
A Teoria e a Prática no “Estudo Avançado em Fotografia (EAF)” do Centro Universitário Carioca (RJ)¹

Flaviano Silva QUARESMA²

Altayr Montan DEROSI³

Emmanuelle Dias VACCARINI⁴

Centro Universitário Carioca, Rio de Janeiro, RJ

RESUMO

Este artigo tem o objetivo de apresentar o grupo “Estudo Avançado em Fotografia”, do Centro Universitário Carioca (Unicarioca/RJ), que foi criado a partir da dinâmica relacional entre “sentimento, técnica e subjetividade”. Dinâmica esta observada e identificada nos estudantes das disciplinas *Fotografia*, *Fotojornalismo* e *Fotografia Publicitária* vinculadas aos cursos de graduação em Jornalismo e Publicidade e Propaganda. Dinâmica que nos revelou a necessidade de desenvolver um espaço amplo para o aprofundamento teórico ligado à técnica e ao experimento no contexto do campo de atuação em várias frentes de trabalho.

PALAVRAS-CHAVE: fotografia, fotografia publicitária; fotojornalismo; teoria e prática fotográfica; comunicação.

O Sentimento, a Técnica e a Subjetividade

Cartier-Bresson (2015), em seu livro *O imaginário segundo a natureza*, explicou que a câmera lhe servia para criar um diário pessoal a respeito do mundo e que fotografar seria uma tentativa de entender a realidade. Para ele, era necessário alcançar, trabalhando, a consciência do que se faz e que para isso seria preciso evitar metralhar, fotografar rápido e maquinalmente, sobrecarregar-se assim de esboços inúteis, que

¹ Trabalho apresentado na DT 4 – Comunicação Audiovisual do XXIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de junho de 2019.

² Mestre em Comunicação para o Desenvolvimento Local pelo POSMEX/UFRPE e professor dos cursos de Publicidade e Jornalismo da Unicarioca-RJ, e-mail: flavianoq@gmail.com.

³ Mestre em Ensino de Ciências da Saúde e do Ambiente pelo Programa de Pós-Graduação em Educação do Centro Universitário Plínio Leite e professor dos cursos de Publicidade e Jornalismo da Unicarioca-RJ, e-mail: altayrderossi@yahoo.com.br.

⁴ Doutora em Artes Visuais pela EBA/UFRJ e professora do curso de Cinema na Academia Internacional de Cinema (AIC/RJ) e dos cursos de Publicidade e Jornalismo da Unicarioca-RJ, e-mail: manuvaccarini@gmail.com.

entulhariam a memória e perturbariam a nitidez do conjunto. Ritchin (2014) vê em Cartier-Bresson uma referência para o trabalho dos futuros profissionais, pois ele não mascarava o elemento subjetivo da sua atuação. Para Ritchin, o fotógrafo francês pertence a uma linhagem que adotou por vezes a credibilidade da condição de fotógrafo de forma irônica. Uma técnica praticada em diferentes estilos por Richard Avedon, Raymond Depardon, Gilles Peress e outros. Essa foi a perspectiva que moveu o projeto *A família*, de Richard Avedon, publicado em 1976 na revista *Rolling Stone*, e que reuniu 69 retratos em preto e branco da elite política e jornalística dos Estados Unidos. As personalidades apareceram em poses que “são o contrário da tentativa de neutralidade ou lisonja” (RITCHIN, 2014).

Nomeamos este subtítulo de “O sentimento, a técnica e a subjetividade”, iniciando este artigo com o pensamento de Cartier-Bresson, porque o grupo “Estudo Avançado em Fotografia (EAF), do Centro Universitário Carioca (Unicarioca/RJ), nasceu a partir dessa dinâmica relacional entre “sentimento, técnica e subjetividade”. Dinâmica esta observada e identificada nos estudantes das disciplinas *Fotografia*, *Fotojornalismo* e *Fotografia Publicitária* vinculadas aos cursos de graduação em Jornalismo e Publicidade e Propaganda. Dinâmica que nos revelou a necessidade de criar um espaço amplo para o aprofundamento teórico ligado à técnica e ao experimento no contexto do campo de atuação em várias frentes de trabalho.

A admissão da própria subjetividade é um direcionamento pedagógico adotado pelo EAF que se insere numa seara composta de perspectivas que pensa a Fotografia um lugar de magnitude subjetiva, mesmo com uma série de contextos práticos e técnicos envolvida nas atividades desenvolvidas na instituição de ensino superior.

As Linhas Práticas do EAF

O Ensino Avançado em Fotografia (EAF), além de promover estudos que acontecem uma vez por semana no Núcleo de Comunicação da Unicarioca, também é responsável por oficinas com práticas de estúdio, pela orientação das atividades de cobertura dos eventos realizados na instituição e, ainda, pelas práticas em profundidade

realizadas por estudantes. As linhas exclusivamente práticas do Ensino Avançado em Fotografia são as de “Fotografia Publicitária”, “Fotojornalismo”, “Fotografia Artística” e “Fotografia Documental”.

O objetivo dessas linhas são: a) desenvolver a prática da fotografia no âmbito acadêmico, proporcionando ao estudante do Centro Unicarioca um desenvolvimento instrumental-prático ligado à fotografia; b) institucionalizar a prática fotográfica na instituição, resgatar e manter viva a sua história, bem como prestar serviços fotográficos a toda comunidade acadêmica; c) levar a fotografia para além dos muros acadêmicos, com práticas sociais em escolas e comunidades do entorno (nos bairros Rio Comprido e Méier, do Rio de Janeiro); d) promover cursos e atividades de extensão e de formação extraclasse nas diversas áreas da fotografia publicitária, jornalística, artística e documental.

Como ressalta Buitoni (2011), as fotografias compõem um patrimônio cultural que ultrapassa os limites do momento que lhes deu origem e se tornam importante referencial de uma época. Concordando com a autora, nós também acreditamos que a fotografia conta com uma aplicabilidade extraordinária:

“Objeto de estudo, instrumento de percepção, ferramenta de trabalho, registro, memória, meio de expressão, comunicação, documento, informação, produção e subjetividades, o campo é imenso e as artes, as ciências em geral e as práticas sociais têm-se valido fartamente das fotografias como suporte privilegiado, braço direito de suas análises, documento comprobatório, etc. O caminho inverso também tem favorecido a compreensão da fotografia como fenômeno para além da sua natureza técnica e tem se beneficiado desses outros olhares que a dissecam pela história, antropologia, sociologia, psicologia, pelos estudos da memória” (BUITONI, 2011, p. 128-129).

Nesse sentido, as linhas práticas do EAF entende o quanto é importante alcançar o máximo dessa aplicabilidade da fotografia e por isso, tem desenvolvido atividades com esse propósito. É necessário destacar que o olhar fotográfico, como afirma Buitoni (2011), vem sendo construído, modelizado, desde que a fotografia existe, não só pelo parentesco com o desenho, a pintura e seus códigos de apresentação do real ou mesmo de produção de um real, mas guiado também pelas condições técnicas que foram se modificando com o desenvolvimento científico e tecnológico da indústria fotográfica.

A fotografia tem um lugar de destaque graças à natureza física de como registra o real e esta condição a fez ganhar, desde a sua descoberta, *status* fabuloso como testemunho e credibilidade, um registro “que não mente e que vale por mil palavras”. Entretanto, hoje, como enfatiza Buitoni (2011), temos a obrigação de saber da relatividade desses argumentos. “É neste aspecto que está a importância maior do ensino da fotografia” (BUITONI, 2011, p. 130).

Na linha prática de “Fotografia Publicitária”, os trabalhos são realizados para atender uma infinidade de veículos de mídia: cartaz, *outdoor*, catálogo, *backbus*, *backlights*, anúncio impresso para jornal e revista, folhetos, adesivações para mobiliários urbanos. Além dos estudos de elaboração de conceitos técnicos, também há prática da tradução e aplicabilidade de uma interpretação conceitual. Ligado a isso, o domínio técnico em relação ao planejamento de sessões, à produção, composição, iluminação, pós-produção e manipulação de arquivos finais são foco das atividades desenvolvidas. No entanto, como lembra Präkel (2012), a necessidade de compreender as motivações e o *marketing* para conseguir criar imagens fortes e convincentes aptas para os anúncios reforça os motivos pelos quais os fotógrafos que desejem trabalhar nesse setor tenham a mais ampla formação possível.

Imagem 1: Fotografia do projeto publicitário “Na Compota”, de 2018.



Fonte: EAF/Diego Maranhão

Na linha prática de “Fotojornalismo”, os projetos estão vinculados tanto à cobertura de eventos, quanto a narrativas específicas que surgem de diversas pautas definidas nos encontros semanais. Aqui, cultivamos a mesma ideia de Buitoni (2011, p. 131) de que “a experiência direta e completa com os procedimentos que envolvem o ato fotográfico e a compreensão de cada etapa de todo o processo é que poderão dar ao futuro profissional a dimensão do papel social da fotografia e do fotógrafo como produtor de realidades”. Nesse sentido, é importante não perder de vista que o fotojornalismo é um fenômeno que tem historicidade, e a emergência e decadência de estilos e categorias são fruto de uma conjunção de fatores socioculturais, técnicos, econômicos e políticos (BUITONI, 2011).

Imagem 2: Fotografia de cobertura jornalística do evento “Unicarioca em Foco”, de 2018.



Fonte: EAF/Yasmin Gatti

Na linha prática da “Fotografia Documental”, temas que apresentam uma relação íntima com os estudantes são prioritários. Partimos da ideia de que no campo do Documental está sendo formada uma nova cultura de apreciação da fotografia, com foco em sua plasticidade, conteúdo estilístico e no caráter expressivo que lhe pode ser conferido, mas que a novidade tecnológica, tão comum entre os fotógrafos não é,

necessariamente sinônimo de inovação estética, pois esta depende muito mais do imaginário do artista (HORN, 2019). Com esse direcionamento, compreendemos que o regime de verdade mudou, e a verdade do documento não era a verdade da expressão, outras imagens e outras tecnologias apareceram, ocorreram uma fusão da fotografia com as redes digitais e os conceitos de imagem mudaram. Com foco nessa perspectiva, um trabalho recente está sendo desenvolvido pelo estudante de Jornalismo Felipe Alcântara. O projeto intitulado “Clandestino”, ambientado na terra árida do município paraibano de Assunção, Nordeste brasileiro, está apresentando as facetas do trabalho clandestino na mineração do caulim⁵, que está sujeita a população local de pouco mais de 3.500 habitantes.

Imagem 3: Fotografia do projeto documental “Clandestino”, de 2019.

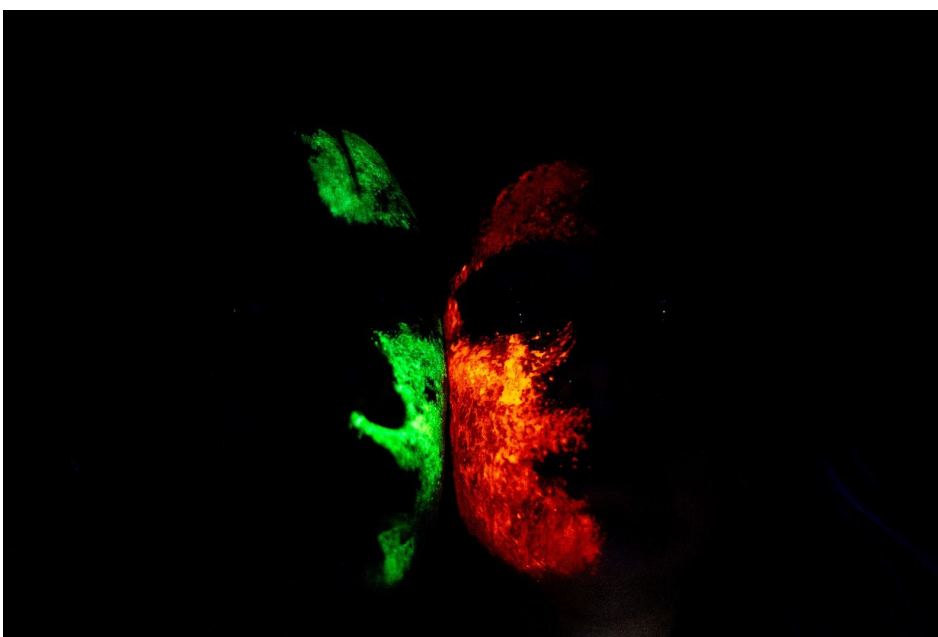


Fonte: EAF/Felipe Alcântara

⁵ *Caulim* ou *caulino* é um minério composto de silicatos hidratados de alumínio, como a caulinita e a haloisita, e apresenta características especiais que permitem sua utilização na fabricação de papel, cerâmica, tintas, etc. Apresenta plasticidade e resistência mecânica, a seco.

A linha prática da “Fotografia Artística” é orientada por um escopo amplo de influências e experimentações porque o próprio campo exige essa liberdade e autonomia. Um exemplo dessa perspectiva é o projeto “Néon”, do estudante Gabriel Simor, que está trazendo uma problematização sobre arte, que não se baseia apenas na capacidade técnica, mas no modo de ver e analisar as imagens. Cotton (2013), em seu livro “A Fotografia Como Arte Contemporânea”, explica que a fotografia como arte contemporânea no século XXI é intensamente influenciada pelo impulso do mercado de arte atual e pelo impacto das tecnologias digitais como na produção quanto na disseminação de imagens. Para ela, ao mesmo tempo, os fotógrafos artísticos contemporâneos também são inspirados pela história de seu suporte ao longo dos séculos XIX e XX, aproveitando-a frequentemente como deixa imaginativa para seus trabalhos. Assim, “Néon” trabalha essa referência do experimentalismo da fotografia europeia de vanguarda do começo do século XX, mas inserido num contexto contemporâneo de imagens digitais, tecnologias de manipulação de imagens e subjetividades.

Imagem 4: Fotografia do projeto artístico “Néon”, de 2019.



Fonte: EAF/Gabriel Simor

“Imagem, Poéticas Enunciativas e Publicidade”

“Imagem, Poéticas Enunciativas e Publicidade” é uma linha de pesquisa ligada ao EAF, coordenada pelo professor e pesquisador Flaviano Quaresma e que envolve cinco estudantes de graduação do curso Publicidade e Propaganda. O principal objetivo é a *reflexão*, a partir da análise de produtos imagéticos publicitários e propagandísticos veiculados no ambiente multiplataforma, e a *orientação* de projetos experimentais que apresentam o diálogo entre imagem fotográfica, poéticas enunciativas e publicidade.

“Cartografia da Imagem Publicitária”, por exemplo, é uma das frentes de trabalho ligadas à linha de pesquisa. Esse trabalho parte do rizoma técnico ligado à poética enunciativa do banco Santander, de julho de 2016, veiculada na TV e em outros *devices* online e nomeada “O que o Santander pode fazer pela sua empresa hoje?”. Todas as linhas rizomáticas definidas para esta frente investigativa do EAF têm a estratégia de apresentar conexão, heterogeneidade, multiplicidade, ruptura *a-significante*⁶ e cartografia, tomando como orientação central as propostas de Deleuze e Guattari (2000). O estudo é conduzido pelo método da cartografia, um modo de pensar a comunicação encaminhando-se sempre para a produção da diferença e para uma nova maneira de adquirir conhecimento sob a perspectiva de um “mapa movente”, com o planejamento da pesquisa sujeito a permanente modificação, longe de ser um planejamento de modo cartesiano, como direciona Rosário (2008).

Um dos primeiros resultados das análises que estão em andamento na “Cartografia da Imagem Publicitária” é o das conexões entre a poética enunciativa do *Santander*, a do *Google* e a do *Toddy*, em relação às poéticas computacionais de três peças publicitárias dessas marcas, para corroborar a pertinência do estudo e exemplificar as notas para uma genealogia da *Imagem Publicitária Complexa*⁷, principal

⁶ Segundo Flavia Turino Ferreira (2008), o quarto princípio de um rizoma é o de ruptura *a-significante*, que diz respeito aos processos de territorialização e desterritorialização. Implica que, no rizoma, estão contidas não só linhas de fuga e rupturas, mas também árvores e raízes. Assim sendo, o rizoma pode tanto acabar produzindo uma árvore numa linha de fuga, quanto produzindo linhas de fuga em sistemas hierarquizados. Tais processos de territorialização e desterritorialização fazem parte um do outro.

⁷ *Imagem Publicitária Complexa* é o aninhamento de múltiplas linguagens (fotografia, elementos gráficos, desenho, pintura, animação e áudio), partindo da fotografia e desenvolvida para uma infinidade

objetivo dessa atividade. Uma contribuição significativa inicial para uma genealogia da “imagem publicitária complexa”, ligada a essa análise, se insere no cenário das poéticas computacionais; das mídias que têm características fluidas no que tange à apropriação de uma infinidade de conteúdos de formatos de arquivo cada vez mais flexíveis; de maior liberdade e autonomia na produção de linguagens sem as amarras dos gêneros classificatórios e temáticos (sejam elas audiovisuais, fotográficas, gráficas e sensoriais) e de seus aninhamentos; da busca por *experiências multi-líquidas*⁸ do consumidor.

Outra frente de trabalho da linha de pesquisa “Imagem, Poéticas Enunciativas e Publicidade” é chamada de “Gifs Publicitários”, que também está na seara contemporânea da Fotografia Publicitária da ruptura de limites, da fragmentação do plano e da polivalência de significados (LEIVA, 2005) e que é a principal perspectiva teórica que orienta os estudos. Ligada a essa frente de investigação, foi desenvolvida uma série de trabalhos vinda das Atividades Práticas Supervisionadas (APS), uma das avaliações da disciplina Fotografia Publicitária do curso de Publicidade da Unicarioca (RJ). Além de produtos fotográficos que têm os *gifs* como formatos prioritários, a proposta é também refletir que experiências precisam ser buscadas, produzidas e promovidas, tendo como contexto comunicacional o campo flexível da poética das imagens, do espaço de consumo e da circulação cada vez mais circulante desses conteúdos.

A linha de pesquisa defende que a liberdade conquistada pela linguagem fotográfica tem mexido estruturalmente nas formas (articulação interna) e nos formatos (aparência exterior), seguindo as definições de Aristóteles⁹. Essa transformação não só exige que pensemos a Fotografia Publicitária para além das formas e dos formatos, mas também no seu conceito que já carrega uma magnitude de desterritorialização ou de

de dispositivos, com o objetivo de incentivar as relações humanas tendo a autonomia dos sentidos de uso elaborados pelos indivíduos como base, que por isso precisa se desvincular da transitividade da venda de produtos, serviços e ideias (QUARESMA, 2019).

⁸ A partir da perspectiva dos *espaços de consumo*, como explica Quaresma (2018), um espaço coletivizado, colaborativo, cheio de vias de mão-dupla, todos-todos, avançamos na compreensão dessa experiência com base nos níveis de fluidez que pode apresentar a prática de consumo de imagens por parte dos indivíduos. Níveis esses comparados às densidades líquidas, conceito da Química.

⁹ Para Aristóteles, *formato* é a mera aparência exterior, ao passo que *forma* é articulação interna, ordem constitutiva, e princípio de unidade e funcionamento. Para o filósofo uma mão decepada teria ainda o formato de mão, mas não mais a sua forma. Aristotle’s Concept of Matter and Form, Jonathan Barnes, Aristotle in Greek Philosophers, Oxford, 1999.

sentido meramente burocrático com a atividade prática do mercado que produz e que contrata.

“Unicarioca em Foco”, o Encontro de Fotografia Promovido pelo EAF

2019 é o segundo ano de realização do evento “Unicarioca em Foco”, encontro de fotografia que reúne profissionais, pesquisadores, professores e estudantes para debater ideias, práticas e compartilhar experiências. A proposta é apresentar profissionais e campos de atuação em que a fotografia é o grande foco, aproximando as nuances detalhadas da atividade do ambiente acadêmico.

Na primeira edição, que aconteceu em novembro de 2018, os fotógrafos Luis Alvarenga (ex-editor de fotografia do Jornal Extra e fundador e diretor do curso de fotografia In Foco), Julius Dadalti (fotógrafo paisagista que produz reportagens sobre viagens para revistas especializadas), Betinho Casas Novas (ex-editor e diretor de fotografia do Jornal Voz das Comunidades, especialista em coberturas de operações militares e conflitos urbanos, que já teve imagens publicadas em grandes jornais do mundo (como *The New York Times*, *The Guardian*, *El País* e *The Independent*); e Sandro Vox (fotojornalista do *Jornal O Dia* e fotodocumentarista do *Lance!*, cuja mostra “Chão de Barro” foi exposta na Rússia durante a Copa do Mundo de Futebol e que também passou pelo Brasil, por Marrocos e pelo Museu do Louvre, na França), compartilharam conhecimentos e experiências profissionais, revelando aos alunos os maiores desafios encontrados em suas áreas de atuação. Nesta edição em 2018, o encontro também contou com uma oficina de fotojornalismo com o professor Altayr Derossi e o estudante Diego Maranhão (fotojornalista da agência *Futura Press*) – na qual evidenciaram a teoria e as técnicas ligadas ao ofício profissional.

Dois encontros serão promovidos pelo EAF em 2019. O “Unicarioca em Foco” tem definido temáticas e/ou enfoques levando em consideração demandas de mercado, interesses profissionais e acadêmicos. Um exemplo dessa aglutinação de interesses é a temática da *pós-produção* (manipulação e tratamento de imagens via *softwares*). Como ressalta Munhoz (2014), o surgimento da fotografia digital permitiu um amplo e

democrático acesso à fotografia, não apenas no tocante a equipamentos mais acessíveis, inteligentes e automatizados ou pelas novas oportunidades viabilizadas pela *Web*, mas especialmente pelas possibilidades abertas por uma variedade de novas ferramentas, *softwares* de edição de imagens, que ampliam em muito a capacidade de intervenção sobre a fotografia, tornando o acesso do público às técnicas de manipulação e tratamento amplamente generalizado. Nesse sentido, pensamos ser imprescindível a aproximação da prática profissional apresentada pelos profissionais convidados dos estudantes que, em muitos casos, apenas têm o contato com as experiências e os debates trazidos pelos professores em sala de aula.

Consideramos o “Unicarioca em Foco” um espaço importante que possibilita a ampliação do conhecimento, principalmente em relação às práticas profissionais no mercado de trabalho, mas também a criação de uma rede de relações que ultrapassam os muros da instituição de ensino.

Considerações Finais

Buitoni (2011) enfatiza que uma linguagem visual como a da fotografia, mediada por dispositivos técnicos tais como objetivas, diafragmas, obturadores, fotômetros etc., corre o risco de ser mal interpretada no contexto de um curso de graduação, seja ele Jornalismo, Publicidade, Design, Audiovisual, se “se referenciar mais aos seus procedimentos físicos, mecânicos e técnicos” (p. 127). Sabemos que a técnica não pode ser ignorada, visto que ela tem potência para provocar outros modos de perceber, ver, conhecer um objeto, uma realidade. Como afirma Buitoni, é a noção de tecnicidade como habilidade para fazer, gerar, expressar, comunicar por meio da fotografia, um instrumento técnico fruto da era da máquina, da revolução industrial, do capitalismo moderno, de controle da natureza através da ciência.

Os professores vinculados ao Estudo Avançado em Fotografia (EAF) percebem a importância que um grupo como este pode representar e contribuir na ampliação do conhecimento a partir da aprendizagem por meio de suas atividades. Por isso, acreditamos

“que expor os futuros profissionais aos modos pelos quais uma linguagem produzida por um meio tecnológico se anuncia, para que conheçam por dentro as operações e os caminhos percorridos, no caso da fotografia, entre a decisão que antecede o clique e a sua visibilidade, pode despertar curiosidades e desenvolver potencialidade escondidas” (BUITONI, 2011, p. 128).

Sendo assim, precisamos fortalecer os laços que o EAF tem construído nesses dois últimos anos de sua existência no Centro Universitário Carioca, no Rio de Janeiro. Seja nas dimensões de criação, de produção, de interpretação e da técnica, ligadas às Diretrizes Curriculares ou para além delas, grupos com o perfil do EAF são especialmente significativos para o campo da Fotografia.

Referências

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

BRESSON, Henri Cartier. **O Imaginário Segundo a Natureza**. São Paulo: GG Brasil, 2015.

BUITONI, Dulcília Schroeder. **Fotografia e Jornalismo: a informação pela imagem**. São Paulo: Saraiva, 2011.

COTTON, Charlotte. **A fotografia como arte contemporânea**. São Paulo: Martins Fontes, 2013.

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia**. Volume 01. Rio de Janeiro: Editora 34, 2000.

EGUIZÁBAL, Raúl. **Fotografía Publicitaria**. Madrid: Cátedra, 2011.

FERREIRA, Flavia Turino. **Rizoma: um método para as redes?** *In*: Liinc em Revista, v.4, n.1, março 2008, Rio de Janeiro, p.28-40. Disponível em <http://www.ibict.br/liinc>

FONTCUBERTA, Joan. **A câmera de pandora: a fotografi@ depois da fotografia**. São Paulo: Editora G. Gilli, 2012.

HORN, Evelyse Lins. **FOTOGRAFIA-EXPRESSÃO: a fotografia entre o documental e a arte contemporânea**. Acessado em 13/04/2019. Disponível em http://www.poscom.ufc.br/arquivos/fotografia_express%E3o.pdf

LEIVA, Jorge Lens. **Tendencias de la Fotografía Publicitaria Contemporánea: Grandes Marcas, Grandes Conceptos**. *In*: El Análisis de La Imagen Fotográfica. LITA, Rafael López; FELICI, Javier Marzal; TARÍN, Fco. Javier Gómez (ORGS.). Castellón, Espanha: Universitat

Jaume I, 2005.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Sulina, 2005.

MUNHOZ, Paulo César Vialle. **Manipulação, Prática Profissional e Deontologia na Fotografia de Informação: primeiros resultados de uma pesquisa em andamento**. In: Revista Científica Vozes dos Vales – UFVJM – MG – Brasil – Nº 07 – Ano IV – 05/2015. Reg.: 120.2.095–2011 – UFVJM. Disponível em <http://site.ufvjm.edu.br/revistamultidisciplinar/files/2015/05/Paulo-C%C3%A9sar-Vialle-Munhoz.pdf>

PRÄKEL, David. **Fundamentos da Fotografia Criativa**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2012.

QUARESMA, Flaviano. **A busca pela experiência multi-líquida no contexto da Fotografia Publicitária**. Anais do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Joinville - SC – 2 a 8/09/2018. Disponível em <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0269-1.pdf>

_____. **Representações Líquidas**. Paraná: Appris, 2017.

RITCHIN, Fred. **Crise no fotojornalismo?** In: Revista de Fotografia Zum, 2014. Disponível em https://revistazum.com.br/revista-zum_6/fotojornalismo-em-crise/ Acessado em 18/04/2018.

ROSÁRIO, N. M. Mitos e cartografias: novos olhares metodológicos na comunicação. In: A. E. MALDONADO; J. A. BONIN; N. M. ROSÁRIO (orgs.). **Perspectivas metodológicas em comunicação: desafios na prática investigativa**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2008.

SANTAELLA, Lucia. **Mídias locativas: a internet móvel de lugares e coisas**. In: Revista Famecos, 35. Porto Alegre: PUC-RS, 2008.