



## Ética do testemunho e o espírito midiático afetivo <sup>1</sup>

Carolina Cavalcanti Falcão<sup>2</sup>

Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPE

### Resumo

O presente trabalho busca apresentar uma reflexão inicial sobre a ética do testemunho a partir de uma perspectiva religiosa e midiática. Nesse sentido, levanta uma breve genealogia do dizer verdadeiro (herança na qual o testemunho se inscreve) e problematiza as diversas formas de compreender a produção material e reprodução simbólica da contemporaneidade. Além disso, argumenta sobre um possível encadeamento histórico entre produção, consumo e midiatização, que amparam o desenvolvimento do capitalismo (visto em sua multiplicidade e imbricamentos). Também apontam para o desenvolvimento do dispositivo da rede para além de sua base material e sim na sua capacidade de produzir subjetividades cuja principal competência é a comunicação, materializada em narrativas exemplares.

**Palavras-chave:** Testemunho; Religiosidade Ética; Religião; Mídia; Afeto

### Introdução

Compreender a experiência religiosa na contemporaneidade é um trabalho complexo, que nos leva, entre tantas possibilidades, a pensar a individualidade como um valor recíproco entre modernidade e religião. Nesse sentido, nos parece bastante oportuno o trabalho desenvolvido por Hervier-Lèger (1999), que, em linhas gerais, fala de uma religião peculiar que aflora na modernidade e que cuja principal característica reside na absorção do individualismo religioso pelo individualismo moderno. Esse

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho COMUNICAÇÃO E CONSUMO: cultura empreendedora e espaço biográfico, do 6º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 14 e 15 de outubro de 2016.

<sup>2</sup> Jornalista do IFPE campus Recife, mestre em comunicação pelo PPGCOM/UFPE e professora do curso de Jornalismo do Centro Universitário do Vale do Ipojuca (Unifavip/DeVry), e-mail: [carolinacfalcao@gmail.com](mailto:carolinacfalcao@gmail.com).



processo representa, em última instância, o declínio da mediação entre o crente e Deus, colocando aquele como inteiramente responsável pela sua própria salvação.

O que a autora propõe é que a partir do século XVII, o individualismo religioso moderno passou a ser gestado a partir de duas perspectivas opostas, mas complementares. Numa, filiada a uma tradição católica e protestante na França, há uma valorização da aproximação afetiva com Deus, através de um caminho pessoal de realização. Noutra, inserida no contexto da Igreja Anglicana na Inglaterra, se aceita a ideia de um Deus criador e pai, mas recusa-se qualquer possibilidade de intervenção divina na vida humana. Assim, a presença afetiva e interiorizada do divino permite ao homem enfrentar a experiência no mundo moderno, mundo em que Deus mesmo já não é mais capaz de agir.

A proposta da experiência religiosa individualizada passa a residir cada vez menos na adesão e enfatiza crescentemente a importância da mensagem. Nesse âmbito individualizado e disperso, que marca a religiosidade moderna, cresce a necessidade de autovalidação mútua do crer, expressão que Hevier-Lèger (1999) usa para determinar as práticas mais comuns entre os crentes contemporâneos. Essa autovalidação está fundada em três eixos: o testemunho pessoal, a troca de experiências individuais e a execução de ações de aprofundamento coletivo.

### **Testemunho, projeto religioso-midiático**

Nesse trabalho, nos interessa pensar a centralidade do testemunho na religiosidade moderna. Dessa maneira, usamos algumas premissas para embasar o nosso percurso. A primeira delas é a de que existe um vínculo recíproco entre religião e a conduta dos homens em sociedade. Isso nos permite afirmar que, é a partir do processo de ‘desencantamento do mundo’, conforme exposto por Weber (2004a), funda-se uma religiosidade ética. Ou seja, um trabalho de racionalização da religião. É nessa perspectiva que vamos encontrar o capitalismo, em seu estágio inicial de desenvolvimento, amparado na lógica de um pensamento religioso que vê no trabalho o ethos privilegiado da ascese.



A ideia de uma religiosidade ética é tão forte e eloquente que a vemos atualizada no trabalho de Colin Campbell (2001) sobre o consumismo moderno. Ao contrapor a rígida moral protestante (baseada em trabalho, acúmulo e poupança) ao hedonista homem sensível (que vê no consumo de bens materiais a possibilidade do prazer), Campbell nos mostra algo importante: a passagem de uma ética protestante (alicerçada na sociedade de produtores) para uma ética romântica (reveladora de uma sociedade de consumidores).

Nossa pergunta de partida é: se podemos argumentar sobre um pensamento religioso na atualidade, em nome de que ética ele está falando? Nossa hipótese é que se trata de uma ética da ordem do testemunho.

É importante situarmos nosso percurso a partir da ideia de que o campo midiático também encontra guarida no projeto de individualismo da modernidade. A mídia, por sua vez, é um locus privilegiado para compreendermos, por exemplo, a percepção e apropriação do conhecimento e da realidade, a objetivação do mundo, a constituição de subjetividades e experiências variadas, inclusive as afetivas. É a mídia que nos dá, como revela Silverstone (2002), as palavras para serem ditas e as ideias a serem expressas, “como parte de uma realidade de que participamos, que dividimos e que sustentamos diariamente por meio de nossa fala diária, de nossas interações diárias” (p. 21). Temos, portanto, nossa segunda grande premissa: religião e mídia compartilham, dessa forma, um papel central na contemporaneidade, que é o de mobilizar e registrar emoções.

Nessa perspectiva, parece oportuna a ideia de que, na contemporaneidade, a liberação do polo emissor<sup>3</sup> (LE MOS, 2005) está para a mídia como a autovalidação mútua do crer está para a experiência religiosa. Ambos deslocaram a verdade de uma autoridade designada, amplamente reconhecida e hierarquicamente estabelecida (HEVIER-LÈGER, 1999). No espaço religioso, esse deslocamento se orientou para as

---

<sup>3</sup> Muito embora o conceito de liberação do polo emissor seja passível de problematizações variadas e legítimas, utiliza-se a expressão como representação do modelo de comunicação em que a informação circula de muitos para muitos e não mais de um para muitos.



verdades de “testemunhas de sentido”, resultado de experiências pessoais, em meio a vivências emocionais. No campo midiático, é possível também pensar na midiaticização discutida por Sodré (2009), que inaugura uma nova qualificação particular da vida, assentada num *bios midiático*, a partir do refinamento das tecnologias de informação e comunicação. Um aspecto importante sobre esse modo de ser e estar midiaticamente é a complexa delimitação dos âmbitos público e privado e como a experiência se situa a partir deles. O “entrelaçamento” entre esses dois espaços pode ser visto como uma condição do *bios midiático*.

Avaliando os impactos das ferramentas da Web 2.0 na constituição da subjetividade, Paula Sibilia (2006) fala de uma explosão da intimidade como espetáculo que revela, ao mesmo tempo, megalomania e humildade. Isso porque, ao passo que projeta um eu extremamente autocentrado e focado em publicizar o que pensa, o que sente, onde está ou o que come (entre tantos outros aspectos da vida privada), as mídias digitais possibilitam que esse show (“O Show do Eu”) possa ser encenado por qualquer um, desde que conectado. Não há restrições (tais quais foram conhecidas num modelo em que a autoridade do falar seja designada e hierarquicamente reconhecida) para que se ocupe esse palco. Dessa forma, no centro da problematização inicial sobre a ética do testemunho estabelece-se a ideia geral de que a principal apropriação do campo religioso pelo midiático está na circulação das emoções como expressão da individualidade.

### **Pensando o estatuto das emoções**

Assim, as emoções constituem, matéria-prima da relação que aproxima mídia e religião, nesse trabalho. Nesse sentido, é fundamental questionar o estatuto das emoções, explorando o lugar que suas expressões ocupam na sociabilidade atual. O trabalho de Eva Illouz (2011) apresenta uma reflexão pertinente para esse propósito. Sua tese central argumenta que o afeto é uma entidade social e cultural através do qual as definições culturais da individualidade são postas em prática. E vai além: uma vez



que assumem um papel central na modernidade, os sentimentos atuam como catalisadores de um tipo especial de capitalismo, o afetivo. Isto é:

[...] uma cultura em que os discursos e práticas afetivos e econômicos moldam uns aos outros, com isso produzindo [...] um movimento largo e abrangente em que o afeto se torna um aspecto essencial do comportamento econômico e no qual a vida afetiva – especialmente a da classe média – segue a lógica das relações econômicas e da troca (ILLOUZ, 2011, p. 12).

Vê-se emergir, no contexto do capitalismo afetivo, um eu privado publicamente posto em ação e intimamente atrelado aos discursos e valores das esferas econômica e política. Assim, ao passo que na esfera pública há uma crescente exposição e interpretação das emoções, no espaço privado vê-se uma racionalização das relações, baseadas em lógicas utilitárias e de interesse individual. Illouz (2011) identifica a Internet como um lugar apropriado para a compreensão desse eu afetivo, cuja principal competência social é a comunicação e o manejo da individualidade.

### **Pensar o contemporâneo**

Cabe aqui uma reflexão sobre o que podemos falar a respeito da contemporaneidade. O capitalismo afetivo não é por certo uma expressão que possa abarcar toda a complexidade das formas produtivas e de reprodução simbólica que estamos vivenciando. Para esse esforço, Lipovetsky e Serroy (2015) apresentam uma ideia convergente (mas que parte de outro ponto de vista) com a de Illouz (2011), ao falar sobre um capitalismo transestético, através do qual a produção material vai sendo gradativamente substituída por formas de sedução centradas “nos prazeres de consumidores por meio de imagens, dos sonhos, das formas e dos relatos” (p. 41).  
Continua:

Na nova economia do capitalismo, já não se trata apenas de produzir pelo menor custo bens materiais, mas de solicitar as emoções, estimular os afetos e os imaginários, fazer sonhar, sentir e divertir. O capitalismo artista tem de característico o fato de que cria valor econômico por meio do valor estético e experiencial: ele se afirma como um sistema conceptor, produtor e distribuidor de prazeres, de sensações, de encantamentos (LIPOVETSKY e SERROY, 2015, p. 43).



Nessa mesma frequência, temos o argumento de Muniz Sodré (2015), para quem o atual desenvolvimento da economia de mercado e dos meios de comunicação inauguram uma “indústria da consciência”, forma ampliada e requintada de produção da subjetividade.

Outra perspectiva histórica sobre o desenvolvimento do capitalismo merece espaço em nossa reflexão. “A Sociedade do Espetáculo”, obra lançada nos anos 1960, por Guy Debord se mostra bastante pertinente para pensarmos o atual estágio “abundante” do capitalismo. Nessa perspectiva, o domínio do espetacular passa a gerar continuamente pseudonecessidades cujas falsas satisfações são atendidas pelo consumo moderno.

É o que Freire Filho (2003), em sua crítica à crítica espetacular do espetáculo, aponta como a realização completa do fetichismo da mercadoria, em que ondas de entusiasmo por determinados produtos se propagam pela mídia gerando tipos variados de papéis e estilos de vida com os quais se identificar (FREIRE FILHO, 2003, p. 40). É nesse processo que surgem as vedetes do espetáculo, “[...] pessoas admiráveis em que o sistema se personifica” (DEBORD, 1997, p. 40). O que Debord (1997) vai nos mostrar é que as vedetes funcionam para o público espectador como uma espécie de vivência fora da experiência própria. Ou seja:

A vedete do espetáculo é a representação espetacular do homem vivo. A condição de vedete é a especialização do vivido aparente, o objetivo de identificação com a vida sem profundidade, que deve compensar o estilhaçamento das especializações produtivas não vividas. (tese 60).

Nosso argumento é que nessa rede complexa de formas de compreender a realidade, podemos falar de um espírito próprio do nosso tempo. Uma compreensão marcada pelo espírito midiático afetivo. Expressão que busca ilustrar maneira singular como a presença do sujeito no mundo é tanto mais artística, singular ou afetiva e, também inspiradora e exemplar, na medida em que dispõe do aparato tecnocientífico da eletrônica e do mercado. Para tanto, nos valem do mesmo argumento de Weber (2004) para definir o espírito do capitalismo como uma individualidade histórica, capaz de expressar o ponto de vista de uma significação cultural. Se trata, portanto, de “um



complexo de conexões que se dão na realidade histórica e que nós encadeamos como um todo” (p. 41).

Assim, o que queremos defender é que a ética do testemunho, que nos permite refletir sobre o pensamento religioso atual, está orientada (tal qual a ética protestante esteve para o desenvolvimento inicial do capitalismo; tal qual uma ética romântica está para o espírito do consumismo) para/por um modelo de produção em que estão imbrincados elementos de uma extrema racionalidade e produtividade técnica e econômica e valores que a princípio lhes parecem opostos, como afeto, relatos de si e subjetividades.

Illouz (2011) identifica a Internet como um lugar apropriado para a compreensão desse eu afetivo, cuja principal competência social é a comunicação e o manejo da individualidade. Sua reflexão situa a Internet como o desdobramento mais recente de um processo de transformação “da esfera pública numa arena para a exposição da vida privada e de seus afetos e intimidades” (ILLOUZ, 2011, p. 154) Assim, uma nova pergunta se soma à inicial: como o testemunho vai converter as emoções desse eu privado (que é religioso e midiático) em textos públicos? Mais uma hipótese se descortina: é no ambiente das redes digitais que podemos observar esse testemunho tão emblemático de nosso tempo. No entanto, cabe uma ressalva: compartilhamos com Castels (2009) a ideia de que a tecnologia por si só não é capaz de determinar qualquer coisa, por isso entendemos que a base tecnológica que utilizamos para fazer nossa pesquisa reflete, na verdade, a condição para o desenvolvimento de uma estrutura social em rede. Em outras palavras: usamos a Internet para pensar o testemunho não porque este seja determinado pela tecnologia e sim porque a rede, enquanto figura epistemológica de nosso tempo, funciona como um dispositivo, ou seja, é capaz de gerar subjetividades.

Por dispositivo, entendemos tal qual Agamben (2012) interpreta criativamente, dentro de uma tradição foucaultiana, como o imbricamento de relações de saber e poder, dado num conjunto heterogêneo que podem ser tanto da ordem linguística como não-linguística. Nas palavras do autor:



[...] chamarei literalmente de dispositivo qualquer coisa que tenha de algum modo a capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres viventes (AGAMBEN, 2012, p. 40).

Dessa forma, o filósofo argumenta que, para além das classes de dispositivos convencionais como a prisão, o manicômio ou a escola (em que a conexão com o poder é evidente), há uma série de espaços ou sistemas em que esse processo de modelação e controle pelo saber/pode acontece. Como o autor coloca:

Ao ilimitado crescimento dos dispositivos no nosso tempo corresponde uma igualmente disseminada proliferação de processos de subjetivação. Isso pode produzir a impressão de que a categoria da subjetividade no nosso tempo vacila e perde consistência; mas se trata, para ser preciso, não de um cancelamento ou de uma superação, mas de uma disseminação que leva ao extremo o aspecto de mascaramento que sempre acompanhou toda identidade pessoal (AGAMBEN, 2012, p. 41-42).

### **Testemunho: ubiquidade, justificação e genealogia**

Por isso, pensar o testemunho nos parece um caminho possível, sobretudo em sua ubiquidade, tal qual como discutida nos estudos epistemológicos do final do século XX. Como explica Peter Lipton (1998), o saber se configura a partir da fala (escrita ou oral) de outrem. Por isso, o testemunho se encontra na base do conhecimento humano sobre quase tudo. Nessa perspectiva, são crenças, devidamente justificadas, que se configuraram em conhecimento, pela ação do testemunho. Dessa forma, o que se constrói como conhecimento importa tanto quanto o modo como algo se converte em testemunho. Essa conversão se dá através da justificação.

Se o testemunho é uma peça central no conhecimento humano, a justificação é o que valida o testemunho para que se possa acreditar nele. Um testemunho justificado, ou confiável, atende a duas condições, segundo o autor. A primeira é da ordem da honestidade de quem testemunha. A segunda, da competência de quem testemunha. Honestidade e competência são, portanto, a base legitimadora do testemunho (LIPTON, 1998).





Nos parece oportuno acrescentar mais uma pergunta: se pensarmos a partir da honestidade e competência (os dois eixos da justificação testemunhal), é possível identificarmos dizeres e fazeres de uma ética testemunhal?

É no trabalho de Foucault (2006) sobre o falar de si que se pode pensar uma “genealogia” do testemunho. Na Antiguidade, a Parrhesia, que pautava a relação do aprendiz com o mestre, se baseava na condição do dizer verdadeiro, uma relação de afeto mútuo que propiciaria o exame da consciência. É no ato de rememorar tudo o que se fez e refletiu ao longo do dia, sem restrições, que o aprendiz exerce a Parrhesia para com seu mestre.

Esse relato (o “descarrego de um fardo”) se dava na existência de três domínios: a dietética (as questões relacionadas à saúde do corpo) a econômica (questões domésticas e familiares) e a erótica (questões remetentes ao amor). Na Idade Média, a Parrhesia foi reconfigurada uma vez que passou a fazer parte de uma semântica confessional. Em outras palavras, o que Foucault (2006) nos revela é que uma vez que a tarefa do falar verdadeiro passou a fazer parte dos procedimentos pastorais (formando o que entendemos como confissão), uma nova modalidade de subjetividade, que vai marcar o sujeito ocidental começou a se formar. A verdade, ao longo do Cristianismo incipiente, não assume mais as características de uma relação afeita com o mestre, é vista como condição para a salvação. O autor elabora:

Creio que o momento em que a tarefa do dizer verdadeiro sobre si mesmo foi inscrita no procedimento indispensável à salvação [...] quando esta obrigação foi inscrita nas instituições pastorais [...] constitui um momento absolutamente fundamental na história da subjetividade no Ocidente, ou na história das relações entre sujeito e verdade. Certamente não é um momento preciso e particular, é de fato um processo complexo com suas divisões, seus conflitos, suas lentas evoluções, suas precipitações, etc (FOUCAULT, 2006, p. 437).

O advento de uma cultura renascentista propiciou a emergência de valores burgueses como o “eu” e a intimidade. É preciso considerar que, até então, o sentido do indivíduo não se dava em função do eu, mas sim voltado a uma adequação ao modelo vigente. Se na Antiguidade e Idade Média a prática de falar de si se dava na relação



com o mestre, como diretor de consciência ou penitência, a partir do Renascimento, falar sobre si é uma expressão da individualidade.

Voltamos, portanto, ao ponto inicial de reflexão sobre a individualidade que, neste trabalho, já entendemos a partir de uma perspectiva religiosa e midiática em rede. Assim, vemos a partir da leitura de Foucault uma possibilidade de pensarmos o dizer honesto, que é o da ética do testemunho, na expressão do eu privado nos três espaços da Parrhesia. Dietética, econômica e erótica são os campos semânticos nos quais a honestidade do testemunho poderá se constituir. Por outro lado, temos o fazer competente, que também é o da ética do testemunho, numa performance do viver. A competência do testemunho não precisa ser referendada por uma autoridade instituída. Legitima-se na habilidade do eu afetivo em conduzir suas experiências emocionais. Dizer honesto e fazer competente são espaços de compreensão que não podem ser analisados isoladamente, formam, portanto, o todo da ética do testemunho.

### **Algumas considerações**

A reflexão sobre uma ética do testemunho defronta-se com o desafio de ordem metodológica que é equilibrar singularidade, generalidade, originalidade e ancoragem numa abordagem de ordem complexa e interdisciplinar. Não há, portanto, qualquer intenção de apresentar a ideia como algo completamente novo, ou que não já tenha sido percebido, mesmo que num nível intuitivo.

Assim, a ideia da ética do testemunho, ora apresentada, se enquadra no que Max Weber (2004b) chamou de “tipos ideais”. Em linhas gerais, uma abstração da realidade que fornece um caso delimitado que permite tanto a classificação quanto a comparação, além de permitir uma generalização cuja principal consequência é a explicação causal dos acontecimentos históricos. Entendemos que, para Weber, os tipos ideais funcionam como quadros de pensamento, tratados rigorosamente separados da noção do dever ser, da ordem do exemplar. Em outras palavras: “(...) construção de relações que parecem suficientemente motivadas para a nossa imaginação e, conseqüentemente, “objetivamente possíveis”.



Consolidada a ideia weberiana, o próximo passo é estabelecer, no universo das mídias digitais, os fenômenos a serem analisados. Um dos principais objetivos do trabalho é que se possa ser o mais correspondente possível da realidade que, no contexto digital, se apresenta como problemática. A velocidade com que os conteúdos ocupam e desocupam os espaços na Internet, a vertiginosa circulação de ideias e a diversidade de informações disponíveis parecem impedir que um objeto seja estabelecido a priori. No entanto, essa condição não impede, por exemplo, a exploração de paradigmas de investigação que estejam focados no ambiente das mídias digitais.

É o caso do trabalho dos pesquisadores Gilewicz e Allard (2013), que propõem a parrhesia digital como um método que identifica o falar verdadeiro na comunicação digital a partir de quatro níveis de abordagem: onde o dizer acontece, como ele é enunciado, o que ele diz e quem o profere. Esses quatro níveis definiriam as “regras do jogo parrhesiático”, uma ética que valida a credibilidade do ethos digital. Estratégia metodológica que nos parece convergente com os três campos semânticos do dizer verdadeiro.

No eixo da “performance do viver”, nos parece oportuna uma apreciação estética do testemunho. Colabora para essa opção a observação de Jean Galard (1999) do natural e do espontâneo como ambições tanto da arte quanto da própria vida. O autor busca compreender o que determina a naturalidade (ou falsidade) de um comportamento e argumenta que muito de nosso refinamento moral está assentado em apreciações estéticas observadas na literatura ou no cinema. A performance do testemunho estaria na habilidade de, na execução da conduta, denegar qualquer intenção significativa que não a da verdade ou espontaneidade, por exemplo.

## Referências

- CAMPBELL, Colin. A ética romântica e o espírito do consumismo. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- CASTELS, Manuel. Comunicación y poder. Madri: Alianza, 2009.
- DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.



- FOUCAULT, Michel. A Hermenêutica do sujeito. São Paulo: Martins Fontes, 2006.
- FREIRE FILHO, João. A sociedade do espetáculo revisitada. Revista FAMECOS. Porto Alegre, v. 22, n. 25, p. 33-45, dez. 2003.
- GALARD, Jean. A beleza do gesto. São Paulo: EdUSP, 1999.
- GILEWICZ, Nicholas; Allard, François. Digital Parrhesia as a counterweight to Astroturfing In: FOLK, Moe; APOSTEL, Shawn. Online credibility and digital ethos: evaluating computer-mediated communications. Hershey, EUA: Information Science Reference, 2013.
- HERVIEU-LÈGER, Danièle. O peregrino e o convertido: a religião em movimento. Petrópolis: Vozes, 1999.
- ILLOUZ, Eva. O amor nos tempos do capitalismo. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- LEMOS, André. Podcast. Emissão Sonora, futuro do rádio e cibercultura. IN: 404n0tF0und, n. 46, junho de 2005. Disponível em: [HTTP://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404n0tF0und/404\\_46.htm](http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404n0tF0und/404_46.htm). Acesso em 01/05/2016.
- LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.
- LIPTON, Peter. The Epistemology of Testimony. Studies in History Philosophy and Science Journal, London, v. 29, n. 1, p. 1-31, 1998. Disponível em: <http://www.people.hps.cam.ac.uk/index/lipton/epistemology-of-testimony>. Acesso em: 01/05/2016.
- SIBILIA, Paula. O show do eu: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2006.
- SILVERSTONE, Roger. Por que estudar a mídia? São Paulo: Loyola, 2002.
- SODRÉ, Muniz. A ciência do comum. Petrópolis: Vozes, 2015
- SODRÉ, Muniz. Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear em rede. Petrópolis: Vozes, 2009.
- WEBER, Max. A ética protestante e o espírito do capitalismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2004b.
- WEBER, Max. Metodologia das Ciências Sociais, Parte 2. Tradução Augustin Wernet. São Paulo: Cortez, 2004a.