdobrou em matérias especiais em programas nacionais, sobre a quantidade de números de linchamento no Maranhão e a possível razão que levava pessoas que se autodenominam esclarecidas e educadas, a reagir de forma tão violenta, por exemplo. Após a repercussão do caso na mídia, outras tentativas de linchamentos de suspeitos de assaltos foram registradas pela polícia. Telespectadores, ouvintes e internautas apoiavam as iniciativas dos envolvidos nas tentativas de homicídios, alegando a falta de segurança em São Luís, e baseando-se no antigo jargão de que “bandido bom, é bandido morto”.

Utilizando os autores Danilo Angrimani, Nelson Traquina e Mauro Wolf, abordaremos sobre o sensacionalismo e os critérios de noticiabilidade utilizados nas matérias relacionadas ao fato, analisando o portal G1. No segundo tópico, discorreremos sobre criteriabilidade de notícias, e a respeito da morte, um dos valores-notícia mais utilizados pelos jornalistas. Já no terceiro tópico, analisamos o sensacionalismo na mídia e porque ele está tão presente no jornalismo atual. Analisamos sobre o gosto da sociedade por notícias sensacionalistas e o porquê de elas serem sucesso garantido nos meios de comunicação de massa.

No quarto tópico, faremos a análise das nove matérias publicadas durante os 15 dias de pesquisa, sobre a forma como os fatos foram abordados, quais as imagens utilizadas para ilustrar as matérias e sobre outros assuntos que viraram pauta a partir deste caso. Por fim, consideramos sobre a repercussão do caso, e questionamos sobre o sensacionalismo presente no jornalismo e que visa “vender notícia”, esquecendo da ética e do bom senso.

## **2. A morte como critério de notícia**

Sendo noticiabilidade um conjunto de elementos por meio dos quais o aparato informativo controla e administra tanto à quantidade quanto o tipo de acontecimento que serve de base para a seleção de notícias, Mauro Wolf (2003, p. 202) define valores-notícia como um componente da noticiabilidade. Os valores-notícia são critérios de relevância difundidos ao longo de todo processo de produção, estando presentes na seleção de notícias, e permeando os procedimentos posteriores, com uma importância diferente.

Ainda de acordo com o autor, os valores são critérios para selecionar os elementos mais importantes, auxiliando os jornalistas a elaborar a matéria ou reportagem final. Além

disso, eles funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser enfatizado, o que deve ser omitido, onde dar prioridade na preparação das notícias a serem apresentadas ao público.

Os valores/notícia são a qualidade dos eventos ou da sua construção jornalística, cuja ausência ou presença relativa os indica para a inclusão num produto informativo. Quanto mais um acontecimento exibe essas qualidades, maiores são suas chances de ser incluídos. (Golding e Elliot apud Wolf: 203).

Wolf (2003, p. 207) afirma que os valores-notícia derivam de admissões implícitas ou de considerações relativas aos caracteres substantivos da notícia – o seu conteúdo; a disponibilidade do material e os critérios relativos ao produto informativo; o público; a concorrência. Tendo como primeira ordem de considerações o evento que é transformado em notícia. Já a segunda diz respeito ao conjunto de processos de produção e realização da notícia, o terceiro se refere à imagem que os jornalistas têm dos destinatários, e o último às relações entre os meios de comunicação de massa presentes no mercado de informação. No presente trabalho, limitaremos a discorrer sobre a primeira ordem.

Wolf (2003, p. 208) diz que os critérios substantivos articulam-se em dois fatores: a importância e o interesse da notícia. A importância da notícia é determinada por quatro variáveis, que pode ser pelo grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento noticiável, o impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional, que relaciona o valor-notícia da proximidade, a quantidade de pessoas que o acontecimento envolve, e a relevância e significatividade do acontecimento em relação aos desenvolvimentos futuros de uma determinada situação.

No que diz respeito ao interesse da notícia, Wolf (2003, p. 213) diz que isso está diretamente ligado às imagens que os jornalistas fazem do público. Afirma que interessantes são as notícias que buscam dar ao caso uma interpretação baseada no lado do “interesse humano”. Algumas categorias normalmente são usadas para identificar os acontecimentos que respondem a esse requisito de noticiabilidade, que são o de histórias de pessoas comuns e que passam a reagir em situações insólitas, ou histórias de homens públicos, observados em sua vida privada cotidiana; histórias em que há uma inversão de papéis; histórias de interesse humano; histórias de feitos excepcionais ou heróicos.

De acordo com o autor Nelson Traquina, (2002, p. 173) noticiabilidade é um conjunto de critérios e operações que fornecem aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é de possuir valor como notícia.

Os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento ou um assunto, são suscetíveis de se tornar notícia, isto é, serem julgados como transformáveis em matéria noticiável, por isso, possuindo valor notícia.

A dicotomia mórbido-lucro presente nos meios de comunicação diz respeito a um dos valores-notícia mais aplicados pelos jornalistas. O mórbido vende e gera lucro aos meios de comunicação. Nelson Traquina (2005, p. 79), explica que a morte é um dos principais valores-notícia utilizados ao buscar uma pauta, pelo fato da notoriedade que notícias com esse aspecto causam.

A morte é um valor-notícia fundamental para essa comunidade interpretativa e uma razão que explica o negativismo do mundo jornalístico que é apresentado diariamente nas páginas do jornal ou nos ecrãs da televisão. No seu estudo antropológico dos correspondentes de guerra em El Salvador, Mark Pedeltyouve faz um fotógrafo explicar o tipo de fotos que a hierarquia do jornal quer: —Assassinatos, bombardeamentos, funerais, e conferências de imprensa. Aquilo que combina com as melhores estórias.

Traquina usa a expressão “onde há mortes, há jornalistas”, para afirmar que a morte é um valor substantivo fundamental no âmbito jornalístico, o que explica o negativismo que é apresentado diariamente nos meios de comunicação. Por outro lado, parte da sociedade fascinada por tal conteúdo, quando não divulga o macabro, inventa-o. O autor Danilo Angrimani Sobrinho (1995, p. 15) também compartilha do pensamento de Traquina, quando afirma a prática sensacionalista como o grau mais radical da mercantilização.

Tudo o que se vende é aparência e, na verdade, vende-se aquilo que a informação interna não irá desenvolver melhor do que a manchete. Esta está carregada de apelos às carências psíquicas das pessoas e explora-as de forma sádica, caluniadora e ridicularizadora. (...) O jornalismo sensacionalista extrai do fato, da notícia, a sua carga emotiva e apelativa e a enaltece.

### 3. O sensacionalismo

Sobre o sensacionalismo na comunicação, o autor Danilo Angrimani Sobrinho (1995, p. 11) diz que o que distingue o meio sensacionalista do meio informativo comum é a linguagem, que é específica e remete ao inconsciente. Dentre as definições da palavra sensacionalismo, o mais condizente com o assunto abordado é o de divulgação e exploração, em tom espalhafatoso, de matéria capaz de escandalizar ou emocionar. Uso de escândalos, atitudes chocantes, hábitos exóticos, etc. com o mesmo fim. Exploração do que é sensacional na literatura, na arte e etc.

De acordo com Sobrinho (1995, p. 13), o termo sensacionalista é a primeira palavra que as pessoas usam para condenar uma publicação. Seja qual for a restrição, o termo é sempre usado para quase todas as situações. Ainda de acordo com o autor (1995, p. 14), no jornalismo, a palavra sensacionalista não só é confundida com qualificativos editoriais como audácia, irreverência, questionamento, mas também com imprecisão, erro na apuração, distorção, deturpação, editorial agressivo. Sobrinho afirma ainda que, para que o termo perca esse caráter múltiplo, há uma necessidade de melhor caracterizá-lo.

O sensacionalismo está presente em todos os meios de comunicação desde os primórdios da história da imprensa mundial. Sobre esse fato, o autor (1995, p. 19) faz uma análise do início da imprensa nos países da França e Estados Unidos, verificando que o sensacionalismo já estava presente na origem do processo comunicacional, com jornas que traziam notícias fantásticas e que “agradavam a todos”, onde predominava o exagero, a falsidade ou inverossimilhança, imprecisões e inexatidões. Traquina (2001, p. 191) afirma que o sensacionalismo praticamente nasceu junto com a imprensa.

O sensacionalismo foi, quando muito, mais predominante nas publicações na Europa do século XVIII que precederam o jornal. O autor britânico Matthew Engel (1996) escreve sobre os mídia noticiosos em Inglaterra nessa altura desta forma: Assuntos carnais e pecados secretos eram o tema dos jornais populares de domingo.

O sensacionalismo é popular, dá ibope e traz lucro aos meios de comunicação. Se ajuda na disputa com a concorrência, ele sempre encabeçará as principais notícias divulgadas diariamente. Se está sempre presente nas informações é porque há retorno. Ainda de acordo com Traquina (2001, p.77) o jornalismo também é um negócio.

Todas as empresas jornalísticas, com a exceção das empresas públicas, enfrentam mais tarde ou mais cedo a tirania do balanço econômico final, ou seja, a comparação entre os custos e as receitas. [...] Temos aqui o problema do sensacionalismo no jornalismo, acentuado ainda mais pela lógica da concorrência. A procura do lucro poderá levar a empresa jornalística à crescente utilização de critérios econômicos, nomeadamente o recurso às técnicas de *marketing*.

Sobrinho (1995, p. 16) afirma que a imprensa sensacionalista serve mais para desviar o público de sua realidade imediata do que voltar-se para ela. Fato que visivelmente também acontece com a população, quando boatos são criados diante da repercussão de determinado caso. Do ponto de vista jornalístico, o autor diz que a linguagem do sensacionalismo é casual e clara, porque envolve o leitor/telespectador/ouvinte e por isso, tal linguagem não poderia ser sofisticada, nem elegante.

A linguagem deve ser coloquial exagerada, com emprego excessivo de gírias e palavrões. (...) A linguagem sensacionalista não admite distanciamento, nem proteção, nem neutralidade. É uma linguagem que obriga o leitor a se envolver emocionalmente com o texto, uma linguagem editorial clichê.

Além disso, quando Sobrinho (1995, p. 54) diz que a morte interessa à todos, igualmente, independente do nível cultural ou econômico de cada pessoa, entende-se que grande parte da população tem a morte como objeto de fascínio. Assim, Angrimani define que todos querem ser informados, independente da intelectualidade ou classe social. O interesse do leitor pela notícia inclusive de casos de morte, no informativo comum, é o mesmo do leitor que gosta do sensacionalismo. O que muda é apenas a forma de noticiar, ou seja, a linguagem.

A diferença de um público para o outro se admite como divisão de mercado. Mas ambos fazem parte da mesma camada de verniz cultural que é rompida todas as manhãs na leitura do jornal diário, quando se é informado dos crimes em série de um canibal, estupros, incestos, crimes passionais...

Sobrinho (1995, p. 54) diz que tanto o leitor do jornal sóbrio quanto o que prefere o sensacionalismo, se interessa pelo crime. O que faz com que o mercado se divida e haja um público exclusivo para o sensacionalismo, é a linguagem.

A linguagem editorial, que é a forma de se destacar uma foto, tornar o texto mais atraente, enfim, a busca de um equilíbrio entre ilustração e texto, além da preferência por matérias originadas de fait divers, em detrimento de temas político-econômico-internacionais que servem como estímulo predominante no jornal informativo comum.

A partir disto, entende-se que a sociedade contemporânea se sente familiarizada com o sensacionalismo, pois os fatos tornados sensacionalistas pelos meios de comunicação tornam-se quase que “normais” no seu dia-a-dia. Pela linguagem do sensacionalismo ser popular, as pessoas não sentem o tamanho da violência que se apresenta e assim se deixam levar pela curiosidade corriqueira, tornando essa relação de tragédia X consumo, um ciclo vicioso.

#### 4. O caso de linchamento e a cobertura do G1

Em um período de 15 dias a partir da data do linchamento de Cledenilson Pereira da Silva, foram analisadas nove matérias do portal G1 sobre o crime. Analisamos os critérios de noticiabilidade que foram utilizados para seleção de informações, e identificamos a linguagem sensacionalista presente nas notícias.

Na primeira matéria, o G1 utiliza a palavra morte no título e relata detalhes sobre a tentativa de assalto e sobre o linchamento, como o fato de o suspeito ter sido amarrado no poste completamente despido. Eles não utilizaram a foto do corpo.



**Figura 1:** Imagem do local onde ocorreu a suposta tentativa de assalto

Nas três matérias seguintes, o portal limitou-se a noticiar sobre a investigação da polícia sobre o crime, se suspeitos de envolvimento tinham sido identificados ou não, e sobre o depoimento dos que tinham sido intimados a depor. Nelas foram utilizadas uma única imagem: o carro do IML presente no local do crime.



**Figura 2: Carro do IML chegando para remover o corpo do local**

Na quarta matéria, o G1 fez uma espécie de “especial” sobre a vida de Cledenilson. O portal entrevistou a mãe adotiva da vítima, que informou que o filho era pobre, usuário de drogas, não tinha passagens pela polícia e seria pai no final do ano. O título da matéria traz a informação de que a namorada de Cledenilson estaria grávida de três meses, somada com uma imagem do corpo despido e morto da vítima, deixando clara a intenção de causar sentimentos de compaixão aos leitores para que replicassem a matéria visivelmente sensacionalista.

A matéria relatou ainda o sofrimento da mãe com os filhos e as dificuldades que passa em sua vida pessoal. Além da constante satisfação sobre o andamento da investigação e da busca dos acusados de participar do linchamento.





**Figura 3: Cledenilson aparece amarrado ao poste e sem vida**

A partir da quinta matéria, o G1 publicou o vídeo do linchamento na íntegra, relatando que as imagens auxiliariam nas investigações da polícia. A matéria informou também sobre o depoimento do adolescente que também foi agredido e escapou da morte, além de fazer um hiperlink do resumo do caso, mostrando novamente a imagem do corpo ensanguentado amarrado ao poste.



**Figura 4: Momento em que Cledenilson é linchado por populares**

Nas duas últimas matérias do período de pesquisa deste trabalho, o G1 informa que o programa Fantástico, exibido na TV Globo, faria um especial sobre o linchamento de Cledenilson. Além disso, traz a informação de a polícia identificou quatro suspeitos de envolvimento no assassinato, e que os vídeos divulgados nas redes sociais auxiliaram nas investigações. Informaram também que policiais militares filmaram o linchamento e não interviram, e que Cledenilson morreu por conta de uma facada no peito, além de relatar detalhes sobre o crime, como os objetos utilizados durante a agressão.

Durante o período de pesquisa da cobertura jornalística, notou-se que o portal utilizou-se de alguns critérios de noticiabilidade ou valores-notícia, para acompanhar o caso. Mauro Wolf (2003, p. 203) afirma que tais valores são critérios para selecionar os elementos mais importantes, auxiliando os jornalistas a elaborar a matéria ou reportagem final. Além disso, eles funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser enfatizado, o que deve ser omitido, onde dar prioridade na preparação das notícias a serem apresentadas ao público. Os valores/notícia são a qualidade dos eventos ou da sua construção jornalística, cuja ausência ou presença relativa os indica para a inclusão num produto informativo. Quanto mais um acontecimento exhibe essas qualidades, maiores são suas chances de ser incluídos. (Golding e Elliot apud Wolf: 203).

Os valores notícias de seleção, ou critérios substantivos, identificados nas matérias citadas foram os de morte, o qual Traquina explica (2005, p. 79), que é um dos principais valores-notícia utilizados por jornalistas, pela notoriedade que notícias com esse aspecto causam; relevância, onde é determinado que a noticiabilidade tem a ver com a capacidade do acontecimento ter impacto sobre as pessoas ou sobre o país; notabilidade, onde entende-se que acontecimentos visíveis ou tangíveis tem mais valor-notícia, pelo fato de a cobertura jornalística está mais voltada para acontecimentos do que para problemáticas; inesperado, que são acontecimentos que surpreendem a comunidade jornalística; e o valor-notícia conflitos e controvérsias, o qual o uso da violência representa a quebra do que é normal, a presença da violência fornece mais valor-notícia; O valor-notícia com critério contextual foi o de visualidade, já que elementos visuais, no caso das imagens da vítima morta e ensanguentada, amarrada à um poste, somados à informações, dão maior valor-notícia.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, discorreremos sobre a morte como critério de notícia e sobre o sensacionalismo que atualmente está sempre presente no jornalismo atual. Expomos os fatos e relatamos como se deu o processo de noticiabilidade do caso, relatando o crime, a opinião da população e a manipulação da mídia, no caso o portal G1, para que os leitores mudassem sua opinião de que “bandido bom é bandido morto”, e acreditassem que de fato o que houve não foi justiça, e sim uma barbárie que repercutiu em todo o país. Explicamos também a criteriabilidade utilizada pelo portal para a construção das notícias, e sobre sensacionalismo sempre presente na divulgação dos fatos posteriores a data do linchamento. Além disso, discorreremos sobre o gosto que a sociedade tem pelo sensacionalismo, o que faz com que informações que contém essas características tragam lucro aos meios de comunicação.

O problema da crise de segurança na cidade gerou a revolta da população de São Luís, que está decidida a fazer justiça com as próprias mãos. É perceptível que o objeto analisado, o portal G1, se mostrou contra essa opinião, divulgando matérias tendenciosas que despertassem a compaixão e a revolta pela forma como o crime foi cometido. Isso se dá pela entrevista com a mãe da vítima, sobre as informações de como era a vida dele e sempre frisando que ele não tinha passagens pela polícia, e que seria pai no final do ano.

Essa manipulação da mídia contra a o jargão “bandido bom é bandido morto”, provocou inúmeras manifestações contra esse tipo de violência no estado. Sobre isso, foi feita uma reportagem em um telejornal local com a informação de que no período de dois anos, 30 casos de linchamento foram registrados no Maranhão. No cenário nacional, o programa Fantástico, exibido na TV Globo, fez um especial sobre o caso, e a Globo News exibiu um documentário sobre linchamentos no Brasil, com forte imagens sobre como os crimes aconteciam no país.

Podemos considerar que a morte é um forte e importante critério de noticiabilidade no jornalismo, independente de quem seja a vítima. Já o sensacionalismo, sempre presente nas matérias analisadas, que informaram como era a vida da vítima antes de morrer e como se deu o processo da sua morte, auxiliou de forma positiva na conscientização da sociedade, manipulando a opinião de que também é crime fazer justiça com as próprias mãos, ainda que seja com criminosos, e que a violência não é a melhor saída.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANGRIMANI SOBRINHO, Danilo. **Espreme que sai sangue**. São Paulo: Ed. Sumus, 1995.

CASTELLS, Manuel e INCE, Martin. **Conversations with Manuel Castells**. Cambridge: Polity Press, 2003.

G1, 2015. **Homem é agredido até a morte após tentar roubar bar em São Luís**. Disponível em: <http://g1.globo.com/ma/maranhao/noticia/2015/07/homem-e-agredido-ate-morte-apos-tentar-roubar-bar-em-sao-luis.html>. Acesso em: 20 jul. 2015.

G1, 2015 **Polícia vai investigar linchamento de suspeito de assalto em São Luís**. Disponível em: <http://g1.globo.com/ma/maranhao/noticia/2015/07/policia-vai-investigar-linchamento-de-suspeito-de-assalto-em-sao-luis.html> Acesso em: 20 jul. 2015.

G1, 2015 **Polícia ainda não identificou envolvidos em linchamento no MA** Disponível em: <http://g1.globo.com/ma/maranhao/noticia/2015/07/policia-ainda-nao-identificou-envolvidos-em-linchamento-no-ma.html> Acesso em: 20 jul. 2015.

G1, 2015 **Três suspeitos de envolvimento no linchamento já foram ouvidos**. Disponível em: <http://g1.globo.com/ma/maranhao/noticia/2015/07/tres-suspeitos-de-envolvimento-no-linchamento-foram-ouvidos.html> Acesso em: 20 jul. 2015.

G1, 2015 **Namorada está grávida de três meses, diz mãe de linchado no MA** Disponível em: <http://g1.globo.com/ma/maranhao/noticia/2015/07/namorada-estava-gravida-de-tres-meses-diz-mae-de-linchado-no-ma.html> Acesso em: 20 jul. 2015.

G1, 2015 **Vídeos vão ajudar polícia a identificar suspeitos por linchamento no MA** Disponível em: <http://g1.globo.com/ma/maranhao/noticia/2015/07/videos-vao-ajudar-policia-identificar-suspeitos-por-linchamento-no-ma.html> Acesso em: 20 jul. 2015.

G1, 2015 **Vídeo mostra homem amarrado sem roupa a poste antes de ser linchado**. Disponível em: <http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2015/07/video-mostra-homem-amarrado-sem-roupa-poste-antes-de-ser-linchado.html> Acesso em: 20 jul. 2015.

G1, 2015 **Polícia identifica quatro suspeitos de participar do linchamento no MA**. Disponível em: <http://g1.globo.com/ma/maranhao/noticia/2015/07/policia-identifica-quatro-pessoas-que-participaram-do-linchamento-no-ma.html> Acesso em: 20 jul. 2015.

G1, 2015 **Facada no coração causou morte de vítima de linchamento no MA, diz IML**. Disponível em: <http://g1.globo.com/ma/maranhao/noticia/2015/07/facada-no-coracao-causou-morte-de-vitima-de-linchamento-no-ma-diz-impl.html> Acesso em: 20 jul. 2015.

RODRIGUES, José Carlos. **O Tabu da Morte**. Rio de Janeiro: Ed. Fiocruz, 2006.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. Rio Grande do Sul: Ed. Unisinos, 2001.

\_\_\_\_\_. **Teorias do Jornalismo vol. II: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Ed. Insular, 2005.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 2003.