

## **Consumidor de Paisagens Turismo, Fotografia e Lugar na Cultura Visual Contemporânea<sup>1</sup>**

Antonio Carlos Queiroz Filho<sup>2</sup>

Hadassa Pimentel Damiani<sup>3</sup>

Universidade Federal do Espírito Santo - UFES

### **RESUMO**

O estudo das fotografias está inserido num contexto mais amplo: a política espacial e estética das imagens. Neste trabalho tivemos como propósito refletir essa experiência contemporânea de fotografar os lugares, discutindo conceitos de paisagem e lugar. A ideia foi entender como as imagens influenciam nosso modo de olhar, de escolher os destinos de uma viagem e o movimento que fazemos nesses lugares. Estamos nos referindo a uma nova política da espacialidade que nos é dada, em grande medida, pela cultura visual na qual estamos inseridos e que a geografia assumiu para si como preocupação de pesquisa. As implicações deste modo de pensar o mundo contemporâneo foram aqui discutidas e explicitadas ao longo do texto.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Imagem; Fotografia; Lugar; Paisagem; Política.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Geografias da Comunicação, XII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutor em Geografia, Professor da Universidade Federal do Espírito Santo – UFES. Email: [queiroz.ufes@gmail.com](mailto:queiroz.ufes@gmail.com)

<sup>3</sup> Graduanda em Geografia pela Universidade Federal do Espírito Santo – UFES. Email: [dassageo@gmail.com](mailto:dassageo@gmail.com)

## INTRODUÇÃO

*é ilusório pensar que existe  
ponto de vista supremo, global,  
capaz de unificar todos os outros.*

Gianni Vattimo

Experienciar o mundo de hoje é, em grande medida, olhar para imagens. Basta uma simples e rápida pesquisa pela internet para que milhares de imagens de lugares que conhecemos ou desejamos conhecer, cheguem até nós, configurando o nosso catálogo visual e turístico desses lugares. Pela tela do computador, definimos o lugar e a nós mesmos: previamente já sabemos o que iremos/desejamos encontrar quando chegarmos ao destino escolhido.

É uma maneira de educar o olhar. Essa educação pode tanto reforçar formas habituais e massificadas quanto pode encontrar outros jeitos de olhar o mundo, de modo a nos permitir encontrar outros entendimentos e outras poesias nas coisas expostas aos nossos olhares no dia-a-dia de nossas caminhadas pelas calçadas e nossas debruçadas nas janelas. (OLIVEIRA JR. s/d, p.18).

Uma vez que o turista chega a esses lugares, ele continua a ser ensinado para onde olhar, quais caminhos trilhar e quais paisagens não devem deixar de fotografar. Ele começa a procurar no lugar onde estão aquelas imagens pesquisadas anteriormente. Deseja visitar e registrar esses mesmos cartões postais, continuando um lugar já existente no mundo das imagens, consumindo sensações proporcionadas por paisagens pré-moldadas e a vontade de senti-las novamente, olhando para as imagens feitas desses lugares, por meio da fotografia. É o que nos afirma Bauman:

Os turistas são consumidores [...], são caçadores de emoções [...], sua relação com o mundo é primordialmente estética: eles percebem o mundo como um alimento para a sensibilidade. São tocados – atraídos ou repelidos – pelas sensações prometidas. (BAUMAN, 1999, p. 102-103).

Esta lógica hegemônica de pensar os lugares para o consumo mantém a ordem vigente no mundo em que vivemos: retira das pessoas a possibilidade de experiência, de atravessamento enquanto possibilidade de experienciar o mundo construída na história através das relações sociais do sujeito com o meio e os outros tantos sujeitos participantes

dessa mesma construção cultural que entendemos por lugar. Esse modo de “imaginar o espaço” (MASSEY, 2008) implica politicamente em nossos pensamentos e ações no mundo.

Imaginar o espaço criando outros movimentos ímpares ao pensamento hegemônico contemporâneo é um exercício constante e desafiador. Ainda quando crianças, fomos educados a pensar o mundo através daquilo que já existe, reproduzindo ao invés de construir. A escola, em sua maioria, não trabalha aula estimulando a criatividade e a criação. Somos ensinados a desenhar o sol amarelo, o céu azul, a árvore verde, a casa simétrica e as pessoas alinhadas com os pés no chão e por que não com os pés fora no chão? Experimentando sonhar? Desconstruindo as imagens que nos chegam acabadas, deixando as ideias à disposição da nossa imaginação?

Nosso objetivo foi o de entender como o discurso visual e a política das imagens fotográficas que circulam na internet e em materiais de propaganda turística participam da produção do pensamento sobre espaço na contemporaneidade, observando quais os recortes das paisagens sobre um determinado lugar são repetidos, quais são eliminados, quais são evidenciados, nos ensinando como e para onde olhar, para podermos, através do entendimento deste processo, discutir como se dão as práticas experienciais e as narrativas para esses mesmos lugares.

Escolhemos como lugar a ser estudado o Município de Domingos Martins-ES, pela reconhecida importância na atividade turística ali desenvolvida. Coletamos em diversos sites de busca na internet, em blogs, folders de agências de turismo, jornais e revistas, aqui entendidas como sendo essas as principais fontes de informações/imagens do mundo contemporâneo, no que se refere a lugares turísticos. Neles coletamos o maior número possível de imagens-fotografias, cujo propósito inicial era identificar qual a *forma visual que se repete*, ou seja, a principal marca visual de identificação sobre aquele lugar, escolhido pela potente gama de imagens que temos acesso. A partir dessa identificação, coube uma reflexão sobre as implicações políticas dessa forma de produção de conhecimento sobre o lugar.

## **O CÓDIGO VISUAL E A IMAGEM QUE SE REPETE**

*Ao nos ensinar um novo código visual, as fotos modificam e ampliam nossas idéias sobre o que vale a pena*

*olhar e sobre o que temos o direito de observar. Constituem  
uma gramática, e mais importante ainda, uma ética do ver.*

Susan Sontag

A pesquisa imagética realizada nos apontou para uma forma visual repetida. Foram coletadas 190 imagens da internet, entre os sites Google, Yahoo Cadê e blogs; 19 folders de agências de turismo, 10 jornais (reportagens especiais) e seis revistas que abordavam Domingos Martins-ES. Essas imagens são produtoras de um código visual dos lugares, nos ensinando um modo de ler e ser no mundo. No primeiro momento as pessoas através do “olhar para imagens” do município de Domingos Martins-ES são contaminadas pelo desejo de conhecer/estar naquele lugar. A indústria turística se apropria e vende esse sonho, nos transformando em verdadeiros consumidores de paisagens.

O segundo momento consiste no movimento que essas pessoas realizam quando já estão no lugar Domingos Martins. É como se as “imagens olhadas” anteriormente a viagem criassem uma codificação do lugar, espécie de mapa daquilo que se deve olhar e fotografar, os caminhos os quais percorrer, uma trajetória definida. Há o aprisionando do corpo e da mente que se propõe realizar tais percursos, quase que de forma automática, configurando uma “edição” do lugar e efetivando, com isso, a política espacial que está posta nas imagens (QUEIROZ FILHO, 2010). Domingos Martins, em todas suas possibilidades de existir enquanto lugar, de contar suas histórias, é reduzido a uma única história, estereotipado em uma forma visual repetida: a fotografia da Pedra Azul.

O poder dessa imagem é tamanho, que se o turista vai a Domingos Martins e não visita ou não fotografa a Pedra Azul é como se não tivesse passado por aquele lugar, não fizesse parte dessa história, que não foi escolhida/experimentada/experimentada por ele, mas que lhe foi anteriormente ensinada. Fotografar a Pedra Azul é uma espécie de prova, de atestado de que o turista, sem dúvidas, esteve ali, afinal ele possui uma imagem que comprova sua história. Sem a imagem-prova é como se ele fosse apagado do lugar e de sua história (SONTAG, 2004).

Viajar se torna uma estratégia de acumular fotos. A própria atividade de tirar fotos é tranquilizante e mitiga sentimentos gerais de desorientação que podem ser exacerbados pela viagem. Os turistas, em sua maioria, sentem-se compelidos a pôr a câmera entre si mesmos e tudo de notável que encontram. Inseguros sobre suas reações, tiram uma foto. Isso dá

forma à experiência: pare, tire uma foto e vá em frente. (SONTAG, 2004, p.20).

Esse código visual afeta as práticas sociais e a experiência sensível corporal das pessoas com os lugares é o que nos aponta Queiroz Filho (2010) quando afirma que os lugares, como mercadorias, são “editados” para serem consumidos. Podemos citar como exemplo o conflito entre grandes empresas do turismo e cooperativas locais. Essas empresas que se instalam nos lugares turísticos, muitas vezes, se estabelecem negligenciando a “multiplicidade de trajetórias” (MASSEY, 2008) desse lugar. Essas empresas existem porque há consumidores para elas, há pessoas que não querem os nativos, nem tampouco o conhecimento “local”, a não ser que ele já tenha sido transformado no exótico, no exuberante, no belo, como podemos observar nas imagens da Fig. 01:

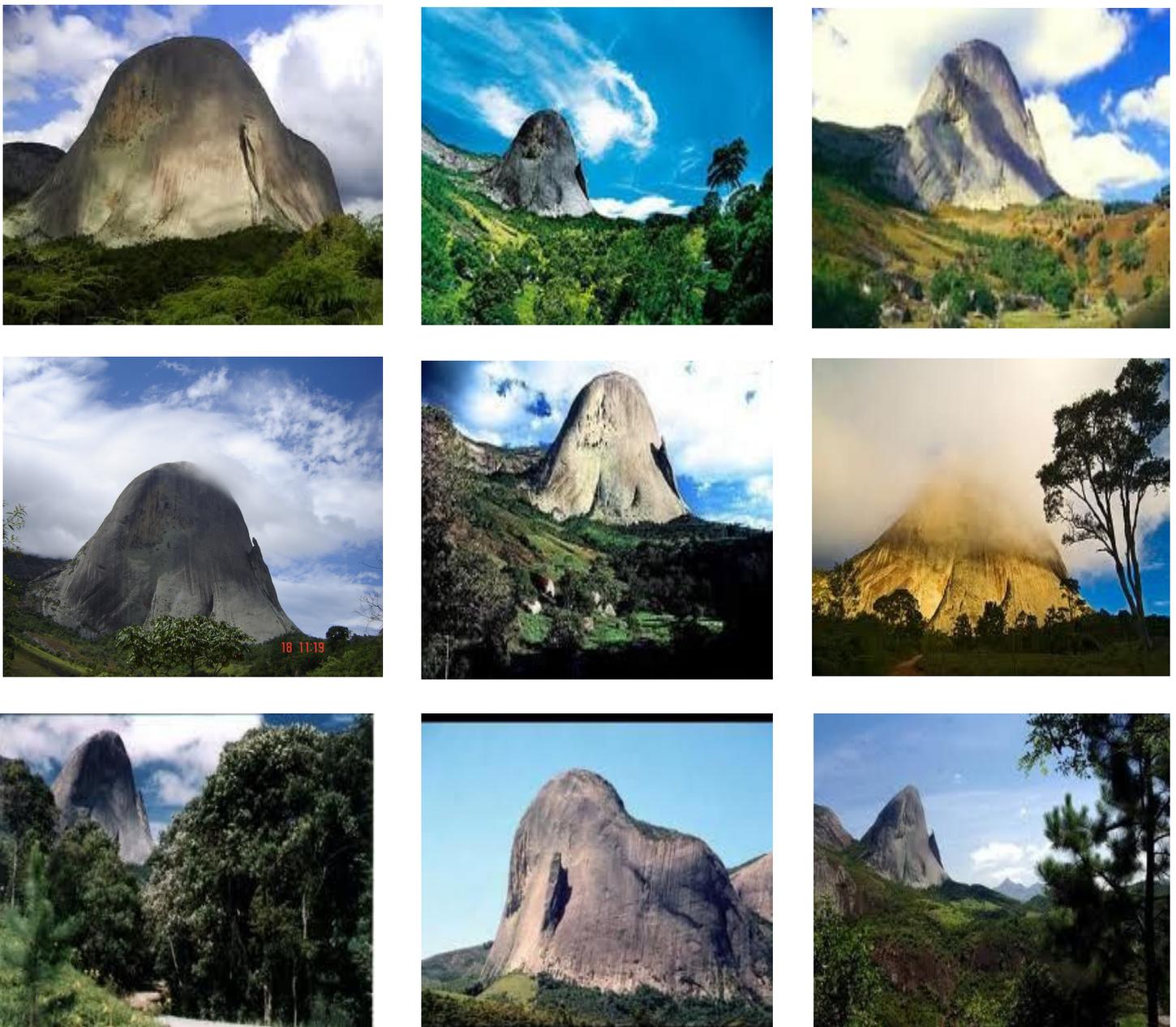


Fig. 01 – Resultado da busca feito no site Google.  
Fonte: <http://images.google.com.br>

Através dessa prática discursiva as imagens legitimam a escolha de ir a um lugar e olhar para as mesmas coisas e realizar movimentos já realizados previamente, e legitimam as intencionalidades da indústria do turismo de mostrar o lugar apenas sob uma perspectiva, de anular todas as possibilidades outras de se dizer sobre Domingos Martins-ES. O que vemos nas imagens da Pedra Azul é o apagamento das pessoas. Não há pessoas nas imagens! A construção sociocultural é suprimida pela ideia de soberania da natureza. Como se esta fosse unicamente natural. As imagens reproduzem a imaginação de um lugar natural, que já está tão arraigada nas pessoas que elas não conseguem produzir outros tipos de fotos e pensamentos sobre esse lugar.

“A idéia era que a natureza selvagem estava em algum lugar, esperando que a descobrissem, e que seria o antídoto para os venenos da sociedade industrial. Os “ermos bravios” contudo, eram, naturalmente, produto do desejo da cultura.” (SCHAMA, 1996, p. 17)

Simon Schama está a nos dizer que nós, como contemporâneos de uma sociedade industrial e todas as consequências advindas da mesma, criamos em nosso imaginário uma ideia de lugar que não é a nossa realidade cotidiana, que é a manifestação, ou produto, de um desejo construído culturalmente, ou seja, construído por nós. Esse “produto do desejo da cultura” está tão impregnado em nós, que embora o lugar Domingos Martins faça parte de nossa sociedade industrial, ele é reproduzido por meio de imagens e olhado como um lugar selvagem, quase místico, de natureza imaculada, no qual os vestígios humanos ainda não existem, ela (a fotografia em seu todo) faz um convite de desbravamento a quem olha.

Quando o turista se dispõem a visitar Domingos Martins, ele está comprando essa ideia de lugar que lhe foi imposta antes da experiência empírica, está seduzido pelo discurso e preparando-se psicologicamente, através de todos seus sentidos “pisada pelos próprios pés e observada pelos próprios olhos e ouvidos daqueles que estão em processo de conhecimento do mundo que lhe é próximo do corpo, do mundo que lhe é sensível à pele, ao nariz e, quem sabe, a boca” (OLIVEIRA JR. s/d), para viver tal tipo de experiência que já lhe foi ensinada anteriormente em grande parte por meio das imagens.

“A topografia do local, estranhamente sobrenatural, presta-se muitíssimo bem a essa visão de um paraíso terrestre democrático” (SCHAMA, 1996, p. 17). Essa ideia de paraíso não me sai do pensamento enquanto descrevo a imagem-fotografia da Pedra Azul... As cores predominantes no bloco de fotografias são o azul, o verde e o marrom, elas nos transmitem a sensação de tranquilidade e ordem, como se essas fossem as características marcantes da

natureza deste lugar. O alto da Pedra Azul e o que está ao seu redor é iluminado, chamando atenção para o que se quer evidenciar, o que está abaixo e atrás dela é escondido pela sombra, reforçando o relevo peculiar (a forma visual, o contorno da Pedra Azul) como centro da imagem:

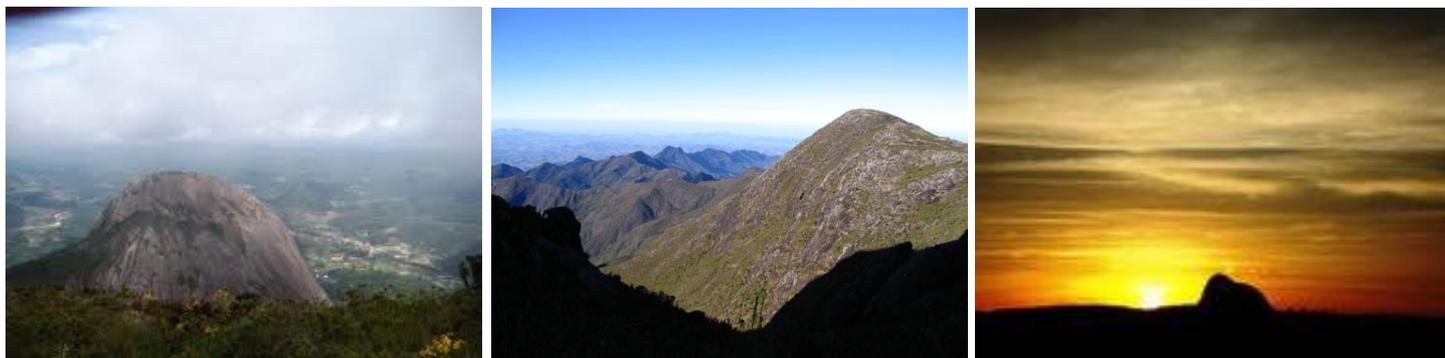


Fig. 02 – Resultado da busca feito no site Google.  
Fonte: <http://images.google.com.br>

O município nestes conjuntos de imagens é olhado como um lugar selvagem, quase místico, de natureza imaculada, no qual os vestígios humanos ainda não existem, ela (a imagem em seu todo) faz um convite de desbravamento a quem olha. Não há pessoas nas imagens. A construção sociocultural é suprimida pela ideia de soberania da natureza. Como se esta fosse unicamente natural. As imagens reproduzem a imaginação de um lugar natural, já tão arraigado nas pessoas que elas não conseguem produzir outros tipos de fotos e pensamentos sobre esse lugar.

O olhar, como o sentido privilegiado no mundo de hoje, aprisiona o ser humano cada vez mais, em num mundo que gira em torno de imagens. Temos o olho como o grande mediador nosso com o mundo, advindo de uma ideia de realidade que nasceu com a ‘perspectiva’. (QUEIROZ FILHO, 2007, p. 2).

Essa ideia de “perspectiva” do qual nos fala Queiroz Filho é compartilhada também por Milton de Almeida quando afirma que “Essa arte e essa educação se assentam num dos instrumentos mais importantes de fabricação de imagens: a perspectiva, um processo geométrico e matemático de ilusão visual, desenvolvido na Renascença e que persiste na tecnologia das atuais câmeras fotográficas” (ALMEIDA, 2004, p. 271). O que esses diversos autores chamam de perspectiva, constitui-se num modo de olhar o mundo, que foi inventado no renascimento e continua a ser reproduzido no nosso mundo contemporâneo.

Jean-Marc Besse em seu livro “Ver a Terra” chama essa forma de olhar o mundo, essa “perspectiva” do alto e de longe de “empresa”, cujo fundador foi Petrarca, um poeta italiano do séc. XIV que inventou através de seus poemas, um modo de olhar. Ele olhou para o mundo em cima da montanha pela primeira vez dessa maneira (do alto e de longe), através do distanciamento entre o olhar e aquilo que é olhado, que Besse classifica como a forma mais cruel de ver e pensar a paisagem. E nossa sociedade, tantos séculos depois, continua reproduzindo. Desse modo, todas as possibilidades do lugar-Domingos Martins existir e contar suas histórias é reduzida a uma narrativa única contada através das imagens que vemos circular pela internet.

A perspectiva deste bloco de imagens pode ser atribuída ao ângulo das fotografias que é tirado de longe, como se fosse um objeto de desejo a ser consumido, este artifício faz parte de uma esteira de pensamentos contemporâneos dentre eles o turismo, que cria vontades, ideias e sensações sobre um determinado lugar, aquele que “precisa” ser conhecido e apaga as outras possibilidades de experiências que não se enquadram em sua lógica hegemônica. O principal argumento para atrair as pessoas continua sendo o lugar através das imagens visto de longe e do alto. Essa ideia de olhar o mundo de longe e do alto é uma tentativa de homogeneizar, de organizar, de controlar o lugar. De padronizar com linearidade o que o lugar era, o que é e o que pode ser, fechando, determinando e descartando as possibilidades que não se enquadrarem a essa lógica, manipulada pelo capital e que manipula nossas vontades e ações.

Viajar se torna uma estratégia de acumular fotos. A própria atividade de tirar fotos é tranqüilizante e mitiga sentimentos gerais de desorientação que podem ser exacerbados pela viagem. Os turistas, em sua maioria, sentem-se compelidos a pôr a câmera entre si mesmos e tudo de notável que encontram. Inseguros sobre suas reações, tiram uma foto. Isso dá forma à experiência: pare, tire uma foto e vá em frente. (SONTAG, 2004, p.20).

Os viajantes e turistas precisam fotografar este ou aquele lugar, para sentirem/comprovarem que estiveram mesmo ali. “Pare, tire uma foto e vá em frente”. Esse movimento é realizado mecanicamente, sem nenhuma reflexão política sobre. Daí a repetição dos ângulos e enquadramentos das fotografias. Pensar não é importante, fotografar o mesmo é. Nesse sentido as imagens-fotografias de Domingos Martins-ES não se assumem como narrativas/histórias/versões e sim como representação desse lugar, ou seja, como se a

imagem em seu enquadramento que aprisiona desse conta de nos dizer sobre o lugar por inteiro, como se a imagem fosse o próprio lugar.

Essa é a cartilha visual que irá ser reproduzida por aqueles que forem até o lugar como consumidores de paisagem. Precisam fotografar este ou aquele lugar, para sentirem/comprovarem que estiveram mesmo ali. Neste contexto a fotografia é um testemunho de existência do lugar. “Pare, tire uma foto e vá em frente”. Esse movimento é realizado mecanicamente, sem nenhuma reflexão política sobre. Daí a repetição dos ângulos e enquadramentos das fotografias. Pensar não é importante, fotografar o mesmo é.



Fig. 03 – Resultado da busca feito no site Google.  
Fonte: <http://images.google.com.br>

Nas fotografias acima a forma visual se repete mais uma vez e o lugar escolhido para construir sejam casas ou pousadas tem como paisagem evidenciada a Pedra Azul. Por meio das imagens, sobretudo da internet nos dias de hoje, somos educados e ensinados a imaginar o espaço, mas Doreen Massey vem nos ajudar a pensar que importa o modo como esse espaço/lugar é imaginado. Em Domingos Martins o espaço, a paisagem, o lugar priorizado nas imagens é aquele do qual seja possível ver e/ou fotografar a Pedra Azul. As pessoas são seduzidas por esse desejo de consumir o lugar e as imagens produzidas pela internet e internalizadas pela nossa memória dão credibilidade, legitimam esse desejo, que ao contrário do que nos diz Oliveira Júnior não é um desejo “sentido” por nossa pele, por nosso olho, pelo nariz ou boca e sim imposto por um mundo regido pelo capital, pela política desigual e pelo consumo.

Nesse sentido as imagens-fotografias de Domingos Martins-ES em sua maioria consideradas hegemônicas, não se assumem como narrativas/histórias/versões e sim como representação desse lugar, ou seja, como se a imagem em seu enquadramento que aprisiona desse conta de nos dizer sobre o lugar por inteiro, como se a imagem fosse o próprio lugar.

A potencialidade destas imagens está no movimento de serem narrativas/histórias/versões desses lugares, que despertam em nós desejos, curiosidades, sentidos, imaginações, geografias, criando uma versão do mundo, que nos contam uma história, mas deixam em si mesmas, em seus interiores, ranhuras, possibilidades e linhas de fuga (DELEUZE e GUATTARI, 2003) sobre esse mesmo mundo.

## CONCLUSÕES

Reivindicamos um olhar para as imagens como possibilidade emancipatória, continuidade de pensamentos e reflexões, trilhando um caminho de leitura pós-imagem. Oliveira Júnior chama esse processo de “pontes de passagens”, que para nós é olhar para uma imagem e realizar o caminho de, através delas, conseguir pensar em outras coisas, atravessando-as com outras obras da cultura presentes no mundo, quer seja uma música, um poema, uma pintura e isso, para além do paradigma representacional. Essa é uma escolha de pensamento e política. Nesse sentido, a paisagem deixa de ser algo pensado para ser consumido:

A paisagem é, de maneira geral, uma construção cultural, ela não é um objeto físico, não deve ser confundida com o ambiente natural, nem com o território ou o país. A paisagem é da ordem da imagem, seja esta imagem mental, verbal, inscrita sobre uma tela, ou realizada sobre o território (BESSE, 2006, p. 61).

A paisagem é um modo de experienciar o mundo. Ela é construída na história por meio das relações sociais existentes. Por isso Besse chama a paisagem de construção cultural e, sobretudo, a paisagem é uma imagem. Imagem mental construída culturalmente por nossa memória, imagem verbal construída culturalmente, por exemplo, em nossos diálogos, imagem inscrita sobre uma tela construída culturalmente pelas pinturas, desenhos e mais recentemente pela fotografia, imagem realizada sobre o território construída culturalmente pela relação das pessoas com o lugar (BONDIÁ, 2002).

A potencialidade política das imagens está no movimento de serem narrativas/histórias/versões desses lugares, que despertam em nós desejos, curiosidades, sentidos, imaginações, geografias, criando uma versão do mundo, que nos contam uma história, mas deixam em si mesmas, em seus interiores ranhuras (possibilidades/linhas de fuga) sobre esse mesmo mundo. Permitindo-nos olhar para as imagens como possibilidade emancipatória, continuidade de pensamentos, reflexões, trilhando um caminho de leitura

pós-imagem. Oliveira Júnior chama esse processo de “pontes de passagens”, que para nós é olhar para uma imagem e realizar o caminho de através delas conseguir pensar em outras coisas, para, além disso, significa pensar e agir politicamente ou ainda associar essas primeiras imagens com outras obras da cultura presentes no mundo quer seja uma música, um poema, uma pintura. A imagem-fotografia, como artefato da cultura, é uma expressão da linguagem que compõe uma narrativa. O lugar, nesse sentido é o espaço da experiência e a paisagem é resultado de um processo mediado pela cultura “inscrição, traços, impressões, marcas, escrituras, grafia, testemunho humano” (BESSE, 2006).

As imagens exercem um papel político no mundo, na medida que produzem pensamentos e ações sobre este mesmo mundo. Para isso elas participam junto conosco de uma educação do olho e do olhar (Oliveira Junior, s/d), que encontram legitimidade nas práticas do turismo, criando “reduções narrativas” sobre determinados lugares, principalmente aqueles circunscritos pela atividade turística. Constatamos que a imagem ícone (a forma visual que se repete) do município de Domingos Martins é a fotografia da Pedra Azul, ou seja, todas as possibilidades do que pode ser aquele lugar são reduzidas a uma única imagem, portanto, a uma única prática discursiva em que seu aprisionamento não dá conta de dizer das experiências, das histórias das pessoas que vivem ali. Além disso, não permite ao turista a possibilidade dessas outras formas de imaginar e experimentar o espaço.

Deste modo as práticas sócias, culturais e políticas, reproduzem e alimentam uma imaginação espacial hegemônica posta no mundo. Nós propomos uma reflexão consistente e continuada sobre este modo de pensar e experienciar o mundo. A ideia é entender como as fotografias participam das narrativas dos lugares, como estão, a todo tempo, a nos contar histórias, a nos dizer sobre o mundo. Essas histórias/narrativas produzem e reproduzem pensamentos políticos sobre o lugar, a geografia e o mundo.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Milton José. O Estúdio da Televisão e a Educação da Memória. In: **Revista Educação e Sociedade**. Vol. 26, N. 86, 2004. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0101-73302004000100016>> Acesso em: 28/06/2009

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as conseqüências humanas**. Trad. Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.

BESSE, Jean-Marc. **Ver a Terra: seis ensaios sobre a paisagem e a geografia**. Trad. Vladimir Bartalini. São Paulo: Perspectiva, 2006.

BONDIA, Jorge Larrosa. Notas sobre a experiência e o saber de experiência. In: **Revista Brasileira de Educação**. 2002. Disponível em: <<http://www.anped.org.br/rbe/rbedigital/RBDE19/RBDE1904JORGELARROSABONDIA.pdf>> Acesso em: 05/03/2009.

DELEUZE, Gilles e GUATTARI, Félix. **Kafka: para uma literatura menor**. Trad.: Rafael Godinho. Lisboa: Assírio e Alvim, 2003.

MASSEY, Doreen. **Pelo Espaço: uma nova política da espacialidade**. Trad. Hilda Pareto Maciel e Rogério Haesbaert. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.

OLIVEIRA JR., Wencesláo Machado. **Fotografias e conhecimentos do lugar onde se vive: notas sobre linguagem fotográfica e atlas municipais escolares, (s/d)**. Disponível em: <<http://www.scribd.com/doc/24300221/Fotografias-e-Conhecimentos-Do-Lugar-Onde-Se-Vive>> Acesso em: 19/12/2009

QUEIROZ FILHO, Antonio Carlos. Saboreando o Espaço, Inventando Paisagens. In: **Revista Paisagens em Debate, FAU-USP**. 2007. Disponível em: <<http://www.usp.br/fau/deprojeto/gdpa/paisagens/inicio.html>> Acesso em: 23/07/2009.

\_\_\_\_\_. A Edição dos Lugares: sobre fotografias e a política espacial das imagens. In: **Revista Educação Temática Digital – ETD**. 2010. Disponível em: <<http://www.fae.unicamp.br/etd/index.php>> Acesso em: 15/09/2011.

SCHAMA, Simon. **Paisagem e memória**. São Paulo: Cia das Letras, 1996.

SONTAG, Susan. **Sobre Fotografia**. Trad. Rubens Figueiredo. São Paulo: Cia das Letras, 2004.

VATTIMO, Gianni. **A Sociedade Transparente**. Trad. Hossein Shooja e Isabel Santos. Relógio D'água, 1992.