

«A capa congénita da subjectividade: o jornalista entre o interlocutor do acontecimento e o construtor social»

Autor: Paulo Barroso

Abstract: In journalism studies, we learn that the objectivity is always analyzed as compass to the suitable exercise of the informative activity. The objectivity myth works to hide the storyteller's natural *ethos* and *pathos*. If who tells a story adds the story, the objectivity's lie, that recommends the journalist to look for exactness, serves to demonstrate, at least, the inalienable true of the journalistic subjectivity. Which verbal exteriority to what happens, deserve to be told and to be socially constructed? Which point of view? Who decide what can be known? What's the reality that isn't communicated by the journalists?

Sumário: Nos estudos jornalísticos, a objectividade sempre foi analisada como bússola para o exercício competente da actividade informativa. O mito da objectividade funciona para camuflar o natural *ethos* e *pathos* do contador de “estórias”. Se quem conta um conto acrescenta um ponto, a “mentira” da objectividade, que recomenda ao jornalista a procura do rigor, serve, pelo menos, para demonstrar a inalienável verdade da subjectividade jornalística. Que exterioridade verbal para o que acontece, merece ser contado e construído socialmente? Que ponto de vista? Quem decide o que se pode saber? Qual a realidade que não é comunicada pelos jornalistas?

1. Nota Introdutória

Quem se iniciou e se dedica ao estudo do jornalismo tem familiarizado e enraizado um dos conceitos mais referidos e exigidos para o conhecimento e a prática da actividade: a objectividade. Há muito que se tornou matéria dos clássicos manuais de jornalismo falar da objectividade como demanda dos jornalistas no exercício competente da sua actividade informativa. No presente texto, acerca das implicações entre o jornalismo e a subjectividade do discurso jornalístico, o conceito de objectividade é fundamental, na medida em que i) associa-se ao conjunto de requisitos para a concepção de produtos jornalísticos, como os que recomendam a clareza, a concisão e a correcção, considerando que existe um *ethos* próprio e uma conduta pautada por valores, tais como os da imparcialidade, actualidade, universalidade, interesse e significado; ii) opõe-se com naturalidade conceptual à subjectividade, cujas marcas estão presentes até nos textos em que a objectividade é mais exigida ao jornalista, como é o caso das notícias (breves ou de agência, independentemente do suporte informativo); iii) remete para um respeitado mito normativo, com a função de explicar e

nortear a incansável caminhada através de algo que não existe; e iv) encaminha o apuramento de uma definição de jornalista como protagonista dos acontecimentos, construtor da realidade, simples autor de factos narrados ou, como muitas vezes se auto-intitulam, contador de “estórias”.

À pergunta “o que informar quer dizer?” respondemos que informar é mais do que querer dizer, na medida em que o sentido das palavras estende-se além do domínio gramatical. O discurso jornalístico não foge à pretensão de convencer sobre o que é afirmado e de criar factos para depois veiculá-los.

2. Comunicação da Experiência e Expressão da Intencionalidade

Partindo do interessante posicionamento de Aristóteles acerca da relação tripartida entre i) os estados mentais; ii) os sons e as palavras; e iii) o mundo, constituído por coisas e factos (1973: I, 16a 3-10), caracterizando as palavras faladas como símbolos da experiência mental e as palavras escritas como símbolos das palavras faladas, bem como afirmando que as experiências mentais, simbolizadas directamente pelos sons, são as mesmas para todos os homens, ao contrário da escrita (palavras escritas) ou dos sons de fala (palavras faladas), pretendemos falar em trilogia da expressividade a partir da inter-relação entre três elementos essenciais: 1) o pensamento, fonte de conteúdos informativos, de processos interpretativos do que existe e acontece e palco de fenómenos intencionais; 2) a linguagem, instrumento social de expressão ou exteriorização de estados interiores ou de estados de coisas do mundo e que deriva da intencionalidade; e 3) a realidade, conjunto de tudo o que é o caso, de tudo o que existe e acontece.

Portanto, além do jornalista enquanto agente do discurso, podemos falar em processos nos quais influem estes três elementos (a origem intencional da expressão, o veículo exteriorizador da expressão e o referente extra-linguístico da expressão que faz com que esta seja o caso), se tivermos em conta o modo como o pensamento e a linguagem se relacionam com a realidade, na convicção de que uma ideia e uma expressão referem-se a objectos porque estes ajustam-se ou satisfazem o sentido associado à ideia e à expressão.

Se, como refere John Searle, “a capacidade própria dos actos de fala de representarem objectos e estados de coisas no mundo é uma extensão das capacidades, biologicamente mais fundamentais, da mente (ou cérebro) de relacionar o organismo com o mundo, por meio de estados mentais tais como a crença e o desejo, e especialmente através da acção e da percepção”, então exige-se uma explicação de como a mente relaciona o organismo com a realidade (1999: 15). Subentendem-se inter-relações entre os três elementos acima referidos e a importância que a intencionalidade representa para o estabelecimento de pontes entre os mesmos elementos, na

medida em que a capacidade de representação dos sons que emanam da boca ou das marcas registadas no papel não é intrínseca, mas deriva da intencionalidade da mente do jornalista. A estrutura das intenções de significação é explicada quando faço um ruído com a boca ou algumas marcas no papel e tenciono a sua produção como a realização de um acto de fala.

Quando um jornalista produz o enunciado E, expressa a crença sobre E, bem como realiza um acto intencional de enunciar que E. As condições de satisfação do estado mental expresso na realização do acto de fala são idênticas às condições de satisfação do próprio acto de fala. Ao produzir um enunciado, tenciona representar um facto ou um estado de coisas (como sendo o caso) e tenciona, também, comunicar esta representação aos seus destinatários. Contudo, como adverte Searle, na intenção de significação,¹ “comunicar é uma questão de produzir certos efeitos nos ouvintes, mas pode-se tencionar representar algo sem se importar” com esses efeitos (1999: 211). Posso produzir um enunciado sem tencionar fazer com que os meus ouvintes acreditem que eu acredito no que estou a dizer. Existem condições de satisfação (intencionalmente impostas sobre a elocução) diferentes em dizer algo com o propósito de significar algo e dizer sem esse propósito.

De acordo com Searle, podemos chegar ao conteúdo de uma intenção perguntando “O que o agente está a tentar fazer quando profere uma elocução?” e respondendo “Ele está a tentar fazer com que algo seja o caso, ao representá-lo como sendo o caso e, conseqüentemente, está a tentar causar uma mudança no mundo de modo a que um conteúdo proposicional alcance a direcção de ajustamento mundo-mente, ao expressar o mesmo conteúdo proposicional com a direcção de ajustamento mente-mundo”, realizando um acto de fala com uma dupla direcção de ajustamento (1999: 219). Searle, que aborda a intencionalidade de um ponto de vista naturalista e propõe uma ordem de prioridade no desenvolvimento dos fenómenos intencionais (onde a linguagem e a significação surgem posteriormente), refere que a forma peculiar de intencionalidade dos falantes advém do facto de estes significarem algo pelas suas elocuições (1999: 205). Para um falante, como já tinha indicado Paul Grice, significar algo através de uma elocução é ter um certo conjunto de intenções dirigidas a uma audiência, é executar a elocução com a intenção de produzir certos efeitos na audiência. Com base neste contributo de Grice, Searle propõe uma análise do significado, este enquanto um tipo de intencionalidade dos falantes, de modo a responder à pergunta: “quais são as características das intenções dos falantes em elocuições com sentido que fazem com que seja o caso em que o falante signifique algo com a sua elocução?”.

A noção de intencionalidade aplica-se a um sujeito que tem a intenção de fazer algo ou querer que algo seja o caso. Searle refere a característica de direccionalidade ou “ser-acerca-de” da

¹ Na qual a intenção de representação é anterior, diferente e independente da intenção de comunicação. Posso tencionar representar sem tencionar comunicar, mas não posso tencionar comunicar sem tencionar representar.

intencionalidade enquanto “propriedade de muitos estados e eventos mentais pela qual eles são dirigidos para ou acerca de objectos e estados de coisas no mundo” (1999: 21). No entanto, o direccionamento de determinados estados intencionais deve ser ajustado à realidade: “se as minhas crenças provarem serem falsas, são as minhas crenças que falham, e não o mundo, como o mostra o facto de eu poder corrigir a situação mudando simplesmente as minhas crenças” (Searle, 1999: 29). Nesta perspectiva, é responsabilidade da crença, tal como dos enunciados, ajustar-se ao mundo, porque podem ser verdadeiros ou falsos (o conteúdo proposicional determina um conjunto de condições de satisfação) e têm a direcção de ajustamento mente/palavra-mundo.

3. Comunicação e Experiência

As perguntas sobre a importância e utilidade da linguagem em servir de testemunho e de forma rigorosa de expressão de tudo o que é o caso ou acontece desagua, com frequência, na convicção de que apenas dispomos deste dispositivo para comunicar e que o mesmo enfrenta barreiras naturais quando os referentes pertencem a outros níveis. À forma pública da comunicação opõe-se a forma interior de determinadas experiências.

Com frequência notamos que a linguagem que quotidianamente usamos para estabelecer laços comunicativos e interactivos com outrem revela-se incapaz de nos ajudar a expressar com exactidão o que pretendemos transmitir. Ficamos com a sensação de não conseguir expressar com palavras o que sentimos ou pensamos. A comunicação e os estados intencionais são formas de representação de objectos e de estados de coisas do mundo. Entre a comunicação e a experiência (efectuada por estados interiores, como pensamentos, sensações, sentimentos, percepções, desejos, intenções, crenças, etc.) existe uma aparente oposição: a comunicação pertence ao domínio social da exterioridade, do dizível, do que é partilhável e que remete para a identidade dos agentes, enquanto que a experiência pertence ao domínio individual da interioridade, do indizível, do que não é partilhável e que remete para a diferença idiossincrática dos agentes.

No entanto, a intermediação da linguagem na expressão ou exteriorização dos estados interiores conduz-nos, inevitavelmente, à subjectividade semântica, à ambiguidade ou vagueza de sentidos que atribuímos às palavras por nós escolhidas. Nas interacções comunicacionais do quotidiano, nas dinâmicas sociais, o uso que se faz das palavras e expressões que denotam a experiência interior não pode adquirir sentido.

Existe a inclinação de se dizer que qualquer acção linguística, em conformidade com uma regra, é uma interpretação. E a interpretação, pessoal, não é a leitura exacta da regra. Não o pode ser. De acordo com Pierre Bourdieu, todo o acto de fala é o resultado de uma conjectura entre a) as disposições do *habitus* linguístico, socialmente moldadas, que implicam uma certa propensão para

falar e para dizer coisas determinadas (interesse expressivo) e uma certa capacidade de falar (capacidade linguística, conforme a gramática, e capacidade social que permite utilizar adequadamente essa competência numa situação determinada); e b) as estruturas do mercado linguístico (como sistema de sanções e censuras). A questão das condições sociais de produção linguística oferecida no mercado, que Bourdieu atribui mais importância na definição do sentido do discurso que a gramática, refere-se ao estilo (além de contribuir, também, para o valor simbólico do discurso). O estilo surge como “desvio individual em relação à norma linguística”, ao conferir no discurso propriedades distintas (1998: 14 e 15). Trata-se, no fundo, de diferentes maneiras de dizer ou “artes de falar distintas”. Para Bourdieu, “o que circula no mercado linguístico não é a língua, mas discursos estilisticamente caracterizados, simultaneamente do lado da produção, na medida em que cada locutor cria para si um idiolecto a partir da língua comum, e do lado da recepção, na medida em que cada receptor contribui para produzir a mensagem que percebe e aprecia, importando para aí tudo o que constitui a sua experiência singular e colectiva” (1998: 15).

O que Bourdieu refere acontece no campo dos *media*: aplicação do domínio de competências e capacidades do jornalista em falar, afirmação de uma identidade própria estilística como marca pessoal do jornalista, recurso frequente às disposições do *habitus* linguístico do momento, adequação às estruturas do mercado linguístico, etc.

Segundo Locke, depois de um prolongado e familiar uso, as palavras (simples sinais arbitrários de ideias) despertam algumas ideias no espírito de um modo tão constante e eficaz que se supõe haver uma ligação natural entre as palavras e as ideias que denotam. No entanto, Locke reconhece que as palavras nem sempre despertam no espírito dos outros, mesmo se estes falam a mesma língua, as mesmas ideias que julgamos elas serem os sinais (1977: III, ii, 8). Esta observação serve para constatar a liberdade de cada indivíduo em fazer com que as palavras signifiquem determinadas ideias, pelo que não se pode falar na capacidade de fazer com que o outro tenha as mesmas ideias que eu quando usamos as mesmas palavras. Para Locke, o uso comum das palavras atribui, em todas as línguas e através de um acordo estabelecido, certos sons e certas ideias e restringe a significação e aplicação dos dispositivos de comunicação, pelo que quem não o seguir fala sem propriedade.

Portanto, entre a comunicação (domínio do *logos*, enquanto partilha com outrem da experiência, do conjunto de fenómenos ou acontecimentos) e a experiência (domínio do *pathos*, enquanto vivência interior de um conjunto de fenómenos ou acontecimentos), como podemos servir da linguagem para comunicar seja o que for o caso? Como podemos comunicar a experiência? Poder-se-ia responder “por intermédio da linguagem”. Então, o domínio do *pathos* pode ser expresso no domínio do *logos*? Estamos perante um paradoxo: se a experiência é peculiar,

subjectiva e idiossincrática e a linguagem é regular, concreta e sistemática, havendo, portanto, uma oposição entre as duas dimensões, como pode uma servir a outra?

Existem experiências diversificadas. Dizer que todos experimentamos as coisas da mesma maneira seria negar a individualidade, o percurso de experiências que formam cada um. Não existe apenas um mundo concreto, mas muitos outros, consoante a perspectiva ocular de cada sujeito. No entanto, tal não pode ser verificado, porque simplesmente não podemos autopsiar a existência do outro, ver o mundo através dos olhos do outro. A experiência é o sentido que damos à ocorrência de factos. Sentido que a torna subjectiva.

Objecto de interrogação filosófica, o acto de comunicar é um problema prático. Devemos responder ao problema das naturais implicações da subjectividade no jornalismo segundo uma perspectiva normativa, recomendando o seguimento das regras e técnicas de redacção.

4. “Quem Conta um Conto Acrescenta um Ponto”

O vulgar epíteto de “contador de estórias”, que rotula o jornalista, é considerado, à primeira vista, como inofensivo e revelador da natureza da actividade. Se existe uma maneira própria de contar os factos, temos o “jornalês” como a linguagem específica dos profissionais de órgãos de comunicação social. No entanto, ao compreendermos um “contador de estórias” do quotidiano como alguém que conta “contos”, somos levados a ter em conta o que o senso comum entende no dito popular “quem conta um conto acrescenta um ponto”. Ora, é precisamente a necessidade de evitar acrescentar pontos aos contos que a objectividade jornalística orienta o trabalho rigoroso de um profissional de informação.

Considerando as pontes atrás estabelecidas entre 1) o pensamento, 2) a linguagem e 3) a realidade, bem como o papel da intencionalidade, fundamentamos o carácter inexpressivo das linguagens nos processos quotidianos de comunicação, com base no pressuposto de que os conteúdos informativos, que sustentam e originam a intenção de usar a linguagem (dos *media*, no caso particular) para referir ou expressar um estado de coisas ou objectos da realidade, pertencem a domínios indizíveis e não partilháveis.

O discurso jornalístico caracteriza-se por i) uma aparente interacção comunicativa entre o produtor e o consumidor do discurso (d direcção unilateral da comunicação); ii) um exagero desmedido no uso das figuras de estilo e na repetição das formas de dizer; e iii) uma inevitável ideologia traduzida, muitas vezes, por uma linguagem figurada e moldada em função de exigências que nunca poderiam ser jornalísticas.

Numa dimensão temporal, ao rigor e austeridade da palavra literária procura resistir a banalidade e a efemeridade da palavra jornalística. Contudo, se a notícia representa a banalização da

escrita jornalística, a crónica (como disciplina superior do jornalismo) representa a sua desbanalização, pela sua proximidade técnica com a escrita literária. Género jornalístico mais elaborado, a crónica faz uma ponte entre o jornalismo e a literatura. Através da crónica, por exemplo, existe a possibilidade de aprofundamento da notícia. Enquanto a escrita jornalística morre precocemente, porque é efémera por natureza, a escrita literária tem pretensões a intervir duradouramente na vida dos homens, a se perpetuar, o mais possível, no tempo. A literatura faz com que se resista à morte e ao esquecimento. Na sequência da ideia de permanência no tempo e contra a apologia platónica do nomadismo oral, Jorge Luís Borges afirma que uma das grandes funções que o livro realiza é a de nos permitir reviver o passado da humanidade.

O jornalismo acompanha sistematicamente a evolução da linguagem e reflecte a maneira mais actual e eficaz de exprimir o pensamento. De certo modo, é entendido próximo da literatura, que exige do espírito as qualidades elementares da transmissão do pensamento: a simplicidade que produz a clareza, a ordem directa do discurso, o uso de palavras correntes e de uma linguagem popular. Quanto mais se escrever como as pessoas falam no seu quotidiano, tanto mais o jornalista pode ser um autêntico intérprete do seu pensamento.

Contudo, quer a escrita jornalística quer a escrita literária colocam uma certa ordem no mundo, no tempo, na existência do homem. Como refere Robert Park, “a notícia de jornal é uma forma de literatura popular, uma reincarnação das ainda populares novelas apresentadas de uma outra forma”, porque é uma «estória» do quotidiano (Park *apud* Tuchman: 258).

Fernando Pessoa entende o jornalismo uma literatura. Perante esta, as artes todas são uma futilidade, porque a literatura é uma escrita para a posteridade. Para Pessoa, o jornalismo “dirige-se ao homem imediato e ao dia que passa” e o “seu fim não é senão ser literatura naquele dia, ou em poucos dias” (1986: 24).

Herança de António Feliciano de Castilho, durante muito tempo o jornalismo foi considerado uma profissão literária. A escrita era valorizada independentemente da quantidade e qualidade das informações. Escrever bem fazia um bom jornalista. Hoje, exige-se mais do jornalista uma competência técnica na procura das informações e uma metodologia menos rigorosa na escrita, mas que não impossibilita o talento no discurso. A existência de livros de estilo condiciona a criatividade, sendo uma arma para o jornalista mais facilmente fazer frente à subjectividade.

A escrita jornalística, enquanto sistema de comunicação, é a contrapartida gráfica do discurso, a fixação da linguagem falada, uma representação visual durável da linguagem. Por meio da escrita, a linguagem pode transcender as limitações ordinárias do tempo. Com a escrita, pode permanecer no tempo uma narrativa jornalística do século passado, apesar de vazia de significado, interesse, importância e actualidade.

Face às recomendações para a elaboração de um discurso o mais objectivo possível e pautado pela clareza, a concisão e a correcção, os consumidores de produtos jornalísticos enfrentam um discurso de estilo literário livre e pessoal, com uma linguagem majestosa, conotativa, emotiva, notando-se claramente as marcas pessoais do autor pelo recurso aos frequentes significantes expressivos. Em vez de um texto não literário transparente e de fins práticos (informativos, importando mais o que se diz e menos o como se diz), numa linguagem denotativa, corrente e a reproduzir o real, com palavras a remeterem para um sentido unívoco e que não manifestam o eu, como na verdade ensinam os manuais de jornalismo, assistimos a uma gradual presença de uma linguagem cuidada que recria o real.

Portanto, à conveniente e escolar função de linguagem informativa do jornalismo contrapõe-se, no contemporâneo campo dos *media*, uma função de linguagem emotiva dos textos poéticos e apelativa dos anúncios publicitários. Ao rigor da informação respondem muitos jornalistas com a poesia nas notícias sob a máscara da subjectividade.

O mito da objectividade tem a pretensão de funcionar como uma bússola semântica do faro de perdigueiro do jornalista, que o orienta a centrar-se no referente e a apagar as referências ao eu. Pretende-se um discurso económico, sem orações dependentes, sem adjectivação, sem termos complexos, sem frases longas. A “mentira” da objectividade e as evidentes marcas de subjectividade no discurso jornalístico servem para demonstrar a inalienável verdade de uma “estória” segundo um ponto de vista.

A questão do autor, sobre o ponto de vista da sua relação com a obra, remete para a discussão acerca do modo como o jornalista opera no campo social (relações com as fontes de informação e com o público). Michel Foucault desenvolve uma interessante análise interpretativa e genealógica da figura do autor, tendo em conta a obra, a identidade de quem escreve e as funções discursivas (2000: 46). Poder-se-ia partir deste ensaio de Foucault e estabelecer um paralelismo entre a figura de autor e a do jornalista, tendo em conta o entendimento de “contador de estórias”. Quem conta “estórias” realiza uma produção discursiva pautada pelas exigidas marcas de subjectividade. O estilo próprio de linguagem requerido aproxima o jornalista, tal como qualquer autor, à obra, ao que é produzido. Está subjacente o valor de verdade e credibilidade do discurso autoral jornalístico face ao autor e face aos destinatários.

5. Construção Jornalística do Social e do Real

Que exterioridade verbal para o que acontece, merece ser contado e construído socialmente? Que ponto de vista? Quem decide o que se pode saber? Qual a realidade que não é comunicada pelos jornalistas? O processo que norteia os mecanismos de produção jornalística tem por missão

“fabricar a actualidade”, não numa perspectiva de condicionamento ou influência de poderes, mas de trazer ao entendimento a explicação dos acontecimento da actualidade. “Fabricar a actualidade” quer significar o processo de produção de notícias que, segundo critérios de noticiabilidade, procura uns acontecimentos em detrimento de outros. O jornalista tem que seleccionar, quase por instinto, alguns acontecimentos de um rol vasto, porque o tempo não permite escolhas demoradas e muito reflectidas. Independentemente do facto de o jornalista limitar-se a narrar os factos mais relevantes, muitos consumidores dos produtos jornalísticos apenas concebem a realidade existente que surge noticiada ou referenciada nos discursos “mass-mediáticos”.

Será que o jornalista brilhante deve ser capaz de construir uma “estória”, mesmo na ausência de tremores de terra ou de guerras mundiais? Se o jornalista não conseguir descortinar nenhuma “estória”, tem que “inventá-la”. Tem que “fabricar a actualidade”, isto é, descobrir a “estória” nas teias de acontecimentos que ocorrem no mundo. Para isso, deve interrogar as pessoas e descobrir em qualquer facto insignificante um interesse humano inesperado. Deve accionar o seu olho voraz e o seu ouvido curioso.

A influência do jornalismo sobre os indivíduos e as sociedades é relevante. O jornalismo torna possível a prática do culto da representatividade sobre o que acontece no mundo. Conceber uma peça é como pintar com palavras a forma como o mundo é visto. É este o efeito do mundo como representação jornalística que é oferecido ao público consumidor de produtos jornalísticos. No entanto, a importância e influência do jornalismo como construção do social e do real nas sociedades, em geral, e nos indivíduos, em particular, pode ser minorado de acordo com a teoria da Sociologia Empírica dos Média inspiradora do paradigma de Paul Lazarsfeld dos efeitos limitados e indirectos, segundo a qual os indivíduos possuem três ferramentas de defesa e de filtro: i) a exposição selectiva; ii) a percepção selectiva; e iii) a memorização selectiva. Estes três níveis hierárquicos de selectividade dos indivíduos face às mensagens “mass-mediáticas” representam a resistência a uma colonização dos espíritos.

6. Observações Finais

De acordo com Fernando Pessoa, o jornalismo é um sacerdócio, “porque tem a influência religiosa dum sacerdote”. Apesar de Pessoa considerar a religião e o jornalismo “as únicas forças verdadeiras”, o jornalismo não é um sacerdócio no sentido moral. “Não há, nem pode haver moral no jornalismo, que serve o momento que passa, em o qual não cabe, nem pode caber, moralidade” (1986: 25). O jornalismo é uma arte de representação do tempo, um exercício de tempo, que manifesta a ocorrência de determinados acontecimentos, segundo critérios de noticiabilidade.

Através da encenação do real e dos efeitos de ficção, os *media* operam como máquinas produtoras de simulacros. A notícia é a reificação do acontecimento retornado verdade.

Entre o jornalismo-sacerdócio e amoral, com uma permanência no tempo muito precisa, de Fernando Pessoa e o jornalismo encenação de um tempo concreto da existência humana, que traduz determinados acontecimentos que o tempo transporta consigo, encontramos uma cultura jornalística que aprendeu a absorver e a responder às exigências do tempo. A efemeridade da escrita jornalística é a demonstração inequívoca de que a acção contundente do tempo sobre a actividade impõe regras de como saber lidar com a actualidade, o imediatismo e o imprevisto.

Entende-se, por isso, que o jornalista apenas consegue conciliar a sua actividade com a pressão do tempo e a tentação da subjectividade, mas nunca evitá-las. O facto de o jornalista nunca se libertar do tempo altera a sua actividade sensorial, que apenas se pode acomodar para fugir às limitações e pressões do tempo.

7. Referências Bibliográficas

- ARISTÓTELES (1973), *On Interpretation*. London: Harvard University Press;
- BORGES, Jorge Luís (s/d), *Borges Oral*. Lisboa: Vega;
- BOURDIEU, Pierre (1998), *O Que Falar Quer Dizer: A Economia das Trocas Linguísticas*. Lisboa: Difel;
- FOUCAULT, Michel (2000), *O Que é um Autor?*. Lisboa: Vega;
- LOCKE, John (1977), *An Essay Concerning Human Understanding*. London: Dent & Sons;
- PESSOA, Fernando (1986), *Obra Poética e em Prosa*. Vol. III, Porto: Lello & Irmão Editores;
- SEARLE, John R. (1999), *Intencionalidade – Um Ensaio de Filosofia da Mente*. Lisboa: Relógio d'Água;
- TUCHMAN, Gaye (1993), «Contando 'estórias'» in: TRAQUINA, Nelson, (Org.) *Jornalismo: Questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Vega, pp.258-262.