

A TELENOVELA COMO “LITERATURA PRÊTE-À-PORTER”: UMA OBRA MENOR?

Patrícia de Miranda Iorio¹

Mas o que pode ainda significar a arte
num mundo hiper-realista por antecipação,
cool, transparente, publicitário?

A arte terá direito a uma segunda existência, eterna
— semelhante a dos serviços secretos que, como sabemos,
não têm mais, depois de muito tempo, segredos para roubar ou trocar,
mas não deixam de florescer, protegidos pela superstição de sua utilidade
e chamando a atenção da crônica mitológica.

Jean Baudrillard²

INTRODUÇÃO

Com raras exceções, o mundo acadêmico torce o nariz para a telenovela. Artigo de consumo da cultura de massa, sem poder criativo (apenas repetitivo) e sem valor artístico; mero entretenimento destinado a adestrar autoritariamente as reações do espectador, a atrofiar-lhe a imaginação e a espontaneidade. Assim, a dramaturgia televisiva, condenada ao limbo das narrativas de segunda classe, sucumbe no purgatório da Indústria Cultural como produto barato, peça de liquidação: exposta em prateleira atraente (a mídia), oferecida quase de graça (programação da tevê aberta) e pronta para agradar o gosto do freguês (atender a uma demanda massiva), poucos se arriscam a defender sua qualidade. No Brasil, exaltam-na por sua grande penetração popular, por ter conquistado o mercado externo, por se manter viva apesar dos inúmeros prenúncios de falência, por

¹ Doutoranda em Literatura Comparada da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

² 1997, p. 153 e 156, respectivamente.

provocar polêmicas, mobilizar a opinião pública, ser o cartão de visitas da maior rede de televisão do país. Todos estes méritos, no entanto, não são capazes de outorgar-lhe a honra de ser considerada obra de arte.

Mesmo na baixa modernidade, quando se lamenta a perda das referências, o crepúsculo das letras e o vazio reflexivo; mesmo na era das técnicas de reprodução, quando a arte perde seu valor de culto, sua aura e sua autenticidade, e a verdade não passa de uma ilusão virtual; mesmo na sociedade de consumo, quando tudo se submete ao mercado e à fruição do instantâneo, dos estereótipos e do espetáculo — mesmo neste momento em que a nova história impõe a revisão de conceitos, dogmas e cânones, os curadores da idéia de arte ainda reservam o altar do Belo para obras cuja autoridade seja confirmada pela presença tradicional do poder criativo, do poder de testemunho histórico (*“hic et nunc”* do original) , da genialidade, do valor de eternidade, do valor de mistério, da Idéia.

Cria das narrativas midiáticas disseminadas para grandes platéias por intermédio de aparatos técnicos, a telenovela herdou a maldição do berço em que foi concebida: renegada pela literatura plena, vaga entre a indiferença da crítica e o aplauso da audiência em sua condição de literatura *“prête-à-porter”*. De sua inserção original como folhetim impresso no rodapé das páginas de jornal e de sua posterior transmissão oral em ondas de rádio, a novela televisiva trouxe a linguagem simples, de fácil compreensão, capaz de ser captada por todo tipo de platéia, letrada ou não. Da sonoridade das palavras interpretadas ao vivo para serem apenas ouvidas, a constatação de que a instantaneidade da transmissão impunha a impossibilidade de uma segunda “leitura”: o texto devia ser entendido de uma vez por todas. De sua origem como “programa patrocinado”, ficou o

compromisso de agradar o público e acatar os interesses do mercado. De sua introdução no mundo mágico das imagens eletrônicas, com seus recursos de enquadramento, edição e efeitos especiais, a telenovela extraiu sua vocação para o espetáculo. E ainda: do alcance de sua popularidade, a missão ainda que velada de ser uma aliada do governo na formação de uma consciência nacional e na integração do povo brasileiro em torno do projeto de nação concebido durante o regime militar. Na conjunção de todos estes “dons”, a teledramaturgia configurou-se como o mais importante produto da indústria cultural brasileira — e também o mais lucrativo. Exatamente pelo mesmo motivo tem tido seu passaporte negado para o paraíso da arte.

A OBRA DE ARTE COMO CONCEITO

A expressão “*prête-à-porter*” é própria deste tempo veloz em que a funcionalidade e a utilidade imperam. A velocidade imposta pela técnica reduziu as unidades de tempo, acelerou a percepção da história e forjou uma nova classe de seres: os sem-paciência, aqueles que rejeitam a espera, fogem do que não é imediato, se alimentam de *fast food* — enfim, ignoram o protocolo do tempo na ilusão de que o agora antecipa o futuro. O homem veloz despreza a observação minuciosa e o esforço dedicado; privilegia a imagem em detrimento do texto, a forma sobre o conteúdo, a diversão sobre a informação. Para os admiradores das belas-letas, a literatura “*prête-à-porter*” parece destinada aos sem-paciência: não requer deles concentração, promove apenas distração. Esta literatura pronta para ser usada, para ser fruída, consumida, de fácil leitura e digestão, mero

entretenimento, distingue-se por completo, na visão do beletrista, da literatura-arte, aquela que faz a linguagem, e da ópera, a obra de arte total, na qual o teatro (a representação presentificada diante da platéia), o texto e a música celebram o sublime.

Segundo Benjamin, a questão se fundamenta nas condições de produção de cada uma delas: a telenovela, enquanto produto da Indústria Cultural, tem na reprodução um elemento fundador que sustenta seu valor de exibição; já a literatura plena e o teatro, enquanto arte, têm na autenticidade a confirmação de sua autoridade, de sua presença histórica, com valor de culto. A reprodução técnica torna sem sentido a idéia de autenticidade: como diferenciar o original da cópia se o que a técnica proporciona é a re-produção e não a falsificação? Para o autor, a obra reproduzida, multiplicada em cópias, não tem “a única aparição de uma realidade longínqua, por mais próxima que ela esteja”³: sem aura, ela se impõe como uma forma original de arte, fora do conceito tradicional de obra de arte, e sem vestígios de sua presença histórica, transforma o evento produzido apenas uma vez em fenômeno de massas. Descolada do *hic et nunc* do original, a reprodução técnica conquista independência e se aproxima do público, indo buscá-lo em casa, e abrindo mão da reverência exigida pela obra de arte tradicional. O problema não estaria na infidelidade com relação ao conteúdo da obra “original” (“Pode ser que as novas condições assim criadas pelas técnicas de reprodução, em paralelo, deixem intacto o conteúdo da obra de arte”⁴). Para Benjamin, a falta da “unidade de sua presença no próprio local onde se encontra”

³ Benjamin, 1980, p. 9.

⁴ Op. cit., p. 7.

(do *hic et nunc*) torna-a vulnerável justamente naquilo que lhe confere autoridade de arte: a autenticidade.

O que caracteriza a autenticidade de uma coisa é tudo aquilo que ela contém e é originalmente transmissível, desde sua duração material até seu poder de testemunho histórico. Como este próprio testemunho baseia-se naquela duração, na hipótese da reprodução, onde o primeiro elemento (duração) escapa aos homens, o segundo — o testemunho histórico da coisa — fica identicamente abalado. Nada demais, certamente, mas o que fica assim abalado é a própria autoridade da coisa⁵.

Ao associar-se a uma realidade fugidia que pode se reproduzir indefinidamente, a reprodução técnica perde, assim, sua unidade e duração. Perde, por conseguinte, seu valor de culto, resultante de sua posição inatingível enquanto imagem. Mas, se ganha em democratização de acesso, o fenômeno produz a estandardização da percepção: “O alinhamento da realidade pelas massas, o alinhamento conexo das massas pela realidade, constituem um processo de alcance indefinido, tanto para o pensamento, como para a intuição”⁶. Diante de uma reprodução técnica, não se é mais desafiado pelo enigma da Idéia, pelo espírito do Belo; a função artística da obra parece mero acessório à sua condição de realidade exibível. Enquadrada tradicionalmente a partir de sua função alegórica e simbólica (“A obra dá publicamente a conhecer outra coisa, revela-nos outra coisa⁷”), a obra de arte não fala de uma verdade dada. Segundo Heidegger,

A verdade, como clareira e ocultação do ente, acontece na medida em que se poetiza. *Toda arte*, enquanto deixar-acontecer da adveniência da verdade do ente como tal, é *na*

⁵ Op. cit., p. 8.

⁶ Op. cit., p. 10.

⁷ Heidegger, 1977, p.13.

sua essência Poesia. A essência da arte, na qual repousam simultaneamente a obra de arte e o artista, é o pôr-em-obra-da-verdade. A partir da essência poetante da arte acontece que, no meio do ente, ela erige um espaço aberto, em cuja abertura tudo se mostra de outro modo que não o habitual.⁸

Neste espaço aberto pela obra de arte, o ser, de acordo com o autor, vê-se diante de um “abismo intranqüilizante” que subverte o familiar, faz a história começar de novo e desperta o povo para a sua tarefa. É neste “pôr-em-obra-da-verdade” que o Belo se instaura, um belo cujo valor está mais no despertar que promove do que no que sua essência possa ter de sagrado. Daí a importância social da arte: segundo Benjamin, “Na medida em que diminui a significação social de uma arte, assiste-se, no público, a um divórcio crescente entre o espírito crítico e o sentimento de fruição”⁹. Para ele, nas obras de reprodução, o público, “pela virtualidade imediata de seu caráter coletivo”, reage maciçamente ao que é exibido, não separando a crítica da fruição. Até porque, na velocidade imposta pela técnica, não há tempo para a contemplação: as imagens se sucedem de tal modo que o olho, na tentativa de fixá-las, vê-se atropelado pela seqüência seguinte.

A OBRA DE ARTE NA BAIXA MODERNIDADE

Por mais que estejamos tentados a concordar com Heidegger e Benjamin em suas defesas da obra de arte (afinal, crescemos aprendendo a reverenciá-las!), é preciso contextualizar tal conceito e repensá-lo a partir do nosso tempo. Não estamos, como aqueles autores, diante do advento do cinema falado, surpresos

⁸ Op. cit., p. 58.

⁹ Benjamin, op. cit., p. 21.

com a possibilidade de registrar, por meio da técnica, fragmentos da realidade. Nem mesmo percebemos a reprodução como uma novidade, uma interposição ameaçadora entre o autêntico e o exibido. Vivemos no mundo da técnica, experimentamos a realidade através de intermediações midiáticas, numa apreensão virtual do real. Os mais novos sequer seriam capazes de conceber a vida sem tais aparatos. A massa nem mesmo se dá conta de que é a técnica que lhe apresenta o real. Por outro lado, os intelectuais alertam para o fato de que tudo são versões, relatos mediados por outrem. De tal forma nosso tempo se rendeu às reproduções técnicas que até mesmo o real se dá ao capricho de se fazer acontecer a tempo de ser transmitido em horário nobre.

Neste tempo de imagens vertiginosas, de performances e instalações que se querem instantâneas e fugazes, de “assassinato do real” pelo virtual, de descrédito do original em favor da versão patrocinada, de clonagens e manipulação da matriz genética, de fruição e consumo, de niilismo e hedonismo — nesse tempo de “simulacros e simulação”, temos que considerar as alterações inevitavelmente impostas pela técnica em nossa percepção e indagar se ainda se sustenta a noção de autenticidade sobre a qual se fundou o conceito de arte. Mesmo Brecht, defensor da arte transformadora, antecipando o enfraquecimento das forças de resistência artística diante das pressões do mercado do espetáculo, sugere a adequação do conceito aos novos paradigmas como forma de qualificar uma outra realidade e preservar a integridade da arte tradicional:

Desde que a obra de arte se torna mercadoria, essa noção (de obra de arte) já não se lhe pode mais ser aplicada; assim sendo, devemos, com prudência e precaução — mas sem receio — renunciar à noção de obra de arte, caso desejemos preservar sua função dentro da própria coisa como tal

designada. (...) essa virada não é gratuita, ela conduz a uma transformação fundamental do objeto e que apaga seu passado a tal ponto, que, caso a nova noção deva reencontrar seu uso — e por que não? — não evocará mais qualquer das lembranças vinculadas à sua antiga significação¹⁰

Baudrillard diria que Brecht era do tempo em que se acreditava manter as massas sob o sentido: era preciso informá-las, socializá-las, elevar seu nível cultural através da comunicação racional e da arte. “Bobagens”: depois de dois séculos de socialização acelerada, a massa se queda inerte, impermeável ao sentido — essa maioria silenciosa rejeita as mensagens, quer apenas signos, estereótipos, fascinação. As massas, “cuja existência não é mais social, mas estatística, e cujo único modo de aparição é o da sondagem”¹¹, “idolotram todos os conteúdos desde que eles se transformem numa seqüência espetacular”¹². Segundo ele, as massas não são mais uma “instância à qual se possa referir como outrora se referia à classe ou ao povo”¹³. Neste sentido, as esperanças revolucionárias e transformadoras que Benjamin, Hegel, Heidegger e Brecht depositaram na arte não mais fazem sentido diante das massas descritas por Baudrillard.

Talvez seja necessário criar novo conceito para definir as mais recentes manifestações artísticas. Ou não: talvez sequer seja possível reuni-las sob a mesma categoria. Mercadoria? Espetáculo? Obra lúdica? Arte *prête-à-porter*? De qualquer maneira, no supermercado da arte na baixa modernidade há demanda de tudo, indiferentemente: a massa absorve toda a energia, mas não repercute, se

¹⁰ Brecht, in Benjamin, op, cit. p. 12.

¹¹ Baudrillard, 1994, p. 22.

¹² Op. cit., p. 15.

¹³ Op. cit., p. 23.

limita a ser “boa condutora dos fluxos, mas de todos os fluxos”¹⁴ posto que não vê mais a diferença entre os conteúdos que se refratam no vácuo, que prefere a fascinação do meio à exigência crítica da mensagem¹⁵. Sem crítica e sem critério, tudo parece ter valor de arte na vitrine super-exposta e desreferencializada da Indústria Cultural: das músicas de Chico Buarque às de Tati Quebra-Barraco, passando pelas de Zeca Pagodinho; dos escritos de Ariano Suassuna aos de Bruna Surfistinha, passando pelos de Paulo Coelho; das telas de Portinari às pintadas pelo chimpanzé Congo, passando pelas pichações nos muros da cidade. A medida da arte na modernidade debilitada, assim como a medida do valor de um produto, está entregue à demanda, esta categoria débil, produzida (ou forjada) no caldeirão da publicidade e da estatística.

É inegável que o conceito tradicional de arte não se aplica à “arte-mercadoria”. Critérios como autenticidade, permanência, e abertura para o novo não poderão ser utilizados na definição da qualidade de uma obra concebida pela lógica da reprodução, da instantaneidade e da adequação à demanda. A produção inspirada em estratégias de marketing e em sondagens junto à massa carece de padrões estéticos próprios para, a partir de suas condições de produção, estabelecer novos valores para o belo. Valores fundados talvez na criatividade da repetição, na eternidade da fugacidade, no testemunho histórico de uma presença desenraizada. Ou então, quem sabe?, na ruptura com qualquer paradigma, na liberdade de criar a partir do que já foi criado, de reciclar a Idéia, de não transformar, de só exhibir. No vale-tudo da falta de paradigmas, obras de qualidade

¹⁴ Op. cit., p. 28.

¹⁵ Op. cit., p. 33.

são expurgadas do olimpo da arte como peças de mercado e confundidas com o lixo da cultura industrial.

A TELENOVELA COMO “ARTE-MERCADORIA”

Dadas suas condições de produção, sua submissão à lógica do mercado, sua rendição ao gosto da audiência, sua efêmera duração e sua fruição como espetáculo, não se pode classificar a dramaturgia televisiva como obra de arte. Embora seus autores muitas vezes sejam egressos da literatura, ou mesmo exilados do teatro, os textos produzidos para exibição num veículo de massa como a televisão, escapam, por sua própria natureza, da noção tradicional de arte. Entretanto apresentam, por outro lado, demasiada qualidade literária para serem jogados no limbo como refugio da cultura industrializada.

A julgar pela demanda (esse critério da estética de mercado), as telenovelas têm lugar de destaque na prateleira de “gêneros de primeira qualidade” deste grande supermercado que se tornou a cultura na baixa modernidade. Ali, a mídia lhe rende homenagens, os festivais lhe dedicam prêmios, os anunciantes reforçam seus patrocínios. Mas seria justo para com a teledramaturgia ter sua qualidade aferida apenas em termos de audiência, de números de televisores sintonizados na história narrada?

É inegável que o altíssimo índice de popularidade das novelas brasileiras já é por si só digno de louvor. Afinal, uma demanda assim tão consistente, uma demanda que se distribui entre todas as classes sociais e que consegue aproximar letrados e analfabetos demonstra uma fidelidade ao gênero que não se

deixa abalar nem mesmo pela oferta tentadora dos canais de televisão a cabo. Alguém dirá que a massa da população brasileira só tem acesso à teve aberta, que a questão da escolha então não se apresenta, e que a fidelidade às telenovelas foi forjada durante os anos em que se negou às famílias brasileiras o conforto do controle remoto, forçando o público a se acostumar com o que lhe oferecia a mais forte emissora de tevê do país, não por acaso uma emissora que se tornou referência na produção de novelas. É verdade. Mas, é também verdade que as classes de maior poder aquisitivo que dispõem de acesso aos inúmeros canais a cabo não se deixaram seduzir pela oferta glamourosa do mundo globalizado nem pela estética sofisticada das produções dos países desenvolvidos. As classes A e B permaneceram fiéis ao folhetim televisivo.

O fato de uma mesma narrativa conseguir satisfazer milhões de pessoas dos mais diferentes níveis de escolaridade também é em si uma vitória da telenovela enquanto linguagem e enquanto instrumento de integração nacional. Apesar da queixa de alguns intelectuais quanto à inverossimilhança de certas passagens e da frustração de alguns analfabetos que se perdem nos cruzamentos da trama, a telenovela brasileira parece resolver de forma bastante satisfatória o desafio de não subestimar a inteligência dos primeiros nem de ultrapassar os limites dos últimos. Além disso, embora o projeto de integração nacional tenha sido uma estratégia dos governos militares para melhor disseminar sua ideologia, o fato de a telenovela estar no centro das atenções de boa parte da população brasileira tem contribuído para a aproximação das distâncias sociais, culturais e regionais no país. Há quem se queixe de que tal prática pasteurizou o colorido lingüístico e cultural da população, além de ter imposto um foco sistemático sobre o eixo Rio-

São Paulo. O fato é que, justamente por ocasião dos governos militares, mais precisamente por causa da censura imposta às montagens teatrais de oposição à ditadura, as telenovelas tornaram-se palco da problematização do Brasil: com seus textos impedidos de serem montados no teatro, dramaturgos como Lauro César Muniz e Dias Gomes refugiaram-se nas telenovelas, trazendo para os lares brasileiros temas como coronelismo, racismo, corrupção, exploração imobiliária e reforma agrária. Não por coincidência, data desta época, a grande explosão de popularidade das novelas, que a partir de então passaram a trazer para a narrativa os temas, os personagens e as referências históricas e culturais da vida cotidiana no brasileiro.

Visto que a audiência das telenovelas não se agigantou apenas pelo que elas ofereciam de espetáculo técnico, imagético, mas pela possibilidade de identificação do público com as situações narradas na trama, pela oportunidade de o brasileiro se ver ali representado, talvez neste sentido o índice de audiência possa vir a ser, efetivamente, uma justa medida de sua qualidade artística, de seu valor enquanto “arte-mercadoria”, literatura “*prête-à-porter*”. A audiência parece ser, assim, resultado de uma orientação temática que priorizou a problematização do Brasil. Está portanto fundada no conteúdo, no sentido de sua mensagem.

Claro que sua dimensão espetacular não pode ser menosprezada: produção caprichada, elenco estelar, riqueza na caracterização de personagens e cenários, seleção de sucessos musicais, presença de cenas externas, narrativa verossímil, reprodução de estereótipos — tudo isso, além de uma poderosa campanha de marketing que assegura a audiência no lançamento da novela e sustenta sua manutenção através da promoção de seus ganchos narrativos durante a

programação diária da emissora, são ingredientes de um espetáculo de sucesso, sucesso capaz de manter a atenção do público durante cerca de seis meses. Some-se a isso um conteúdo carregado daquilo que se acostumou identificar como traços de brasilidade e temos uma telenovela talhada para satisfazer a demanda do público por entretenimento leve.

Uma obra de duração longa (embora desfrute de curta permanência em termos de valor de eternidade), que se propõe a travar um diálogo dinâmico com a realidade que representa e que não pode frustrar os desejos da audiência nem ferir os limites morais e culturais da sociedade exige do texto uma abertura que se revela de um lado providencial, enquanto possibilidade de acomodar tantas variáveis, e de outro, arriscada pelo que representa de dificuldade em estabelecer o caráter dos personagens e o rumo da história. Neste texto que vai se construindo ao longo de sua exibição, autor, patrocinador e audiência muitas vezes partilham o direcionamento da trama, e a eles talvez possa ser creditada também a qualidade estética do produto. É curioso notar o grau de autoridade que a audiência tem sobre a obra. Em carta dirigida à autora da novela “América”, uma assídua espectadora escreve: “Eu te imploro, Glória Perez, deixa este casal (Sol e Ed) terminar junto no final. Eu peço até que desconsidere uma carta que mandei mais no princípio da novela (...) pedindo para a Sol ficar com o Tião”¹⁶. É este tipo de *feedback* que determina, por exemplo, a morte de um personagem, sua mudança de caráter, sua volta ao mundo dos vivos, o desenrolar de seu destino. Reside aqui mais uma necessidade de a telenovela ter sua qualidade artística aferida por critérios outros que não os da obra de arte. Não havendo inspiração

¹⁶ Oliveira, 25 de setembro de 2005, p. 22.

autoral nem controle sobre o desfecho da narrativa, como se poderia aplicar aqui a questão da autenticidade ou mesmo da criatividade?

Sendo assim, com base em que parâmetros a telenovela estaria classificada como uma obra menor? Sem poder compará-la com a literatura plena ou com o teatro, dadas suas divergências de natureza estética ou mesmo suas condições de produção, não seria igualmente arbitrário sustentar uma espécie de arte sobre a outra? Não seria o cânone para a obra de arte o mesmo que o mercado para a “obra-mercadoria” — uma espécie de pré-requisito indispensável para conquistar a qualidade, no caso o valor de culto e o valor de exibição, respectivamente? Estaria a telenovela, enquanto produto da Indústria Cultural destinado às massas silenciosas, condenada a ser normativa, repetitiva e conservadora, ao passo que a obra de arte tradicional destinada aos cultores do Belo seria normativa, criativa e revolucionária?

Enquanto aguardamos que a história nos aponte a terceira margem desta cultura simultaneamente letrada, popular e eletrônica, acalentamos, no desmoronamento das referências, a esperança de que a “obra-mercadoria”, em sua errância pelas prateleiras da cultura, conquiste a dimensão transformadora da literatura.

REFERÊNCIAS

Baudrillard, Jean. “O complô da arte”. In: Baudrillard. **Tela Total: Mito-ironias da Era do Virtual e da Imagem**. Porto Alegre: Sulina, 1997, pp. 151-156.

_____. **À Sombra das Maiorias Silenciosas: o fim do social e o surgimento das massas**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

_____. **Simulacros e Simulação**. Lisboa: Relógio D'Água, 1981.

Benjamin, Walter. "O autor como produtor". In: Benjamin, **Magia e Técnica, Arte e Política**. Obras Escolhidas, volume 1. São Paulo: Editora Brasiliense, 1985, pp. 120-136.

_____. "A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução". In: **Textos Escolhidos**. Coleção Os Pensadores. São Paulo: Abril Cultural, 1980, pp. 3-28.

Ghiraldelli, Paulo. "Isto não é um quadro". In: **Mais!, Folha de S. Paulo**, 19 de março de 2006, p. 10.

Heidegger, Martin. **A Origem da Obra de Arte**. Lisboa, Portugal: Edições 70, 1977.

Horkheimer, Max e Adorno, Theodor W. "A Indústria Cultural: O esclarecimento como mistificação das massas". In: Horkheimer e Adorno. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1985, pp. 113-156.

Huizinga, Johan. **Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura**. São Paulo: Perspectiva/Editora da USP, 1971.

Figueiredo, Ana Maria C. **Teledramaturgia Brasileira: Arte ou Espetáculo?** São Paulo: Paulus, 2003.

Oliveira, Maria de Lourdes. "América 1". In: seção Cartas, Revista da TV, **O Globo**, 25 de setembro de 2005, p. 22.

Portella, Eduardo. "O intelectual e seus fantasmas". In: **Revista Tempo Brasileiro** 145, abril-jun., 2001, pp 145-149