

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL UNINTER
Curso de Comunicação Social – Jornalismo

MÁRCIA CARLI
TAMYRIS DE OLIVEIRA DUNAISKI

***SELFIE* E RETRATO: AS DUAS FACES DO EU**

CURITIBA
2016

MÁRCIA CARLI
TAMYRIS DE OLIVEIRA DUNAISKI

SELFIE E RETRATO: AS DUAS FACES DO EU

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo ao Centro Universitário Internacional UNINTER.

Orientador: Prof. Ma. Sionelly Leite

CURITIBA
2016

RESUMO

Este trabalho trata da produção do fotolivro “*Selfie* e Retrato: as duas faces do eu” que traz um ensaio fotográfico de *selfies* e retratos, ambos tirados de jovens alunos do Centro Universitário Uninter. O objetivo é chamar a atenção para as diferenças de comportamento das pessoas no momento em que se autorretratam e quando alguém as retrata. Para isso foram usados *selfies* tirados pelos modelos, usando a câmera frontal de um smartphone, e retratos feitos por uma fotógrafa. Para embasamento teórico, foram utilizados os autores Boris Kossoy (2001), Roland Barthes (2009) e Luciano Sampaio (2014) sobre estudos da fotografia; Jorge Pedro Sousa (1998) e Marcelo Leite (2015) sobre fotojornalismo; e sobre *selfie*, Lúcia Santaella (2004), Raquel Recuero (2009) e Guy Debord (1997).

Palavras-Chave: *selfie*, retrato, ensaio fotográfico, comportamento, fotografia.

ABSTRACT

This work deals with the production of the photobook "selfie and portrait: the two faces of the self" that brings a photo essay of selfies and portraits taken of young students of the University UNINTER. The aim is to draw attention to people's behavioral differences when they take a photo by themselves and when someone do. For that they were used selfies taken by models using the front camera of a mobile phone and portraits by a photographer. The differences in behavior can be observed in expressions of models.

Keywords: selfie, portrait, photo essay, behavior, photography.

SUMARIO

1 INTRODUÇÃO	5
2 METODOLOGIA	7
3 FOTOGRAFIA.....	8
3.1. HISTÓRIA DA FOTOGRAFIA	8
3.2 O RETRATO	10
3.3 DO AUTORRETRATO AO SELFIE.....	13
3.4 FOTOJORNALISMO	15
3.5 GÊNEROS FOTOJORNALÍSTICOS	16
3.5.1 O FOTO-ENSAIO.....	17
3.5.2 A FOTORREPORTAGEM.....	17
3.5.3 O <i>SELFIE</i> NO JORNALISMO	18
4 VISIBILIDADE DO SELFIE.....	19
4.1 REDES SOCIAIS	19
4.1.1 FACEBOOK	19
4.1.2 INSTAGRAM.....	20
4.1.3 FLICKR	20
4.1.4 SNAPCHAT.....	20
4.2 CATEGORIAS DOS SELFIES	21
4.2.1 SELFIES PERIGOSAS	21
5 O INDIVÍDUO NOS SELFIES	23
5.1 O ESPELHO E O <i>SELFIE</i>	25
6 PROJETO GRÁFICO.....	26
6.1 O FOTOLIVRO.....	27
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	29
REFERENCIAS.....	31

1 INTRODUÇÃO

O *selfie* é definido pelo dicionário Oxford como uma foto tirada de si mesmo geralmente através de smartphone ou webcam e publicada em uma rede social, o termo *selfie* surgiu em setembro de 2002, em um fórum de discussão. O tema escolhido para esta pesquisa é uma reflexão sobre o ato de fazer *selfie* e retrato. O objetivo do trabalho é a produção de um fotolivro com *selfies* e retratos de jovens estudantes do Centro Universitário Uninter. A fotografia foi usada como elemento narrativo para conduzir este trabalho, pois se considera que seja uma forma de extensão da capacidade de olhar e que pode ser considerada uma forma de compreensão daquilo que é humano nas suas especificidades.

Por meio de foto-ensaio, este trabalho tem a intenção de contribuir para uma diferente percepção do olhar em relação aos diferentes modos como as pessoas posam para um *selfie* e um retrato. Para isso, foram fotografados acadêmicos do Centro Universitário Uninter na cidade de Curitiba. A proposta é convidar o leitor a refletir sobre as mudanças visuais e gestuais das pessoas, quando se compara um *selfie* e um retrato, por meio da fotografia e sua respectiva produção de sentidos.

No primeiro capítulo foi abordada a fotografia como produtora de sentidos, seus conceitos históricos, seu uso na imprensa, a história do fotojornalismo e a questão retrato/*selfie*. Para tal são utilizados Boris Kossoy (2001), Roland Barthes (2009), Eduardo Ewald Maya (2008) e Luciano de Sampaio Soares (2014), autores que discutem a construção ética e estética da fotografia. Ainda, foram utilizados Jorge Pedro Sousa (1998), (2002) e Marcelo Eduardo Leite (2015) para explorar a questão dos gêneros fotojornalísticos.

No segundo capítulo são abordados conceitos que ajudam a entender o fenômeno *selfie*, sua veiculação nas redes sociais, o indivíduo no *selfie*, bem como os perigos e acidentes recorrentes durante o registro. Para isso, usamos Lúcia Santaella (2004), Raquel Recuero (2009) e Guy Debord (1997) autores que trazem uma análise sobre a representação do “eu” nas redes sociais.

No capítulo subsequente foram abordados conceitos do design gráfico, para explicar sobre o projeto gráfico do livro. Entre os pontos discutidos estão as cores, o papel, a tipografia, a impressão e o número de páginas. Para embasar esses conceitos, foram utilizados Andrew Haslem (2007) e Antônio Celso Collaro (2006).

O fotolivro tem como objetivo principal uma reflexão em relação à representação do olhar sobre si que acontece no *selfie* e o olhar do fotógrafo sobre o retratado que acontece no retrato. Entre os objetivos específicos, estão: fotografar jovens do Centro Universitário Uninter que postam *selfies* em redes sociais; analisar o comportamento dos sujeitos no ato do *selfie* e do retrato; comparar as diferenças entre *selfie* e retrato e assim ofertar um produto que tenha relevância, pois é importante descobrir o significado social dos *selfies* e do retrato; com isso será possível identificar sentimentos que, antes, estavam acobertados.

Portanto, o fenômeno dos *selfies* é relevante porque mostra a mudança no ato de fotografar e de ser visto, contribui para a história da fotografia, pois fala de um momento e um movimento fotográfico vertiginoso da atualidade. No mercado o produto fotolivro sobre *selfie* é escasso e pode ajudar nas pesquisas sobre o assunto, pesquisas estas que estão em evidência, pois, o movimento *selfie* é um assunto da atualidade.

2 METODOLOGIA

A pesquisa foi elaborada primeiramente pela seleção bibliográfica, visando buscar dados já existentes sobre o assunto fotografia, retrato, autorretrato, fotojornalismo e fotolivro. Pesquisa bibliográfica pode ser o primeiro passo de qualquer trabalho científico e pode ser feita como parte da pesquisa descritiva ou experimental ou ainda independente. Esta metodologia procura trazer e analisar as contribuições culturais e científicas do passado sobre assuntos, temas e problemas (SILVA, 2003). Na pesquisa bibliográfica podem ser consultados artigos, teses, dissertações, livros, etc., escritos por outros autores sobre o tema da pesquisa. (CASARIN E CASARIN, 2012).

Em seguida foi realizada uma pesquisa descritiva. Esse método foi usado durante as sessões fotográficas feitas no estúdio fotográfico do Centro Universitário Uninter, para identificar e interpretar as atitudes dos participantes por meio de observação sistemática. Segundo Silva (2003 *apud* CERVO e BERVIAN, 2003) a pesquisa descritiva busca conhecer situações e relações da vida social, política, econômica e demais aspectos do comportamento humano, tanto do indivíduo, como de grupo e comunidades mais complexas.

A pesquisa descritiva objetiva caracterizar e identificar opiniões, atitudes ou crenças de um indivíduo ou grupo, utilizando instrumentos padronizados para a coleta de dados, tais como: questionários, observação sistemática e entrevista estruturada. (CASARIN E CASARIN, 2012).

Por fim, fizemos uma pesquisa do material a fim de analisar os *selfies* e os retratos feitos no estúdio fotográfico (do Centro Universitário Uninter), para a seleção das imagens que fazem a composição do fotolivro.

Na pesquisa documental, investigam-se documentos já existentes a fim de se descrever e comparar usos e costumes, tendências, diferenças e outras características (SILVA, 2003). A pesquisa documental usa qualquer tipo de documentação que forneça dados para a pesquisa, podem ser registros oficiais, dados estatísticos, relatórios e materiais audiovisuais (CASARIN E CASARIN, 2012).

3 FOTOGRAFIA

Neste capítulo, tratamos da fotografia elemento principal para produção do fotolivro “*Selfie e Retrato: as duas faces do eu*”. Por se tratar de um ensaio fotográfico, analisamos o fotojornalismo. Para isso, é abordada a análise da fotografia desde o seu contexto histórico passando pelo surgimento do retrato e os primeiros autorretratos. Assim, para chegar a foto-ensaio o contemporâneo e o surgimento do *selfie*, parte-se da origem da fotografia na imprensa, a prática de retratar, se autorretratar e a explicação da escolha da fotografia como meio de trazer informações, e gerar reflexões sobre o comportamento das pessoas em frente à câmera.

Este capítulo está dividido em: história da fotografia, desde seus primórdios; o retrato e sua popularização; do autorretrato ao *selfie*, que contextualiza o início do autorretrato à nomenclatura *selfie*; a profissionalização do fotojornalismo e também as categorias que diferenciam a fotografia de imprensa e a foto-ensaio, com o intuito de justificar a escolha da fotografia como meio de reflexão sobre o comportamento humano.

3.1. HISTÓRIA DA FOTOGRAFIA

O ser humano sempre procurou algum jeito de reproduzir sua imagem. Na época das cavernas já traçavam alguns desenhos nas paredes para expressar seus anseios e ideias. Esse desejo de registrar imagens levou várias pessoas a tentarem inventar algum meio que registrasse a imagem humana, de maneira que pudessem guardar na lembrança – e na historicização humana – a sua própria existência. Surgiu a pintura, técnica a qual poucas pessoas tinham acesso, por ser cara e pela demora no seu processo; e após séculos de experimentos, nasce a fotografia em meio a outras grandes mudanças econômicas, políticas, sociais e culturais que marcaram o período da Revolução Industrial. Além das várias inovações como o trabalho em série, invenções de máquinas, ferramentas, fabricação de novos produtos químicos e novos modos de produção, o período também traz o que hoje se entende como registro de imagens estáticas.

A fotografia é a prática que proporciona oportunidades de revelar em imagens percepções de outros lugares, realidades, culturas, sentimentos e

acontecimentos que não seriam vistos se não fossem as imagens “recortadas” num determinado espaço/tempo. A partir desse contexto, explica Boris Kossoy (2001, p. 26).

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

Ao mesmo tempo, segundo Maya (2008, p.107) a fotografia aparece para provar que algo existe, para gravar uma cena real em imagem estática, projetar a imagem humana e também o documento visual como testemunho material da atuação do fotógrafo como componente e indivíduo de uma sociedade. Deste modo, nota-se o passado como um composto de imagens fotográficas, em forma de lembranças que guardam a realidade. (MAYA, 2008).

Ainda que a fotografia do século XIX não fosse tão vagarosa quanto a pintura, custava muito caro tirá-la e obter uma câmera. Como era um invento sofisticado, até então apenas a elite tinha acesso a esta forma de se retratar. Em meio a isso, muitos estudiosos consideram o francês Louis Mendes Daguerre como o pai da fotografia, por ter inventado uma câmera obscura com registro mais rápido, e mais barato. O daguerreótipo, como ficou nomeado, se tornou responsável pela extensão da fotografia a classes menos favorecidas.

Mas foi apenas em 1888 que a primeira câmera comercial foi lançada pela empresa Eastman Kodak Company, dando início à democratização da prática fotográfica. Após a Primeira Guerra Mundial, várias outras indústrias começaram a fabricar e comercializar câmeras que são conhecidas até hoje, como a Nikon (Nippon Kogaku), inaugurada em 1917; a Olympus e a Asahi Pentax, ambas de 1919; a Minolta de 1928; a Canon de 1933; e a Fuji, de 1934. (SALLES, 2004)

Com o lançamento desses equipamentos, a fotografia começa a ser praticada por um número cada vez maior de pessoas, garantindo que acontecimentos, até então não registrados, comessem a ser familiares e a fazer parte da memória, mediadoras do mundo.

3.2 O RETRATO

O retrato é um dos gêneros mais populares dentro da fotografia, a tal ponto de a expressão “tirar um retrato” é, ainda hoje, confundida com a expressão “tirar uma fotografia”. (BRASILIANA FOTOGRÁFICA, 2015).

O retrato tem destaque nas artes. Em sua definição conceitual, retrato é a representação de uma figura individual ou coletiva, feita a partir de modelo vivo, muito usado nas academias de arte para treinar seus alunos. (ENCICLOPÉDIA ITAÚ CULTURAL, 2015).

A fotografia, assim como o retrato, ganhou a atenção do público em seu surgimento no sec. XIX porém, desagradou a artistas e críticos da época. Não era vista como arte, pois algo produzido por uma máquina não possuiria essência artística. Baudelaire foi um desses críticos. O poeta fala de Delacroix, pintor famoso do romantismo, e comenta em um Salão da Academia de Belas Artes da França, 1846 que “o princípio de um quadro deve, antes de tudo, reproduzir o pensamento íntimo do artista, que domina seu modelo, como o criador à criatura”. Fala também de fotografia numa carta enviada à mãe, em 1865, onde conta que gostaria de ter um retrato dela, e que essa era uma ideia que havia se apoderado dele; comenta ainda que há um excelente fotógrafo na cidade, mas que isso não seria possível porque ele, Baudelaire, não estaria presente.

Você não entende desse assunto, e todos os fotógrafos, mesmo os excelentes, têm manias ridículas: eles tomam por uma boa imagem, uma imagem em que todas as verrugas, todas as rugas, todos os defeitos, todas as trivialidades do rosto se tornam muito visíveis, muito exageradas: quanto mais dura é a imagem, mais eles são contentes. (BAUDELAIRE, apud. FAAP, 2015)

Porém, com o tempo Baudelaire faz amigos fotógrafos, e se deixa fotografar várias vezes. Um desses amigos foi o grande retratista Nadar, pseudônimo de Gaspard-Felix Tournachon (FAAP, 2015). O fotógrafo e retratista Nadar, famoso nos anos de 1850 fazia caricaturas para jornais e tinha um estúdio fotográfico. Apresentou em 1845 seu primeiro “PanthéonNadar”, um painel gigante com caricaturas de parisienses conhecidos. Os retratos com famosos começaram quando Nadar se preparava para fazer o segundo painel de caricaturas, foi então que as fotografias que iriam fazer parte do painel foram feitas. O que chamava a atenção eram as poses, mais naturais, diferentes das poses formais dos retratos da época.

Nadar fotografou famosos como o ilustrador Gustave Doré, o poeta Charles Baudelaire, o escritor Théophile Gautier, o pintor Eugène Delacroix (Portal da História, 2015). O retrato na fotografia vem desde seu princípio constitutivo trazendo sentimentos e reflexões, mesmo imerso no preceito tecnicista.

Por exemplo, no livro *Fotografia e Sociedade* (1986), Gisele Freund diz que o surgimento da fotografia permitiu a democratização do retrato, devido aos custos reduzidos em relação aos retratos de pintura a óleo, mas que também

muitas camadas da sociedade buscaram no retrato fotográfico a emulação de um estamento social privilegiado ao qual não pertenciam, através dos trajes, cenários e aparatos de estúdio que constroem a linguagem do retrato naquele período. (FREUND, 1986)

Esses retratos podem, portanto, ser entendidos como registros que lidam com as aparências relacionadas à leitura dos códigos do retrato de estúdio da época e também com o olhar, expressão e pose que estabelecem a identidade dos indivíduos retratados diante do fotógrafo e do mundo. (BRASILIANA FOTOGRÁFICA, 2015).

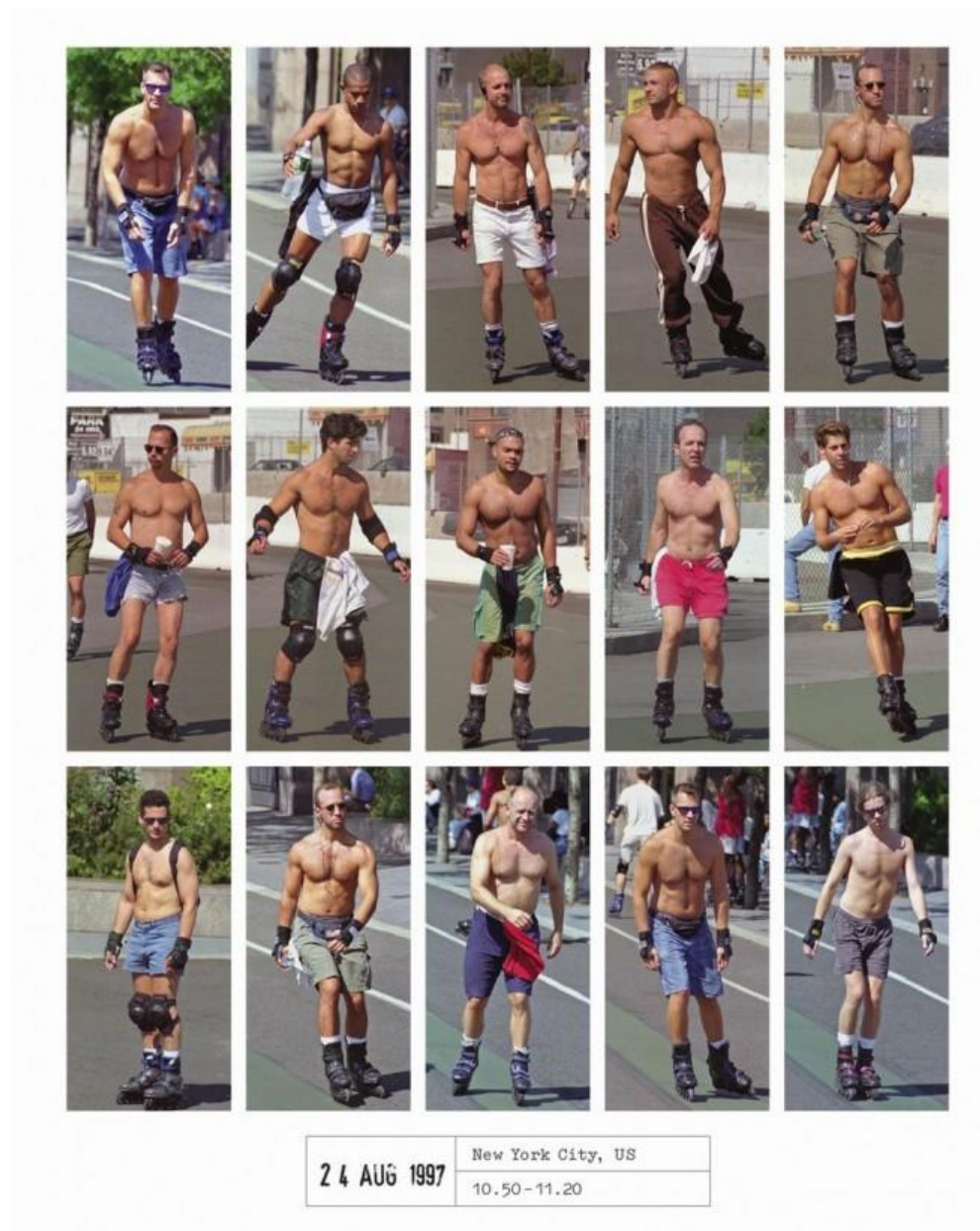
Para Roland Barthes (2009), no ato do retrato o sujeito imita a si mesmo, pois esse é um campo onde se cruzam, se confrontam e se deformam quatro imaginários. Na frente da objetiva, segundo Barthes (2009) “o sujeito é simultaneamente a imagem que julga ter; aquela que gostaria que os outros percebessem de si; aquela que o fotógrafo vê e, ainda, a imagem-sujeito de que se serve para exhibir sua arte”.

Assim, durante a passagem dos séculos a pose diante da câmera parece se modificar de acordo com as novas possibilidades tecnológicas. Na passagem do século XIX para o XX, o retrato e a postura do retratado começam a ser modificados pela fotografia amadora e seus registros espontâneos de indivíduos e grupos. (BRASILIANA FOTOGRÁFICA, 2015).

No século XXI o retrato mostra pessoas de todo mundo “padronizadas”. É por esse viés que o trabalho do fotógrafo holandês Hans Eijkelboom traz. Hans viajou por mais de 10 anos fotografando “Pessoas do século XXI” – esse é o nome de seu ensaio – e daí surge a teoria de que as pessoas estariam se tornando, com o passar do tempo, cada vez mais parecidas umas com as outras, e, portanto, sem identidade própria.

Segundo Hans, "separando pessoas por 'temas' você consegue ver que elas são as mesmas em Moscou e São Paulo". Para Hans "a chatice de um padrão visual reina cada vez com mais força, nos últimos 10 anos tudo mudou. Todo mundo compra das mesmas marcas agora" a foto abaixo é de pessoas diferentes porém com a aparência "padronizada" (Ideia Fixa, 2015).

Figura 1: "Pessoas do Século XXI" – New York



Fonte: Eijkelboom, 20015

O quadro com as fotos acima é uma das que aparecem no livro do fotógrafo holandês Hans Eijkelboom.

3.3 DO AUTORRETRATO AO *SELFIE*

O autorretrato é por definição um retrato de um indivíduo, registro feito por ele mesmo.

O primeiro autorretrato de que se tem registro é do fotógrafo Robert Cornelius, feito em 1839. Mas essa prática não é nenhuma novidade ou exclusiva, pois muitos fotógrafos e pintores fizeram autorretratos no decorrer da história. O autorretrato é visto como uma forma de experimentação. Por exemplo, o renomado fotógrafo Nadar usava essa técnica como experimentação, para testar luz e poses, na preparação de seu trabalho com retratos. (NO OLHAR, 2015).

Porém, na descrição do Museu J. Paul Getty, sobre o autorretrato “*autoportrait toumant*” de Nadar, a técnica é vista como um trabalho onde o fotógrafo aparece livre para brincar com sua autorrepresentação; e que nesta representação o comportamento é de quem quer se monta para passar uma determinada mensagem. Há a descrição da pose “a mão esquerda apoiava seu corpo contra a cadeira, enquanto a direita aninhava seu queixo e segurava sua cabeça” e descreve também sobre o que a posse pretendia informar, a imagem de um “artista romântico e intenso” (SOARES, 2014).

Para Philleppe Dubois (2010), pintura tinha uma impossibilidade figurativa no quesito autorretrato, pois, não acontecia de uma vez o que a fotografia possibilitou: “De fato, apenas uma coisa poderia tornar possível a condensação de instâncias do autorretrato de sombra: seria que a representação se realizasse de uma só vez” pois na pintura o autorretrato não era feito de uma única vez, como a câmera fotográfica permite. (2010, p.126).

Muitos foram os fotógrafos que fizeram do autorretrato mais que experimentação técnica, entre eles Robert Mapplethorpe, que se inspirava no submundo gay sadomasoquista de New York, além de assumir identidades femininas e masculinas em autorretratos. A fotógrafa performática Cindy Sherman também se destacou por seus autorretratos. Sherman usava cenas de filmes e outros veículos da grande mídia norte-americana para reproduzir as mulheres que ali apareciam, e chamar a atenção para o estereótipo feminino apresentado. (SOARES, 2014).

E com o avanço da tecnologia chegamos a era dos “*Selfies*”, escolhida em 2013 a palavra do ano pelo dicionário Oxford, de acordo com os editores do dicionário as pesquisas apontaram que a frequência do uso da palavra aumentou em 17.000% em 2013.

O dicionário definiu “*selfie*” como “uma fotografia que a pessoa tira dela mesma, tipicamente com um smartphone ou webcam, carregada em um site de mídia social”.

Segundo a BBC Brasil, o aumento no uso da palavra foi calculado pelos editores do dicionário usando um programa que coleta mensalmente cerca de 150 milhões de palavras em inglês atualmente em uso na web. O software é usado para captar o surgimento de novas palavras e monitorar mudanças na geografia, registro e frequência de seu uso. A diretora editorial do dicionário Oxford, Judy Pearsall, disse à BBC Brasil que “os sites de mídias sociais ajudaram a popularizar o termo, usando a hashtag #*selfie* no site de compartilhamento de fotos Flickr, em 2004, mas que o uso não se espalhou até 2012, quando a palavra *selfie* passou a ser usado de forma geral em fontes de mídia mais tradicionais” (BBC Brasil, 2015).

O termo *selfie* se popularizou graças às redes sociais. Sobre isso Luciano de Sampaio Soares (2014) diz que o advento da internet e das redes sociais trouxe a veículo para a divulgação imagética, e diz ainda que isso propiciou um “renascimento” da fotografia a partir das câmeras digitais e compactas.

Cruz e Araujo (2012 *apud* SOARES, 2014, p.112) citam os smartphones, tablets e outros aparatos tecnológicos com recurso fotográfico como “importantes instrumentos de comunicação, de registro cotidiano, de visualização da existência e de construção identitária”. Sobre o mesmo tema, Silva (2013 *apud* SOARES, 2014, p.7) diz que com todo o acesso da população a esses aparelhos, a produção de autorretratos torna-se, dentro da “Sociedade Medíocre”, uma forma de “visibilidade a personagens obscuros, iluminando-os até revelar a transparência, ou opacidade de seus espíritos”.

Uma questão de autorretrato mais pertinente ao *selfie*, por se tratar da exposição instantânea via compartilhamento em redes sociais, aparece, por exemplo, no site Urban Dictionary a definição para esse tipo de fotografia é “uma

fotografia de si mesmo feita para ser enviada ao Facebook, Myspace ou qualquer rede social”. Antes da internet e antes ainda das redes sociais, a veiculação desse autorretrato era restrita.

Outra questão abordada por Soares (2014) é a representação de si, o narcisismo e objetificação, para isso cita Dubois e traz a comparação mitológica de Narciso.

Se a imagem observada por Narciso é seu próprio reflexo “pintado” e se o quadro, como a fonte, é também uma pintura-“reflexo”, então o que se reflete será sempre a imagem do espectador que a observa. Sou, portanto, sempre eu que me vejo no quadro que olho. Sou (como) Narciso: acredito ver um outro, mas é sempre uma imagem de mim mesmo. (2010, apud SOARES, 2014, p.143).

Sobre a objetificação o autor fala do exemplo de *selfies* publicadas por universitárias norte-americanas, em que aparecem sem rosto, tiram a foto somente do busto com camisetas e brasões dos times esportivos. Segundo Slavin (2013 apud SOARES, 2014), ao se decapitarem fotograficamente, mulheres se tornam manequins para exibir camisetas e seios. E o que são manequins? Objetos. (SOARES, 2014, p.191).

Assim a técnica de se autorretratar mudou muito no decorrer das décadas, e seu acesso também. Porém, o que não mudam são as razões para que fotógrafos e amadores a façam. Parece que este gênero fotográfico merece ser muito investigado ainda.

3.4 FOTOJORNALISMO

Considera-se atualmente, a fotografia como um dos elementos principais na transmissão de notícias. Uma simples transposição da fotografia em forma de gravuras para as páginas de jornais e revistas fizeram toda diferença, porém nem sempre foi assim. Segundo Sousa (1998, p.19),

As primeiras manifestações do que viria a ser fotojornalismo notam-se quando os primeiros entusiastas da fotografia apontavam a câmera para um acontecimento, tendo em vista fazer chegar essa imagem a um determinado público, com intenção testemunhal. (SOUSA, 1998).

A primeira fase do fotojornalismo tem como principal ponto um despertar para uma nova possibilidade para o fotógrafo, que até então se dedicava a retratar famílias e paisagens. Este diferente modo de ver e de atuar traz para a fotografia uma força capaz de influenciar os seus leitores devido ao seu realismo.

De acordo com Oliveira (2009, p.33), “A esta fase também se deve a descoberta de duas características necessárias ao fotojornalismo, a primeira delas é a velocidade, que marca o tempo de revelação e publicação”. Portanto quanto mais rápido o processo entre a revelação e a publicação mais atual é a fotografia; “[...] A segunda característica é a distância, pois era preciso estar o mais próximo possível do objeto fotografado, ou acontecimento, o que tornava a foto mais ‘real.’”

Deste modo, em 1842 a fotografia começa a ser usada como meio de comunicação, mesmo ainda não sendo utilizada diretamente em jornais, mas sim como base para gravuras e ilustrações. Ou seja, é o marco da entrada da fotografia na história da informação, embora o fotojornalismo ainda não existisse. (SOUSA, 1998).

A primeira imagem fotográfica de um acontecimento público foi realizada em 1844 nos Estados Unidos. A fotografia é de William e Frederick Langenheim e mostra uma multidão na Filadélfia por ocasião da eclosão de uma série de motins anti-imigração. (SOUSA, 1998).

3.5 GÊNEROS FOTOJORNALÍSTICOS

De acordo com Sousa (2002), não existe uma única maneira de classificar os gêneros fotojornalísticos. Até pouco tempo, os manuais e livros sobre fotojornalismo (por exemplo: Lester, 1991; Kobre, 1991; AP, 1990) classificavam os gêneros fotojornalísticos em notícias englobando todos os outros subgêneros em um formato generalizado. Mas houve mudança graças aos grandes concursos fotográficos, como o World Press Photo, que estabeleceram outra tradição de classificação dos gêneros fotojornalísticos.

Para classificá-las primeiramente é feita uma contagem das fotografias que constituem uma peça: fotografia única ou várias imagens. Posteriormente, a classificação é feita em função do tema: notícias, arte, pessoas, moda, ciência e tecnologia, desporto e natureza e ambiente.

Para Sousa (2002, p. 109,110) “A identificação de um gênero fotojornalístico passa, por vezes, pela intenção jornalística e pelo contexto de inserção da(s) foto(s) numa peça. O conteúdo e forma do texto são, assim, essenciais para explicitar o gênero fotojornalístico”.

Neste tópico trataremos apenas dos gêneros que usaremos na composição do fotolivro “Selfie e Retrato: as duas faces do eu”.

3.5.1 O FOTO-ENSAIO

Segundo Sousa (2002, p.131) “O foto-ensaio é uma história em fotografias que procura analisar a realidade e opinar sobre ela (fotografia com ponto de vista)”. Na maioria das vezes, nos foto-ensaios o texto é tão importante quanto a imagem, ocupando uma pequena superfície do espaço onde está inserida a peça.

Uma das diferenças mais significativas e de certa forma comum entre as foto-reportagens e os foto-ensaios atualmente está na reinvenção deles as formas alternativas de expressão. Por exemplo, em alguns foto-ensaios existem fotógrafos que acabam recorrendo à encenação fotográfica e à combinação de imagens, ainda há outros que manipulam digitalmente a fotografia. (SOUSA, 2002)

em todos os casos os processos relatados são notoriamente detectáveis e assumidos como uma forma necessária de colocar a expressão ao serviço da intenção, ou seja, ao serviço da análise do real, da interpretação do real, da assunção de um ponto de vista sobre a realidade. (SOUSA, 2002)

Ao mergulhar em um ensaio o autor se vê inserido em um processo que exige muito mais que a captura de imagens. Exige uma reflexão sobre a conexão entre estas imagens, sobre a edição que melhor pode expressar sua intenção no trabalho.

3.5.2 A FOTORREPORTAGEM

É um gênero prestigiado, cujo conjunto de fotos forma uma narrativa ou quando uma série de fotos construídas em torno de um tema específico. Leite (2011, p.4) afirma que “a fotorreportagem seria, dentre os gêneros que fundem texto e imagem, aquele que viabiliza um encontro mais harmônico”. Quando se desenvolve uma reportagem que se propõe equilibrada em termos de imagem e texto, ela ainda

depende de uma finalização na edição para que isso ocorra. Deste modo é a edição que permite que a fotografia ganhe força diante do texto, uma construção que se estabelece entre a fotografia e o texto, uma unidade informacional. Em uma leitura detalhadamente trabalhada, a fotorreportagem faz com que o texto oriente a leitura da imagem. (LEITE, 2011).

“O objetivo essencial das foto-reportagens é, geralmente, situar, documentar, mostrar a evolução e caracterizar desenvolvidamente uma situação real em que as pessoas que a vivem” (SOUSA, 2002, p.132). Normalmente uma fotorreportagem é menos extensa que os foto-ensaios e são compreendidas, sobretudo, ou por meio de fotolegendas ou, em alternativa, de pequenos textos que não se associam com uma imagem em particular, mas sim com todas as imagens da peça. Esse texto, de um modo geral, serve principalmente para orientar a leitura das mesmas, embora também as complemente. (SOUSA, 2002).

3.5.3 O *SELFIE* NO JORNALISMO

O assunto *selfie* vem rendendo muitas pautas no jornalismo, por exemplo, no site G1, da rede Globo, só em 2016 foram publicadas, até o mês de julho, mais de 100 reportagens sobre *selfies* (G1, 2016).

Selfies com celebridades tem estampado matérias, como no caso do autorretrato dos jornalistas com a Presidente Dilma Rouseff, tirada durante um café da manhã com a imprensa (FOLHAPOLITICA, 2016).

Outro *selfie* que teve destaque foi o de jornalistas com o Papa Francisco, durante voo para o Equador (EFE, 2015).

Isso tem mostrado que cada vez mais o *selfie* tem estado presente também na imprensa.

4 VISIBILIDADE DO SELFIE

Neste capítulo, falamos da visibilidade do “*selfie*”, sua representação por meio da análise de Lúcia Santaella (2004), Raquel Recuero (2009) e Guy Debord (2006). Apresentaremos o que são redes sociais, e como servem de veículo para a imagem, e como se dá essa visualização dos *selfies* nesse meio. Trataremos de algumas categorias de *selfies*, como os “*Selfies Perigosas*” e os “*Selfies de Sobrevivência*”.

4.1 REDES SOCIAIS

Como vimos no subcapítulo Autorretrato, essa modalidade em seu surgimento não contava com a internet, muito menos com as redes sociais; já o *selfie* nasce nessa fase digital. Por isso, vamos delimitar rede social, falar sobre os usuários das redes vistos como atores sociais. Os atores sociais são a representação das pessoas nas redes sociais, ou seja são aquilo que aparece como perfil, são os atores sociais dentro da rede que falam e se expõem na rede, eles falam pelas pessoas que as possuem. Redes sociais são compreendidas como aqueles sites onde se cria um perfil, e o publica para se relacionar com os outros atores sociais (RECUERO, 2009).

Aqui abordamos as seguintes redes sociais: Facebook, Instagram, Flickr e Snapchat, que são onde os *selfies* são veiculados.

4.1.1 FACEBOOK

O Facebook surge nos Estados Unidos, em 2004, pelo americano Mark Zuckerberg. O objetivo era conectar estudantes que estavam saindo do ensino secundário e entrando na universidade. Pois nos Estados Unidos, geralmente nesta fase ocorre mudança de cidade e, portanto, de relações sociais. A princípio era um sistema fechado, o qual só acessavam alunos de Harvard, onde para se ter um perfil era necessário receber um convite. (RECUERO, 2009).

Atualmente o Facebook é conhecido e utilizado mundialmente, já tem mais de um bilhão de usuários cadastrados. (G1. 2015).

4.1.2 INSTAGRAM

É uma rede social de fotos, lançada em 2010, pelo brasileiro Michel Krieger e Kevin Systrom, este americano. O Instagram foi vendido ao Facebook por um bilhão de dólares, tem 30 milhões de usuários (Exame,2015).

4.1.3 FLICKR

O Flickr é uma rede social voltada a postagens de fotografia, com legendas e comentários, porém já se podem postar vídeos também. Foi criado em 2004. Para utilizar o site é preciso criar uma conta, onde se pode criar grupos com afinidades específicas, e ter seguidores. As fotos publicadas podem ser restritas ou públicas. (RECUERO, 2009).

Atualmente o sistema recebeu melhorias, como um aplicativo para aparelhos móveis. Segundo a Tecnoblog (2015) as melhorias aconteceram, pois, “como o contexto social é extremamente importante, o Flickr agora oferece opções de compartilhamento. É possível compartilhar via e-mail, Twitter, Facebook, entre outros”. O Flickr tem hoje 100 milhões de contas ativas. (TECNOBLOG, 2015).

4.1.4 SNAPCHAT

A ideia do aplicativo Snapchat surgiu em 2011, e foi concebido pelo estudante de designer de Stanford Evan Spiegel. O aplicativo permite o compartilhamento de fotos somente tiradas na hora, e o grande diferencial é que essas fotos só ficam armazenadas por 24 horas, depois são apagadas do sistema. (ISTOÉ, 2015).

Há quem diga que o sucesso do aplicativo é justamente por causa do não armazenamento de imagens. A repórter de tecnologia do New York Times Jenna Wortham defende que o Snapchat é um antídoto para o mundo atual. Para a jornalista isso ocorre porque as imagens enviadas por meio do aplicativo se autodestroem depois de alguns segundos da abertura, assim o Snapchat vem sendo saudado como antídoto a um mundo no qual quase todos os sentimentos, celebrações e momentos são capturados, e depois compartilhados, registrados, comentados, armazenados, submetidos a buscas e vendidos. E escreveu ainda, “Para as pessoas que não querem se preocupar com o futuro ressurgimento de fotos

comprometedoras ou posts embaraçosos, os atrativos do app parecem evidentes”. (BALDRATI, 2015).

4.2 CATEGORIAS DOS *SELFIES*

A cada dia surgem novas categorias de *selfies*, como as chamadas *aftersex*, que são *selfies* tiradas após relação sexual, *selfies* perigosas, autorretratos tirados em momentos perigosos, como em cima de trens em movimento, a beira de precipícios etc. *Selfies* no banheiro, na academia, no espelho entre outras.

4.2.1 *SELFIES* PERIGOSAS

Os *selfies* tem ganhado cada vez mais lugar nas redes sociais, e essa modalidade de foto também tem causado acidentes.

Segundo reportagem produzida pela revista Época online de setembro 2015, “*Selfies* já matam mais humanos que ataques de tubarões”. O levantamento foi feito pelo site de tecnologias Mashabe. Segundo o site, somente em 2015 já foram registrados 12 mortes por *selfies* contra 8 por ataques de tubarões.

Os acidentes acontecem porque no ato de fotografar a si mesmo as pessoas se descuidam, ou porque querem registrar a si mesmos em “momentos perigosos”. O último caso registrado até a publicação da reportagem da revista Época de setembro, 2015, foi o de um turista japonês que caiu de uma escada enquanto fazia um *selfie* no Taj Mahal, na Índia. Segundo a reportagem, quatro dos 12 casos são de pessoas que caíram durante o *selfie*.

Outros casos foram de gente tentando registrar seu momento perigoso, como em cima de trens em movimento. Na Rússia, por exemplo, o fenômeno causa tanta preocupação que o governo lançou uma cartilha para conscientizar a população sobre os perigos do *selfie*. No Colorado, Estados Unidos, um parque nacional foi fechado à visitação, pois as pessoas não paravam de tirar *selfies* com ursos. (FERRARI, 2015).

Figura.2 Cartilha Russa sobre os perigos do selfie



Fonte: <http://epoca.globo.com/vida/experiencias-digitais/noticia/2015/07/cuidado-selfies-podem-matar.html>

Figura.3 Xenia Ignatyeva, que despencou de uma ponte durante um selfie



Fonte: Olhar Digital

Figura.4 Selfies dirigindo - Courtney Ann Sanford - acidente fatal pode ter sido provocado por um selfie, registrada segundos antes da colisão.



Fonte: Olhar Digital

A exposição exagerada parece desconhecer limites, inclusive o da sobrevivência.

5 O INDIVÍDUO NOS *SELFIES*

Para entender a exposição dos indivíduos nos *selfies* falaremos do corpo exorbitante citado pela autora Lúcia Santaella no livro *Corpo e comunicação*, para a autora foi a fotografia que trouxe a possibilidade da contemplação estética do corpo em todos os seus ângulos, e a reprodutibilidade das imagens do corpo, algo não conseguido com a escultura e a pintura, que como objetos únicos, não favoreciam as cópias e reproduções. Segundo Santaella (2004 p.128), o aprimoramento técnico da fotografia “correspondeu ao aumento de sofisticação das formas de registro do corpo” e com o avanço das técnicas de manipulação da fotografia os corpos podem ser transformados, apagando-se defeitos, distanciando-se dos tradicionais valores da fidelidade fotográfica. (SANTAELLA, 2004).

Outra face do corpo exorbitante é a observação de que os padrões de beleza são tão rigorosamente seguidos que as poses, os olhares, o posicionamento dos indivíduos se tornam homogeneizados. Falando do vídeo antes da invenção da câmera frontal, Santaella diz: “diferente de outras artes visuais, o vídeo é capaz de gravar e transmitir ao mesmo tempo, produzindo efeito instantâneo de feedback”. O

corpo fica interposto entre a câmera e a tela que projeta a imagem com a imediaticidade de um espelho (SANTAELLA, 2004. p. 70).

As autoras deste trabalho perceberam que esse *feedback* também se dá com o *selfie*, que além de oferecer a visualização da imagem ao autor, ainda pode ser compartilhada instantaneamente, além de receber *feedback* de quem visualiza essa foto por meio dos comentários e curtidas nas redes sociais.

Para entender esse *feedback* veremos interação e laços sociais como elementos de conexão. Parsons e Sill (1975, *apud* RECUERO, 2009, p.30) explicam que “a interação compreende sempre o *alter* e o *ego* como elementos fundamentais, onde um constitui-se em elemento de orientação para o outro”. Isso quer dizer que a ação de um ator social em laço social depende da reação do outro ator social. Por exemplo, a ação em uma conversa depende do que o outro entende. E a interação como tipo ideal seria aquela que gera reciprocidade de satisfação entre os envolvidos. E as interações dependem das percepções e do universo particular dos atores sociais. Então no *selfie* isso se daria, por exemplo, na quantidade de curtidas que a imagem recebe, isso seria uma interação de satisfação quando o número de curtida e os comentários fosse em grande quantidade e positivo, e isso levaria o ator social a repetir o comportamento.

Há também a construção da reputação nas redes sociais, o que deve se levar em consideração no *selfie*. A reputação é ligada às informações recebidas pelos atores sociais sobre o comportamento dos demais, Buskens (1998, *apud* RECUERO 2009, p.109). E a imagem gerada pelo *selfie* é uma informação importante sobre quem se é ou quer ser.

Falamos também sobre a sociedade do espetáculo de Guy Debord, pois segundo ele “o espetáculo é a afirmação da aparência e a afirmação de toda vida humana”. E ainda que “O espetáculo é a principal produção da sociedade atual”. (2006, p.16,17). O que justifica para as autoras a confecção de um fotolivro com retratos e *selfies* com o objetivo de observar as diferenças de comportamento dos sujeitos captados pela câmera ao serem fotografados e ao se fotografar.

5.1 O ESPELHO E O *SELFIE*

O *selfie* tem sido alvo de discussões sobre narcisismo nas redes sociais. É, ainda, visto como uma possibilidade de controlar como se deseja que os outros o vejam, já que com ele é possível criar uma pose da forma e no lugar do próprio interesse do fotografado, gerando no observador, o imaginário a partir do ponto de vista artificialmente manipulado pelo autor do *selfie*.

O espelho propicia um olhar para dentro de si – olhar o invisível, que podemos chamar de imaginação; olhar com os olhos da mente. De acordo com (Eco, 1989) o espelho propicia ao autor-implícito esse olhar sobre si mesmo, sobre sua imagem e sobre a imagem de outros autores.

Segundo Eco (1989, p. 18) “A magia dos espelhos consiste no fato de que sua extensividade-intrusividade não somente nos permite olhar melhor o mundo mas também ver-nos como nos vêem os outros [...] Os espelhos são como canais. Um canal é cada meio material que permite a passagem da informação”.

Desta forma, pode-se dizer que ao observar um *selfie*, mais do que explorando o fotógrafo que se apresenta diante do observador, está se tomando o lugar de Narciso, observando a si mesmo ainda que a figura apresentada aparente outra pessoa. A partir do *selfie*, as pessoas constroem realidades diversas, identidades distintas estabelecendo uma nova significação e compreensão do mundo, num contexto fabricado pelos próprios sujeitos.

6 PROJETO GRÁFICO

O projeto gráfico do livro fotográfico “*Selfie e Retrato: as duas faces do eu*” seguiu alguns conceitos do design gráfico, como simetria, equilíbrio, contraste, legibilidade e o conceito de expressão proposto por Andrew Haslem (2007). De acordo com o autor (HASLEM, 2007, p.27), “O leitor capta a posição emocional que permeia o design, enquanto absorve o conteúdo. O design expressivo raramente é definitivo ou inteiramente racional”.

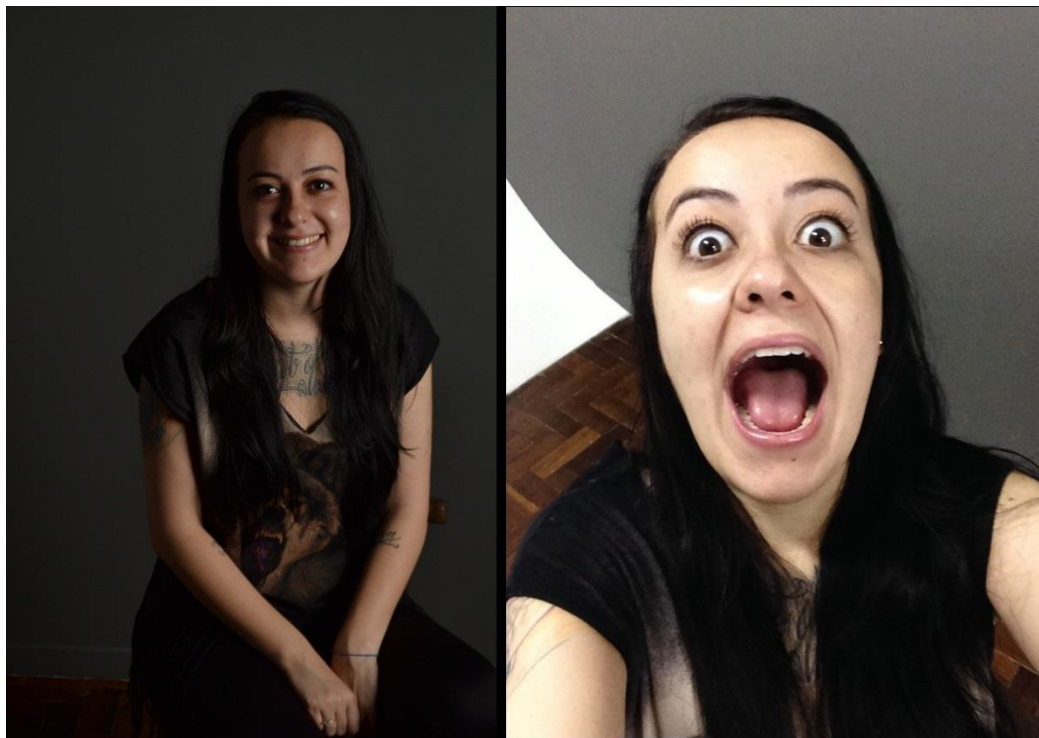
O fotolivro conta com 32 páginas, 20 fotos e legendas produzidas pelas autoras como forma de direcionar a geração de sentido na imagem. Sobre o formato, será (20cm x 20cm) pelo fácil manuseio e por ser a opção mais viável pensando economicamente. A orientação da página será paisagem para que as imagens fiquem no sentido horizontal.

A fonte tipográfica usada na capa é a Dejavu Serif Bold, uma fonte serifada transaccional que transmite seriedade ao produto. A tipografia do miolo do fotolivro, das legendas e especificações é a Arial, acredita-se que ela pertence à família de fontes funcionais e conceituais que devem atender às necessidades do impresso e seguir a legibilidade no material, ou seja, que facilite a leitura. (COLLARO, 2006, p.8).

O papel couchê foi utilizado, por oferecer mais qualidade de impressão para as imagens. Para a finalização do livro, Collaro (2006) explica que existem dois tipos de lombada quadrada, a primeira onde as páginas são costuradas, coladas e lixadas, e a segunda que é prensada, lixada e depois colada. Em “*Selfie e Retrato: as duas faces do eu*” será usada a primeira opção.

Foi realizado um pré-ensaio no Estúdio F do Centro Universitário Uninter para uma primeira experiência de comparação entre foto e retrato visando a viabilidade do produto.

Figura 5. Retrato e Selfie



Fonte: Carli e Dunaiski

O fotolivro é destinado a todas as pessoas que se interessem por fotografia e comportamento social. Foi produzido como forma de reflexão sobre a fotografia na contemporaneidade.

6.1 O FOTOLIVRO

Segundo Barralle (2014, p.1) “Um fotolivro é uma publicação constituída por fotografias organizadas como conjuntos de imagens que lidam com questões variadas muitas vezes complexas. É, um modelo de eficácia comprovada para apresentar, comunicar e interpretar fotos.” Uma mesma página de um fotolivro pode conter várias imagens dependendo do interesse do cliente.

Ainda é possível identificar pelo menos duas tendências na publicação dos livros de fotografia: a primeira, é que se os livros de hoje em dia não tivessem imagem talvez não alcançasse tantas pessoas – e que servem, portanto, para dar vazão ao ensaio fotográfico. Constituem, assim, um braço da exposição fotográfica, e parte considerável da produção de livros de fotografia. (BARRALE, 2014).

Neste sentido, “podemos citar Magnum – Contatos (2012); Gênesis, de Sebastião Salgado (2013); Sertão sem Fim, de Araquém Alcântara (2009) e The Polaroid Book (Taschen)”. (BARRALE, 2014, p.2).

Já a segunda vertente é formada por livros que, além da narrativa fotográfica, dialogam com o próprio suporte, numa espécie de “meta-fotolivrografia”. Esta tendência é a que tem ganhado os concursos de “melhores fotolivros do ano” e que são, em boa parte, publicados de forma independente. Segundo Barrale (2014, p.2) “Ao que parece, tornou-se comum chamar essa segunda categoria de “fotolivros”, uma entidade quase que simbiótica entre o livro e a fotografia”.

A publicação mais famosa do Brasil é Amazônia, de Claudia Andujar e George Love – a história dos fotolivros foi recentemente resgatada pelo pesquisador espanhol Horácio Fernandez em Fotolivros Latino-Americanos, lembrando-nos de nossa vocação no uso do meio para o escoamento de obras fotográficas. Em sua pesquisa, que se estendeu por diversas bibliotecas e coleções particulares na América Latina, temos alguns livros brasileiros relativamente acessíveis em reedições fac-símile como Paranoia, de Roberto Piva (2000) e Silent Book, de Miguel Rio Branco (2002). (BARRALE, 2014).

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O *selfie* é um movimento fotográfico tão intenso quanto atual, são pessoas se autorretratando e divulgando em redes sociais. Foi a palavra do ano de 2013 segundo o dicionário Oxford, com um aumento 17.000% de uso. Por isso, esse movimento fotográfico chamou a atenção e despertou a vontade de observá-lo, nasceu assim o projeto aqui concretizado, o fotolivreto “*Selfie* e Retrato: as duas faces do eu”. Neste livro o comparativo das imagens são a principal ferramenta usada para atrair quem gosta de fotografia e comportamento, pois o conteúdo traz exatamente isso, o comportamento dos modelos durante um *selfie* e durante um retrato tirado por um fotógrafo. Desta forma, um *selfie* ao lado de um retrato é um convite a observação das diferenças na expressão de cada modelo.

Durante o processo de produção, os alunos do Centro Universitário Uninter foram convidados a participar de um ensaio fotográfico, onde fariam *selfies* e depois seriam retratados. Isso ocorreu no Estúdio F, os modelos foram admitidos no estúdio individualmente e convidados a fazer alguns *selfies* com um celular, essa parte da experiência aconteceu com as autoras do livro de costas, com atenção em outra atividade para garantir privacidade ao momento do autorretrato.

Após o término dos *selfies* os modelos eram convidados a se posicionar à vontade para serem retratados, nesse momento participavam uma das autoras como fotógrafa e outra como assistente. Em seguida as fotos eram mostradas aos alunos, que sempre perguntavam se poderiam ver o resultado, e realizada uma pequena entrevista, para saber como tinham se sentido ao fazerem o *selfie* e ao serem retratados. A pergunta principal foi: como você se sentiu ao fazer o *selfie* e ao ser retratado?

As respostas ajudaram a compreender o resultado que vemos nas expressões dos modelos no fotolivreto, por exemplo, a modelo Alice Eduarda B Gonçalves, fotos nas páginas 22 e 23 do fotolivreto, disse que ficou à vontade ao fazer o *selfie*, pois já está habituada a fazer esse tipo de foto, enquanto que no retrato não ficou à vontade por ter outra pessoa olhando, disse que faria um “biquinho” para tirar um *selfie*, mas não teria essa postura na frente de um fotógrafo, ficaria mais séria.

A modelo Ana Cristhina R. S. Martins, fotos páginas 18 e 19, respondeu na entrevista que ficou à vontade tanto no *selfie* como no retrato, mas ao observar as fotos, nota-se que no retrato a expressão não é tão espontânea como no *selfie*.

Ao todo foram fotografados 13 alunos, todos têm conta no Instagram, rede social de fotos, lançada em 2010, com 400 milhões de usuários, segundo a Revista Exame.

No momento do ensaio fotográfico percebemos no comportamento dos modelos na hora do retrato o que as fotos mostraram, uma postura mais estudada, séria, e preocupada com o resultado, já que todos pediram para ver as fotos.

O que ficou claro com as pesquisas, as observações, as respostas e a entrevista é que o ato de se autorretratar, ou seja, fazer um *selfie*, já se tornou algo corriqueiro e íntimo pelo menos a esse grupo mais jovem, e que ser visto pelo outro ainda é algo desconfortável.

O fotolivro “*Selfie* e Retrato: as duas faces do eu” espera despertar uma reflexão sobre nossa própria imagem, como nos vemos e como queremos ser vistos pelo outro.

REFERÊNCIAS

BBC BRASIL. **'Selfie' é escolhida palavra do ano.** Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2013/11/131119_selfie_oxford_fn>.

Acessado em: 01/11/2015.

BALDRATI, Breno. **Popular entre jovens, Snapchat cresce no Brasil.** Gazeta do Povo. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/tecnologia/popular-entre-jovens-snapchat-cresce-no-brasil-b00ruo2obeskbh4wqr8i98u>>. Acessado em: 8/11/2015.

BARALLE, Renata. **Fotolivros para serem vistos.** Jornal da Fotografia. Disponível em: <<https://www.jornaldafotografia.com.br/noticias/fotolivros-para-serem-vistos/>>. Acessado em 15/9/2015.

BARTHES, Roland. **O óbvio e o obtuso.** Portugal:Edições 70, 2009.

BRASILIANA FOTOGRÁFICA. **Retratos.** Disponível em: <<http://brasilianafotografica.bn.br/?p=147>>. Acessado em: 01/11/2015.

BRITANNICA. **Nicéphore Niépce.** Disponível em: <<http://www.britannica.com/biography/Nicephore-Niepce>> Acessado em: 15/06/2015

CASARIN, Helen de Castro Silva; CASARIN, Samuel José. **Pesquisa Científica: da teoria à prática.** 1. Ed. Curitiba: Inter Saberes, 2012.

COLLARO, Antonio Celso. **Projeto Gráfico: teoria e prática da diagramação.** São Paulo: Summus editorial, 2006.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo.** Rio de Janeiro: Editora Contraponto, 1997.

ECO, Umberto. **Sobre os espelhos e outros ensaios.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.

Enciclopédia Itaú Cultural. **Retrato.** Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo364/retrato>>. Acessado em: 02/11/2015.

ENTLER, Ronaldo. **Retrato de uma face velada: Baudelaire e a fotografia.** FAAP, São Paulo, 17, 1, 2007.14. Disponível em: <http://www.faap.br/revista_faap/revista_facom/facom_17/entler.pdf> . Acessado em: 02/11/2015.

FERRARI, Bruno. **Selfies já matam mais humanos que ataques de tubarões.** Época. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/vida/experiencias-digitais/noticia/2015/09/selfies-ja-matam-mais-humanos-do-que-ataques-de-tubaroes.html>>. Acessado em 8/11/2015.

EXAME. Online. **Conheça a história do brasileiro que criou o Instagram.** Disponível em: <http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/conheca-a-historia-do-brasileiro-que-criou-o-instagram>. Acessado em: 8/11/2015.

ESPM. **A excentricidade inventiva de Félix Nadar (1820 – 1910).** 2012. Disponível em: <http://foto.espm.br/index.php/referencias/a-excentricidade-inventiva-de-felix-nadar-1820-1910/> Acessado em: 15/10/2015.

FREUD, Sigmund. **Introdução ao narcisismo:** ensaios de metapsicologia e outros textos (1914-1916). São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

G1. Globo. **Facebook bate marca de 1 bilhão de usuários conectados em um único dia.** Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/08/facebook-bate-marca-de-1-bilhao-de-usuarios-conectados-em-um-unico-dia.html>. Acessado em: 8/11/2015.

HASLAM, Andrew. **O livro e o designer II – Como criar e produzir livros.** Tradução Juliana A. Saad e Sérgio Rossi Filho – São Paulo: Edições Rosari, 2007. Tradução Instituto Dr. Edward BACH. Disponível em: <http://www.institutobach.com.br/?historia/16/>. Acessado em: 10/11/2015.

GOFFMAN, Erving. **Estigma:** Notas sobre manipulação da identidade deteriorada. Rio de Janeiro: Ltc Editora, 2008.

GURAN, Milton. **Linguagem fotográfica e informação.** Rio de Janeiro, RJ: Rio Fundo Ed., 1992.

IDEIA FIXA. **As Pessoas do Século XXI.** Disponível em: <http://www.ideafixa.com/pessoas-seculo-xxi/>. Acessado em: 02/11/2015.

KOSSOY, Borys, **Fotografia & História.** São Paulo: Ateliê Editora, 2001. Disponível em: https://fotojornalismojf.files.wordpress.com/2013/07/cap1_-a-fotografia.pdf. Acesso em: 15.9. 2014.

LEITE, Marcelo Eduardo. **O Cruzeiro: o caso da fotorreportagem “Uma tragédia brasileira: Os paus-de-arara”.** Maceió, 2011. Disponível em: <http://intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2011/resumos/R28-0787-1.pdf> Acessado em: 05/11/2015

MAYA, Eduardo Ewald. **Nos passos da história: o surgimento da fotografia na civilização da imagem.** Discursos Fotográficos, Londrina, v.4, n.5, p.103-129, jul./dez. 2008. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/view/1928/1661>. Acessado em: 15/06/2015.

NABAIS, João Maria. **A Arte do Retrato n’As Meninas de Velásquez.** Revista da Faculdade de Letras. Ciências e Técnicas do Património. Porto, 2007. Disponível em: http://tv.up.pt/uploads/attachment/file/317/A_Arte_do_Retrato_As_Meninas_de_Velasquez.pdf. Acessado em: 05/10/2015

OLIVEIRA, E. M; VICENTINI, A. **Fotojornalismo: uma viagem entre o analógico e o digital**. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

OXFORD (dicionário online). Disponível em: <<http://www.oxforddictionaries.com/>> Acesso em: 05/10/2015.

NO OLHAR.TV. **Selfie: a moda do autorretrato**. Disponível em:<<http://noolhar.tv/foto-conteudo/selfie-a-moda-do-autorretrato>>. Acessado em: 02/11/2015.

PRIMO, Alex. **Interação Mediada por Computador**: comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011.

Portal da História. **Biografias**. Disponível em:
< <http://www.arqnet.pt/portal/biografias/nadar.html>>. Acessado em: 31/10/2015.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

REVISTA FOTOGRAFIA. O autorretrato fotográfico: encenação, despersonalização e desaparecimento. Disponível em; <<http://www.revistafotografia.com.br/wp-content/uploads/2010/08/Artigo-Lilian-Barbon-FG-07.pdf>> Acessado em: 19/9/2015.

SANTAELLA, Lúcia. **Corpo e Comunicação: sintonia da cultura**. São Paulo: Paulus, 2004.

SALLES, Filipe. **Breve história da fotografia**. São Paulo, 2004. Disponível em: <http://www.miniweb.com.br/artes/artigos/Hist%F3ria_fotografia.pdf> Acessado em: 15/09/2015.

SILVA, Mary Aparecida Ferreira da. **Métodos e Técnicas de Pesquisa**. 2. Ed. Curitiba: Ibpex, 2003.

SLIDE SHARE, Retratos fotográficos no século XIX. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/OswaldoHernandez/retrato-fotografico-no-sculo-xix>> Acessado em: 19/10/2015.

SOULAGES, François. **Estética da Fotografia**: perda e permanência. São Paulo: SENAC, 2010.

SOUSA, Jorge Pedro. Fotojornalismo: **Uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa**. 2002. Disponível em: <http://.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-fotojornalismo.pdf>. Acessado em: 10/10/2015.

SOUSA, Jorge Pedro. Uma história crítica do fotojornalismo ocidental. 1998. Disponível em: < <http://focusfoto.com.br/wp-content/uploads/2012/04/HISTORIA-CRITICA-DO-FOTOJORNALISMO-OCIDENTAL.pdf>>. Acessado em: 10/10/2015.

SOARES, Luciano de Sampaio. **Do Autorretrato ao Selfie: um breve histórico da fotografia de si mesmo.** Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná – UTP, Paraná: 2014: Disponível em: <http://www.utp.br/tuiuticienciaecultura/ciclo_4/tcc_48_hist_da_ccao/pdf_48/art_12.pdf>. Acesso em: 21/10/2015.