



Fotografia: a impressão imagética e a tecnologia¹

Hamistelie Roberta Pinto de Sousa Soares²
Ceulp/Ulbra, Palmas, TO

Resumo

A facilidade de se produzir ou compartilhar uma imagem fotográfica e a instantaneidade associada a este fenômeno já é bastante comum por grande parte das pessoas. O mundo-imagem torna-se o mundo real, permeado de significados e significantes do imaginário dos indivíduos. A fotografia passa a ser a interpretação do real. Agrega-se a isso, o fenômeno de convergência digital que insere a fotografia numa grande rede de informações. As imagens passam a ser encaradas como necessidade nas relações humanas e potencializa a capacidade dos indivíduos se relacionarem entre si.

Palavras-chave: representação imagética, convergência digital, produção do sentido;

Introdução

Na era tecnológica em que vivemos, a fotografia está presente no cotidiano das pessoas de forma mais presente que há alguns anos atrás. Isso se deve ao fato das câmeras fotográficas digitais terem tido grande adesão no mercado mundial, principalmente nos países desenvolvidos e subdesenvolvidos, como é o caso do Brasil. Fatores como o aprimoramento da tecnologia e a produção em massa de produtos tecnológicos, tornam a compra de equipamentos digitais mais fáceis a cada dia.

Muitas vezes, o ato da compra não está diretamente ligado a adquirir especificamente uma câmera fotográfica. Isso porque muitos aparelhos já agregam um dispositivo de fotografia no próprio mecanismo de funcionamento, como é o caso dos celulares convencionais ou *smartphones* e *pdaphones*³. Araújo e Mahfoud citando Simson (1998) explicam que houve uma democratização das máquinas fotográficas:

O surgimento do registro fotográfico e posterior ‘democratização’ de máquinas fotográficas – que se tornaram acessíveis à população, pelos preços acessíveis à população, pelos preços módicos e pelos modelos de operação simples –, possibilitou o registro fácil e rápido de momentos da vida pessoal e coletiva. Com isso, a imagem vem ocupando, atualmente, um lugar de registro dessas situações preponderante em relação aos livros de memórias, cartas ou diários (ARAÚJO e MAHFOUD, 2002).

Soma-se a isso a ocorrência da humanidade sempre ter buscado registrar as imagens do seu cotidiano, principalmente o retrato do seu dia-a-dia. Desde a pré-história o homem desenvolve uma necessidade de manter vivo, através da imagem, sua trajetória de vida. Essa necessidade está ligada à vontade de comunicar-se com seus legatários ou sua própria geração, para eternizar suas lembranças, registrando a existência daquele indivíduo, muitas vezes caracterizado por suas expressões e sentimentos. Esta referência histórica é explicada por Menandro Ramos:

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Graduada em Comunicação Social - habilitações Jornalismo e Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário Luterano de Palmas - Ceulp/Ulbra.

³ *Smartphone* e *pdaphones* são telefones celulares com funcionalidades estendidas por meio de programas executados no seu Sistema Operacional. Usualmente esses aparelhos possuem características mínimas de hardware, sendo as principais: conexão por infravermelho e/ou bluetooth, capacidade de sincronização dos dados do organizador com um computador pessoal e câmera para fotos e vídeos.

Desde sempre a humanidade buscou registrar situações do seu cotidiano, de seu tempo. Através dos mais diferentes meios, fez representar objetos e eventos de cada época, que de uma maneira ou de outra lhe despertaram a atenção. A história do homem é assinalada pela presença da imagem através das diversas possibilidades de suportes e técnicas: madeira, pedra, argila, osso, couro, materiais orgânicos em geral, metais papéis, acetatos, suportes digitais...desenho, pintura, escultura, fotografia, cinema, televisão, web...(RAMOS).

Dentre os suportes de difusão citados, a Internet é, sem dúvidas, a maior colaboradora do fenômeno da democratização da imagem, já que ela possibilita tanto o acesso a um incalculável número de imagens como também permite que seus internautas disponham suas fotografias ao grande público.

Todas as experiências de registro fotográfico do homem, no entanto, têm em comum a mesma característica: a fotografia representa algo real e passa a ter significados a partir de sua impressão imagética. O conteúdo das imagens fotográficas é, para quem a observa, uma verdade sobre aquele momento retratado. Traz mensagens icônicas que traduzem denotação ou conotação com diferentes relações espaço-temporal.

Philippe Dubois (1993) diz que “a fotografia [...] não é apenas uma imagem produzida por um ato, é também, antes de qualquer outra coisa, um verdadeiro ato icônico “em si”, e consubstancialmente uma *imagem-ato* (1993, p.59, grifo do autor)”. Assim, o autor sugere que a fotografia é mais do que o exercício de enquadrar, focar, clicar! A imagem capturada pela lente do fotógrafo é também uma chave para o mundo em que está arranjada aquela pessoa, aquele objeto ou a natureza retratada. A partir do registro, a imagem se torna um símbolo daquele momento, um ícone.

Em seu livro “Sobre fotografia” Susan Sontag (2004, p. 170) afirma que a fotografia é a interpretação do real, é um vestígio, algo decalcado do real como uma pegada ou uma máscara mortuária. A idéia de Sontag reforça os argumentos de que a imagem pode ser entendida como um resumo do real. Ao ser disseminada passa a ter uma dimensão de valor, muitas vezes, superior à própria cena capturada. Sontag expõe que Platão criticava a imagem (pintura) por ela ser ao mesmo tempo verdadeira (por se aproximar da realidade) e falsa (por não passar de uma semelhança do real). Já Feuerbach se preocupava com o fato da “nossa era” preferir a imagem à coisa, à cópia ao original, a representação à realidade a aparência ao ser. Conforme a autora complementa:

A maioria das expressões contemporâneas de preocupação quanto à possibilidade de um mundo-imagem estar tomando o lugar do mundo real continua a fazer eco, como no caso de Feuerbach, ao menosprezo platônico da imagem: verdadeira na medida em que se assemelha a algo real, falsa porque não passa de uma semelhança. Mas, esse venerável realismo ingênuo é um tanto irrelevante na era das imagens fotográficas, pois seu contraste grosseiro entre a imagem (“cópia”) e a coisa retratada (o “original”) – que Platão ilustra repetidas vezes com o exemplo da pintura – não se adapta à foto de um modo tão simples. (SONTAG, 2004, p. 171).

Talvez essa valorização da imagem tenha relacionamento estreito com o que mostra Gerard Lebrun no ensaio “Sombra e luz em Platão⁴” ao dizer que há uma certa osmose entre a visão e o conhecimento. Lebrun aponta que Platão e outros pensadores

⁴ Ensaio contido no livro “O Olhar”, organizado por Aduino Novaes (1988), conforme consta nas referências bibliográficas deste trabalho.

escolheram como modelo do “saber” a visão e não a audição ou o olfato, por acreditarem que a visão era os “olhos do espírito”.

Apesar de apontar falhas nesta forma de interpretação do saber, Gerard Lebrun explica que “a visão teria sido, desde os gregos, o paradigma de um saber imediato cuja certeza é tão forte que ele se garante por si próprio” (p. 21). E esse é um conceito que ainda satisfaz muito.

O mundo tornou-se de certa forma “familiar” após o advento da fotografia; o homem passou a ter um conhecimento mais preciso e amplo de outras realidades que lhe eram, até aquele momento, transmitidas unicamente pela tradição escrita, verbal e pictórica. (KOSSOY, 2001, p. 26).

Uma fotografia da Torre Eiffel, por exemplo, pode ser para algumas pessoas a codificação de Paris. Por mais superficial que seja o conhecimento sobre a França, sobre a história da cidade-luz ou sobre o próprio monumento, a torre pode ser um ícone de Paris, da França e até mesmo do continente europeu.

O fenômeno da convergência digital

Há tempos a fotografia analógica vem perdendo espaço entre a preferência dos consumidores de equipamentos fotográficos. As inovações tecnológicas, além dos preços acessíveis, oferecem também o forte apelo da convergência digital, chamado de fenômeno de convergência.

Burmester explica que “[...] a fotografia digital vem ganhando espaço na sociedade a uma enorme velocidade, a ponto de alguns segmentos da sociedade já não mais produzirem fotos no formato analógico ou convencional”.

O fenômeno é uma característica das novas mídias (ou produto de mídia) que englobam a Internet, a TV digital, o aparelho de celular e seus recursos cada vez mais modernos.

A inserção da fotografia em um contexto comercial criou uma dinâmica de renovação contínua de todo o aparato fotográfico ao longo do tempo e de sua história. Concomitantemente ao movimento dinâmico da linguagem fotográfica, o aprimoramento tecnológico se sucedeu em igual ou maior velocidade, criando novas possibilidades de expressão ou renovando as suas capacidades operacionais em reação aos anseios de fotógrafos profissionais e amadores. (BURMESTER, 2006⁵)

Especificamente para a fotografia, é possível citar dois fatores que impulsionam o apelo da convergência: I. as facilidades em dar continuidade à estruturas digitalizadas sem grandes esforços – no modo analógico, ao fazer uma fotografia, era necessário a submissão à um processo de revelação química - II. a tendência do mercado em agregar, cada vez mais, recursos de complementação (ou sequência) dos aparatos tecnológicos – transferência de fotografias por tecnologia de rede sem fio (bluetooth⁶), softwares de melhoramento de imagens, facilidades para dispor imagens em sites de relacionamento e programas de comunicação instantânea.

Em Silva (2008), encontram-se três tendências teóricas referente ao fenômeno da convergência, consideradas pelo autor como principais: convergência como “confluência de tecnologias”, convergência como “sistema” e convergência como

⁵ Dissertação de Mestrado de Cristiano Franco Burmester, disponível na Internet, conforme especificado nas Referências Bibliográficas deste estudo.

⁶ Bluetooth é uma tecnologia de rede sem fio (*wireless*), usada para transmissão de dados (como fotografias) de alcance máximo de 100 metros. A transmissão dos dados é feita via rádio. É comum encontrar bluetooth em celulares, câmeras fotográficas, computadores, impressoras e videogames.

“processo”. De acordo com o autor, a convergência como “confluência de tecnologias” diz respeito à possibilidade de compartilhar a mesma natureza de código tecnológico como padrão de linguagem. A convergência como “sistema” trata do digital como algo complexo que está inter-relacionado com as esferas tecnológica, empresarial, profissional, conjuntural e social-política. A convergência como “processo” é compreendida como uma superação dos estágios anteriores, tem um caráter mais empírico e está sujeita à acumulação e gradação progressiva (SILVA, 2008, p.8).

As novas mídias nesse processo de convergência digital trazem em sua essência o caráter de multimídia, que agrega valores à sua utilização. Além de ter se tornado digital, as câmeras fotográficas também estão acopladas nos aparelhos de telefone celular. Ao adquirir um celular, o consumidor pretendia usá-lo para comunicar-se com as pessoas, sua vantagem em relação ao telefone convencional era a mobilidade.

Hoje o invento de Alexandre Grambell, além da capacidade de ser móvel, pode ser utilizado para várias outras funcionalidades, reunindo recursos que antes só eram necessários ter ao adquirir vários produtos/equipamentos como é o caso da agenda telefônica, do relógio, do despertador, do cronômetro, do conversor de moeda, do calendário, do vídeo-game, da câmera fotográfica, do rádio, do reproduzidor e gravador de áudio e vídeo, do dispositivo de armazenamento de dados (arquivo de documentos), do acesso à internet com alta velocidade (tecnologia 3G⁷) e, mais recentemente, do acesso à TV digital. As funcionalidades do celular talvez seja um apontamento perfeito da convergência digital: uma única mídia tem a capacidade de dar acesso às demais.

Na prática, trata-se da possibilidade de utilizar uma mesma unidade de armazenamento [...] para guardar indiferenciadamente e ao mesmo tempo o texto de uma carta em andamento, um conjunto de imagens fotográficas e uma seqüência melódica. Hoje, a própria idéia de utilizar suportes diferentes para cada uma dessas coisas chega a parecer absurda, mas basta pensar há quanto pouco tempo uma carta era algo que demandava papel e tinta; uma foto precisava de filme, papel especial e reveladores químicos e trechos de música eram gravados em fita cassete para compreender o furor causado pela multimídia na passagem dos anos de 1980 para os 1990 (FRAGOSO, 2005, p.17).

Dizard Jr. (2000) explica que o multimídia no contexto norte-americano, de forma não muito suave, pretende conduzir para um futuro onde haverá um serviço nacional de informação, assim, o autor aponta para uma possível existência futura desta realidade destacada por ele:

Esses desenvolvimentos da mídia são partes de uma mudança mais ampla nas comunicações americanas. As tecnologias digitais estão nos conduzindo para um serviço nacional de informação. Os resultados serão redes baseadas em computadores e circuitos de última geração que fornecerão informações sob qualquer forma – verbal ou sonora, impressa ou em vídeo – praticamente em toda parte, assim como agora captamos eletricidade ou água das empresas de serviços públicos. Atualmente, a infra-estrutura de informação está semipronta, mudando radicalmente as maneiras como as empresas e o governo funcionam. (idem., 2000, p. 14).

O autor chama a atenção para um acontecimento da modernidade que ele denomina como computadorização. Para ele, “a computadorização é o elemento comum entre as mídias que apaga todas as diferenças que separavam os serviços de mídia do passado” (p. 13).

⁷ Tecnologia 3G é a terceira geração das tecnologias usadas em telefones móveis. Sua principal característica é a transmissão de dados a longa distância, chegando a fornecer serviços com taxas de 5 a 10 Megabits por segundo.

Dizard Jr. defende que as mudanças midiáticas ocorrem nos níveis técnicos, político e econômico. No nível técnico, observa-se a adaptação aos novos recursos trazidos pela digitalização dos seus produtos tradicionais. No nível político, se caminha para uma legalização do digital por meio de leis municipais, estaduais e federais que regulamentam o uso das novas tecnologias. Já no nível econômico, Dizard Jr. aponta que existem duas tendências: a consolidação do poder das grandes empresas de comunicação e o surgimento de pequenas empresas que passam a desafiar as grandes empresas no campo da produção inovadora e no campo da agilidade comercial (p. 13-14).

A convergência de mídia é um fenômeno crescente e caminha cada vez mais para uma convergência de saberes e de conhecimento, de domínio da técnica, da agilidade e da instantaneidade. Para Santos (2005), a questão da convergência midiática torna possível a teoria pós-moderna que profetiza a junção, cada vez mais, das mídias. Fazendo uma análise sobre a inserção das mídias no dia-a-dia, torna possível assegurar que a convergência digital conhecida até o momento é apenas o início do processo de digitalização, conforme:

Até o momento é correto afirmar que a introdução das novas tecnologias em geral, e, da convergência tecnológica em particular, é aparentemente um fato irreversível, conduzido pela lógica de mercado das grandes empresas transacionais e baseado em avanços científicos e tecnológicos. (SANTOS, 2005).

Tanto do ponto de vista mercadológico, quanto da aplicação das novas funcionalidades dos produtos, frutos da convergência digital, é perceptível que a tendência para o futuro, é que se continuará agregando o multimídia e as tecnologias aos equipamentos. Impulsionando, cada vez mais, o fortalecimento das novas mídias e ganhando maior adesão dos indivíduos e de suas comunidades.

A fotografia e a memória da coletividade

Se a representação social é intrínseca às concepções da sociedade, pode-se afirmar que a fotografia e a imagem são ferramentas dessa representação, muitas vezes funcionando como a própria representação social. Desde o surgimento da imagem, observa-se que a sociedade utiliza-se dela para expressar mensagens socialmente produzidas, conforme:

A formação da imagem baseada na representação social da realidade de uma sociedade tem como objeto referencial fatos, pessoas, coisas ou sentimentos que permaneceram na memória e no imaginário dos indivíduos. É na representação que observamos o quanto a realidade desta sociedade, expressa através da linguagem falada e visual, é formada por signos, significados simbólicos e imagens fragmentadas. Essa representação é um processo de reprodução que é, posteriormente, impresso e distinto do objeto existente. Neste sentido a imagem produzida independe da presença física do objeto correspondente, porque indica a ‘semelhança ou sinal das coisas’ que se buscava representar, ou seja, a fotografia é a imagem por excelência (LIMA e SILVA, 2002).

A fotografia é também uma ferramenta de construção da memória coletiva, atuando como preservação de símbolos sócio-culturais, a qual é eficiente em guardar fragmentos da História. Para Araújo e Mahfoud a memória coletiva funciona como uma permanência de um vínculo afetivo que permite a atualização de identificação com a

comunidade de referência, presente ou ausente, que deve ser compreendida numa perspectiva histórico-social.

Nesse contexto acredita-se que as novas tecnologias contribuem para a difusão de um padrão cultural que se difere de outras épocas, em parte pela dinamicidade e pela rapidez e em parte pela velocidade em alcançar números muito grandes de pessoas:

As novas tecnologias de comunicação, principalmente as que geram imagens visuais, são apresentadas, freqüentemente, como algo que produz a manipulação e a resistência, bem como a homogeneização e a fragmentação da cultura contemporânea e uma maior densidade de intercâmbios. As imagens vêm sendo encaradas como parte necessária no processo de formação de uma sociedade, sobretudo em virtude de sua capacidade de alcançar um maior número de pessoas. Participando ativamente desse momento, a Fotografia vem se estabelecendo como disseminadora de mensagens que promovem um conhecimento comum e uma maior divulgação dos fatos, inclusive, e o de fortalecimento do discurso dos grupos dominantes, permitindo que as culturas locais/regionais sejam influenciadas por outras culturas a partir do estabelecimento do padrão de conduta. (LIMA e SILVA, 2002).

Ferreira (2008) explica que a fotografia é resposta à uma variedade da vida e experiência urbana e às questões sobre como o espaço urbano pode ser percebido e representado. A autora defende que a imagem fotográfica é um instrumento para ver e interpretar o mundo, já que traz informações acerca dos objetos, lugares, pessoas em diferentes formas visuais, as quais documentam o seu próprio tempo:

A imagem fotográfica é para nós aquilo que representa, situamos-nos nela. Por outro lado é a representação de uma realidade passada, o que quebra a relação que temos com o conteúdo da imagem e leva nos a manter uma relação documental, histórica (FERREIRA, 2008).

Para Ávila e Chemin (2008) as representações sociais são saberes populares que buscam compreender e construir o real, as quais determinam maneiras de viver e enxergar o mundo. Desde a infância, o sujeito adquire na sociedade as habilidades necessárias para a vida. Há diferentes correntes que falam da fotografia nos campos filosófico, lingüístico, psicológico e sociológico. Em comum, a grande maioria das correntes credita à fotografia o poder de contribuir para formação da memória coletiva.

Fotografia é registro de memória, memória coletiva, que preserva a passagem do tempo de uma nação, de suas cidades, de suas conquistas e de suas contradições, mas, ao mesmo tempo, é memória individual, pois, através de registros familiares, trás a lembrança momento de uma trajetória pessoal.(ÁVILA e CHEMIN, 2008).

Kossoy (2001) pontua que a fotografia, como discurso, age como um “elemento, instrumento de propaganda e suporte de processos de criação/de realidades e ficção, seja em sua produção, seja em sua recepção”. Entende-se que o papel social da fotografia, está além de permear o imaginário dos indivíduos, sua função representativa (talvez iconográfica) constrói uma relação entre o sujeito e a coletividade e entre o sujeito e o mundo. A assertiva de Ferreira (2008), a seguir, casa perfeitamente com o que Kossoy (2001) estabelece no parágrafo anterior:

A fotografia é um documento que serve para ver o mundo e interpretá-lo, é um instante de conhecimento e história ao fornecer informações sobre os objectos, os lugares, ou as pessoas e preservá-las no tempo, inseparáveis das funções da memória e da imaginação. Desse modo, numa sociedade em que a maior parte da informação nos chega por imagens – na sua maioria de natureza fotográfica -, torna-se necessário reflectir acerca



de como podem as linguagens actuais da fotografia narrar e representar constituindo aquilo a que se chama imagem contemporânea da cidade. (FERREIRA, 2008).

A autora, Cristina Maria da Silva Ferreira, assevera que o fotógrafo se tornou ao longo das décadas posteriores ao surgimento da fotografia, um narrador de mitos, cuja autenticidade era comprovada através de um meio considerado indiscutivelmente verdadeiro. A maioria dos teóricos concorda que a fotografia não deve ser tratada como uma realidade em si. A subjetividade de cada indivíduo pode, dessa forma, dar um significado diferente para um elemento fotografado, assim como de explorar uma ideologia, um conceito. A produção do sentido na fotografia é, desta forma, algo mais próximo da fantasia, do lúdico, do ideal.

Referências bibliográficas

ARAÚJO, Renata Amaral; MAHFOUD, Miguel. **Memória coletiva e imagem fotográfica: elaboração da experiência em uma tradicional comunidade rural**. Disponível em: <http://www.fafich.ufmg.br/~memorandum/artigos02/araujo02.htm>. Acesso em 22 de agosto de 2008.

AVILA, Everton Gonçalves de; CHEMIN, José Alberto. **Cotidiano, memória e representações sociais da cidade de Torres pelo estudo da fotografia**. Disponível em: http://forum.ulbratorres.com.br/2008/mesa_texto/MESA%207A%20-%20AVILA.pdf. Acesso em 8 de dezembro de 2008.

CHAGAS, Renata Voss. **Entre a técnica e a teoria: o ensino de fotografia para os cursos de graduação em publicidade e propaganda**. 2008. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2008/resumos/R12-0630-1.pdf>. Acesso em 13 de dezembro de 2008.

CORRÊA, Roberto Lobato. **O Espaço Urbano**. Série Princípios. 1ª Edição. São Paulo. Ática, 2000. 94 p.

DIZARD JR, Wilson. **A Nova Mídia: A Comunicação de Massa na Era da Informação**. 3.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000.

FERREIRA, Cristina Maria da Silva Pinto. **A fotografia enquanto forma de ver e comunicar a cidade**. 2008. Disponível em: <http://lasics.uminho.pt/ojs/index.php/5sopcom/article/view/211/230>. Acesso em 7 de dezembro de 2008.

FRAGOSO, Suely. **Reflexões sobre convergência midiática**. In. Líbero - Revista acadêmica do programa de pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero. São Paulo, ano VIII, nº 15/16, p. 17-21 2005.

GUIMARÃES, Alexandre Huady Torres. **Entre a pintura e a fotografia publicitária, o desfocar: um discurso do texto imagético**. 2003. Disponível em: http://www.mackenzie.br/fileadmin/Pos_Graduacao/Doutorado/Letras/Cadernos/Volume_3/Entre_a_pintura.pdf. Acesso em 27 de novembro de 2008.

KOSSOY, Boris. **Fotografia & História** - 2. ed. rev. –São Paulo : Ateliê Editorial, 2001.



LIMA, Cláudia Albuquerque de; SILVA, Nerivanha Maria Bezerra da. **Representações em imagens equivalentes**. Disponível em:

<http://www.recensio.ubi.pt/modelos/documentos/documento.php3?coddoc=1153>

Acesso em 3 de dezembro de 2008.

LIMA, Solange Ferraz de; CARVALHO, Vânia Carneiro de. **Fotografia e Cidade: da razão urbana à lógica do consumo: álbuns da cidade de São Paulo, 1887-1954**. São Paulo, Mercado de Letras, 1997, 272 p.

MAUAD, Ana Maria. **Através da imagem: fotografia e história interfaces**. Disponível em:

http://www.historia.uff.br/labhoi/modules/rmdp1/uploads/May07nGmehMYF_atraves_imagem.pdf

Acesso em 13 de dezembro de 2008.

NOVAES, Adauto (org.). **O Olhar**. São Paulo: Companhia das Letras; Rio de Janeiro, 1990, 495 p.

PALMA, Daniela. **Fotografia e publicidade: primeiro ato**. 2007 Disponível em:

<http://www.rp-bahia.com.br/biblioteca/hist-midia2005/resumos/R0018-1.pdf>

Acesso em 13 de dezembro de 2008.

PAVELOSKI, Alessandro. **Subsidios para uma teoria da Comunicação digital**, Revista TEXTOS de la CiberSociedad, 4. 2004.. Disponível em <http://www.cibersociedad.net>. Acesso em 13 de outubro de 2008.

RAMOS, Menandro. **Um breve ensaio sobre a fotografia e a leitura crítica do discurso fotográfico**. Disponível em: <http://www.studium.iar.unicamp.br/23/03.html>. Acesso em 5 de agosto de 2008.

SAMAIN, Etienne (org.). **O fotográfico**: Hucitec; São Paulo, 1998, 357 p.

SOUZA, Solange Jobim e. **O olho e a câmera**. Disponível em: <http://www.tvebrasil.com.br/salto/boletins2001/epc/epctxt3.htm>. Acesso em 27 de junho de 2008.

VASQUEZ, Pedro Karp. **A fotografia no Império**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002. 71 p.