O POTENCIAL ECONÔMICO DAS INDÚSTRIAS CULTURAIS: o cinema brasileiro pós-retomada e uma análise das produções *Minha mãe é uma peça* e *De pernas pro ar 2*

Linda Catarina Gualda[1]

Carlos Augusto Jensen Estevam[2]

Resumo: *O setor de audiovisual representa um dos principais segmentos da economia da cultura e do entretenimento contemporâneo. O cinema em especial é uma atividade em constante expansão no mundo, representando atualmente significativa pauta de exportação. No Brasil, essa presença crescente do audiovisual significa um aumento da importância econômica direta da atividade. Mesmo longe do poder da autossustentabilidade, o cinema nacional é o décimo mercado de cinema em termos de arrecadação e o sétimo em termos de público. Políticas de incentivo e o apoio de empresas públicas e privadas vêm alavancando a indústria fílmica nacional, que só no ano de 2013 triplicou seu faturamento, sendo considerado o melhor ano do cinema brasileiro. Nesse sentido, o artigo objetiva investigar as potencialidades econômicas da indústria cinematográfica brasileira pós-retomada (filmes a partir de 2003). A metodologia proposta fundamenta-se na pesquisa bibliográfica em dissertações de mestrado, artigos e periódicos científicos, sites oficiais entre outras literaturas específicas, buscando informações sobre a indústria cinematográfica brasileira no período escolhido: pós-retomada. Além disso, pretende-se realizar um estudo dos filmes Minha mãe é uma peça e De pernas pro ar 2, responsáveis por cerca de 80% do faturamento de 2013.*

Palavras-chave*: Indústria Cinematográfica. Cinema Brasileiro. Filmes. Economia. Comércio Exterior.*

Abstract: *The audiovisual sector is one of the major segments of the economy and culture of contemporary entertainment. The cinema, in special, is an activity in constant expansion in the world, currently representing significant export aspect. In Brazil, the growing presence of audiovisual means increased importance of direct economic activity. Even away from the power of self-sustainability, the national cinema is the tenth film market in terms of revenue and the seventh in terms of audience. Incentive politics and the support of public and private companies are leveraging national film industry, which only in 2013 tripled its revenues and is considered the*

[1] Doutora em Literatura e Cinema (Unesp/Assis e Universidade de Coimbra), Mestre em Literatura Comparada (Unesp/Assis) e Graduada em Letras (Português/Inglês/Alemão). Professora Associada na Fatec Itapetininga, onde ministra a disciplina de Língua Inglesa nos cursos de Tecnologia em Comércio Exterior, Tecnologia em Gestão da Produção Industrial e Tecnologia em Gestão Empresarial (EAD). lindacatarina@hotmail.com

[2] Aluno concluinte do curso de Tecnologia em Comércio Exterior na Fatec Itapetininga.

best year of Brazilian cinema. In this sense, the paper aims to investigate the economic potential of the Brazilian film industry post-recovery (movie from 2003). The proposed methodology is based on literature research dissertations, articles and journals, official websites and other specific literatures, seeking information about the Brazilian film industry in the chosen period: post-recovery. In addition, we intend to conduct a study of the films Minha mãe é uma peça e De pernas pro ar 2, responsible for about 80% of 2013 revenues.
Keywords: *Film Industry. Brazilian Cinema. Movies. Economy. Foreign Trade.*

Resumen: *El sector audiovisual es uno de los principales segmentos de la economía y la cultura del entretenimiento contemporáneo. El cine en especial es una actividad en constante expansión en el mundo, que actualmente representan el significativo canasta exportadora. En Brasil, la creciente presencia de medios audiovisuales creciente importancia de la actividad económica directa. Incluso fuera de la potestad de auto-sostenibilidad, el cine nacional es el décimo mercado del cine en términos de ingresos y el séptimo en términos de audiencia. Políticas de incentivos y el apoyo del público y las empresas privadas están aprovechando de la industria cinematográfica nacional, que sólo en 2013 triplicó sus ingresos y es considerado el mejor año del cine brasileño. En este sentido, el documento tiene como objetivo investigar el potencial económico de la post-recuperación de la industria cinematográfica brasileña (película de 2003). La metodología propuesta se basa en la tesis de literatura de investigación, artículos y revistas, sitios web oficiales y otras literaturas específicas, la búsqueda de información sobre la industria del cine brasileño en el período elegido: posterior a la recuperación. Además, tenemos la intención de realizar un estudio de las películas Minha mãe é uma peça y De pernas pro ar 2, responsable de aproximadamente el 80% de los 2.013 ingresos.*
Palabras Clave*: Industria cinematográfica. Cine brasileño. Películas. Economía. Comercio Exterior.*

INTRODUÇÃO

O setor de audiovisual representa um dos principais segmentos da economia da cultura e do entretenimento contemporâneo (VALIATI, 2010, p. 12). Além disso, "o setor tem passado por transformações e ampliado o número e o perfil de consumidores, favorecido pela ascensão social de parte da população e popularidade dos canais de distribuição" (SOUZA; PIRES, 2010, p.20). Esse dinamismo faz da indústria audiovisual uma atividade econômica com intensos aumentos nos lançamentos de novos produtos e serviços no mercado, compreendendo empresas que atuam em quatro seguimentos: televisão, games eletrônicos, fonografia e cinematografia.

> No contexto cinematográfico, por exemplo, o produto audiovisual pode ser facilmente incorporado aos demais segmentos audiovisuais após o seu lançamento no mercado. Depois de sua exploração comercial nas salas de cinema, os direitos de exibição do filme podem ser comercializados em redes televisivas que os insere em suas grades de programação; além disso, podem emprestar sua imagem para jogos eletrônicos ou mesmo ter sua trilha sonora lançada em mídia fonográfica (SOUZA; PIRES, 2012, p. 21).

Essas possibilidades fazem do cinema uma atividade comercial de grande importância para o mercado cultural, com altas expectativas de lucro e forte tendência para produção industrial. Isso equivale a dizer que o cinema é uma atividade em constante expansão no mundo, representando atualmente significativa pauta de exportação. Nos Estados Unidos, por exemplo, o chamado *entertainment business* é a segunda pauta nas exportações do país, só perdendo para o petróleo (XAVIER, 2001, p. 33-34).

Diante disso, os países desenvolvidos e em desenvolvimento fazem questão de implementar políticas para a consolidação do cinema, haja vista que "algo que tem um poder simbólico e capacidade de multiplicação tão grande, não pode ser consumido passivamente por razões econômicas, culturais e políticas" (KLOTZEL, 2006, p. 14). Atualmente, um elevado número de países tem cinematografia e muitos têm a subvenção estatal direta ou indireta.

No Brasil, o cinema nacional chegou a ocupar mais de 30% do mercado interno durante a década de 1970 e início de 1980. Em seguida, ocorreu uma queda e depois o desaparecimento quase absoluto da atividade nos anos 1980 até início de 1990. Com políticas de incentivo, o cinema começou sua retomada na metade dos anos 1990, tendo sua alavancagem em 2003, chamada de período pós-retomada. Os índices atuais mostram o crescimento do cinema brasileiro e sua potencialidade nesse setor. Essa presença crescente do audiovisual significa um aumento da importância econômica direta da atividade (PUCCI JUNIOR, 2009, p. 21-22).

Mesmo longe do poder da autossustentabilidade, o cinema nacional é o décimo mercado de cinema em termos de arrecadação e o sétimo em termos de público. Políticas de incentivo e o apoio de empresas públicas e privadas vêm alavancando a indústria fílmica nacional, que só no ano de 2013 triplicou seu faturamento, sendo considerado o melhor ano do cinema brasileiro (GUANAES, 2014, p. 2).

Nesse sentido, o presente trabalho objetiva investigar as potencialidades econômicas da indústria cinematográfica brasileira pós-retomada (filmes a partir de 2003). Além disso, intencionamos analisar o mercado de exibição cinematográfico brasileiro, identificando as potencialidades de consolidação da indústria fílmica nacional e investigar de que maneira os filmes pós-retomada vem se tornando potenciais produtos culturais, tendo como exemplo os filmes *Minha mãe é uma peça* e *De pernas pro ar 2*, a fim de verificar as razões do alto faturamento e o potencial econômico de tais produções.

METODOLOGIA

O presente estudo foi desenvolvido a partir de pesquisas em literatura das áreas de economia cultural, cultura como produto, cinema brasileiro, economia e filme como item lucrativo. Optou-se pela revisão bibliográfica, a fim de analisar e discutir a temática em níveis teóricos. Sendo assim, o desenvolvimento desse trabalho se deu a partir de pesquisa direcionada a teses de doutorado, dissertações de mestrado, artigos e periódicos científicos, sites oficiais da Recam, Ancine, Firjan, entre outras literaturas específicas, buscando informações sobre a indústria cinematográfica brasileira no período escolhido: pós-retomada.

Após levantamento de informações e dados econômicos, realizou-se um estudo de caso dos filmes *Minha mãe é uma peça* e *De pernas pro ar 2*, responsáveis por 80% do faturamento de 2013, com o intuito de verificar as razões desse índice.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O cinema, entre as diversas formas de expressão artística e produção audiovisual, é considerada a arte mais nobre por ser a mais cara e elaborada. A inovação digital na captação e reprodução de imagens moderniza e barateia os custos da produção audiovisual, globalizando o acesso e, assim, aumentando a produção. Além disso, a tendência ao aumento do tempo disponível para lazer e consumo na sociedade moderna vem permitindo a expansão e consolidação da atividade (KLOTZEL, 2006, p.11).

Atividades recreativas como o cinema obedecem a fins lucrativos, mercantis e industriais. “Seus produtos buscam oferecer aos consumidores uma espécie de valor cultural, que ultrapassa a concepção de utilidade econômica convencional e incorpora conveniência artística, religiosa, estética, entre outras” (SOUZA; PIRES, 2012, p. 19).

A indústria cinematográfica é particularmente interessante, pois possui características peculiares sob o ponto de vista econômico. Em primeiro lugar, devem-se considerar a originalidade e autenticidade dos produtos para gerar sua demanda; em segundo lugar, a oferta de mercadorias ocorre rapidamente e o mercado atenta à inovação da produção para levar ao consumidor novos produtos a cada temporada e, por fim, a expansão das indústrias fílmicas permite que seus produtos alcancem consumidores ao redor do mundo (GATTI, 2005, p. 19).

Nos tratados de comércio mundial, filmes que podem ser considerados produtos industriais (itens de consumo) não podem ser taxados para importação, pois são classificados como obras intelectuais.

Sendo assim, "não se estaria importando um objeto no qual existiu gasto de matéria-prima, como no caso de um automóvel, e sim uma matriz (a cópia do negativo) que teria o mesmo tipo de valor que o texto de um livro, a partitura de uma música, ou seja, algo imaterial" (KLOTZEL, 2006, p. 11).

Dentro dessas normas, a cinematografia nacional concorre com a indústria internacional. No Brasil, a indústria cinematográfica possui maior destaque no mercado de distribuição e exibição, que correspondem ao produto final aos consumidores. Para se ter ideia desse crescimento, em 2013, a distribuidora nacional Paris, individualmente ou em codistribuição com outras empresas, foi responsável, com títulos brasileiros e estrangeiros, por 20% do público de salas de exibição no ano de 2013. Esse percentual é superior ao desempenho da *Disney*, primeira colocada entre as distribuidoras do ano. O consórcio Paris/Downtown se consolidou como principal distribuidor de filmes brasileiros: das 20 maiores bilheterias de longas nacionais em 2013, nove foram comercializadas pela parceria. O parque exibidor brasileiro encerrou o ano com 2.679 salas, quarto ano consecutivo de crescimento, com destaque para as regiões Nordeste e Centro-Oeste, com 14,3% e 13,15% de incremento no número de salas, respectivamente (ANCINE, 2014).

Essa expansão só mostra que com a pós-retomada, em 2003, o filme nacional passa ser um produto rentável e a nossa indústria cinematográfica ganha impulso em busca de grandes bilheterias e altos lucros (NETO, 2010, p. 28). Com políticas de incentivo e empresas patrocinadoras, o Brasil começa a produzir filmes que mobilizam grande número de espectadores, demonstrando o grande avanço da indústria fílmica brasileira (MELEIRO, 2010, p. 51). Dos mecanismos de fomento hoje existentes os mais importantes são relacionados à produção através da Renúncia Fiscal (Lei do Audiovisual art.1, art.3 Lei Rouanet). Além disso, o Estado investe na atividade cerca de R$ 200 milhões ao ano, o que possibilita a produção e o lançamento de em média 30 longa-metragens.

De fato, nossos filmes passam a ser vistos como potenciais itens econômicos e, embora não possam ser taxados para exportação (pois se tratam de obras intelectuais), são capazes de agora se inserirem competitivamente na hegemônica indústria cinematográfica dos Estados Unidos (BALLERINI, 2012).

De acordo com dados da Agência Nacional de Cinema (ANCINE), nos últimos anos o mercado fílmico brasileiro passou por mudanças significativas: em 2002, o público para filmes nacionais foi de 6,8 milhões de espectadores, que demandaram ingressos nas 1.635 salas de projeção distribuídas pelo país, já em 2013, os filmes brasileiros atraíram 27,8 milhões de espectadores para nossos cinemas, melhor resultado das últimas duas décadas e a participação de público dos filmes nacionais terminou o

ano em 18,6%

Isso significa que 2013 foi o melhor ano do cinema brasileiro, batendo recordes: 127 longas-metragens lançados (no ano anterior, a produção foi de 83 longas), o mercado brasileiro de salas de exibição teve 149,5 milhões de ingressos vendidos e renda de mais de R$ 1,7 bilhão com crescimento contínuo nos últimos cinco anos, sendo a arrecadação o triplo do ano anterior (ANCINE, 2014).

Os dados impressionam ainda mais: 10 filmes brasileiros ultrapassaram a marca de um milhão de bilhetes vendidos e 24 tiveram mais de 100 mil espectadores. Entre os filmes mais vistos, se destaca o gênero cômico: oito das dez maiores bilheterias nacionais do ano foram comédias, produzidas por oito produtoras distintas, escritas e realizadas por talentos diferentes e distribuídas por três empresas, revelando o domínio do gênero por mais agentes do setor. Duas delas, *Minha mãe é uma peça* de André Pellez e *De pernas pro ar 2* de Roberto Santucci, focos do nosso estudo, garantiram sozinhas 80% do faturamento do ano (ANCINE, 2014).

A comédia *Minha Mãe é uma peça*, com distribuição pela Downtown/Paris e lançamento em 21 de junho de 2013, foi exibida em 407 salas na data de estreia, atingindo uma marca de 2 milhões de espectadores em sua terceira semana de exibição. Tendo como total de público 4.600.145 pessoas e faturamento de R$ 49.533.218,31, o filme foi recordista de bilheteria e é considerado um dos longas mais assistidos de todos os tempos. Seguindo o padrão Globo Filmes, a obra é uma adaptação do famoso monólogo teatral que percorreu os palcos do país. A estética da produção remete à novela de horário nobre da emissora e é dirigida a um público mais amplo, trazendo nomes conhecidos do público para os papeis principais. Isso garantiu identificação e maior aceitabilidade, já que formato, temática e atores conhecidos geram aproximação imediata com o espectador.

O mesmo se percebe em *De pernas pro ar 2*, que também tem formato Globo Filme, ou seja, temática leve, protagonistas famosos, condução narrativa tradicional e montagem rápida, aposta no gênero comédia de erros hollywoodiana e traz no elenco atores consagrados e familiares do grande público. Com orçamento de R$ 10 milhões e prazo apertado para a produção, o longa foi distribuído pela parceria Downtown/Paris/RioFilme e somente nos cinco primeiros dias de exibição teve público de aproximadamente 600 mil pessoas. A produção teve números menos expressivos, mas ainda assim impressionantes: na data de estreia (02 de janeiro de 2013) o número de salas foi de 718 (quase o dobro de *Minha mãe é uma peça),* 3.787.852 pessoas foram ao cinema e o faturamento total encerrou em R$ 39.375.393,54. O filme fez tanto sucesso que está prevista a estreia de *De pernas pro ar 3* para 25 de dezembro de 2015, além de estar se cogitando uma possível adaptação para a televisão em formato de

série ou minissérie.

Ambas as produções são surpreendentes em termos econômicos, mostrando que o cinema nacional está em uma fase de grande expansão e potencial de desenvolvimento. Um fator relevante para o crescimento da indústria cinematográfica brasileira diz respeito ao desempenho das distribuidoras nacionais. O tripé econômico do cinema – produção, distribuição e exibição – sempre encontrou dificuldade nas produções nacionais. Nossas distribuidoras optavam pelos títulos internacionais, pois atraíam mais público e, consequentemente, geravam mais renda. Em 2013 houve uma mudança significativa nesse cenário: as empresas distribuidoras nacionais mantiveram uma participação na renda em torno de 30% do mercado de salas de exibição e os títulos comercializados por essas empresas somaram 48,4 milhões de ingressos vendidos e R$ 538,6 milhões em renda, o que representa considerável crescimento em relação ao ano anterior (ANCINE, 2014). Além disso, pode-se observar que em relação à nacionalidade dos títulos comercializados pelas empresas distribuidoras brasileiras, houve alteração da tendência de predominância dos títulos estrangeiros.

> Entre 2009 e 2012, o público e renda da maioria das empresas nacionais foram majoritariamente sustentados pela distribuição de títulos estrangeiros. Nesse período, em média, 70% do total do público obtido pelas empresas distribuidoras brasileiras vieram da comercialização de títulos estrangeiros. Em 2013, a tendência se inverteu e os títulos nacionais passaram a representar cerca de metade desse montante (ANCINE, 2014).

Outro motivo para o alavancamento do cinema brasileiro está no aumento do parque exibidor nacional que manteve o ritmo de crescimento dos últimos cinco anos (sempre acima do aumento populacional) e encerrou 2013 com 2.679 salas. Segundo a Ancine, em cinco anos, o índice de habitantes por sala do Brasil caiu de 91,7 mil em 2009 para 75 mil em 2013. Apesar de denotar grande avanço, ainda estamos atrás de países como Argentina (cerca de 50 mil/habitante), México (21 mil/habitante) e França (11 mil/habitante).

Faz-se necessário destacar ainda a importância das empresas nacionais para distribuição de títulos estrangeiros não estadunidenses. Em 2013, mais de 65% do público dessas obras foram de títulos distribuídos por empresas brasileiras. As distribuidoras estrangeiras, por sua vez, apresentaram queda no público de suas obras em relação a 2012, além de reduzirem o número de lançamentos pelo segundo ano consecutivo (ANCINE, 2014).

Se considerarmos somente a comercialização dos títulos nacionais, o ano de 2013 confirmou mais uma vez inversão na tendência: até 2009, a bilheteria das obras brasileiras comercializadas por empresas estrangeiras representavam em média 60% do total; já em 2013, as distribuidoras brasileiras em codistribuição (Downtown/Paris/RioFilme, EuropaFilmes/RioFilme, Imagem/Fox, entre outras) com empresas estrangeiras garantiram um público de títulos nacionais de 94%. Por outro lado, a participação das empresas estrangeiras no público de filmes brasileiros vem se reduzindo: entre 2009 e 2011, essas companhias foram responsáveis por dez filmes nacionais; em 2012, lançaram seis obras e em 2013 apenas cinco lançamentos (ANCINE, 2014).

Essa redução é importante para valorizar o sistema de produção, distribuição e exibição nacional, além de fortalecer nossa indústria cinematográfica, nos deixando menos dependentes do cinema estadunidense. Atribui-se essa redução a alguns fatores, a saber: a) redução de utilização de recursos de incentivo fiscal pelas distribuidoras internacionais (art. 3º da Lei do Audiovisual); b) fortalecimento das distribuidoras nacionais em decorrência da política pública (Prêmio Adicional de Renda e uso dos recursos do Fundo Setorial do Audiovisual); 3) tendência internacional de redução de número de lançamentos e ampliação dos investimentos em poucas obras de maior apelo comercial (BALLERINI, 2012, p. 31-32).

Atualmente, criação de leis de incentivo, abertura de mercado à penetração do filme nacional e maior visibilidade da nossa produção cinematográfica são algumas das razões que permitem o cinema brasileiro atingir recordes de bilheteria e faturamento. As produções nacionais passaram a não se dirigir exclusivamente ao circuito cultural, buscando por aceitação de mercado e retorno financeiro. Nota-se ainda um paradigma cíclico na questão da cinematografia brasileira: de um lado desenvolve-se uma forte concorrência vinda das produções hollywoodianas, de outro um movimento de ir e vir das produções e participação do filme nacional no mercado de cinema (CAMPOS, 2004, p. 25).

Pensando nisso, se aproveita todos os recursos que o mercado de entretenimento oferece ao produto fílmico: desde a distribuição (por companhias estrangeiras ou codistribuidoras) com maciça campanha de marketing até a formatação do filme às várias tecnologias disponíveis, como vídeo, DVD, TV aberta, TV por assinatura, internet.

CONCLUSÃO

Como vimos, o ano de 2013 foi marcado pelo forte desempenho dos filmes brasileiros nas salas de exibição com destaque para duas marcas históricas: o maior público desde a época da Retomada (27,8 milhões de espectadores) e o maior número de lançamentos da história do cinema nacional (127 estreias). Além disso, com o aumento do parque exibidor brasileiro em 13%, teve-se o quarto ano consecutivo de crescimento da indústria cinematográfica nacional. Ao possibilitar a ida de mais expectadores ao cinema (o número de participação do público teve um aumento de 77% em relação a 2013, totalizando quase 150 milhões de pessoas) para ver filmes brasileiros (os filmes estrangeiros tiveram queda de público de 7%), consequentemente houve mais geração de renda para o setor de indústria audiovisual nacional.

Tal crescimento foi decorrente do fraco desempenho dos títulos internacionais comercializados, haja vista que o público dos títulos estrangeiros apresentou queda. Além disso, o número de lançamentos nacionais aumentou cerca de 30%, devido à alta qualidade das estreias e aceitabilidade do expectador.

Apesar de esses dados serem um marco para a cinematografia brasileira e considerados otimistas para o setor, pois o crescimento é evidente e contínuo ano a ano, os números mostram que ainda estamos longe de alcançar a postura desejada para o nosso cinema. Apenas 18,6% do público foram assistir a filmes nacionais, gerando uma renda de R$ 296.733.096,64. Em contrapartida, os outros 81,4% que assistiram a lançamentos internacionais deixaram R$ 1.456.427.196,88 de rendimento. Isso mostra que são necessárias ainda mais políticas de incentivo e leis de proteção ao cinema nacional para garantirem expansão e desenvolvimento em termos econômicos e culturais. Também é necessário criar leis que regulamentem e criem uma reserva de mercado destinada ao filme brasileiro, favorecendo nossa indústria e produções.

Nesse sentido, cabe aos governos, aos agentes culturais e aos próprios profissionais da indústria cinematográfica brasileira permitirem que o nosso cinema continue alcançando patamar de sucesso, aliando interesses de produtores, distribuidores e exibidores, além de fomentar as coproduções e o aumento dos parques exibidores.

REFERÊNCIAS

ANCINE. **Informe de acompanhamento do mercado. Informe Anual 2013**. Janeiro, 2014.

BALLERINI, F. **Cinema brasileiro no século 21**. São Paulo: Summus Editorial, 2012.

CAMPOS, R.M.M. **História do Cinema Brasileiro – Os Ciclos da Produção Mais Próximos ao Mercado.** Artigo publicado no II Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho. UFMS, 2004, p. 1-28.

GATTI, A. **Distribuição e Exibição na Indústria Cinematográfica Brasileira** (1993-2003). 357 f. Tese (Doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2005.

GUANAES, N**. Cinema Novo Brasileiro**. In: http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mercado/37592-cinema-novo.shtml Acessado em 17 de maio de 2014.

KLOTZEL, A. **O potencial da indústria cinematográfica no Brasil**. In: Revista Inovação Uniemp. Volume 2, n. 1. Campinas, jan/março, 2006.

MELEIRO, A. **Cinema e Economia Política**. São Paulo: Editora Escritoras, 2010.

NETO, A. **Astros e estrelas do cinema brasileiro**. São Paulo: Imprensa Oficial, 2010.

PUCCI JUNIOR, R. **Cinema brasileiro pós-moderno**. São Paulo: Imprensa Oficial, 2009.

SOUZA, T; PIRES, M. **Entretenimento, audiovisual e cinematografia no contexto das indústrias culturais**. In: IV Encontro Nacional da Ulepicc-Brasil. Rio de Janeiro, outubro de 2010.

VALIATI, L. **Economia da Cultura e Cinema**. São Paulo: Terceiro Nome, 2010.

XAVIER, I. **Cinema brasileiro moderno**. São Paulo: Paz e Terra, 2001.