



Turismo e Fotografia: Revelando uma história de união e reinvenção.¹

Ana Patrícia de Aguiar ALMEIDA²

Rosalma Diniz ARAÚJO³

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

RESUMO

O presente trabalho tem como principal objetivo apontar como a história do turismo e da fotografia estão interligadas, desde a invenção do daguerreótipo no século XIX, até os dias atuais, com a popularização da internet e da fotografia digital. Trata-se de um estudo exploratório, bibliográfico e de campo quanti-quali, cujo instrumento é o questionário composto de questões fechadas, abertas e semi-abertas. Através de uma amostra não probabilística por conveniência, foram entrevistados 50 turistas acerca da relação destes com a fotografia turística. Assim, constatou-se que a variável idade é o fator diferencial preponderante no modo de utilização da fotografia turística na era digital, sobretudo nas redes sociais, revelando que jovens de menos de 25 anos têm uma participação ativa, diferentemente dos turistas que possuem mais de 50 anos.

PALAVRAS-CHAVE: fotografia; turismo; internet; redes sociais.

INTRODUÇÃO

Pode-se observar que o homem tenta reproduzir as imagens do seu dia-a-dia desde a pré-história, com as pinturas rupestres, passando pelas pinturas em telas, até chegar à fotografia.

Alguns historiadores relatam que desde o século VIII a.C aconteciam viagens, onde, por exemplo, as pessoas se deslocavam para ver os Jogos Olímpicos de quatro em quatro anos na Grécia. Na época das grandes navegações, o mundo começou a ser conhecido através dos relatos dos viajantes, por isso era de extrema necessidade que um pintor ou desenhista acompanhasse a tripulação na descoberta de novas terras para poder reproduzir as paisagens de locais ainda não conhecidos pelos europeus.

No século XVI os jovens da aristocracia inglesa viajavam pela Europa, acompanhados de seus professores particulares com o intuito de conhecer novos

¹ Trabalho apresentado no XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Recife - PE – 14 a 16/06/2012

² Graduada em Turismo pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB), email: anapaticia_jp@yahoo.com

³ Graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e Mestre em Administração de Marketing pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB), email: rosa_almadiniz@yahoo.com.br



mundos, novas culturas e novas línguas através das viagens. Essas viagens eram chamadas de *Grand Tour*. Os jovens, ao voltar para casa tinham como obrigação mostrar o relato de sua jornada, onde deveriam constar imagens dos locais visitados, para comprovar tudo que foi vivido. Por isso, era comum os jovens viajarem acompanhados de um pintor ou desenhista, além do seu tutor. (BARRETO, 2003)

O turismo como se conhece hoje teve como marco inicial as excursões regulares organizadas por Thomas Cook no século XIX. Em 1841, Cook, considerado o primeiro agente de viagens da história do turismo, comprou e revendeu bilhetes de um trem para transportar 570 passageiros de *Leicester* para *Loughborough*, na Inglaterra, período em que a fotografia estava começando a se difundir na Europa e demandava de um aparato caro e complicado. Sontag (2004) afirma que nos anos de 1840 somente possuíam uma câmera os inventores e os aficionados para operá-la.

No turismo também pode-se notar a importância das imagens, seja para o turista, ou para as empresas turísticas privadas ou governamentais. Bourdieu (2003,p.19) classifica as motivações para fotografar como:

- Proteção contra o tempo;
- Comunicação com os demais e a expressão de sentimentos;
- Realização de um sentimento;
- Prestígio social;
- Distração ou fuga.

Portanto, fotografar e viajar, cada qual com sua história particular, têm suas semelhanças no que se refere às motivações, pois, comunicação com os demais, realização de um sentimento, prestígio social, distração ou fuga também são motivos que levam as pessoas a se deslocarem de seu lugar de residência para outro, caracterizando o fazer turismo.

O ENCONTRO DA FOTOGRAFIA COM O TURISMO

A primeira câmera fotográfica chamava-se “daguerreótipo”, inventada em 1837 por Louis Daguerre, um pintor francês que conseguiu, após várias tentativas, fixar uma imagem em uma superfície. A imagem produzida pelo daguerreótipo era única, sem possibilidade de cópia, pois estava gravada em uma superfície opaca. A imagem produzida era extremamente nítida, fato que auxiliou na grande repercussão da invenção



de Daguerre, que também foi beneficiado pelas questões políticas e pelo momento propício para a aceitação de sua invenção nacional e internacionalmente (KOSSOY, 2001).

Foi em 1888 que houve uma grande revolução na fotografia: a invenção da câmera Kodak por George Eastman, um americano amante da fotografia que se interessou pela atividade mas não estava satisfeito com o processo de estocagem das placas de vidro, e imaginou que a fotografia seria muito mais prática e eficiente se houvesse uma maneira de simplificar todo seu processo. Foi então que Eastman inventou o primeiro filme de rolo da história, uma maneira muito mais prática e segura de preservar a foto, já que as placas de vidro quebravam com muita facilidade. (KODAK, 2011)

A Kodak era pequena e leve. Seguidas as indicações de luminosidade mínima, o que o fotógrafo teria que fazer era apenas apertar um botão. Por conta da facilidade criada para fotografar, o slogan da Kodak era: “Você aperta o botão, nós fazemos o resto.”, como podemos observar no anúncio criado em 1890 (Figura 01).

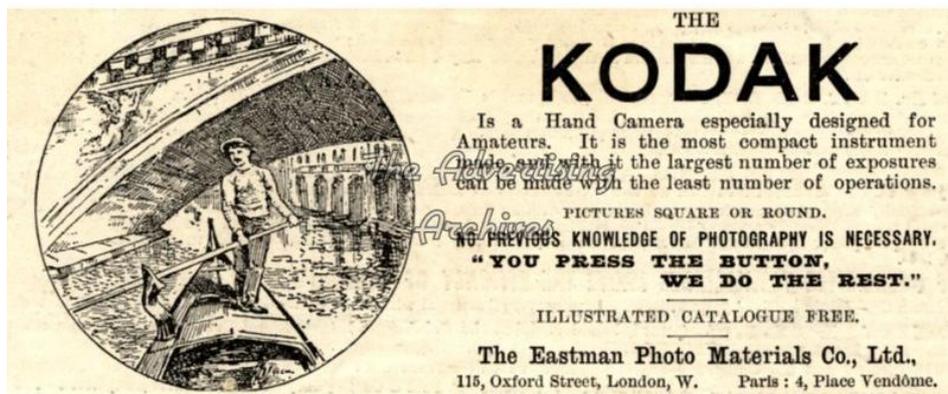


Figura 01 - Kodak, 1890s, UK. Fonte: The Advertising Archives ⁴

As inovações de Thomas Cook para o turismo trouxeram um avanço no aspecto social, pois as viagens ficaram mais acessíveis para os segmentos médios da população. Junto com a popularização das viagens e a industrialização ocorrida na Europa, a fotografia também se tornou popular.

⁴ Tradução da figura 01: A Kodak é uma câmera de mão especialmente feita para amadores. É o mais compacto instrumento feito e com ela o maior número de poses podem ser feito com o número mínimo de operações. Fotos quadradas ou redondas. Não é necessário conhecimento prévio sobre fotografia. "Você aperta o botão, nós fazemos o resto." Catálogo ilustrado grátis.



... a fotografia desenvolve-se na esteira de uma das atividades modernas mais típicas: o turismo (grifo nosso). Pela primeira vez na história pessoas viajam regularmente, em grande número, para fora de seu ambiente habitual, durante breves períodos. Parece decididamente anormal viajar por prazer sem levar uma câmera. (SONTAG: 2004, p. 19-20).

Com a popularização da câmera fotográfica, as pessoas não só tiravam fotos de casamentos e outras celebrações familiares, que é um dos usos mais populares e antigos da fotografia, como passou a fazer parte da vida da sociedade moderna, formando o que Sontag chamou de "crônicas visuais" das famílias: "(...) um conjunto portátil de imagens que dá testemunho a sua coesão. Pouco importam as atividades fotografadas, contanto que as fotos sejam tiradas e estimadas " (SONTAG., 2004. p 19).

Dessa maneira, as famílias começaram a registrar também seus momentos de lazer, inclusive suas viagens: "Viajar se torna uma estratégia de acumular fotos", afirma Sontag. E, na era digital, essa acumulação toma proporções inimagináveis.

O turismo era tão importante para a atividade fotográfica já naquela época, que a KODAK produzia anúncios específicos para esse público que fotografava durante suas viagens, como podemos ver na Figura 02.



Figura 02 - Kodak,1910s,UK, Fonte: The Advertising Archives ⁵

No apelo publicitário descrito anteriormente vê-se a ênfase que é dada à facilidade e importância de fotografar para eternizar e compartilhar as cenas memoráveis do gozo do tempo livre, pois “um feriado sem uma Kodak, é um feriado desperdiçado”. E esse sentimento existe até hoje, e de forma mais profunda, pois não se compartilha só o papel fotográfico⁶.

⁵ Tradução da Figura 02: Traga de volta o seu feriado na sua Kodak. Leve uma Kodak com você esse ano para o campo ou o litoral; e quando chegar na hora de voltar para casa, não deixe todos seus momentos felizes para trás - traga de volta o seu feriado em sua Kodak. Leve a Kodak e traga para casa florestas, campos, e os amigos que estavam com você; leve para casa o mar, a areia e as crianças brincando - Leve todos em fotografias Kodak pequenas e felizes. Leve uma Kodak, e deixe vivas as memórias de cenas que lhe agradaram; deixe que faça uma recordação duradoura dos melhores momentos da sua vida - então você vai saber como é verdade que um feriado sem uma Kodak é um feriado desperdiçado. Não desperdice o seu feriado esse ano; leve uma Kodak! Lembre-se você pode começar a fazer fotos Kodak de uma só vez - você pode aprender a usar uma Kodak em meia hora. Existem Kodaks de todos os preços de 37/6 até 18-10-0 £, e Brownies para as crianças de 10/- até 77/6. Qualquer negociador da Kodak ficará grato em lhe fornecer todos os detalhes.

⁶ Hoje se compartilha bits (a fotografia digital) numa velocidade e quantidade frenéticas, e átomos (fotografia em papel, seja fotográfico, couchê, ou outras variações dos chamados “fotolivros”) numa velocidade menor, mas que já se configura num grande mercado.



A fotografia nos traz a memória outros tipos de lembranças além da visual: os cheiros, a temperatura, o que estávamos sentindo no momento da fotografia. Tudo isso retorna, fazendo com que dificilmente nos desliguemos de nossas fotos, o que nos torna afetivamente ligados a elas.

“Cada família constrói uma crônica visual de si mesma – um conjunto de imagens que dá testemunho da sua coesão”, afirma Sontag (2004, p 19). As fotografias de viagens são muito importantes nessa construção, pois na modernidade, época em que os filhos estão sempre estudando e os pais trabalhando, o momento da família reunida se torna cada vez mais raro. Viajar tornou-se uma maneira de reunir a família, e é através da fotografia que representamos o que fazemos, com quem estávamos, como estávamos nos divertindo.

As imagens que colecionamos de nossas viagens são relíquias, com um forte conteúdo simbólico. O que vemos na fotografia, o que foi registrado visivelmente, quando vistas novamente revivem as sensações e emoções que enfraqueciam na nossa memória, que estavam registradas no nosso íntimo sob forma de impressões (KOSSOY, 2000). A câmera se torna uma companheira constante durante as viagens, com o turista procurando por cenas e paisagens que valham a pena serem registradas.

A Kodak utilizou por muito tempo o turismo como principal parte da sua estratégia de marketing. No anúncio a seguir, nota-se como a Kodak dá uma grande importância a fotografia de viagens como uma maneira de preservar a memória e "provar" para parentes e amigos que um lugar de destaque na sociedade foi visitado, concedendo status ao viajante:

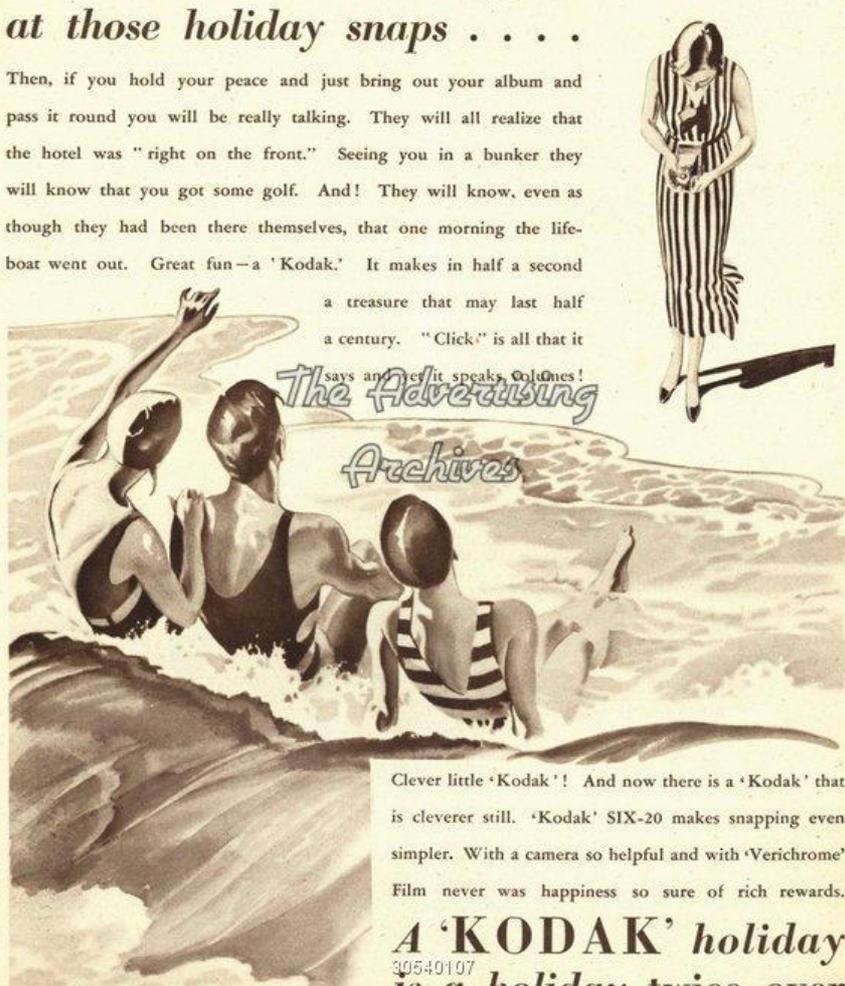


The PASSING SHOW, July 30, 1932

What fun it will be

*next winter to look again
at those holiday snaps*

Then, if you hold your peace and just bring out your album and pass it round you will be really talking. They will all realize that the hotel was "right on the front." Seeing you in a bunker they will know that you got some golf. And! They will know, even as though they had been there themselves, that one morning the life-boat went out. Great fun—a 'Kodak.' It makes in half a second a treasure that may last half a century. "Click" is all that it says and yet it speaks volumes!



The Advertising Archives

Clever little 'Kodak'! And now there is a 'Kodak' that is cleverer still. 'Kodak' SIX-20 makes snapping even simpler. With a camera so helpful and with 'Verichrome' Film never was happiness so sure of rich rewards.

**A 'KODAK' holiday
is a holiday twice over**

305-40107

27

Figura 04 – 1932 UK⁷

Mesmo que as fotografias “falem” muito, a narrativa dessas fotos é parte essencial no processo do seu entendimento. Simson (2005, p 23), dissertando sobre o resgate da trajetória de grupos sociais específicos, afirma que “qualquer fotografia, amarelecida pelo tempo, puxada timidamente do fundo do bolso, trazia novo

⁷ Tradução do texto da figura 04: “Como vai ser divertido olhar novamente as fotos desse feriado no próximo inverno.... Então, se você ficar calado e trazer seu álbum e passar para as pessoas você vai estar realmente falando. Eles irão notar que o hotel estava "bem na frente". Vendo você em um bunker eles vão saber que você praticou golf. E! Eles vão saber, mesmo se eles estiveram lá, que em uma manhã o barco salva-vidas saiu. Ótima diversão - uma 'Kodak'. Ela faz em meio segundo um tesouro que pode durar meio século. 'click' é tudo que diz e mesmo assim fala muito! Pequena esperta 'Kodak'! E agora existe uma 'Kodak' que é ainda mais esperta. 'Kodak' SIX-20 faz a fotografia ainda mais simples, Com uma câmera tão proveitosa e com filme 'verichome' nunca a alegria foi tanta certeza de recompensas ricas. Um feriado 'Kodak' é um feriado duas vezes melhor.”



enriquecimento às narrativas e uma segurança muito maior aos processos de rememoração.”.

Kossoy (2000) afirma que o homem, ao "descongelar" os conteúdos das imagens, contam a si mesmo e aos mais próximos, histórias de vida que podem sofrer alterações por parte de quem está narrando os fatos e emoções representados naquelas fotos, pois ele pode omitir ou alterar fatos e circunstâncias. No caso da fotografia turística, normalmente excluímos ou modificamos os fatos desagradáveis ou entediantes, de forma que a viagem narrada se torne mais atrativa.

O ENCONTRO DA FOTOGRAFIA COM INTERNET

Com os avanços tecnológicos da comunicação e da fotografia, o mundo passou a ser conhecido por todos: um mundo que antes só era conhecido através da tradição pictórica, escrita e verbal (KOSSOY, 2001).

Lemos (2003) afirma que na década de 1980 houve a popularização da informática e a conseqüente necessidade de digitalizar os dados. Com essa nova demanda, a fotografia digital surgiu, porém nessa época a qualidade da imagem era baixa e seu custo era alto. Nas décadas de 1990 e 2000 a internet⁸ começou a fazer parte do cotidiano da população, intensificando a necessidade da digitalização dos dados e a maior procura por produtos que digitalizassem dados. Por conta disso houve uma maior popularização da fotografia digital, melhorando a qualidade da imagem e diminuindo seu custo.

Na tabela 01 segue um quadro demonstrativo das principais diferenças entre a fotografia digital e a analógica:

Aspecto	Analógica	Digital
Armazenamento	Filme	Cartão de memória
Reprodução	Fotos reveladas	Reprodução na tv, computador, celular, etc.
Manipulação	Difícil de ser manipulada	Fácil de ser manipulada

⁸ Sawara (1999. p 241) define internet como a maior rede de computadores do mundo, que atua de maneira descentralizada e oferece serviços de comunicação de dados, transferência de arquivos, correio eletrônico, etc.



Tempo para poder visualizar a fotografia	No fim da década de 1990, na maioria dos casos se levava 1 hora para revelar	Instantaneamente através do visor das câmeras
Nº de fotos produzidas	Reduzido ao número de poses do filme e ao número de filmes que o fotógrafo possui	Limitado a quantidade de memória disponível no cartão de memória, podendo ser formatado a qualquer momento
Maneira de captação da imagem	Através do contato da luz com papel fotossensível	Através do contato da luz com uma superfície digital fotossensível

Tabela 01 – Diferenças entre a fotografia analógica e digital. Fonte: Direta

Existem várias maneiras de armazenar essa fotografia produzida, como cds, dvds, HDs, *pendrives*, e álbuns *online*. Os álbuns *online* se tornaram uma maneira simples e rápida de armazenamento, já que de qualquer lugar com conexão a internet o usuário pode publicar suas fotografias, podendo acessá-las também de qualquer lugar com acesso a internet. Esse tipo de armazenamento também simplificou o compartilhamento dessas fotografias, já que se pode mandar o link do álbum online por e-mail, por exemplo, para a família e/ou os amigos.

As pessoas notaram que a internet era um novo e eficiente meio de “ver e ser visto”, daí teve início uma exposição da vida privada, onde se compartilham fatos e fotos de momentos pessoais como a praia do fim de semana, festas de aniversário, reuniões de amigos em casa, até de momentos mais íntimos, como fim de relacionamentos, doenças da família, etc.

Observa-se que atualmente a maior parte das fotografias de viagem está presente nas redes sociais⁹, onde os usuários podem compartilhar as fotografias com seus contatos quase que instantaneamente.

Cavalcanti (2011) afirma que a fotografia turística mostra a realidade consumida como espetáculo, e a internet foi um meio perfeito para essa exposição, já que pode agregar vários tipos de informações em um só lugar, como textos, sons, vídeos e fotografias. Existem vários sites onde os turistas compartilham suas fotografias, como o

⁹ As redes sociais são um grupo de pessoas reunidas na internet, onde cada usuário possui sua rede de conexões, com laços sociais que compõem grupos. Essa rede fica mais complexa de acordo com cada pessoa nova que conhecemos e interagimos (RECUERO, 2009). Elas possibilitam uma grande interatividade entre os usuários, onde muitos tem a possibilidade de expor sua vida privada através de textos, vídeos, imagens e sons.



Facebook, orkut, Twitter, Flickr, Picasa, etc. Cada *website* citado possui sua especificidade, com os usuários interagindo com eles de maneira diferente.

O Facebook é a rede social mais utilizada no Brasil e no Mundo (ALEXA, 2012). O segundo lugar no Brasil é ocupado pelo orkut. O orkut e o Facebook são redes sociais semelhantes no sentido em que os usuários possuem perfis que se conectam com outros perfis através da sua rede de amigos. Nas duas redes sociais é possível o compartilhamento de informações entre os perfis. Essas informações podem ser textos, fotos e vídeos. Em cada publicação, dependendo do nível de privacidade definido pelo usuário, é possível que outros usuários comentem e compartilhem as informações dos perfis. Essa é uma das principais características das redes sociais: a interatividade¹⁰.

O twitter é definido pelo próprio site como "An information network"¹¹. É um microblog que permite o usuário postar *tweets*¹² de até 140 caracteres (COMM, 2009). Os *tweets* podem conter links que levam os leitores a diversos tipos de site, inclusive de fotos e vídeos.

Existem dois sites muito usados criados especialmente para compartilhar fotografias: O Flickr e o Picassa. O Flickr é muito utilizado por fotógrafos amadores e profissionais (CAVALCANTI, 2011). Nele os usuários também possuem uma rede de contatos. Na página inicial do flickr quando o usuário está conectado é possível ver as últimas fotos postadas pelos seus contatos. Dependendo das configurações de privacidade, os usuários do flickr podem comentar nas fotos de outros usuários, adicionar notas, marcações e compartilhar as fotografias em outros sites como o twitter e o facebook.

O Picasa é um álbum online fornecido pela "Google Inc". Nele o usuário tem a possibilidade de editar suas fotos e compartilhá-las usando diretamente o GMail, o orkut ou através de um link fornecido pelo site. Diferentemente do flickr, no Picasa o usuário não possui uma lista de contatos, por isso não pode ser considerado uma rede social, mas ele possui ligação com redes sociais, como o Google+.

¹⁰Interatividade é definida por Levy (1999) como a "participação ativa do beneficiário de uma transação de informação", onde há uma "possibilidade de reapropriação e recombinação do material da mensagem pelo receptor." O grau de interatividade que a internet possibilita é imenso. Podemos tomar como exemplo disso uma foto publicada no facebook: Uma vez postada, ela pode receber comentários, marcações de amigos, pode ser compartilhada em outros perfis do facebook, pode ser copiada e publicada em outro *website*, dentre outras possibilidades.

¹¹ Tradução: "Uma rede de informação".

¹² Cada mensagem enviada pelos usuários do Twitter respondendo a pergunta: "O que está acontecendo?", que atualiza o microblog.



É essa relação de exposição e compartilhamento das fotografias produzidas no momento em que se viaja, principalmente motivada pelo lazer na era digital, que este estudo se propõe a demonstrar e analisar.

CONSIDERAÇÕES FINAIS BASEADAS NA ANÁLISE DOS RESULTADOS

Este tópico irá demonstrar o resultado da pesquisa realizada com 50 turistas da cidade de João Pessoa nos dias 08 e 09 de novembro de 2011, buscando apontar quais as características da fotografia turística na era digital, através das suas formas de compartilhamento. Os questionários foram aplicados na Estação Ciência, no Farol do Cabo Branco e no Centro Cultural São Francisco, por esses serem pontos de grande fluxo turístico em João Pessoa.

Na pesquisa realizada, notou-se que maior parte dos turistas fotografa para recordar a viagem (Gráfico 01), o que mostra que a memória está intimamente ligada à fotografia, pois uma fotografia traz de volta lembranças que estavam guardadas, não somente a imagem estática, mas também os cheiros, calor ou frio, os sentimentos presentes no momento do recorte do espaço-tempo feito durante o breve tempo de captura da imagem.

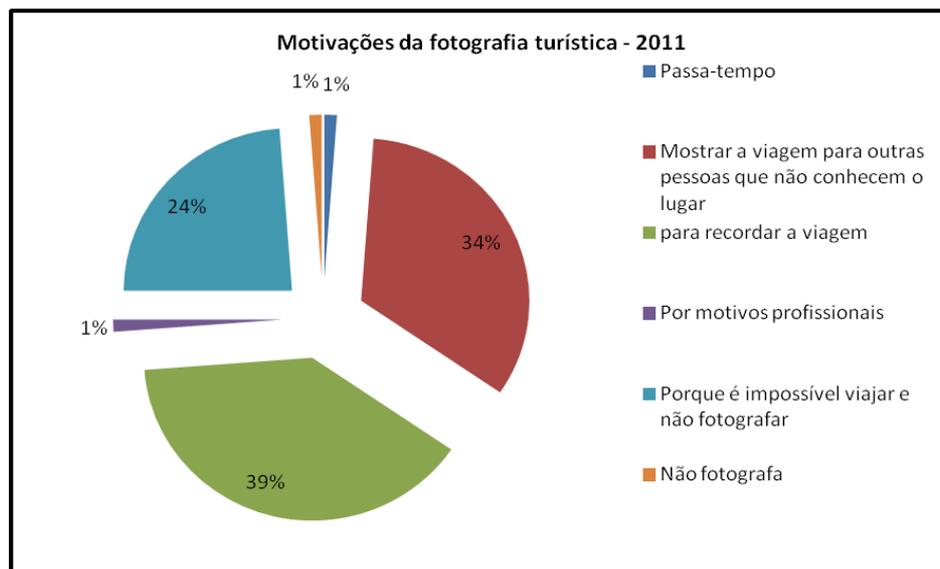


Gráfico 01 – Motivação da fotografia turística - 2011 - Fonte: Direta

De acordo com estudos sociológicos, as gerações Y, nascidos após a década de 80 até meados de 90, e Z, nascidos desde a segunda metade da década de 90 até os dias



16/06/2012

de hoje, as chamadas “gerações da internet” ou “nativos digitais”, respectivamente, obviamente que têm com a internet uma relação umbilical, diferentemente de gerações nascidas antes do advento da rede mundial de computadores. E isso se revela quando se busca entender o funcionamento desses grupos distintos em relação ao que vamos aqui chamar de “comportamento digital”.

Quando os turistas classificaram de 1 (pouco importante) a 5 (muito importante) as diversas utilizações da fotografia turística (Gráfico 02), os entrevistados com até 25 anos classificaram como mais importante "publicar em sites da internet", seguido de "armazenar em CD/DVD" enquanto os com mais de 50 anos classificaram como mais importante "Armazenar em CD/DVD" e logo em seguida "revelar".

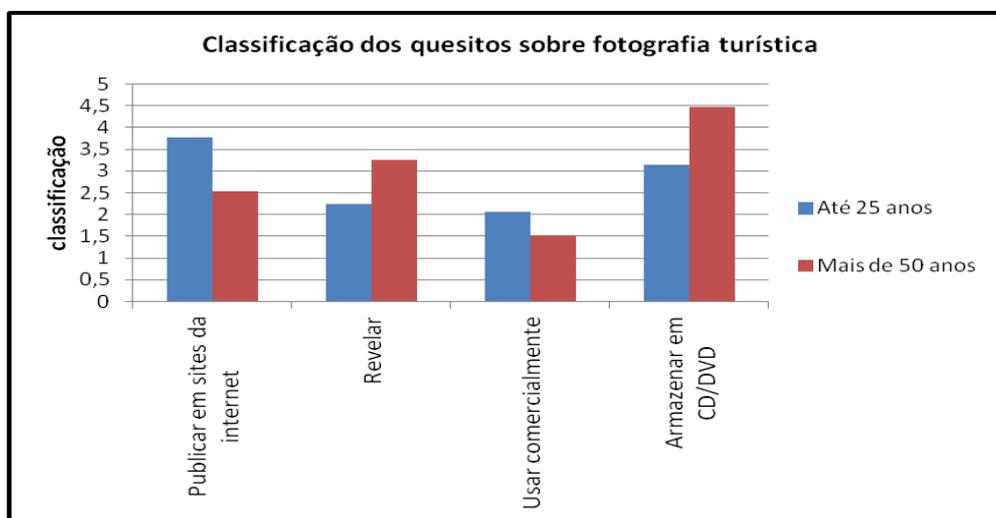


Gráfico 02 – Classificação dos quesitos sobre fotografia turística (Até 25 anos e Mais de 50 anos) - 2011 - Fonte: Direta

Esses dados mostram que assim como a fotografia se modificou ao longo dos anos, a maneira que as pessoas se relacionam com a fotografia também se modificou. Os mais jovens, que possuem maior contato com as novas tecnologias, estão mais abertos às novidades, como a publicação de fotos online e não dando muita importância a revelação da fotografia. Já as pessoas com mais de 50 anos ainda prezam pela fotografia revelada, como uma maneira "física" de preservar a memória, como fizeram durante a maior parte de suas vidas.

Essa diferença entre as pessoas com até 25 anos e as com mais de 50 também é notada quando foi perguntado quais sites eram utilizados para publicação de fotografias de viagem (Gráfico 03). Nota-se que 69% das pessoas com mais de 50 anos não publicam fotos na internet, enquanto essa porcentagem dos entrevistados que possuem



até 25 anos é de apenas 4%. Apenas 31% das pessoas que possuem mais de 50 anos publicam as fotos na internet. Dessas, 25% utilizam o Facebook e 6% o orkut.

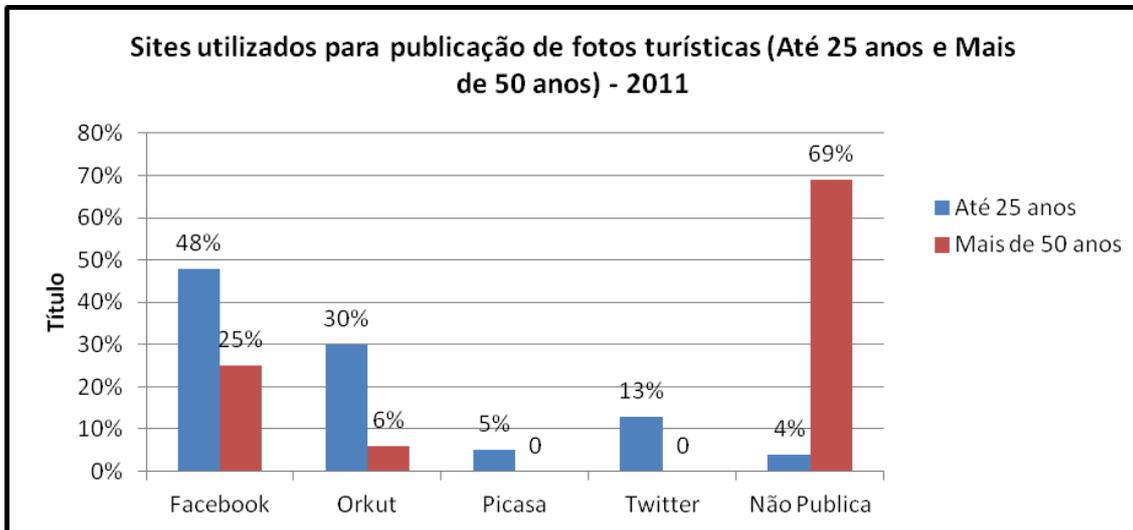


Gráfico 03 – Sites que utilizados para publicação na internet (Até 25 anos e Mais de 50 anos) - 2011 - Fonte: Direta

Assim como no quesito sobre a importância da utilização da fotografia turística, quando questionados sobre os sites utilizados para publicação de fotos turísticas na internet, quando as pessoas com mais de 50 anos respondiam, elas complementavam que não publicavam fotos das viagens na internet porque não sabem utilizar computador, ou porque não veem necessidade de exporem suas vidas na internet.

A constante necessidade que os jovens têm de expor sua vida cotidiana faz com que a fotografia turística esteja sempre presentes em seus perfis nas redes sociais, principalmente por ser uma maneira de ostentar o que foi consumido, pois cada destino turístico tem um valor diferenciado para cada viajante e para as pessoas que estão observando a fotografia. Muitas pessoas acham que é mais “chic” viajar para a Europa do que para lugares dentro do Brasil, por exemplo. O jovem parece ter mais a necessidade de se auto-afirmar utilizando as viagens para tal fim e se isso não for compartilhado, que sentido faz?

Como foi visto anteriormente, a fotografia e o turismo sofreram muitas modificações ao longo da história e continuarão a modificar-se, já que sempre existirão novas tecnologias presentes no nosso dia-a-dia.

Fazer turismo e fotografar atualmente são atividades inseparáveis e complementares, tornando a máquina fotográfica um apêndice do turista. As novas



16/06/2012

tecnologias proporcionaram o avanço de ambas e muito ainda há de se modificar nessa relação do viajante com seu objeto de registro e memória, o que faz do tema um campo fecundo para a inter e transdisciplinaridade, uma vez que é área de interesse para a comunicação, turismo, informática, sociologia, antropologia e psicologia, entre outros.



REFERÊNCIAS

ALEXA. **Top Sites in Brazil.** Disponível em:
<<http://www.alexacom/topsites/countries/BR>>. Acessado em: 23 de abril de 2012

BARRETO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo.** Campinas: Papirus, 2003.

BOURDIEU, Pierre. Un Arte Médio: **Ensayo sobre los usos sociales de La fotografia.** Barcelona: Editorial Gustavo Gili AS, 2003.

CAVALCANTI, Anabel S. **Fotografia: viajar, ver e ser visto na internet.** Revista Espaço Acadêmico. Ano X. nº117. Fevereiro de 2011.

COMM, Joel. **O poder do Twitter: Estratégias para dominar o seu mercado e atingir seus objetivos com um tweet por vez.** São Paulo: Editora Gente, 2009.

KODAK. **1978-1929.** Disponível em:
<http://www.kodak.pt/ek/PT/pt/About_Kodak/Our_Company/1878-1929.htm>. Acessado em: 03 de novembro de 2011

KOSSOY, Boris. **Fotografia & História.** São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.

_____. **Realidades e ficções na trama fotográfica.** São Paulo: Ateliê Editorial, 2000.

LEMOS, André. **Cibercultura e Mobilidade: a Era da Conexão.** Disponível em:
<<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n41/alemos.html>>. acessado em: 13 de novembro de 2011

_____. **Cibercultura - Alguns pontos para compreender a nossa época.** In: LEMOS, SCHROEDER, Jonathan E. **Visual consumption.** Routledge, 2005.

SAWAYA, Márcia Regina. **Dicionário de Informática e Internet.** São Paulo: Nobel, 1999. p.241.

SIMSON, Olga R. de Moraes von. **Imagem e memória.** In: SAMAIN, Etienne (org). **O fotográfico.** São Paulo: Editora Hucitec/Editora Senac São Paulo, 2005

SONTAG, Susan, **Sobre fotografia.** São Paulo: Companhia das Letras, 2004

RECUERO, Raquel. Rede Social. In: SPYER, Juliano (org). **Para Entender a Internet - Noções, práticas e desafios da comunicação em rede.** 2009, p.25-26