
Interação, comunicação e mediação: reflexões sobre a plataforma Youtube¹

Jullena Santos de Alencar NORMANDO²
Universidade Federal de Goiás (UFG), Goiânia, GO

RESUMO

A área da Comunicação é uma área dinâmica, cujos objetos vivem em constante mudança e incluem manifestações culturais, trocas simbólicas e mediações que constroem realidades e orientam percepções. O artigo propõe, a partir de uma pesquisa bibliográfica, uma reflexão acerca dos conceitos de interação, comunicação e mediação para tentar avançar na compreensão acerca daquilo que acontece em plataformas digitais, especificamente o Youtube. Os apontamentos apresentados fazem parte de uma pesquisa que objetiva compreender a relação entre comunicação e aprendizagem no Youtube. Que tipo de Comunicação é esta presente na plataforma? É possível aprender no Youtube? Até que ponto o algoritmo poderia orientar percepções dos receptores? Seria possível que os conteúdos que objetivam ensinar, de fato, conduzam à aprendizagem?

PALAVRAS-CHAVE: interação, comunicação, mediação, aprendizagem, Youtube.

Introdução

A sociedade se estrutura por meio de processos e ações comunicacionais e, nesse sentido, compreender as relações entre o campo da Comunicação e os diversos âmbitos sociais é uma tarefa importante para a construção de um saber especificamente comunicacional e é, também, desafiadora na medida em que práticas comunicacionais permeiam as relações entre as pessoas, os fazeres profissionais, os saberes históricos etc. Compreender como se estruturam os fenômenos comunicacionais em suas mais diversas dimensões têm sido um esforço de pesquisadores brasileiros há algumas décadas.

Diferentes perspectivas que buscam, a seu modo e a partir de pontos de partida um pouco diferentes, constituir a epistemologia da Comunicação e definir teoricamente o conhecimento comunicacional. O esforço de aproximar tais teóricos é importante para perceber semelhanças e propor avanços na compreensão desta tão complexa temática, como é possível perceber nos trabalhos de pesquisadores como Martino (2007), Braga (2006; 2016; 2017), Marcondes Filho (2017a; 2017b) entre outros. O que se pretende, nesta breve discussão, é tensionar os conceitos de interação, comunicação e mediação

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias da Comunicação, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda em Comunicação (PPGCOM-UFG). Coordenadora de graduação (UNIFASAM). Docente do curso de Publicidade e Propaganda (PUC-GO). E-mail: junormando@gmail.com ; jullena@discente.ufg.br

para tentar avançar na compreensão acerca daquilo que acontece em plataformas digitais, especificamente o Youtube.

Da interação à Comunicação

Muitas vezes os termos interação, comunicação, dialogicidade e interatividade são usados inadvertidamente, quase que como sinônimos de “entrar em contato”, estabelecer uma relação e, a partir daí, gerar algum tipo de reação, efeito ou percepção. Se observarmos o que é compreendido pelo senso comum como “comunicação” perceberemos que se trata daquilo que passa a ser objeto de interação e, geralmente, implica em alguma resposta. Nesse sentido, se poderia entrar em interação com tudo, no sentido de estabelecer comunicação.

Autores de diferentes campos teóricos se interessaram por explorar tal relação ente interação e comunicação. No âmbito das linguagens, Bakhtin (2010) propõe a ideia de que a interação somente seria possível entre duas consciências, entre dois centros de valores, uma vez que ele concebe a linguagem como interação social. Para o autor, cada ser humano é um centro de valor, no sentido de ser capaz de valorar o meio em que vive, suas experiências, suas relações com o mundo de forma individual, única e irrepetível.

Bakhtin (2010, p. 134), buscando valorizar o todo da enunciação, considera que os estudos sobre a significação linguística devem enveredar-se em duas frentes: uma que busque desenvolver uma investigação contextual do elemento linguístico nas condições de uma enunciação concreta, e a outra, uma investigação do significado desse elemento no sistema da língua. O primeiro tipo de investigação estaria centrado na noção de tema e o segundo no conceito de significação.

Interagir é agir em comum. Nesse sentido, a comunicação poderia ser definida como a processualidade que viabiliza tal agir em comum uma vez que, é por meio dela que os indivíduos emitem mensagens (verbais ou não) que os permitem serem compreendidos entre si. É a ideia de que “tudo comunica”.

Ao visitar as teorias clássicas da comunicação a fim de compreender as interações, é inevitável percorrer os caminhos das Escolas de Chicago e de Palo Alto. São os teóricos do chamado Interacionismo Simbólico, vertente influenciada pela perspectiva filosófica pragmática e que passou a definir comunicação a partir das interações sociais e simbólicas (o chamado interacionismo simbólico). Contexto e experiência aparecem como variáveis

em inter-relação, num fluxo dinâmico, que institui a comunicação como uma teia de relações entre cada uma de suas partes. Nesse sentido, a comunicação passa a ser definida a partir da sociedade (das relações sociais) para entender a comunicação como um fenômeno amplo de ação que torna possível a troca (FRANÇA; SIMÕES, 2016).

Especificamente para os autores da Escola de Palo Alto haveria algo além na ação e interação simbólica. O comportamento significativo, formados por códigos de conduta, cuja principal função é selecionar e organizar as interações sociais. Sociedade e comunicação se relacionam na medida em que o agir social é um processo dinâmico e fluido permeado por interações, movimentos e performances.

Nesse sentido, ao participar da sociedade, os indivíduos necessariamente participam das interações, ou seja, da comunicação e das trocas simbólicas engendradas por ela. Sendo assim, a comunicação, vista por esta perspectiva só pode ser entendida como um todo integrado, que se articula em níveis de complexidade que enseja a participação e o pôr em comum. (WINKIN, 1998).

Laswell (1977), ao tratar da estrutura e da função da comunicação na sociedade considera que o ato de comunicação, em sua estrutura e função, é examinado como um processo social passível de ser analisado por dois ângulos: o estrutural e o funcional de modo a distinguir o que o autor chama de a) vigilância sobre o ambiente, b) correlação das partes da sociedade sobre o meio ambiente e c) transmissão da herança cultural de geração a geração. Tais apontamentos são apresentados depois de o autor enunciar as etapas do processo comunicativo por meio das perguntas “quem, diz o que, em que canal, para quem, com que efeito?” e criticar as limitações de análises focadas em apenas uma das etapas de tal processo (LASWELL, 1977).

Percebe-se, no decorrer de sua argumentação, a mudança de paradigma ao identificar limitações na ação da comunicação. Assim, ele propõe que o modelo ideal de comunicação seja em duas etapas, ou seja, quando as funções emissoras e receptoras são realizadas com igual frequência, por duas ou mais pessoas. (LASWELL, 1977, p.109). Ele descreve que seria possível, em qualquer conteúdo e grupo selecionado para estudo, identificar a hierarquia dos valores, a posição dos agentes em relação a tais valores.

Aproximando a discussão para pesquisadores contemporâneos, Braga (2017, p.36) em seu esforço por desentranhar características da comunicação humana dentre os processos de diversas ordens no qual tal fenômeno se envolve, propõe identificar “características e aspectos do fenômeno em seu funcionamento”. Para ele,

é preciso decidir o que descrever, para distinguir o que pode ser atribuído à comunicação e o que pertence aos processos sociais os mais diversos dos quais o fenômeno participa. Assumindo que a comunicação comparece em praticamente todos os processos humanos, entende-se que a meta de desentranhamento não é simples (BRAGA, 2017, p. 37)

Ele descreve a comunicação como um trabalho humano que se articula em processo no qual ela é tentativa e resultado buscado pelos que interagem entre si. Ou seja, para interagir precisamos de algo que nos seja compartilhado e, ao mesmo tempo, que haja lacunas na possibilidade de ação em comum.

Assim, buscam-se articular, as diferenças e produzir significado. Tal esforço de reajuste, de invenção, de aperfeiçoamento das regras não são, para Braga (2017) tarefa do próprio código, mas sim de seu uso. Portanto, para que haja comunicação, além do exercício das regras codificadas, haveria também competências de sua adaptação às circunstâncias.

Outro ponto de vista é o de Ciro Marcondes Filho, para quem a comunicação é um fenômeno que não se refere ao conteúdo de uma mensagem: a comunicação se dá em si:

Aquilo me comunicou. Um ato do comunicar que dispensa um objeto direto. Nunca saberemos o que de fato foi comunicado, visto que a comunicação não se dá pela transposição de uma materialidade de um agente a outro mas por esse obscuro processo de provocação, que ela realiza. O que seria esse dado empírico, positivo, que pertence à lógica da transmissão, da transferência, que pode ser aplicado às ciências físicas, químicas ou da natureza mas não às relações humanas, pois estas apoiam-se no indiscernível, no obscuro. (MARCONDES FILHO, 2017a, p. 24, grifos do autor)

Assim, para o autor, o processo de comunicação não se trata de um processo de fusão na medida em que não seria possível interferir na maneira como o outro ouve a mensagem. Em seus termos:

comunicação, melhor do que “tornar comum”, que é uma expressão muito vaga, é ter a experiência de uma transformação, de uma mudança, uma virada, um sutil sinal de que algo em nossa mente se quebrou – ou se instalou de forma a alterar nosso estatuto anterior. (MARCONDES FILHO, 2017b, p.25)

É possível perceber que os esforços teóricos acerca do campo da Comunicação envolvem variáveis diversas e o caminho para a proposição de uma (ou várias) teoria da comunicação ainda está sendo percorrido.

A questão da mediação e do algoritmo

Acredita-se, como já apontava Thompson, que

o uso dos meios de comunicação implica a criação de novas formas de ação e de interação no mundo social, novos tipos de relações sociais e novas maneiras de relacionamento do indivíduo com outros e consigo mesmo (THOMPSON, 1998, P.13).

Assim, a mediação do processo de comunicação (e das imagens) transforma a organização espacial e temporal da vida social, criando formas de percepção, de ação e de interação.

Estudar comunicação é estudar também os meios, como defende Martín-Barbero, mas não de maneira mecanicista ou simplificada. Mais importante que o processo de transmissão da informação é o processo de recepção: a etapa de produção de sentido e construção elaborada pelo sujeito que é impactado por tal informação/mensagem. Em seus termos “confundir a comunicação com as técnicas, os meios, resulta tão deformador como supor que eles sejam exteriores e acessórios à comunicação” (MARTÍN-BARBERO, 2006, p.18). Assim, compreender os meios é parte importante quando se objetiva avançar na compreensão da comunicação, muito embora não seja suficiente para descrever o processo de interação e de comunicação por eles mediada.

Trata-se, mais do que uma questão de técnica detida na ideia de emissor-mensagem-canal-receptor, como apresentada pelo paradigma matemático informacional da Comunicação, de uma reconfiguração das mediações em que se constituem os novos modos de interpelação dos sujeitos e de representação dos vínculos sociais.

Mais que a substituir [os vínculos sociais], a mediação televisiva ou radiofônica passou a constituir, a fazer parte da trama dos discursos e da própria ação política. Pois essa mediação é socialmente produtiva, e o que ela produz é a densificação das dimensões rituais e teatrais da política. (MARTÍN-BARBERO, 2006, p.14)

O campo da Comunicação, portanto, encarado como domínio privilegiado para a produção de sentido da vida. É nesse sentido que ele defende que mais do que os meios em si – enquanto recursos tecnológicos – a comunicação hoje é uma questão de mediações. Para ele, é a mediação que articula o processo comunicacional

As mediações são esse “lugar” de onde é possível compreender a interação entre o espaço da produção e o da recepção: o que [a mídia] produz não responde unicamente a requerimentos do sistema industrial

e a estratégias comerciais, mas também a exigências que vêm da trama cultural e dos modos de ver. (MARTÍN-BARBERO, 1992, p. 20)

A partir dessas abordagens, as mediações (no que se referem ao âmbito epistemológico da comunicação) são encaradas aqui como apresenta Lopes (2014, p.66): “uma perspectiva teórica integrada da produção, produto e audiência dentro dos estudos comunicacionais”.

Quando se trata, então, de uma plataforma digital em que a mediação do conteúdo audiovisual acontece segundo critérios definidos por um algoritmo, quais as implicações nos processos de recepção das mensagens? Até que ponto o algoritmo poderia orientar percepções dos receptores? Certamente essas questões precisam ser aprofundadas a fim de que orientemos as práticas comunicacionais e que compreendamos as mudanças paradigmáticas relacionadas ao ambiente *on-line*.

Interagir, comunicar e aprender: processos alterados

As mudanças paradigmáticas relacionadas às vivências e mediações das experiências *on-line* merecem atenção e olhar teórico. No que se refere às mudanças na inter-relação Comunicação e Educação, por exemplo, a atenção precisa ser redobrada uma vez que estamos tratando não apenas de interações comunicacionais, mas daquelas em que há o objetivo de ensinar e – com isso – preocupações éticas.

Considerando, como aponta Martín-Barbero (2006), que a instituição escolar “deixou de ser o único lugar de legitimação de saber, pois existe uma multiplicidade de saberes que circulam por outros canais, difusos, descentralizados” (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 126), percebe-se no Youtube uma nova possibilidade de configuração dos papéis de das práticas pedagógicas. É possível que a plataforma permita um nível tal de autonomia e emancipação das pessoas, de modo que a aprendizagem aconteça a partir dos interesses dos estudantes e de suas percepções de importância (considerando suas realidades vividas). Para isso basta que o conteúdo tenha sido produzido e postado por alguém. O Youtube existe, de alguma maneira, como uma infraestrutura que permite o acesso fácil aos conteúdos ali postados.

A rede e a lógica do algoritmo também alteram a forma como o tempo do aprendizado é organizado já que, como recurso tecnológico, dá aos alunos a possibilidade de organizar a exposição do vídeo de acordo com suas preferências (ele pode pausar,

voltar, alterar a velocidade de exibição, salvar para assistir mais tarde etc). Se antes, o controle do tempo da aula era do professor, na plataforma ela passa a ser do aluno.

Nesse sentido, a performance do aluno se modifica. São outras temporalidades, como é próprio da internet. A forma como o conteúdo é apreendido é perpassado por uma dinâmica em que, agora, o professor depende também da forma como os alunos aprendem, bem como ele precisa usar técnicas audiovisuais (que requerem edições de vídeo e domínio de ferramentas) para “dar destaque” a determinados elementos da aula e assim tentar que a aula seja mais atrativa, tendo em vista que a qualquer falha o vídeo pode perder a audiência que, diferentemente da sala de aula presencial, dispõe (na plataforma) de centenas de outros vídeos e canais para “zapear”.

No ato de ensinar há claramente a ação do professor e dos alunos que desempenham papéis distintamente claros e que dependem mutuamente para que o processo se configure como tal. Isso se dá tanto em sala de aula como também em outros ambientes. Assim, ao olhar para o que faz da ação performativa do professor nesses ambientes nos aproximamos, em alguma medida, da perspectiva de uma das intuições de Turner descritas por Dawsey (2005, p. 18) de que “os lugares onde um texto se desmancha podem ser os mais fecundos”.

Isso significa que nessa dinâmica de ensino e aprendizagem no Youtube, as posições de estudantes e professores, inseridos em um contexto de mediado, são ressignificadas e reorganizadas. Aqui, professor torna-se também um produtor de conteúdo (entre tantos outros) e o aluno é um consumidor de informações que tem o controle sobre aquilo a que assiste ou não.

Entrelaçam-se, então, comunicação, cultura e política e demandam novos efeitos dos meios nas mensagens e das mensagens na sociedade, a partir das intenções políticas dos veículos permeadas e interpretadas pelos sentidos culturais. Da mesma forma como os veículos de comunicação tradicionais têm interesses comerciais que orientam suas estratégias, também o Youtube parece operar com finalidades relacionadas ao lucro e configurar seus algoritmos para tais fins.

O Youtube como espaço de fluxos, interações e aprendizagens

Como apresentado no início deste artigo, a proposta do texto é instigar reflexões acerca da possibilidade de se aprender por meio de conteúdos disponíveis no Youtube. O

que nos remete a pensar que, com a ampliação da exibição de conteúdo curricular nos ambientes além da sala de aula física para o ambiente digital das plataformas de vídeo, o ensinar e o aprender são reconfigurados.

Novas performances aparecem diante da nova forma de mediação e de interação. É possível perceber o tensionamento entre os dois conceitos de mediação na medida em que a mídia (entendida como conjunto de veículos e plataformas de interação digital) possui recursos simbólicos capazes de orientar construções imaginárias sobre o que é “ser professor”, como tal agente social deve se comportar e como sua imagem é “recebida”.

Cabe, então, uma reflexão sobre o ponto comum dessa dupla mediação: o ato de ensinar mediado pelas tecnologias. Com a presença da internet *mobile* e das redes sociais, percebe-se uma tendência de deslocamento dos conteúdos educacionais para a plataforma Youtube. De fato, esse movimento é comum sempre que uma nova mídia ou um novo aparato tecnológico se populariza e rompe barreiras. Mudam-se os hábitos, deslocam-se as programações. Nesse sentido, se a audiência passa a estar em outro canal (ou plataforma ou dispositivo), é natural que os produtores de conteúdo orientem suas atenções e produções para a nova tendência. Foi assim com o rádio e, na última década, tem sido assim com a televisão (BRANDÃO, 2015).

Junges e Gatti (2019) investigam o Youtube como ferramenta de aprendizagem e apresentam resultados interessantes que podem orientar reflexões acerca dessa dupla mediação do processo de ensino-aprendizagem que nos propomos a desenvolver. As pesquisadoras explicam que “o Youtube se distingue de outras plataformas de consumo de conteúdo por criar um espaço onde várias comunidades convivem e podem gerir o seu espaço com certa liberdade” (JUNGES; GATTI, 2019, p.115). Ao se debruçarem sobre o estado da arte da Educação no Youtube elas descrevem que há duas vertentes de conteúdo: o primeiro é descrito como “Edutretenimento” e o segundo como “Videoaulas”.

Sobre o conceito de “videoaulas” convém considerar, como explicam Camargo, Garofalo e Sobrinho (2011, p. 83), que se trata de um gênero que claramente absorve características da aula presencial, como a existência de um enunciado expositivo, planejado e muitas vezes apresentado por um professor, com a intenção de levar conhecimento ao aluno em um processo de ensino-aprendizagem. Entretanto, ele traz novas características, como a utilização da mídia audiovisual, a interação assíncrona ou

ausência de interação com os alunos, a possível utilização simultânea de várias linguagens visuais que podem ser combinadas com o áudio, etc.

Na primeira vertente estão os programas que adotam o entretenimento como metodologia pedagógica. Na segunda, estão os conteúdos produzidos com linguagem mais próxima ao ensino tradicional face-a-face e que “apresenta(m) informações através de uma linguagem dinâmica em formato multimídia, combinando imagem, áudio, texto e movimento” (KAMPFF, 2008).

Um dado interessante da investigação de Junges e Gatti (2019) remete aos estudos sobre vídeos postados no Youtube que tinham como objetivo o ensino, seja o tema do vídeo inserido ou não no currículo escolar. Em todos eles há, segundo as autoras, uma preocupação e “um cuidado com a linguagem utilizada nas narrativas produzidas a fim de que elas se aproximem do público-alvo dos vídeos” (JUNGES; GATTI, 2019, p. 127).

Assim, aqueles que participam da produção dos vídeos postados no Youtube procuram falar para e com o espectador por meio de uma linguagem comum para ambos, de forma a trazer maior significado para os conteúdos que são abordados/ensinados, o que, na percepção das autoras dos estudos, torna a aprendizagem mais eficiente e eficaz.

Considerações

Comunicação pode ser definida como todo e qualquer vínculo que interconecte indivíduos, uma vez que o universo está conectado por comunicações. Pode também ser a relação entre os seres vivos, já que a vida é produzida e reproduzida por comunicações. Outra definição situa a comunicação em toda e qualquer interação simbólica, o que requer linguagens e significações com características específicas. As definições e teorias acerca do campo da comunicação ainda estão em construção, o que se apresenta como desafio para pesquisadores que se interessam por entender as relações sociais a partir do olhar comunicacional.

No contexto da internet, quando o eixo de importância dos meios se desloca para plataformas comerciais digitais, aparecem novas variáveis que alteram não só os conteúdos, como o sentido e nos fazem pensar sobre o que existe de especificamente comunicacional nas relações estabelecidas em ambiente on-line.

Este é, certamente, um momento de transformações que possivelmente orientarão novas práticas sociais. Como em situações de transição anteriores, as referências servirão como modelos para o que há por vir e, ao compreender a complexidade da nova realidade, as práticas e ações dos sujeitos tendem a ser mobilizadas de modo a atingir os objetivos anteriormente definidos.

Nessa busca pela aprendizagem, o Youtube aparece e figura como um espaço que, dada as novas configurações da sociedade decorrentes do avanço da internet, parece abrigar possibilidades novas de ensinar e aprender.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da Criação Verbal**. 5ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

BRAGA, José Luiz. **A Sociedade Enfrenta sua Mídia**: dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.

_____. O que é comunicação. **Revista LÍBERO**, v. 19, n. 38, p. 15-20, jul./dez. de 2016, pp. 15-20, São Paulo, Brasil.

_____. Comunicação Gerativa: um diálogo com Oliver Sacks. *Revista Matrizes*, vol. 11, núm. 2, mayo-agosto, 2017, pp. 35-55, Universidade de São Paulo: São Paulo, Brasil.

BRANDÃO, Eduardo Rangel. **Rotinas de uso de computadores, smartphones e/ou tablets para acessar formatos de conteúdos relacionados à TV sob o ponto de vista do design centrado no usuário**. Tese (doutorado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design, 2015.

CAMARGO, Leonardo Drummond Vilaça Lima, GAROFALO, Simone e SOBRINHO, Jerônimo Coura. Migrações da aula presencial para a videoaula: uma análise da alteração de mídiuim. **Revista Quaestio**, Sorocaba, SP, v. 13, n. 2, p. 79-91, nov. 2011.

DAWSEY, John C., Victor Turner e a antropologia da experiência. **Cadernos de Campo**, São Paulo, n.13, 2005, p. 163-176.

FRANÇA, Vera; SIMÕES, Paula. **Curso Básico de Teorias da Comunicação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2016.

JUNGES, Débora de Lima Velho e GATTI, Amanda. Estado da arte sobre Youtube na Educação. **Revista Informação em Cultura**. Mossoró, v.1, n.2, p. 113-131, jul./ dez. 2019.

KAMPF, Adriana Justin Cerveira. Mineração de dados educacionais para a construção de alertas em ambientes virtuais de aprendizagem como apoio à prática docente. In. **Novas tecnologias da Educação**, CINTED-UFRGS, vol.6 n. 2, dez-2008.

LASSWELL, Harold. **A estrutura e a função da comunicação na sociedade**. In. COHN, Gabriel (org.). Comunicação e Indústria Cultural. São Paulo: Cia Ed. Nacional, 1977.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Mediação e recepção. Algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação. **Revista Matrizes**. Nº 1 jan./jun. 2014 São Paulo – Brasil, p. 65-80.

MARCONDES FILHO, Ciro. Comunicação e revelação. **Paulus** - Revista de Comunicação da FAPCOM • Volume 1 – No 1 – 1o semestre 2017, São Paulo, Brasil.

_____. Ciro. Elemento para a construção de uma comunicologia: **De como melhor compreender a comunicação considerando-a como um evento estético**. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Experiência Estética do XXVI Encontro Anual da Compós, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo - SP, 06 a 09 de junho de 2017.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; Muñoz, Sonia (coords.). Televisión y melodrama. Géneros lecturas de la telenovela en Colombia. Bogotá: Tercer Mundo, 1992.

_____. Dos meios às mediações. Comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 2006.

MARTINO, Luiz Claudio (org.). **Teorias da Comunicação: muitas ou poucas?** Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2007.

THOMPSON, John. **A Mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1998.

WINKIN, Yves. **A nova comunicação: da teoria ao trabalho de campo**. Campinas: Papyrus, 1998.