

CULTURA KITSCH E MODERNIDADE: a ascensão do não-autêntico

Aline Stefânia Zim

Aline Stefânia Zim é Doutora em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade de Brasília pelo Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de Brasília. Mestre pelo PPG da Faculdade de Educação da Universidade de Brasília em Educação, Arte e Comunicação. Graduada em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade Federal de Santa Catarina. É professora das disciplinas de Teoria e História da Arquitetura e Urbanismo, Projeto, Paisagem e Semiótica, Diplomação I e assessora pedagógica da direção do curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Católica de Brasília. Compõe o Núcleo Docente Estruturante e o corpo editorial da Revista do Curso de Arquitetura e Urbanismo da UCB VARAU da FAU/UCB. Compõe o Núcleo de Estética, Hermenêutica e Semiótica (NEHS) e o corpo editorial da Revista de Estética, Hermenêutica e Semiótica (RES) no PPG da FAU/UnB. É pesquisadora e orientadora de Iniciação Científica no Projeto de Pesquisa Associado da FAU/UCB, apoiado pela FAAP/DF: Abrindo as janelas do CERRADO: vegetação herbácea- arbustiva do Cerrado com potencial ecológico e paisagístico.

Resumo

O termo kitsch, que nasce e ganha sentido em plena ascensão da sociedade burguesa em meados do século XIX, traz à tona contradições fundamentais para o entendimento da modernidade: o autêntico e a cópia, a aura e a reprodutibilidade técnica da obra de arte. O kitsch capta a alienação coletiva da sociedade ocidental em ascensão, aspirando a felicidade pelo consumo. Ao imitar as classes abastadas, a cultura kitsch é reacionária à cultura erudita, e ambas coexistem: uma ascende, a outra imita. A aparente desqualificação do elevado, entretanto, parece não atingir a grande obra. Pelo contrário, a cópia e a imitação do que é convencionalizado como belo ou erudito afirma o próprio sistema, pois amplia e define com maior nitidez o verdadeiro do falso. Este ensaio supõe que a estética kitsch é fundamental para a construção do bom gosto na modernidade, pois é ele, o comportamento kitsch, que aproxima as massas da experiência estética do seu tempo, sustentando o ciclo de consumo.

Palavras-chaves: Kitsch; modernidade; imitação; autêntico; falso.

Abstract

The term kitsch, born and gaining meaning in the midst of the bourgeois society in the mid-nineteenth century, brings to light fundamental contradictions for the understanding of modernity: the authentic and the copy, the aura and the technical reproducibility of the work of art. Kitsch captures the collective alienation of rising Western society, aspiring to happiness for consumption. By imitating the wealthy classes, kitsch culture is reactionary to scholarly culture, and both coexist: one ascends, the other imitates him. The apparent disqualification of the high, however, does not seem to reach the great work. On the contrary, the copying and imitation of what is known as beautiful or erudite affirms the system itself, for it broadens and defines more clearly the true of the false. This essay assumes that kitsch aesthetics is fundamental for the construction of good taste, because it's the kitsch behavior that brings the masses of aesthetic experience closer to their time, sustaining the consumption cycle.

Keywords: Kitsch; modernity; imitation; authentic; false.

A ARTE DO ACEITÁVEL

A história da burguesia moderna pode ser recontada a partir do surgimento do kitsch. O termo tem um sentido depreciativo desde a sua aparição, por volta de 1860, na Alemanha. Trazia a ideia, inicialmente, de tomar por verdadeiro algo que era falsificado; numa variação de kitschen, a ideia de atravancar ou fazer móveis novos com velhos, ou verkitschen, de trapacear, vender algo fora do combinado¹. Alguns autores apontam a origem da palavra a uma derivação de sketch, uma prática dos turistas americanos do século XIX pechinchando pinturas em Munique; ou definem o verbo kitschen para “varrer a lama ou o lixo das ruas” e verkitschen para “vender barato”².

O conceito é de difícil definição porque o kitsch é por natureza excêntrico, está fora do centro no sistema das artes. Ele não pertence ao belo, nem ao feio, mas está suspenso entre eles, olhando em direção ao centro. Sintetiza o mecanismo psicológico da alienação do homem pelos objetos que o cercam, o que desencadeia uma certa psicopatologia da vida cotidiana. Representa, por outro lado, o acesso à cultura e às artes pelo fenômeno da reprodutibilidade técnica, que embasou a cultura de massas desde o século XX.

O objeto kitsch promove a arte do aceitável: não é estranho, nem sublime, nem belo e nem feio. Sua regra é estar no mundo e não transcender a ele ou negá-lo. O kitsch profana a originalidade para ser aceito por todos. É a negação das classificações, já que está à margem delas e, ao mesmo tempo, aparenta ser mais do que é. Pela sua marginalidade, o objeto kitsch escapa ao julgamento dos eruditos e toma parte do cotidiano de todos, leigos e “entendidos” das artes. Indiscriminadamente, se adequa³.

O kitsch é a “ausência” de estilo e ao mesmo tempo está na essência de todos os estilos, já que a ausência é que dá sentido à presença, assim como o esgotamento das tradições dá sentido à ruptura das vanguardas. É a tensão entre o alto e baixo, entre estar na moda e estar fora de moda. Entretanto, não é a moda em si; é antes um comportamento relacionado ao consumo.

O kitsch é a plena adequação do inadequado; está no sentimento do confortável para quem o consome. Não pretende provocar o estranhamento de si, nem o questionamento dos sistemas dominantes. Não se distancia do ordinário para se propor sublime, como a grande obra de arte. Pelo contrário, sendo o ícone do transitório e do efêmero como valor artístico, se aproxima do cotidiano mundano para compor o universo trivial. Como expressão de diferenciação social, é ao mesmo tempo recurso de elevação e de rebaixamento.

Ser kitsch é uma qualidade que essencialmente traz a inadequação entre forma e função, mas paradoxalmente ele se adequa a qualquer sujeito, objeto, sistema, época ou estilo. Para melhor se adequar, rebaixa-se. Representa a elevação do objeto utilitário, assim como o rebaixamento do artístico em direção à vulgaridade. Tal vulgarização tem a ver com a vontade de tornar próximo o distante (curiosamente, o conceito de aura) pela intimidade entre objeto e sujeito.

Num sentido negativo, “kitsch” significa brega ou fora de moda, análogo ao “mau gosto”, em contraposição ao “bom gosto”. Não é à toa que o gênero é tão discriminado, desde os novos ricos do século XIX, que, para ostentarem a sua riqueza, ultrapassam os limites que a estética dominante define como “bom gosto”. Não se trata de uma questão meramente econômica, mas de um desvio cultural do que é considerado elevado e elegante.⁴ Por outro lado, o kitsch ganhou o sentido de estilo pela livre apropriação artística de estilos ditos elevados que se tornaram mais próximas do homem comum.

Além dos espaços museológicos, a arte elevada está fora do alcance do homem comum, o que torna o kitsch mais universal e universalizante que os gêneros eruditos. O kitsch está, nesse sentido, à altura do homem médio, ligado a um modo de viver, ao cotidiano possível, já que é difícil viver em intimidade com as grandes obras de arte⁵. Trata-se de uma estética dinâmica oposta à tradição da estética filosófica que, em referência à História da Arte, estuda a beleza quando já está consagrada. Ao contrário, o aspecto dominante do kitsch é a estética da vida cotidiana, pelos reflexos mais visíveis da sociedade contemporânea em sua alienação ao objeto. Como fenômeno, ele permite uma certa inversão dos polos, em que é possível se estudar o atual no inatual, o sociológico no histórico, o permanente no transitório, o contestável no aceito⁶.

O objeto kitsch faz parte de uma busca do desejo artificial em resposta ao tédio da vida moderna, em que o acesso às coisas está hiper-ampliado. Na impossibilidade de possuir o original, acumulam-se as cópias, colecionam-se as miniaturas, empilham-se os souvenirs. Os objetos triviais, fabricados a partir do desejo de possuir o que não se possui, trazem um vislumbre de curta duração. A imitação dos materiais nobres traz uma aparência de durabilidade no descartável. O kitsch religioso aparenta aproximar o que está distante. O kitsch erótico simula o que não pode ser simulado, e o souvenir promete a experiência de viajar sem sair de casa.

O kitsch é um fenômeno que se adequa ao meio, sendo um recurso de elevação pelo rebaixamento da obra de arte. O termo kitsch, que nasce e ganha sentido em plena ascensão da sociedade

1 MOLES, Abraham Antoine. *O Kitsch: a arte da felicidade*. Trad. Sergio Miceli. São Paulo: Perspectiva, 2012.

2 ECO, Humberto. *A história da feiura*. Rio de Janeiro: Record, 2015, p. 394.

3 MOLES, 2012.

4 ECO, 2015.

5 MOLES, 2012.

6 Ibidem.

7 burguesa em meados do século XIX, traz à tona
Ibidem. contradições fundamentais para o entendimento
da modernidade: o autêntico e a cópia, a aura e a
reprodutibilidade técnica da obra de arte.

O NÃO-AUTÊNTICO

8 O kitsch, historicamente, responde ao espírito do
frenesi, do “sempre mais” da sociedade burguesa,
em direção ao esgotamento das percepções. Evi-
dentemente, há um movimento de criação de estilo,
em meados do século XIX, de pintores de igrejas bar-
rocas, de estucadores dos palácios da Baviera e da
imitação e deformação dos arquétipos da casa bur-
guesa nos subúrbios parisienses⁷. O exemplo vinha
de cima, de uma realeza kitsch. Ludwig II da Baviera
foi considerado o rei do “neo-autêntico”. Seus caste-
los e palácios acumularam a estética do heroísmo,
do romantismo, do exotismo e do fantástico, num
empilhamento de estilos e de múltiplas inspirações.

9 Louis Sullivan, o Pai
dos arranha-céus de
Chicago que antecedeu
o modernismo. Embora
conhecido pelo uso
do ornamento, sua
inovação foi incorporar
estilos ornamentais
precedentes em novos
edifícios em altura no
final do século XIX.

O princípio da acumulação⁸ aparece em gêneros
como o Maneirismo, o Barroco, o Ecletismo e todos
os “Neos”. A lógica do “neo” é a do empilhamento dos
estilos; quanto maior o número de estilos, mais luxu-
osa e mais rica era a arquitetura. A arquitetura eclé-
tica, por exemplo, sofisticou as técnicas da imitação,
da dissimulação e da camuflagem numa tentativa de
elevar a obra pela sua aparência, tanto pelo excesso
de efeitos quanto pelo esgotamento da percepção.

O princípio do empilhamento e da acumulação
é um recurso de diferenciação artística e social
de vários períodos na história das artes e da
arquitetura. O arquiteto da sociedade burguesa,
de meados do século XIX às primeiras décadas
do século XX, deveria dominar alguns estilos
sobrepondo-os, compondo fachadas complexas,
disfarçando e dissimulando as estruturas e as bases
do edifício com a decoração. Definitivamente, não
era moda a autenticidade dos materiais.

10
VENTURI, 2003.

Dissimular as estruturas pela decoração foi
um recurso de elevação para a arquitetura dos
arranha-céus em Chicago e Manhattan, no início
do século XX, que deveria responder a uma
aparência condizente à sociedade burguesa,
segundo Sullivan⁹. A camuflagem das estruturas
pelo acúmulo de elementos traz a oposição entre
sistema estrutural e vedação, evidenciando o
ornamento e não a totalidade do edifício, que se
torna difícil de ser compreendido.

O comportamento kitsch na unidade de habitação
é o empilhamento de objetos ao ponto de não se
ter mais espaço para novos objetos. É o excesso
pela quantidade e pela sobreposição. O efeito que
se busca é o da aparência agradável, adequado ao

que for aceitável. O que parece excessivo para o
olhar apurado, pode ser ameno para o leigo.

Na arquitetura, a antítese do empilhamento é a or-
dem clássica, o modernismo do século XX ou o mini-
malismo. A oposição do estilo ou gênero dito puro é
o meio termo, o meio caminho, o “autenticamente
falso”. O kitsch é o oposto da autenticidade e da sub-
versão dos movimentos de vanguarda, pois fica a
meio caminho, medíocre, incompleto e trivial.

Se o kitsch é a inadequação explícita, o que gera
o estranhamento ao olho apurado do esteta,
a arquitetura moderna é a sua antítese. Ao
defenderem a unidade plena entre a forma e
a função, os cânones modernistas negaram o
conteúdo simbólico da arquitetura, enfatizando
as formas abstratas como respostas absolutas.
Diante das complexas exigências que construíram
o gosto universal pelo moderno, muitas espécies
foram excluídas, prevalecendo a dicotomia entre
os gêneros puros, ou autênticos, e os impuros.
O julgamento de gosto prevaleceu diante das
complexas exigências que excluía os pluralismos
e as adaptações. O gênero puro, largamente
imitado, deformado e distorcido, gerou espécies
pobres e simplórias. A vulgarização do estilo
modernista trouxe de volta o comportamento
kitsch: o habitante cercado de objetos simbólicos
para se diferenciar dos demais.

Na subversão da arquitetura simplória pela reforma
decorativa, a classe média se diferencia, buscando
a sua ascensão. A reforma em arquitetura de
interiores ilustra bem o fator de empilhamento e
de acumulação descritas por Moles. Assim como
os edifícios ecléticos, o interior decorado empilha
diferentes estilos, numa mistura de afirmação e
vulgarização dos gêneros elevados. A decoração
de interiores é também uma resposta à má
qualidade da arquitetura mediana. Disfarça-se a
incompatibilidade entre estrutura e vedações e o
mau acabamento com forros de gesso, molduras,
pinturas complexas, móveis planejados e iluminação
embutida. Mais que elementos decorativos, tem-se
um ambiente kitsch, um galpão decorado.

O galpão decorado¹⁰ é a síntese do princípio da
acomodação, seja pelo pluralismo de estilos ou
pelos princípios da acumulação, do empilhamento
e da sedimentação. Ele se mostra legível como
arquitetura até o ponto em que a sua decoração
o permite. O conceito é desenvolvido por Robert
Venturi em contraposição aos cânones da
arquitetura modernista, numa postura defensiva
sobre a arquitetura pós-moderna e a livre expressão
do artista. Representa o elemento vestigial como
aquele que promove a riqueza de significado e
não a clareza. Por definição, o galpão decorado é
um abrigo genérico cujas superfícies planas são

decoradas. Sua antítese é o edifício como escultura articulada, que é definida pelo autor por “pato”.

Não se deve avaliar o vulgar pelo autêntico, nem o inverso. O vulgar é tão mais atraente para o grande público, quanto mais rígida for a ordem excludente que define o bom gosto universal. Nesse contexto, o minimalismo seria o gênero mais elevado na arquitetura, excluindo o pluralismo, as ambiguidades, as acomodações e os próprios habitantes, que são os fornecedores de tais ingredientes.

Não é à toa que Venturi escolhe a paisagem kitsch americana, Las Vegas dos anos 1970, como seu objeto de estudo. Representa ali as tensões entre o erudito e o popular, o bom gosto e o mau gosto; emana o contraste entre a cidade espontânea e a cidade planejada. O kitsch na paisagem moderna é visto pela maioria dos planejadores como poluição visual indesejada. Pouco se procura entender por que as pessoas gostam tanto do que é kitsch. A arquitetura, pressionada pelas exigências do bom gosto, entra em conflito com o universo particular da complexidade, da multiplicidade e da variedade.

O “NOVO” AUTÊNTICO

Se há uma arte para os incultos e uma arte para os cultos, o kitsch é o mecanismo de comunicação entre os dois mundos. A arte “inculta” imita a arte culta e a reconhece como elevada, mas não se reconhece como baixa. O kitsch participa de um substrato mais ou menos líquido que se move rapidamente. A alta cultura captura alguns dos elementos desse visco em constante mutação e incorpora-os ao seu centro. Esse espaço móvel que a arte elevada empresta aos modismos, faz o feio de ontem ser o belo de hoje¹¹. Tal deslocamento faz o kitsch transitar entre o alto e o baixo e, portanto, permanecer no campo do aceitável.

O kitsch é a negação do autêntico, mas não é o modelo negativo do sistema de consumo que produz o autêntico, pois os dois estão imersos no mesmo sistema. Ele está entre a moda e a tradição, numa posição cômoda, porque tem na sua essência a efemeridade do consumo imediato e ao mesmo tempo guarda uma afeição às tradições das artes elevadas, sem a elas ter um compromisso. É o limite do aceitável do mau gosto, com uma pitada de bom gosto, e por isso fica suspenso entre a afirmação e a negação da arte. Sendo a imitação a sua essência, está ligado à arte assim como o falso liga-se ao autêntico.

O kitsch é o desejo do retorno da aura que se perdeu. É a pretensão de construir uma aura no desejo de se criar um efeito, na busca do prazer estético em objetos triviais. É a busca do elevado pelo baixo, a tentativa da diferenciação estética

pela padronização, amplamente facilitada pelos recursos da reprodutibilidade técnica. No desejo de ser diferente, anula-se a capacidade de diferenciar ou de perceber o diferenciado. É a retomada do sempre-idêntico¹².

O kitsch revela e potencializa algumas oposições, pela distorção, dissolução ou profanação. O que determina o seu campo de atuação é a combinação entre dois aspectos: primeiramente, as propriedades formais dos objetos ou dos ambientes no contexto específico, ou seja, suas particularidades; segundo, a relação do homem com os objetos, seja ele criador ou consumidor. Eternamente provisório, o universo kitsch é a própria fábrica dos desejos dentro do universo capitalista; na condição de ser altamente aceitável, é fácil de ser consumido e também descartado. Ao ganhar potência com a sua alta reprodutibilidade técnica, confunde as fronteiras entre a sua natureza de cópia e a de original, mas no sentido da continuidade e disseminação do sistema convencional e não de ruptura ou subversão. O século kitsch substituiu a transcendência pela escala de valores no lugar da dicotomia do belo e do feio. A beleza é substituída pela ideia da proximidade da beleza, ou seja, pelo acesso e pelo excesso¹³.

Nesse sentido, a cultura kitsch é um movimento permanente dentro da arte, entre o essencial e o banal, que traz a função pedagógica de que para se chegar ao bom gosto, é preciso passar pelo mau gosto; para se chegar ao autêntico, é preciso passar pelo falso. Ela permanece essencialmente um sistema estético de comunicação de massa. Da mediocridade ao elevado burguês, o kitsch é uma passagem para se ter acesso ao autêntico, uma transição de classes, um aprendizado para se chegar ao elevado. É um meio para o fim que é a ascensão social.

O ciclo kitsch volta-se para a criação de um estilo de vida; promete o particular, sendo universalizante. Como categoria estética da vida cotidiana, sustenta o eterno diálogo entre o universal e o particular, sendo ao mesmo tempo a mensagem e o canal de comunicação. A sua maior potência está na natureza ambígua de ser particular sendo universal e de ser universalizante, sendo múltiplo.

O consumo das cópias exalta o original; a partir do falso, reproduz-se o autêntico e pelo controle do acesso amplia-se a hierarquia entre eles. Adaptar-se às massas significa dar acesso a elas. A prioridade da sociedade burguesa foi guiada pelo esforço em acumular bens na sua esfera privada, pessoal. Conhecer uma obra de arte significa possuí-la; caso não se possa adquirir a original, adquire-se a cópia artesanal, a redução ou a reprodução. Desde o século XIX, a exclusividade dá lugar à acessibilidade da informação, pois o desenvolvimento das técnicas de reprodução faz o consumo ganhar outras escalas.

11
Ibidem.

12
KOTHE, Flávio R. *Para ler Benjamin*. Rio de Janeiro: Livraria Francisco Alves, 1976, p. 40-41.

13
MOLES, 2012.

14 Nesse aspecto, o ciclo do kitsch também é um
Ibidem. recurso de manutenção e automatização do sistema de classes, já que é movido e sustentado pelo consumo de massa. O controle é feito a partir do acesso. Do original à cópia, as obras difundem-se num descenso progressivo, como uma pirâmide, em que as classes inferiores obtêm cópias dos objetos possuídos pelas camadas superiores. A base deseja ascender, consumindo as miniaturas, as cópias e os souvenirs. Baseadas nos valores do passado, as cópias devem trazer sempre uma novidade, uma ideia de variação e personalização.

É natural em épocas de ascensão da cultura erudita, que haja também uma forte cultura kitsch, no movimento de imitar as classes abastadas. A estética do kitsch é, nesse contexto, o sistema de construção do bom gosto, que torna a pirâmide possível. Os inúmeros “neos” viabilizam esse sistema, pois aproximam a experiência estética das massas, sustentando o ciclo de consumo.

A imitação e a decoração são os valores fundamentais do ciclo do kitsch. Mais que os museus de arte, as galerias comerciais do século XIX foram os espaços primordiais para a ascensão da cultura kitsch. Posteriormente, as lojas de departamento e os shoppings centers do século XX e o e-commerce das últimas décadas são as vitrines de exposição e referências para o kitsch. Os romances, as novelas cor-de-rosa e o cinema irão extrair do kitsch os modelos que deram certo e que são vendáveis, os seus best-sellers. O kitsch é o modo de viver da civilização burguesa que conquistou o planeta, ecoando em todas as culturas possessivas, antes mesmo de sustentar-se pelos seus cânones. É o trunfo da classe média¹⁴.

O kitsch capta um fenômeno latente de alienação coletiva, que é a sociedade ocidental em ascensão, aspirando a felicidade pelo consumo. O termo condensa a universalidade das formas e atitudes das pessoas em relação aos seus objetos que o cercam, dentre eles os gadgets e o jogo publicitário. A relação de uso entre indivíduos e objetos passa a ser de amor, em direção à sobreposição entre o ser orgânico e o inorgânico, manipulados pelo sistema do consumidor.

O comportamento do ser consumidor compreende um sistema complexo entre os estudos econômicos, sociais, estéticos e psicológicos da cultura moderna e contemporânea. Pela integração das diversas disciplinas envolvidas pelo fenômeno, o kitsch não pode ser reduzido à negação do próprio ato artístico pela hiperimitação. Se tal gênero pode reduzir a obra de arte ao souvenir ou ao cartão postal, presume-se que a grande arte é redutível e a sua transcendência pode ser destruída pela vulgarização. Esse equívoco tem levado a uma condenação das manifestações do trivial e do kitsch, excluindo-os do sistema das artes.

A condenação pelo rebaixamento é também um recurso de afirmação do que é considerado elevado. Como anti-arte, o kitsch eleva a obra de arte. Sendo baixo, evoca o alto. Para a arte erudita, o kitsch tem uma finalidade pedagógica de evidenciar o bom gosto a partir do mau gosto. Além de uma ameaça aos homens de bom gosto e à arte erudita, o kitsch deve ser estudado como um fenômeno universal e universalizante da vida cotidiana, paralelo às tradições e às vanguardas já reconhecidas.

Diante dos inúmeros “neos” que deram corpo ao fenômeno kitsch, desde os anos 1900, emergem movimentos cíclicos funcionalistas, em oposição, como doutrina fundamental da arte moderna, do minimalismo e da cultura sustentável. As premissas do funcionalismo estão voltadas para a redução do objeto ao seu objetivo, contra o ornamento e a decoração. A grande população, entretanto, não acompanha as vanguardas; está no campo do medíocre, do mediano. O funcionalismo tenta agir sobre esse homem mediano no sentido de ele superar o medíocre, elevando-o pelo “menos” e não pelo “mais”.

A crise do funcionalismo do século XX emerge de um comportamento semelhante ao da sociedade burguesa no século anterior. A cultura pós-moderna trouxe novamente a demanda eterna do consumidor, pelo supérfluo e pelo efêmero, como molde para o desenvolvimento econômico. A lógica da mercadoria, no entanto, inverte esse movimento: a mercadoria torna-se o centro do mundo capitalista, colocando o artista a sua margem.

No século XXI, tanto o funcional como o hiperfuncional tornam-se mercadorias e a economia transmuta-se na embriaguez do consumo pela cultura da hiperimitação. O que se opõe ao extremo do bom gosto não é o mau-gosto, é o meio termo, que está em toda a parte da vida real e permeia todas as épocas. Nesse espaço, não há gênero artístico imperando, há o comportamento kitsch, como uma espécie de ditadura do medíocre.

REFERÊNCIAS:

ECO, Humberto. A história da feiura. Rio de Janeiro: Record, 2015, p. 394.

MOLES, Abraham Antoine. O Kitsch: a arte da felicidade. Trad. Sergio Miceli. São Paulo: Perspectiva, 2012.

KOTHE, Flávio R. Para ler Benjamin. Rio de Janeiro: Livraria Francisco Alves, 1976, p. 40-41.

VENTURI, Robert. Complexidade e contradição na arquitetura. Trad. Pedro Maia Soares. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.