

## A CONSTRUÇÃO DE SIGNIFICAÇÃO ATRAVÉS DA EMOÇÃO

Rita Araújo\*

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho  
rita.manso.araujo@gmail.com

Felisbela Lopes\*\*

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho  
felisbela@ics.uminho.pt

### Resumo

Os *media*, enquanto extensões dos sentidos humanos, exacerbam as emoções e contribuem para que estas se tornem experiências coletivas. É através dos *media* que nos concedemos ao outro, pondo a nu o nosso sofrimento e observando a dor alheia. Procuramos esta exteriorização dos sentimentos como forma de evasão do mundo real, mas também porque é pela socialização que o sentir se torna efetivo. A cultura da simulação (Baudrillard, 1992) proporcionada pelos *media* permite um alheamento de si mesmo, que surge como uma necessidade e contribui para a noção de sociedade como uma junção de emoções. Recorremos à desgraça alheia e é apenas neste olhar sobre o sofrimento dos outros que nos reconhecemos como semelhantes, na inevitabilidade da condição humana que é a morte.

Neste artigo, vamos olhar para as notícias de saúde publicadas durante o mês de Novembro de 2012 no *Jornal de Notícias* e que usam o cidadão comum ou paciente como fonte de informação. É este o mote para um debate sobre a construção de significação através da emoção, representada através do olhar sobre o sofrimento dos outros.

Palavras-Chave: Emoção, sofrimento, simulação, evasão.

### Abstract

Being extensions of the human senses, the media exaggerate emotions and contribute to those becoming group experiences. We give ourselves to the other through the media, exposing our suffering and looking at other people's pain. We seek this exteriorization of feelings as a way of evading from the real world, but also because feelings become real through socialization. The media's simulation culture (Baudrillard, 1992) allows us to evade, which is a need and contributes to the concept of society as a reunion of emotions. We look for other people's pain and this reality makes us see ourselves as equals, united by the inevitability of the human condition: death.

In this article we are going to look into health news published in November 2012 by the daily newspaper *Jornal de Notícias* and in which the common citizen or patient are news sources. This is the start for a debate on the construction of meaning through emotion, represented by the look over other people's suffering.

Keywords: Emotion, suffering, simulation, evasion.

---

\* Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Minho, encontra-se a desenvolver um projeto de doutoramento sobre Comunicação e Jornalismo na Saúde na mesma instituição. Interessa-se pelas áreas de Jornalismo, Fontes de Informação e Comunicação na Saúde.

\*\* Professora associada do Departamento de Ciências da Comunicação na Universidade do Minho, tem uma tese de doutoramento sobre informação televisiva (Lopes, 2005). É coordenadora de dois projetos financiados pela FCT. É autora de diversos artigos e livros.

## Introdução

No jornalismo, a reportagem dramática é o gênero privilegiado na construção de significação através da emoção. O discurso sensível, baseado em testemunhos pessoais que por vezes transmitem informação pormenorizada sobre temas difíceis, como a morte ou a doença, toca o público de uma forma que outros estilos noticiosos não conseguem. A televisão é, no entanto, o *medium* que mais apela à emoção – pelo uso de imagens que mostram sentimentos privados ou difíceis de retratar em palavras, e também pela abrangência de públicos a que consegue chegar.

Vivemos numa sociedade em que proliferam os meios de expressão do sentir individual, em que as tecnologias se apoderam do Homem e fazem já parte de nós (Kerckhove, 1997). As redes sociais, apesar de nos colocarem em rede com os outros, são uma forma de expressarmos os nossos sentimentos a um nível individual; estamos sozinhos, embora rodeados de centenas de pessoas. A internet, que conseguiu apagar as distâncias e aproximar as pessoas através da tecnologia, contribui também para um afastamento, faz com que se viva ensimesmado, para dentro de cada um de nós. É uma época de paradoxos, em que por um lado temos ao nosso dispor uma informação cada vez mais sensível, em que se sente em conjunto (Perniola, 1993); e, por outro, socorremos-nos das mais diversas ferramentas para expressar e ser de forma individual.

Neste artigo, vamos olhar para as notícias de saúde publicadas no *Jornal de Notícias* em Novembro de 2012 e que usam o cidadão comum ou paciente enquanto fonte de informação, motivando um debate sobre o modo como os *media* exploram o sofrimento e a dor dos outros com o objetivo de “venderem” emoções e tragédias.

### 1. Desenvolvimento

#### 1.1. A exteriorização do sentir como uma experiência coletiva

“É fácil estar de acordo com a ideia de que a nossa época mantém com o sentir uma relação diferente daquela que caracterizou outros períodos históricos” (Perniola, 1993: 11). Mario Perniola caracteriza a época contemporânea como uma “época estética”, que exerce o seu poder ao nível dos sentimentos e das emoções (*ibidem*). O autor acrescenta que é estética “porque tudo o que nela é efetual tem de ser marcado a ferro pelo já sentido,

porque o sensível e o afetivo se impõem como algo de já pronto e confeccionado que apenas requer ser assumido e repetido” (Perniola, 1993: 24).

De facto, vivemos numa sociedade da informação sensitiva, daquilo a que Perniola chama o “sentir em conjunto”.

Baudrillard, por seu turno, afirma que “somos a cultura da ejaculação precoce” (1992: 47), numa alusão a esta sociedade dos sentidos e da emoção, do já sentido. “Cada vez mais, qualquer sedução, qualquer forma de sedução, que é um processo altamente *ritualizado*, apaga-se por trás do imperativo sexual *naturalizado*, por trás da realização imediata e imperativa de um desejo” (*ibidem*). O sociólogo francês define a sedução como “aquilo que desloca o sentido do discurso e o desvia da sua verdade” (Baudrillard, 1992: 61).

O já sentido, referido por Mario Perniola, é uma espécie de «mediacracia», mas não no sentido de os *media*, os meios de comunicação, terem um poder absoluto ou, enquanto extensões dos sentidos humanos, se tornarem autónomos em relação à razão. “Mediacracia significa antes que a atividade eminentemente mediadora do pensar se transferiu para o sentir” (Perniola, 1993: 16). Este fenómeno do já sentido, referido pelo autor italiano, consiste então na “socialização da sensibilidade e da afetividade” e na emergência de um modo diferente de sentir (*idem*: 29). O já sentido é passado, remete para o que já aconteceu.

É o tal sentir em conjunto, em que os sentimentos e a afetividade ganham sentido no seio da sociedade, em relação com os outros. É o que acontece quando os jornalistas põem a nu os testemunhos pessoais de um paciente numa notícia de saúde, expondo a sua história. No entanto, e apesar de a reportagem ser o género jornalístico privilegiado para transmitir a emoção – através daqueles a quem o jornalista dá voz -, a nossa amostra inclui apenas uma reportagem (14 dos 15 textos incluem-se no género notícia). Fica assim abalada a tese de que a reportagem serve melhor os propósitos do apelo à emoção, sendo que os jornalistas acabam por utilizar mais as notícias para dar a conhecer histórias da vida real apoiadas nos testemunhos pessoais daqueles que as vivem.

Os testemunhos pessoais sobre a doença provocam um conjunto de emoções que quando partilhadas através dos *media* fazem com que as pessoas se reconheçam como parte de um grupo, juntam-se pelos desejos que partilham, pelos sentimentos que as unem. É através do outro, do dar-se a conhecer, que a experiência do sentir se torna realidade, se confirma.

Com efeito, como refere Perniola (1993: 55), “o sentir torna-se efetual apenas mediante o processo de exteriorização e de alheamento por que hoje passa: enquanto ficar

fechado no âmbito da interioridade, este salto para o mundo da prática está-lhe vedado”. O já sentido transporta-nos para experiências passadas, que já foram, enquanto a exposição do sofrimento pelos *media* nos leva ao presente.

O sociólogo alemão Norbert Elias refere que hoje temos um espaço de identificação social maior do que antigamente, pelo que assistimos a uma partilha maior do sofrimento dos outros (*in* Oliveira, 2005: 1953). A emoção assalta-nos através dos *media*, o apelo ao sentimento é uma constante na cobertura jornalística, especialmente em temas tão sensíveis quanto a saúde e a doença.

Na realidade, tal como Perniola (1993: 103) refere, “o sentir implica um querer sentir: a sensibilidade, a afetividade, a emoção, não são comparáveis a uma matemática inativa que é plasmada por uma forma ideal e imaterial. Elas nascem de uma decisão”. Decisão essa que é tomada por cada um de nós e que faz do sentir uma realidade vivida em conjunto, em sociedade. Os *media* contribuem, aqui, para o fazer-se sentir, pondo a sensibilidade à vista de cada um e tornando-a uma experiência coletiva e partilhada. Nesse sentido, “a experiência do fazer-se sentir equivale a um dar-se, a um conceder-se, para que através de nós o outro, o diferente, se torne realidade, acontecimento, história” (*ibidem*). É pela exteriorização que os sentimentos ganham significado, é pela socialização que se tornam realidade. Deste modo, ao exporem as ‘estórias’ do cidadão comum ou paciente em notícias de saúde, os jornalistas estão a contribuir para este processo de exteriorização do sentimento – as emoções, plasmadas nos jornais e dadas a conhecer ao outro, tornam-se assim efetivas, reais.

## **1.2. Os *media* como catalisadores da emoção**

Madalena Oliveira escreve que “toda a dor tem um caráter universal potenciado pelos *media*” (2005: 1953). Esta é, aliás, uma história antiga. A cobertura de acidentes e de desgraças é uma constante no jornalismo, o sofrimento e a dor alheia vendem jornais, sobem audiências. Ao longo das décadas, fomos assistindo à cobertura mediática – muitas vezes levada à exaustão - da doença e da morte de celebridades.

É com “terror, comoção e compaixão” que os meios de comunicação social “exacerbam a nossa sensibilidade, travestindo de uma euforia puxada à manivela a aventura humana” (Martins, 2011: 106). Moisés de Lemos Martins dá o exemplo da exposição pública da dor privada (consentida ou não) como uma “exacerbação do emotivo”. A televisão é o meio privilegiado para a apresentação deste exagero de emoção, pelo

sentimento de proximidade que a imagem desperta no público. A imagem faz-nos pensar que somos parte daquela realidade, é a imagem que mais nos apela ao sentimento, pela aproximação à realidade.

Oliveira (2005: 1955) defende que a experiência emotiva é cada vez mais “coletiva e gregária, acentuando a fusão, o ser e o sentir em conjunto” fazendo com que a experiência da dor individual se transforme em dor coletiva. Voltamos ao sentir em conjunto referido por Perniola, à exteriorização da emoção como legitimação do sentir. É através deste conceder-se ao outro que efetivamos o sentimento, que não é mais individual.

A norte-americana Susan Sontag – autora de um livro dedicado a olhar o sofrimento dos outros, nomeadamente através das imagens de guerra -, afirma que “há muitas utilizações das inumeráveis oportunidades” que hoje temos de olhar, à distância, o sofrimento dos outros (2003: 20). De facto, mesmo que à distância, muitas vezes observamos em direto a dor alheia. As novas tecnologias abriram caminho a esta possibilidade, com transmissões televisivas em direto ou com o recurso à videochamada. Podemos dar o exemplo da cobertura mediática das guerras (muitas vezes transmitidas em direto), em que os jornalistas enviados aos campos de batalha nos relatam histórias de mulheres e crianças mortas e decepadas ou de soldados feridos.

Embora a obra se debruce essencialmente sobre cenários de guerra, a fotografia é uma das formas enumeradas pela autora como um meio de ver o sofrimento dos outros. Podemos também referir o jornalismo escrito como meio de olhar para a dor alheia, de nos comovermos com os relatos da miséria humana na primeira pessoa. Apesar de a imagem ter mais força simbólica, as notícias que retratam a saúde, ou a doença, são um bom exemplo desta situação em que olhamos para o sofrimento e nos comovemos. Isto é também um dos propósitos do jornalismo, diz a autora.

De facto, “a informação sobre o que está a acontecer noutra sítio, a que se dá o nome de «notícias», sublinha o conflito e a violência – *If it bleeds, it leads* («Se há baixas, há cachas») (...) -, que recebem em resposta compaixão, ou indignação, ou excitação, ou aprovação, à medida que cada notícia vai surgindo” (*idem*: 25).

A sociedade constrói-se, assim, por uma junção de emoções, o que se pode ver através da noção de “formismo” defendida por Michel Maffesoli. Este é um neologismo proposto pelo autor e que indica a “prevalência de aparência, a necessidade de levar a sério tudo o que os espíritos sérios consideram frívolo” (1996: 116). Esta noção de forma, que foi também utilizada por Simmel, diz que a aparência forma o corpo social e constrói a sociedade (*idem*: 121); é “enformadora”.

O sociólogo francês caracteriza a forma como uma “força de atração” (*idem*: 127), que “acentua” e “caricaturiza”, fazendo sobressair o invisível. O autor afirma que “as coisas invisíveis dão sustentação às coisas visíveis” (*idem*: 140). A força da forma é tal que, ao impor “uma emoção coletiva, ela orienta as vontades individuais e, assim, «faz» sociedade”. A sociedade é, deste modo, uma construção para a qual contribuem vários indivíduos e as suas vontades, as suas emoções e sentimentos. Somos um conjunto de sentimentos, uma mistura de desejos.

Susan Sontag, por seu turno, diz que vivemos numa “cultura na qual o choque se tornou no principal estímulo ao consumo e uma fonte de valor” (2003: 30), pelo que as pessoas procuram ser seduzidas por esse choque, pela caricatura do real. A ideia de que “há beleza nas ruínas” (*idem*: 82) trespassa as sociedades, que se fixam nas tragédias e lhe reconhecem o belo, por oposição ao sofrimento. A autora dá o exemplo das imagens das ruínas do *World Trade Centre* e a hesitação das pessoas em reconhecer-lhes beleza (“Mas eram belas, muitas delas”) (*idem*: 83).

Embora a violação do belo configure um certo tipo de pornografia, segundo a autora, “as imagens do repulsivo também podem seduzir” (*idem*: 101). A modernidade é assim caracterizada por uma “dieta de horrores” (*idem*: 111) e os cidadãos da modernidade são os “consumidores da violência como espetáculo” (*idem*: 116). Espetáculo este que se inscreve na teoria da autora alemã Hannah Arendt de uma política da pena (*in* Boltanski, 2007). A pena pode ainda transformar-se em indignação, caso haja uma reorientação da atenção da infelicidade e do sofrimento para a busca por um perseguidor (*idem*: 114). Somos, então, de uma forma paradoxal, atraídos para o belo mas também para o feio, para o repulsivo. A doença ou a morte são tópicos que indicam sofrimento, mas que nos aproximam e seduzem. São uma caricatura da realidade, representam o choque que nos habituámos a apreciar como espetáculo. A violência chama mais violência (Couture, 2005: 84), e o consumo do sofrimento faz com que o público dele se alimente e com ele se emocione. É um campo de tensões, em que por um lado as imagens do repulsivo nos afastam e por outro nos chamam a ponto de ficarmos seduzidos por elas.

### **1.3. O desejo de evasão pela simulação**

Jean Baudrillard fala numa cultura da simulação, defendendo que “o real nunca interessou a ninguém. Ele é o lugar do desencantamento, o lugar de um simulacro de acumulação contra a morte” (1992: 57). O real é a miséria, a desgraça, a pobreza, a doença,

a morte. Cada vez mais fechados em nós mesmos, numa redoma egocêntrica e egoísta, afastamos o real. No entanto, somos atraídos por ele – a desgraça vende e o ser humano gosta de olhar a pequenez alheia como forma de se “grandificar”, de se sentir superior. Os meios de comunicação social introduzem aqui um papel importante, uma vez que é o retrato traçado pelos *media* que nos transmite essa sensação de grandeza, fazendo com que nos interessemos mais pelo que nos dão a ver do que pelo que realmente existe. Os meios de comunicação social contam-nos ‘estórias’ através dos testemunhos pessoais do cidadão comum enquanto utente dos serviços de saúde – não raras vezes, estas ‘estórias’ mostram uma experiência negativa ou algo que correu mal. Porque, de facto, “ser espetador de calamidades que se passam noutra país é uma experiência moderna quintessencial, a oferta cumulativa de mais de século e meio destes turistas profissionais, especializados, a que se chama jornalistas” (Sontag, 2003: 25). Somos atraídos pela simulação do real que nos é dada a ver pelos meios de comunicação social, alheando-nos de nós mesmos.

Apesar da atração que o público tem por calamidades, a simulação proporcionada pelos *media* é envolvida por uma magia que cativa o ser humano e o seduz a ponto de ser mais interessante do que a própria realidade.

Segundo o francês Xavier Couture, é graças a uma realidade reconstituída, hipérbole do mundo real, que o telespetador escapa a si mesmo (Couture, 2005: 84). Este escapar a si mesmo é o alheamento da realidade, a procura pela evasão; é também aquilo que procuramos nos *media*.

Também a escritora norte-americana Susan Sontag alude a esta cultura da simulação, afirmando que

“a consciência do sofrimento que se vai acumulando num número selecionado de guerras ocorrendo por todo o lado é algo fabricado. Principalmente na forma como é registado pelas câmaras, surge num relâmpago, é partilhado por inúmeras pessoas, e desaparece da nossa vista” (Sontag, 2003: 26-27).

Sontag faz ainda uma distinção entre o registo fotográfico e o escrito, defendendo que a fotografia “tem apenas uma linguagem e destina-se potencialmente a todos”, enquanto a escrita “se dirige a um grupo de leitores mais vasto ou mais restrito” (*ibidem*). “Sabemos que as imagens são fabricadas”, refere também neste sentido Moisés de Lemos Martins (2011: 82), que escreve que “fazemos de conta que elas são a mesma coisa”. A imediatez da imagem e a sua aproximação com o objeto real fazem com que, por vezes, tenhamos a crença de que a “realidade é aquilo que nos é dado a ver pela imagem” (*ibidem*). A televisão é um bom exemplo disto, pela aproximação que traz à realidade – a imagem é muito poderosa, e faz-nos crer que estamos em presença do real, daquilo que de facto

aconteceu. Talvez queiramos crer que o que nos é dado a ver é real, e não um simulacro da realidade.

O ex-director da TF1, Xavier Couture, diz que os *media* restituem a realidade como uma janela sobre a ‘verdade’, o que faz com que o telespetador possa acreditar naquilo que vê (Couture, 2005: 29). A imagem surge como uma verdade aparente, para nos tocar e comover, provocando uma série de reações instantâneas pouco afetadas pela capacidade crítica do público (*idem*: 30). De facto, este apelo constante à emoção fácil, proporcionado pelos meios de comunicação social (em especial pela televisão), tolda a capacidade crítica e de pensamento do público. A sociedade é assim construída pela junção de emoções, pela necessidade de acreditar na simulação e de se alhear do mundo, ainda que recorrendo à dor e desgraça alheias.

Mas não é apenas a cobertura de acidentes ou tragédias que atrai os *media*, sendo que o campo da saúde é bastante amplo e abre janelas para a exposição do sofrimento, por exemplo em peças jornalísticas sobre doenças oncológicas, cuidados paliativos, doenças raras, etc. Oliveira refere que o ponto comum é sempre o olhar sobre a morte dos outros, numa atitude de reconhecimento da “fatalidade da iminência inescapável da nossa própria morte” (2005: 1957). A morte, como inevitabilidade da condição humana, é aquilo que nos assemelha ao outro. Todos estamos destinados a morrer, e talvez esta seja uma explicação para a atração pela catástrofe e aquilo que nos torna “consumidores da violência como espetáculo” (Sontag, 2003: 116).

O *Jornal de Notícias* publicou, ao longo do mês de Novembro de 2012, 15 artigos noticiosos na área da saúde e nos quais o paciente ou cidadão comum figuram como fonte de informação. Este trabalho – que é desenvolvido no âmbito de uma tese de doutoramento sobre a mediatização da saúde na imprensa portuguesa – faz uma análise dos textos de saúde a partir de nove variáveis: *ano de análise; data; jornal; título; doença; tipo de artigo; motivo de noticiabilidade; tempo da notícia; tamanho; lugar da notícia; presença e número de fontes*. Escolheu-se o *Jornal de Notícias* pela sua linha editorial – diário de cariz popular.

Na nossa amostra, os motivos de noticiabilidade mais recorrentes são os *Retratos de Situação* (em que se assinalam efemérides ou se faz o retrato de uma doença ou da vida de um paciente, por exemplo) e as *Práticas Clínicas e Tratamentos*, mais concretamente as *Suspeitas de Negligência*. Este é um tema que envolve muito o cidadão comum enquanto utente dos serviços de saúde, uma vez que é o principal visado, e esta categoria engloba todas as situações em que, no âmbito de um procedimento clínico ou de um tratamento, há uma suspeita de atos ilícitos ou de negligência médica. No entanto, não há muitas peças

que façam o retrato de doenças: cinco artigos têm como referência a doença (a sída; deficiência motora; esclerose; doenças do coração; e doenças raras). Percebe-se, assim, de acordo com a amostra recolhida, que o *Jornal de Notícias* não explora muito o sofrimento alheio e que os canais privilegiados para a exposição da dor não são aqui os mais usados – a reportagem ou os temas relacionados com as doenças. No entanto, um olhar diário mais despreocupado sobre algumas edições pode levar-nos a crer o contrário, nomeadamente pela opção em, por exemplo, ilustrar a notícia com imagens de familiares de vítimas de negligência ou de familiares a segurarem na mão a foto de entes falecidos, de forma inusitada e apelando ao sentimento do leitor (ver **imagens 1 e 2**, das edições do *Jornal de Notícias* de 5 e 1 de Novembro respetivamente).

**Imagem 1:**

**PAIS EXIGEM  
SABER POR QUE  
MORREU FILHO  
AOS 23 DIAS**



Imagem 2:



# PAIS DE BARCELOS ACUSAM HOSPITAL DE NEGLIGÊNCIA

## Conclusão

É através dos *media* que se dá a conhecer o sofrimento e a dor, numa tentativa de reconhecer que cada um de nós terá um fim. Ao conceder-mos ao outro, ao darmos-nos a conhecer perante uma plateia que atenta ao nosso sofrimento, estamos a contribuir para uma socialização que de outro modo não seria possível. Esta exteriorização da emoção faz com que os sentimentos se tornem reais aos olhos dos outros. O sentir torna-se efetivo com o processo de exteriorização e conseqüente alheamento. Procuramos os *media* por identificação de pares, como forma de vermos e revermos situações em que nos reconheçamos e sejam idênticas à nossa. E, aqui, podemos dizer que o que nos move é um egoísmo que causa repulsa quando somos levados a refletir sobre o que acabámos de pensar ou sentir após a leitura de uma notícia ou o olhar sobre uma imagem. O regozijo inicial transforma-se numa repulsa por nós próprios, por um sentimento de culpa, logo

seguido de um sentimento de tristeza partilhada com aquele que é “objeto” da notícia, uma compaixão que impediu a reflexão inicial.

Enquanto extensões dos sentidos humanos, os *media* exacerbam as emoções, colocam-nas em perspetiva, escrutinam realidades que são por natureza do foro privado, transformam-nas em experiências coletivas e vividas em conjunto.

A cultura da simulação encontra na televisão enquanto meio de comunicação o seu expoente máximo, sendo que a imagem contribui para este simulacro do real. É a imagem que mais apela à emoção, que nos faz crer que o que vemos é real. Apesar de a realidade ser a desgraça, a catástrofe, a morte, o público é atraído para essas calamidades. Com a ajuda dos “turistas profissionais” (Sontag, 2003) a que chamamos jornalistas, o público olha para o sofrimento alheio e vê as tragédias como o espetador de calamidades que é, num *voyerismo* impensado.

Como pista para investigações futuras, importaria desenvolver mais estudos que nos permitissem analisar as perceções dos públicos face às notícias e imagens relacionadas com saúde e que nos chegam diariamente através dos *media*. Esta temática é muito relevante para uma melhor compreensão dos processos de socialização e das relações não só interpessoais mas também entre os próprios *media* e os cidadãos.

## Referências bibliográficas

- Baudrillard, J. (1992) *Da sedução*. Campinas: Papirus
- Boltanski, L. (2007) *La souffrance à distance. Morale humanitaire, médias et politique*. France: Éditions Métailié
- Couture, X. (2005) *La dictature de l'émotion: Où va la télévision?* France: Louis Audibert Editions
- Kerckhove, D. (1997) *A Pele da Cultura*. Lisboa: Relógio D'Água.
- Maffesoli, M. (1996) *Eloge de la raison sensible*. Paris: Grasset
- Martins, M. L. (2011) *Crise no castelo da cultura. Das estrelas para os ecrãs*. Coimbra: Grácio Editor
- Oliveira, M. (2005) “Olhando a morte dos outros” in Livro de Atas do 4º SOPCOM
- Perniola, M. (1993) *Do Sentir*. Lisboa: Editorial Presença
- Sontag, S. (2003) *Olhando o sofrimento dos outros*. Lisboa: Gótica