

Virada Digital: A Resignificação da Fotografia na Mídia, no Cotidiano e na Pesquisa¹

Raquel Paixão Rebouças²
Centro Universitário Newton Paiva, Minas Gerais, MG

Lauro Almeida de Moraes³
Universidade Federal do Paraná, Paraná, PR

RESUMO

A incorporação da tecnologia digital na produção fotográfica possibilitou a democratização e disseminação dessa arte, facilitada pela aquisição de câmeras digitais de diversos formatos. Este artigo de revisão tem como proposta a reflexão acerca das mudanças ocorridas no fazer fotográfico a partir do surgimento da fotografia digital e do crescente interesse do meio acadêmico em realizar pesquisas que tenham como objeto empírico a fotografia nas diversas mídias. Para isso, realizou-se também uma breve pesquisa exploratória na base digital de teses e dissertações da Biblioteca Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) que demonstrou quantitativamente o contexto atual das produções científicas em fotografia no Brasil nos últimos quinze anos.

PALAVRAS-CHAVE: fotografia; técnicas digitais; comunicação; mídia; pesquisa.

INTRODUÇÃO

As mudanças ocorridas na fotografia desde a incorporação das técnicas digitais no processo de produção da imagem alteraram substancialmente essa prática social. Se antigamente o ato fotográfico ficava restrito às camadas sociais mais abastadas, hoje, com a democratização do acesso aos equipamentos, fotografar transformou-se no que Flusser (2002) denomina "mania fotográfica".

Na mídia, a imagem fotográfica é utilizada por diversos meios de comunicação, desde os impressos, como jornais, livros e revistas, aos digitais, como *sites*, *blogs* e redes sociais. No fotojornalismo, a fotografia cumpre o papel informativo, interpretativo, documental ou de caráter ilustrativo, sendo adotada pela imprensa ou por outros meios

¹ Trabalho apresentado no IJ 04 – Comunicação Audiovisual do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2016.

² Estudante de Graduação 2º semestre do curso de Pedagogia do Centro Universitário Newton Paiva. Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pelo Centro Universitário de Belo Horizonte e especialista em Gestão de Políticas Públicas e Projetos Sociais pela Universidade Vale do Rio Doce, email: raquelpaixao@gmail.com.

³ Jornalista. Mestre em Cultura e Turismo pela Universidade Estadual de Santa Cruz. Doutorando em Geografia na Universidade Federal do Paraná., email: lauro.jornalismo@gmail.com.

como fonte de informação atual (SOUSA, 2000). Na publicidade, a imagem é utilizada para fazer o que Malanga (1979) define como despertar o interesse do público pelo consumo. Com o surgimento da internet e das mídias digitais, o compartilhamento de imagens se deu, num primeiro momento, via computador e, mais recentemente, também por meio de dispositivos portáteis, como celulares e *tablets*. Para Martino, "quem faz e coloca uma foto ou um vídeo em um blog ou rede social espera ser visto. Mais ainda, espera ser apreciado, divulgado, bem-visto" (MARTINO, 2015, p. 129).

Neste contexto, o interesse acadêmico em pesquisar a fotografia cresceu. Hoje, o número de dissertações e teses produzidas nos programas de Comunicação que têm como objeto a fotografia inserida no campo midiático vem ganhando espaço entre os pesquisadores. Para Boris Kossoy, as fotografias são documentos que possuem importante conteúdo para pesquisa.

As fontes fotográficas são possibilidades de investigação e descoberta que promete frutos na medida em que se tentar sistematizar suas informações, estabelecer metodologias adequadas de pesquisa e análise para decifração de seus conteúdos e, por consequência, da realidade que os originou (KOSSOY, 2001, p. 32).

Considerando este contexto, o presente artigo propõe a reflexão acerca das mudanças ocorridas no fazer fotográfico a partir do surgimento da fotografia digital e do crescente interesse do meio acadêmico em realizar pesquisas que tenham como objeto empírico a fotografia nas diversas mídias existentes. Deste modo, aborda-se, inicialmente, a fotografia como linguagem visual da comunicação e a popularização do ato de produzir e reproduzir as imagens a partir do surgimento das câmeras digitais e da internet. Em seguida, abordar-se-á o cenário atual que evidencia o crescimento das produções científicas sobre fotografia em diversas áreas do conhecimento dando enfoque para as pesquisas da área da Comunicação e para os métodos mais utilizados. Por fim, será exposta uma breve pesquisa exploratória que demonstra quantitativamente o contexto atual das produções científicas em fotografia no Brasil nos últimos quinze anos.

FOTOGRAFIA, LINGUAGEM E MÍDIA

A fotografia como forma de linguagem visual portadora de informações tem sido utilizada por vários meios de comunicação, assumindo um propósito específico em cada um deles: noticiar, entreter, socializar, comercializar, entre outros. Kossoy afirma que "é a

fotografia um intrigante documento visual cujo conteúdo é a um só tempo revelador de informações e detonador de emoções" (KOSSOY, 2001, p. 28).

A construção de sentidos da imagem como forma de linguagem depende intrinsecamente do observador ou receptor. Para Aumont (2001), tal receptor é denominado de sujeito e traz consigo "[...] o saber, os afetos, as crenças, que por sua vez, são muito modelados pela vinculação a uma região da história (a uma classe social, a uma época, a uma cultura)" (p. 77). Flusser defende que para interpretar tais imagens necessita-se de uma análise mais crítica.

Fotografias são onipresentes: coladas em álbuns, reproduzidas em jornais, expostas em vitrines, paredes de escritórios, afixadas contra muros sob forma de cartazes, impressas em livros, latas de conservas, camisetas. Que significam tais fotografias? [...] significam conceitos programados, visando a programar magicamente o comportamento de seus receptores. Mas não é o que se vê quando pra elas se olha. Vistas ingenuamente, significam cenas que se imprimiram automaticamente sobre superfícies. (FLUSSER, 2002, p. 37).

Para Roland Barthes, “o que a fotografia reproduz ao infinito só ocorreu uma vez: ela repete mecanicamente o que nunca mais poderá repetir-se existencialmente” (BARTHES, 1984, p. 13). Essa eternização do instante faz com que a fotografia assuma também um caráter documental adotado pelo fotojornalismo que, por meio da combinação de palavras e imagem, representa um fato. (SOUSA, 2000). Segundo Lage, no fotojornalismo, "trata-se de selecionar e enquadrar elementos semânticos de realidade de modo que, congelados na película fotográfica, transmitam informação jornalística" (LAGE, 1999, p. 26). A incumbência que o fotojornalista tem de captar essa realidade faz com que a fotografia no jornalismo assuma o compromisso com a verdade. Para Boris Kossoy, a realidade captada pelo fotógrafo está sob a influência do olhar.

Não é demais enfatizar que este conteúdo é o resultado final de uma seleção de possibilidades de ver, optar, fixar um certo aspecto da *realidade primeira*, cuja decisão cabe exclusivamente ao fotógrafo, quer esteja ele registrando o mundo para si mesmo, quer a serviço de seu contratante. (KOSSOY, 2001, p. 107).

Na publicidade, a fotografia é adotada como um dos mecanismos utilizados para "seduzir" o receptor. Hoje, revistas, jornais e anúncios publicitários produzidos em diversos formatos e para diferentes mídias utilizam-se da fotografia como linguagem, abdicando muitas vezes do texto. Na busca pela construção de sentidos e identificação do receptor, as imagens na publicidade são criadas com um propósito que Malanga (1979) definiu como

persuasivo e com objetivo comercial bem definido, o que a difere do fotojornalismo que tem como premissa o registro verdadeiro de um fato, mais próximo da realidade. Para alcançar o objetivo de convencer o público alvo, a publicidade por meio de imagens busca satisfazer o gosto estético do observador através da recepção que faz de uma propaganda publicitária (Valverde, 2007). Nesse processo, estão envolvidos entre outros elementos, a percepção e a interpretação, como afirma o autor:

A percepção destaca a obra do mundo ordinário e acolhe como um mundo próprio, que nos atinge como um estímulo sensorial, que provoca efeitos em nosso afeto. A interpretação explora as possibilidades abertas pelo fato de que a obra também é capaz de "fazer sentido", mas um sentido aberto, que precisa ser compreendido por um destinatário para acontecer efetivamente (VALVERDE, 2007, p. 293).

FOTOGRAFIA E COMUNICAÇÃO NA ERA DIGITAL

No final da década de 80, o advento da tecnologia digital na produção fotográfica possibilitou a democratização e disseminação dessa arte, facilitada pela aquisição de câmeras digitais de diversos formatos. Assim, a fotografia analógica, que exigia a aquisição de filmes e a revelação de negativos, processos que demandavam custos muitas vezes elevados, foi sendo substituída pela fotografia digital e um novo público consumidor surgiu. Para Mota (2014), os avanços da tecnologia na produção fotográfica e as transformações das práticas sociais propiciaram o consumo.

E os desenvolvimentos que se deram na tecnologia da fotografia caminharam lado a lado com as transformações correspondentes na cultura visual e nas práticas do cotidiano. Tornou-se quase senso comum a ideia de que vivemos num mundo saturado pelas tecnologias e pelos media, espelhado, por exemplo, no vertiginoso crescimento e consumo das tecnologias de uso pessoal. A fotografia pessoal e doméstica continua a ser uma das bem mais sucedidas destas tecnologias de consumo, fortemente incorporada na vida quotidiana de milhares de pessoas (p. 276).

Segundo Morin (1997, p. 22), "as invenções técnicas foram necessárias para que a indústria cultural se tornasse possível". Nesse contexto, o ato fotográfico, antes restrito a uma elite, agora passa a ser acessível a um grande número de pessoas, caracterizando essa democratização como um efeito da cultura de massa (MORIN, 1997). Se por um lado o acesso às novas tecnologias configura-se como possibilidade de democratização de uma

cultura – e neste caso da fotografia – de outro, a popularização acarretou uma produção muitas vezes desprovida de singularidade e propósito. A produção fotográfica contemporânea se reveste do que Barthes chamou de fotografia unária:

A Fotografia unária tem tudo para ser banal, na medida em que a “unidade” da composição é a primeira regra da retórica vulgar (e especialmente escolar): “O tema, diz um conselho aos fotógrafos amadores, deve ser simples, livre de acessórios inúteis; isso tem um nome: a busca da unidade” (BARTHES, 1984, p.66).

Flusser (2002) defende que a indústria fotográfica possibilitou além da democratização do ato fotográfico, o surgimento dos que ele chamou de "analfabetos fotográficos". Estes são dominados pelo aparelho fotográfico e passam a visualizar o mundo somente através dele, produzindo de maneira automática grandes quantidades de imagens genéricas.

Quem contempla álbum de fotógrafo amador, estará vendo a memória de um aparelho, não de um homem. Uma viagem para a Itália, documentada fotograficamente, não registra as vivências, os conhecimentos, os valores do viajante. Registra os lugares onde o aparelho o seduziu para apertar o gatilho. Álbuns são memórias "privadas" apenas no sentido de serem memórias do aparelho. Quanto mais eficientes se tornam os modelos dos aparelhos, tanto melhor atestarão os álbuns, a vitória do aparelho sobre o homem (FLUSSER, 2002, p. 54).

A virada digital ocorrida com as técnicas fotográficas também se deu nos meios de comunicação. Com o surgimento da internet, fotografar ganhou um novo motivo: o compartilhamento. Torna-se oportuno situar a *internet* no contexto da *cibercultura*. Para Martino esse termo foi criado para caracterizar:

a reunião de relações sociais, das produções artísticas, intelectuais e éticas dos seres humanos que se articulam em redes interconectadas de computadores, isto é, o ciberespaço. Trata-se de um fluxo contínuo de ideias, práticas, representações, textos e ações que ocorrem entre as pessoas conectadas por um computador - ou algum dispositivo semelhante - a outros computadores (MARTINO, 2015, p. 27).

Para Lemos & Levy, esta é “uma forma sociocultural que modifica hábitos sociais, práticas de consumo cultural, ritmos de produção e distribuição da informação, criando novas relações no trabalho e no lazer, novas formas de sociabilidade e de comunicação

social” (LEMOS & LÉVY, 2010, p. 22). Neste contexto, o álbum de fotografias antes impresso e compartilhado apenas entre familiares e amigos, no ambiente virtual das redes sociais, blogs e sites, recebe um número expressivo de visualizações. Segundo García-Canclini (2008, p. 54), "as redes virtuais alteram os modos de ver e ler, as formas de reunir-se, falar, escrever, de amar e saber-se amado à distância, ou talvez, imaginá-lo. Desta maneira, o fazer fotográfico também foi alterado. Primeiro pela evolução da técnica instrumental e posteriormente por esse recente modo de reproduzir as fotografias.

A IMAGEM FOTOGRÁFICA COMO OBJETO DE PESQUISA

No contexto atual, o interesse em pesquisar a fotografia cresceu nas mais diversas áreas do conhecimento. Boris Kossoy (2001, p. 31) afirma que "um novo panorama se delineou no ambiente acadêmico no Brasil, na última década, face ao interesse crescente que esse tipo de documentação tem despertado, o que vem suscitando o debate e a reflexão acerca do alcance, do valor e dos limites das fontes fotográficas" . Borges (2003), em sua tese de doutorado intitulada *Fotografia, história e indigenismo: a representação do real no SPI*, afirma:

Na produção acadêmica brasileira, a fotografia e a imagem fílmica surgem enquanto objeto de pesquisa somente a partir da década de sessenta com o doutorado de Paulo Costa Júnior, intitulado *Tutela penal da intimidade e o direito de estar só* defendida em 1967. Até o final da década de setenta foram mais quatro teses entre mestrados e doutorados, com destaque para a abordagem histórica da fotografia no Brasil de Boris Kossoy, *Elementos para o estudo da fotografia no Brasil no século XIX*, concluído em 1979. Nos anos oitenta foram produzidos cerca de doze trabalhos acadêmicos, entre eles o festejado mestrado de Arlindo Machado, *A ilusão especular* [...] A década de noventa foi bem mais prolixa, produzindo cerca de uma centena de trabalhos referentes à linguagem fotográfica e fílmica. Historicamente este boom da pesquisa na área imagética vem na esteira do movimento de questionamento de paradigmas em que o pensamento pós-moderno relativiza a tradição materialista (p. 135-136).

De acordo com Mota (2014), os estudos recentes sobre fotografia, devem aprofundar suas análises, ressaltando não somente os aspectos que consideram as representações da fotografia, mas também, o ato fotográfico como uma prática social cada vez mais popular na sociedade atual.

Mas importa aqui salientar que até há pouco tempo, muitos dos estudos sobre fotografia consistiam em ensaios teóricos, filosóficos, semióticos ou estéticos,

que centravam maioritariamente a sua discussão na análise da imagem como texto, como linguagem, capaz de representar algo que está fora dela, isto é, o seu objecto ou referente. Ou seja, a fotografia enquanto representação. Mas, se a questão central na teoria fotográfica tem sido, desde a invenção da fotografia, “O que é a fotografia?”, o novo protagonismo da experiência visual na cultura digital incita-nos a perguntar “o que é que fazemos com a fotografia?” (p. 278).

Conforme França (2001), é recente a utilização do termo comunicação para denominar o "processo social básico de produção e partilhamento do sentido através da materialização de formas simbólicas" (p. 41). Na Comunicação, a fotografia assume essa função de produzir e partilhar o sentido através dos processos de mediação, intensificados pelos aparatos midiáticos. Segundo Silverstone (2002), a mediação:

implica o movimento de significado de um texto para outro, de um discurso para outro, de um evento para outro. Implica a constante transformação de significados, em grande e pequena escala, importante e desimportante, à medida que textos da mídia e textos sobre mídia circulam em formas escrita, oral e audiovisual, e a medida que nós, individual e coletivamente, direta e indiretamente, colaboramos para sua produção (p. 33).

Deste modo, entender como a mídia utiliza a fotografia na produção de significados tem sido objeto de estudo entre os pesquisadores da comunicação. Tais estudos assumem diferentes vieses e para cada um deles, a escolha do método de pesquisa adequado torna-se imprescindível. Para Moreira (2014), "por ser abrangente e mutante, o campo da Comunicação, ao mesmo tempo em que permite aos pesquisadores a utilização de técnicas peculiares a outras áreas do conhecimento, está mais suscetível a riscos se o objeto da pesquisa não estiver prévia e claramente definido" (p. 270).

Diversos são os métodos utilizados nas análises de imagens fotográficas. Pode-se citar, entre eles, a análise documental, quando a fotografia é tomada como documento histórico; a análise semiótica, quando a pesquisa é voltada para o estudo dos signos e do texto (Iasbeck, 2014); a análise de conteúdo, “destinada à investigação de fenômenos simbólicos por meio de várias técnicas de pesquisa” (FONSECA JÚNIOR, 2014, p. 280); e a análise de imagem. Em relação a este último método, Coutinho (2014) afirma:

No caso das pesquisas em comunicação, poderíamos considerar que a Análise de Imagens poderia ser utilizada em três grandes grupos de estudos. Uma das linhas de investigação considera a imagem como documento (1), outra propõe a análise desta como narrativa (2) e ainda há os que defendem a necessidade de se realizarem *Exercícios do Ver* (3), como Martín-Barbero e German Rey (2001) (p. 331).

Uma relevante etapa da pesquisa acadêmica em comunicação que analisa a fotografia, é a incorporação de pesquisa bibliográfica que contemple e permita a interface entre fotografia, mídia e comunicação. Defende-se, então, um empenho interdisciplinar que reconheça o objeto e identifique as suas categorias basilares, a fim de que formem um conjunto coeso e eficiente para a pesquisa ora proposta, pois “é a totalidade que explica as partes” (SANTOS, 2002, p. 115).

É importante salientar que a pesquisa científica permite a junção de diversos estilos de abordagem e procedimentos metodológicos na busca pelas respostas dos problemas delimitados. Para Santos, "só uma constelação de métodos pode captar o silêncio que persiste entre cada língua que pergunta. Numa fase de revolução científica como a que atravessamos, essa pluralidade de métodos só é possível mediante transgressão metodológica" (SANTOS, 2001, p. 48).

AS PESQUISAS SOBRE FOTOGRAFIA NOS ÚLTIMOS QUINZE ANOS

A popularização do ato fotográfico possibilitado pelo surgimento da fotografia digital e pela evolução das câmeras digitais ao longo das décadas de 1990 e 2000 acarretou um extenso acúmulo de produções fotográficas nas últimas décadas. Para Flusser (2002) “trata-se de alienação do homem em relação a seus próprios instrumentos. O homem se esquece do motivo pelo qual imagens são produzidas: servirem de instrumentos para orientá-lo no mundo” (p. 9). Grande parte dessas produções recentes caracteriza-se por registros amadores, permitidos e incentivados muito pela facilidade de aquisição e manuseio da máquina fotográfica e pouco pelo anseio de registrar o mundo. Nesse excesso de produção criticado pelo autor, “o aparelho é brinquedo sedento por fazer sempre mais fotografias” (FLUSSER, 2002, p. 54), o que expôs os indivíduos a uma gama infindável de imagens fotográficas advindas das mais diversas fontes, entre elas, os meios de comunicação. Jornais, revistas, livros, cartazes e anúncios publicitários, sites de notícia e de entretenimento utilizam as fotografias como instrumento para difundir informação, entreter e socializar, tornando-se também objeto de interesse de pesquisadores desafiados a analisar o conteúdo dessas imagens e a forma como são apresentadas. Tal interesse é confirmado por Kossoy (2001) ao afirmar que o crescimento da produção de trabalhos acadêmicos em fotografia se deu a partir dos anos noventa.

Recente levantamento sobre dissertações e teses (cobrindo as mais diversas áreas de aplicação da fotografia) demonstram o nível desse interesse: nos anos noventa (até fevereiro de 1999) haviam sido defendidos 73 trabalhos, um número significativo se comparados aos 12 dos anos de 1980 e, apenas quatro, da década de 1970 (p. 31).

Com o intuito de atualizar os dados apontados por Kossoy, uma pesquisa exploratória foi realizada com recorte do tempo compreendido entre o mês de janeiro do ano 2000 ao mês de junho de 2015. A mesma indicou a existência de 246 produções acadêmicas (196 dissertações e 50 teses) que estudaram a fotografia, nas mais diversas áreas de conhecimento, nos últimos quinze anos. Na Comunicação, tal pesquisa apontou a produção de 57 trabalhos: 47 dissertações e 10 teses, distribuídas entre os 46 programas de pós-graduação *stricto sensu* desta área no Brasil. Na seleção das produções acadêmicas, foi utilizada como ferramenta de busca a base digital de teses e dissertações da Biblioteca Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD).

A BDTD foi criada em 2002, tendo como entidade mantenedora o Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT), com princípios baseados na Iniciativa de Arquivos Abertos (OAI). A escolha pela BDTD se deu baseada na possibilidade de acesso às produções acadêmicas defendidas há mais tempo e com conteúdo integral. Uma pesquisa exploratória também foi realizada na base digital de teses e dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), onde apenas produções acadêmicas defendidas nos anos de 2011 e 2012 estão disponíveis. Diante disso, constatou-se a escolha da BDTD como banco de teses e dissertações mais viável para este estudo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Compreende-se a fotografia como prática social presente no cotidiano dos homens desde a sua descoberta no século XIX, passando por modificações que alteraram as técnicas instrumentais e os modos de processar, armazenar e reproduzir essas imagens. Cabe ressaltar que as transformações ocorridas nos modos de compartilhamento da fotografia na sociedade contemporânea foram possibilitadas pelo surgimento dos novos veículos de comunicação digitais. A respeito dessa transformação Mota (2014) afirma “o Instagram, o Facebook, e outras redes sociais, como o Pinterest, demonstram a importância que está a

adquirir a fotografia como instrumento de comunicação” (p. 276-277).

Esse acesso democrático ao ato de fotografar estimulou o surgimento de questões relacionadas aos aspectos técnicos, artísticos e comunicacionais da fotografia, despertando em pesquisadores de diversas áreas o interesse em estudar as imagens que permeiam o cotidiano humano nos mais diversos âmbitos.

REFERÊNCIAS

AUMONT, J. **A Imagem**. (6 ed). Campinas: Papyrus, 2001.

BARTHES, R. **A câmara clara: nota sobre a fotografia**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

BORGES, P. H. P. **Fotografia, história e indigenismo: a representação do real no SPI**. Tese de Doutorado, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2003.

CANCLINI, N. G. **Leitores, espectadores e internautas**. São Paulo: Iluminuras, 2008.

COUTINHO, I. Leitura e análise da imagem. In: J. Duarte, & A. Barros (Orgs.), **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação** (2 ed., p. 330-344). São Paulo: Atlas, 2014.

FLUSSER, V. **Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

HOHLFELDT, A., & MARTINO, L. C., & FRANÇA, V.V (Orgs.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.

IASBECK, L. C. A. Método semiótico. In: J. Duarte, & A. Barros (Orgs.), **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. (2 ed., p. 193-205). São Paulo: Atlas, 2014.

JÚNIOR, W. C. F. Análise de conteúdo. In: J. Duarte, & A. Barros (Orgs.), **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. (2 ed., p. 280-304). São Paulo: Atlas, 2014.

KOSSOY, B. **Fotografia e História**. (2 ed.). São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.

LAGE, Nilson. **Linguagem Jornalística**. São Paulo: Ática, 1999.

LEMONS, A., & LÉVY, P. **O futuro da Internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária**. São Paulo: Paulus, 2010.

MALANGA, E. **Publicidade: uma introdução**. São Paulo: Atlas, 1979.

MARTINO, L. M. S. **Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes, redes**. (2 ed.). Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

MOREIRA, S. V. **Análise documental como método e como técnica.** In: J. Duarte, & A. Barros (Orgs.), **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** (2 ed., p. 269-279). São Paulo: Atlas, 2014.

MORIN, E. **Cultura de massa no século XX: o espírito do tempo.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, (volume I – Neurose), 1997.

MOTA, S. P. **Dos álbuns de família para as redes sociais: fotografia em rede na vida cotidiana.** In: Atas do III Encontro Anual da AIM. Editado por Paulo Cunha e Sérgio Dias Branco. Coimbra, 2014, p. 275-278.

SANTOS, B. S.. **Um discurso sobre as ciências.** (12 ed). Porto: Edições Afrontamento, 2001.

SANTOS, M. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção** (4 ed.). São Paulo: Edusp, 2002.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?.** São Paulo: Edições Loyola, 2002.

SOUSA, J. P. **Uma história crítica do fotojornalismo ocidental.** Chapecó: Grifos; Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2000.

VALVERDE, Monclar. **Estética da comunicação.** Salvador, Quarteto, 2007.