



**Três visões da fotografia:
autor, turista e pesquisador**

**Bruna Alves Lôbo
Maria Lúcia Bastos Alves**

DOI 10.5433/1984-7939.2012v8n13p55

Três visões da fotografia: autor, turista e pesquisador

Three views about photography: author, tourist and researchers

Bruna Alves Lôbo *
Maria Lúcia Bastos Alves **

Resumo: *A fotografia pode incitar um debate crítico sobre a desconstrução e a transformação da realidade, sobretudo como instrumento ideológico. No caso deste artigo, foram analisadas fotografias utilizadas para divulgar dois lugares de João Pessoa (PB): a lagoa do Parque Solón de Lucena e a Praia de Tambaú. Para analisar qualitativamente estas fotografias – pelo olhar do autor, do turista e do pesquisador – recorreu-se à iconografia e à narrativa visual. Pela análise, foi possível compreender como fotografias com diferentes origens podem fornecer subsídios para um entendimento sobre a produção de imagens de atrativos turísticos da cidade.*

Palavras-chave: *Fotografia e turismo. Fotografia e cidade. Marketing turístico. João Pessoa (PB).*

Abstract: *Photograph can provide a critic debate about the construction and change of the reality, specially as ideological instrument. On this article, were analyzed photos used to publish two places from João Pessoa (Paraíba State): the lake of Parque Solón de Lucena and the beach of Tambaú. To analyze these photos in a qualitative way – by the author view, the tourist view and the researcher point of view – we used iconography and visual narrative. By the study, we could understand how photographs with different origins can give material to an understanding about the production of images of touristic spots from the city.*

Keywords: *Photography and tourism. Photography and city. Tourist marketing. João Pessoa (PB).*

* Graduada em Turismo – Habilitação em Marketing pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Especialista em Docência Superior pela mesma instituição. Mestre em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). E-mail: brunaraquele@gmail.com

** Doutora em Sociologia pela Universidade de São Paulo (USP). Professora adjunta do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais (PPGCS) e do Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). E-mail: mluciabastos29@yahoo.com.br

Introdução

A imagem fotográfica não deve apenas mostrar algo, mas também interrogar o seu observador sobre uma interpretação que a transcenda. Compreendê-la apenas por sua condição de mimese limita sua capacidade polissêmica. Neste sentido, o objetivo deste artigo é o de mostrar uma análise de registros fotográficos de atrativos turísticos de João Pessoa (PB), levando em consideração não apenas os referentes fotografados, mas também os pontos de vista de seus produtores e consumidores.

Quando imagens fotográficas são utilizadas como fontes de dados para pesquisa, os estudos, em geral, evidenciam a subjetividade do receptor, focando a percepção da imagem quanto à informação estática apresentada. (GÂNDARA; HACK, 2008). Desse modo, a fotografia de turismo passa a ser inserida no contexto do registro científico em pesquisas acadêmicas com abordagens referidas pela semiologia (EHTNER, 1999), antropologia visual (COLLIER, 1973), ecologia (MARIANO NETO, 1999), sociologia (MARTINS, 2009), artes visuais (DOBRANSKY, 2008) e turismo (ROBINSON; PICARD, 2009; TRIBE, 2009; SCARLES, 2010).

Apesar do elevado número de estudos envolvendo a recepção da fotografia, Aumont (1993) levanta uma crítica considerando-os demasiadamente etnocêntricos, apontando como um processo característico do ser humano que possui um amplo campo para estudos aprofundados. Tribe (2009) rebate as possíveis objeções explicando que a arte, nessas investigações, é usada como um texto a ser interrogado. Além disso, a arte interpretativa acrescenta a nossa compreensão do mundo acadêmico que é limitado pelo simples texto, sobretudo na área do turismo.

Martins (2009) indica que a imagem fotográfica, atualmente, como documento e artefato essencial para a leitura sociológica dos fenômenos, pois ela se configura como conhecimento balizador de investigações e não somente uma fonte factual e documental, sendo que os fotógrafos e

os documentaristas sociais são autores deste conhecimento que auxiliam em estudos de diversas áreas, como do turismo.

Nesta análise, encontram-se três fotógrafos com perfis diferenciados: dois da área artística, Guy Joseph e Gabriel Bechara, e um da área publicitária: Cacio Murilo. Uma das imagens utilizadas no estudo, foi publicada em um catálogo para a divulgação turística apoiada pela Empresa Paraibana de Turismo (PBTUR¹) e as outras três de catálogos para a divulgação artística, financiados pelo Fundo de Incentivo a Cultura Augusto dos Anjos (FIC²), ambos organismos do governo do estado da Paraíba. Dessa forma, foi possível fundamentar a discussão entre *marketing* de turismo e estética artística, possibilitando a análise e interpretação do pesquisador.

Percurso metodológico

Recorrendo a procedimentos metodológicos de natureza qualitativa, o *corpus* desta pesquisa é constituído pela análise das fotografias selecionadas e pela interpretação de entrevistas. Sua característica social segue o entendimento de Martins (2009, p.10) no que diz respeito à fotografia no contexto da academia, no qual “o visual se torna cada vez mais documento e instrumento indispensáveis na leitura sociológica dos fatos e dos fenômenos sociais”.

As quatro fotografias selecionadas para este trabalho foram escolhidas por se tratarem de imagens dos mesmos atrativos turísticos ambientais da cidade, a lagoa do Parque Solón de Lucena e a Praia de Tambaú. Apesar de a imagem ser, hoje, reconhecida como fonte de informação técnica, social e signica, Pink (2007, p.21) alerta que “a pesquisa visual não pode usar métodos puramente visuais”. Portanto, foram

¹ A PBTUR promove iniciativas, planos, programas e projetos para o desenvolvimento do turismo no estado da Paraíba. Um de seus objetivos é o de divulgá-lo.

² O FIC tem por finalidade proporcionar suporte financeiro à administração estadual das políticas da cultura e prestar apoio financeiro a projetos culturais de iniciativa de pessoas físicas ou de pessoas jurídicas que visem fomentar e estimular a produção artística e cultural da Paraíba.

realizadas entrevistas com fotógrafos e turistas, buscando ultrapassar os domínios da representação.

Após as entrevistas, iniciou-se o processo de análise das imagens por meio da técnica de análise iconográfica. Dentro da história da arte, a técnica iconográfica discute o conteúdo temático ou significado das obras de arte como algo distinto de sua estrutura vista. Panofsky (1995), o mentor, explica o seu significado: é a percepção elementar de certas formas visíveis com objetos que se conhecem por meio da experiência individual. Com efeito, o autor distingue três esferas sequentes de significação. A primeira é o conteúdo temático natural ou primário, compreendido pela percepção de conceitos sobre as formas puras, como linha e cor e pela percepção de objetos naturais, como seres humanos, animais, plantas e casas. Esses objetos naturais são relacionados com fatos e qualidades expressivas. A segunda esfera é a do conteúdo secundário ou convencional, que vai além da familiaridade com objetos e ações, para uma experiência com temas ou conceitos. A terceira esfera, o significado intrínseco ou conteúdo, trata da análise dos conceitos inconscientes que mostram a ação corriqueira de uma época, classe ou crença religiosa que estão embutidos em uma obra.

As fotografias utilizadas nas entrevistas foram “scaneadas” dos catálogos da FIC e PBTUR, impressas em papel fotográfico e depois coladas no centro de papéis-cartão pretos de 14 x 21 cm. As entrevistas com os turistas foram realizadas no Centro de Informações Turísticas na Praia de Tambaú, nos dias 15 e 16 de dezembro de 2010, época de maior fluxo na capital. Cada imagem foi apresentada aleatoriamente no momento em que era interpretada com a indagação sugerida por Nobre (2003): “O que esta fotografia significa para você?”, para assim construir os quadros de narrativas visuais. Os fotógrafos foram procurados em seguida para serem questionados sobre os motivos que os levaram a produzir as fotografias e em que circunstâncias foram criadas e publicadas. As entrevistas foram gravadas em MP4.

Baseados em Nobre (2003) os quadros de narrativas visuais foram construídos apresentando a fotografia e a fala de cada interpretante,

mostrando suas similaridades e diferenças, a fim de entender melhor a relação entre a imagem, fotógrafo e consumidor. Na coluna “Leitura de si” inseriu-se a interpretação do fotógrafo sobre a imagem. Já na coluna “Leitura do outro”, foram inseridos os dizeres dos turistas sobre o que a fotografia lhes transmitia. (NOBRE, 2003).

Quadro 1 – Modelo do quadro de narrativa visual

Fotografias de um atrativo turístico	
Leitura de si	Leitura do outro
Ato retórico construído a partir da fala do autor da fotografia.	Ato retórico construído a partir da interpretação do turista.
Observações do pesquisador	
Neste espaço, o pesquisador analisa as falas dos entrevistados.	

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir do modelo proposto por Nobre (2003, p.71)

No caso da leitura do outro, uniram-se as falas dos turistas para formar um só texto, separadas apenas por ponto final, no intuito de expor em um mesmo parágrafo as suas narrativas visuais, pois foi compreendido que todos eles fazem parte de um só grupo conceitual: o de estar visitando João Pessoa. Isto porque, para esta pesquisa, é mais importante saber o que os turistas falam sobre a imagem do que as suas características pessoais.

Foram escolhidos fortuitamente dez visitantes, cinco para cada quadro de narrativa visual. No momento em que a fotografia era mostrada, não lhes foi falado quais eram os lugares mostrados, apenas que eram imagens de João Pessoa, seguindo a mesma postura de Nobre (2003).

As narrativas visuais

Os quadros das narrativas visuais possibilitam a visão da fotografia como subsídio para uma leitura sociológica feita pelo pesquisador, que observa a fala de cada interpretante, mostrando suas similaridades e

diferenças, a fim de entender melhor a relação entre imagem, fotógrafo e turista, em relação aos atrativos turísticos: Praia de Tambaú e lagoa do Parque Solón de Lucena. (NOBRE, 2003).

Quadro 2 – Narrativa visual ambiental da Praia de Tambaú

*Figura 1 - Praia de Tambaú
(João Pessoa, 1991)*



*Fotografia: Gabriel Bechara
Fonte: Bechara (2005)*

Figura 2 - Praia de Tambaú



*Fotografia: Cacio Murilo
Fonte: PBTUR (2005)*

Leitura do fotógrafo

“É uma imagem (Figura 1) que tem uma construção básica de meu trabalho, a construção do vazio e do cheio. Você tem essa parte vazia, o céu e o mar e aqui o cheio... sempre o contraponto. Minha fotografia é jornalística, no sentido de registro da realidade. O fotografado eu não sei quem é, mas estava passeando. E de costas eu não tenho nem identidade dele. Eu registrei no final de tarde. Então há uma verdade, mas não é isso que está me interessando. Para mim, a fotografia é exatamente uma metáfora, uma realidade cotidiana. Sempre é uma metáfora e como toda metáfora, ela não tem um sentido único, não tem uma mensagem amarrada e ela instiga a reflexão.”

“Essa imagem (Figura 2) do casal na praia era um trabalho que eu estava fazendo para um hotel no litoral sul. Essas duas pessoas são modelos. Não são pessoas que estavam passeando na praia. São modelos que eu pedi para caminharem na praia só para ter gente caminhando na praia.”

Leitura do turista

“Acho que (Figura 1) passa um pouco de solidão, um vazio. Tranquilidade... acho que só isso. Me parece um píer, não é não? Um ancoradouro e tem o mar aqui... é, só me lembrou um píer. Parece uma arquibancada... no mar... mas não me vem na lembrança qual o significado dela. Reflexão... tranquilidade.”

“Essa foto (Figura 2) é a coisa mais linda. É o mar, um casal junto lembra amor, companheirismo, é o que significa para mim. Um dia ensolarado, um casal caminhando na praia, passa uma tranquilidade... paz. Um casal andando na arrebentação significa tranquilidade e saúde. Paraíso, felicidade, praia e sossego. Lazer, passeio... eu estou fazendo lazer né, assim.”

Observações do pesquisador

A Praia de Tambaú é tida como um destino turístico. Haja vista ser nela que se encontra uma estrutura montada e adequada à visitação turística composta pelo Centro Turístico, Feira de Artesanato, Mercado de Peixe, além dos principais hotéis e casas noturnas. Dentre os hotéis, destaca-se o Hotel Tambaú da Rede Tropical de Hotéis, que já se tornou um símbolo turístico devido à arquitetura, história e localização. Em geral, esta praia (Figuras 1 e 2) é a escolhida como palco de pequenos e grandes eventos, como esportes, campanhas educativas, espetáculos teatrais e musicais. A figura 1, em preto e branco, mostra uma parte da arquibancada de um campeonato de vôlei patrocinado pelo Banco do Brasil desde 1990 até hoje. A arquibancada compõe metade da imagem, que aponta para uma pessoa vestida de branco caminhando na beira-mar de um mar aparentemente calmo, quase sem ondas. A leitura do fotógrafo pouco referencia a praia, onde a fotografia foi tomada, sua preocupação é com a composição e a estética da imagem que caracteriza o seu trabalho. Na leitura dos turistas percebe-se que as fotografias significaram subjetividades

(tranquilidade, solidão, vazio, reflexão) e que a praia, a arquibancada e a figura humana não foram diretamente evidenciadas em seus discursos, mas a sensação que toda a composição estética que a imagem transmitia, ou seja, não transmitiu a ideia ou não incentivou o consumo do lugar como ponto turístico. Os turistas procuraram vestígios da realidade concreta na fotografia, contudo permaneceram na face interrogativa da imagem, pois ambos não disseram com veemência seu significado. A composição da figura 2 de praia na beira-mar é complementada por um casal com vestimentas adequadas e a ponta do guarda sol, que completa a imagem e a composição estética. As mãos dos modelos não estão unidas, pois se estivessem os possíveis significados se limitariam ao de formarem um casal. Neste caso, poderiam ser um casal de amigos ou de parentes. Para três turistas (a leitura do outro) a imagem significou tranquilidade e sossego, apenas um fez referência ao casal, dizendo que significava amor, companheirismo, sendo que os outros citaram o casal de forma indireta dizendo que estavam fazendo lazer ou falando da beleza estética. No que diz respeito ao trabalho do fotógrafo, ele colocou o casal na figura 2, assim como o guarda-sol, porque estava preocupado com a composição estética da imagem, pois sua preocupação era com a técnica e com a qualidade, sendo que em nenhum momento disse querer passar um significado como o de tranquilidade.

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir de dados da pesquisa, 2010

Quadro 3 – Narrativa visual ambiental da lagoa do Parque Solón de Lucena

Figura 3 - Lagoa do Parque Solón de Lucena (João Pessoa, 2006)



*Fotografia: Guy Joseph
Fonte: Joseph (2006)*

Figura 4 - Lagoa do Parque Solón de Lucena (João Pessoa, 2005)



*Fotografia: Cacio Murilo
Fonte: PBTUR (2005)*

Leitura do fotógrafo

“A imagem foi feita (Figura 3) ao nível da água, quer dizer, eu cheguei na beira da lagoa, coloquei a câmera no mesmo nível da água exatamente para conseguir essa qualidade, essa condição de profundidade de campo, onde aqui está nítido e lá no infinito continuam todos os elementos da fotografia nítidos em função da técnica. Além de ser uma bela imagem, de certa forma diferente do que se conhece das fotos da lagoa que normalmente são aquelas aéreas. Aqui ninguém pode adivinhar, de repente, que é em João Pessoa, que é a lagoa do Parque Solón de Lucena.” “Essa fotografia (Figura 4) eu fiz de cima do prédio do INSS, que é um ponto onde muitos fotógrafos sobem para fazer imagens. Eu escolhi fotografar neste dia devido à floração dos ipês, que estavam amarelinhos. Então eu subi na melhor hora para fotografar. Eu fui de manhã quando o sol estava de frente para pegar este momento. Eu sou muito perfeccionista, eu gosto de fotografar com a luz natural na hora certa. Quando o dia está bonito, eu saio procurando locais para fazer fotografias. Neste caso, como estava na floração dos ipês eu achei que era o lugar ideal para fazer essa imagem para meu banco.”

Leitura do turista

“Acho que aqui (Figura 3) as pessoas têm uma vida saudável porque tem muitas árvores em meio à cidade. Essa daí eu não sei, não conheço o lugar. Essa é a lagoa, um marco histórico da cidade. Paraíso, tranquilidade.” “Aqui (Figura 4) é maravilha, né? Beleza, vida, muita árvore, verde, água. É o lago que eu já fui. O Parque Solón de Lucena. A famosa lagoa, mostrando aqui o centro movimentado.”

Observações do pesquisador

A lagoa do Parque Solón de Lucena (Figuras 3 e 4) é um lago artificial construído, na década de 1920, no centro da cidade. Ele é rodeado por palmeiras imperiais, bares, lanchonetes e praças arborizadas por diferentes tipos de árvores (jambeiros, jabuticabeiras). Entre elas, destacam-se os ipês amarelos, que mudam a paisagem do local na primavera, que é o tempo da floração. A lagoa é contornada por paradas de ônibus de quase todas as linhas da cidade. Devido a isso, há um grande fluxo de pedestres, mendigos e crianças pedindo esmolas. A estrutura pluvial desta lagoa sempre apresentou problemas no período de inverno, pois não comporta a quantidade de água da chuva, transbordando e alagando toda a pista ao seu redor. Neste ângulo da figura 3 a água esverdeada da lagoa é mostrada em primeiro plano, este destaque na imagem causou certa confusão entre alguns turistas espectadores, mesmo depois de terem afirmado na figura 4 que era a lagoa do parque. Neste ângulo diferenciado eles desconhecem ou demoram algum tempo para associar a fotografia ao local. Já na figura 4, do Parque Solón de Lucena, na popularmente conhecida “lagoa”, podemos ver não apenas as árvores que caracterizam o lugar como também os ônibus, os primeiros prédios da cidade, a catedral ao fundo e, no horizonte, o rio Sanhauá e a restinga, pontos referenciais que facilitam a identificação do lugar. O fato de ser uma fotografia de um banco de imagens pressupõe a presença de referentes, o que facilita sua comercialização em produções que tenham como objetivo “vender” este destino turístico.

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir de dados da pesquisa, 2010

Existe a premissa de que, em geral, o turista almeja, mesmo que inconscientemente, uma realidade motivada pela imagem fotográfica veiculada no mercado das viagens ou em álbuns fotográficos de amigos, nos quais a paisagem se mostra como um atrativo. No tempo que a fuga do cotidiano é vendida por outro cotidiano, o lazer oportuniza a resignação que se deseja esquecer antes da viagem, pois divertir-se significa estar de acordo com a anulação dos pensamentos desagradáveis. (DE BOTTON, 2005).

É latente que a narrativa dos turistas, referentes às figuras 1 e 3, é introspectiva, em oposição às narrativas das figuras 2 e 4, que, por se tratar de imagens para a divulgação turística, não possuem um conceito que leve seu espectador a outro entendimento que não seja o do *marketing* turístico, ou seja, a fácil beleza obrigatória moldada pelo atual panorama cultural econômico onde há uma simplificação, convertendo e limitando a imagem em mercadoria.

O trabalho do fotógrafo Cacio Murilo (Figuras 2 e 4) induz a significação imagética como produto, pois é obrigatoriamente baseado no entendimento de que, os objetivos de uma viagem são permutáveis, como em um catálogo, onde as imagens daquilo que se encontrará são vendidas pelas organizadoras de turismo. Com isto, pode-se dizer, à luz de De Certeau (1995, p.45), que as figuras 2 e 4 são “imagens dos sonhos e a repressão de uma sociedade”, pois a sociedade está manipulada por uma ideologia de consumo formulada pelos meios massivos de comunicação que colocam significado no produto. (HISCHMAN, 1988).

Os fotógrafos Gabriel Bechara e Guy Joseph (Figuras 1 e 3) incumbem os observadores de suas obras de atribuírem algum entendimento. Desta forma, não seguem os padrões da indústria turística, pois podem capturar destinos com ângulos e composições incomuns, provocando assim “as revoluções de crível” e contribuindo para a quebra da robotização do olhar. Além disso, autorizam o espectador a incumbir significados e propor leituras, diferente das imagens de Cacio Murilo (Figuras 2 e 4), que se consomem à primeira vista. (DE CERTEAU, 1995).

Considerações finais

Verificou-se, nesta pesquisa, o quanto a fotografia é importante para entender o funcionamento da atividade turística no momento que se vendem seus ativos por meio de imagens. Através das entrevistas com os fotógrafos foi possível esclarecer a produção de imagens de atrativos turísticos, por revelarem a diferença da *práxis* da fotografia voltada para a arte e para o *marketing*.

O registro fotográfico para o *marketing* é bastante questionado quando sua produção possui uma única finalidade mercadológica. O fotógrafo Cacio Murilo, por exemplo, confessou durante a entrevista que 80% das fotografias vendidas ao governo para divulgar a cidade de João Pessoa fazem parte de um banco de imagens guardado em seu computador. São poucas as vezes que ele é contratado para fotografar determinado atrativo, e geralmente recebe ligações pedindo uma imagem de determinada comida ou de uma praia. “Aí eu mando até mesmo pela internet e o pagamento é feito por depósito em conta.” (MURILO, 2010).

Infelizmente, para as empresas de divulgação turística, neste caso a PBTUR, é mais conveniente adquirir fotografias prontas para prorrogar o prazer em visitar indefinidamente, por meio de fotografias estereotipadas, lugares capazes de “fornecer felicidade”. Mesmo o turista, consciente de que as fotografias impressas em catálogos de divulgação turística podem ser montadas, não se preocupa com isso.

Outra questão observada neste estudo foi a possibilidade de a fotografia de turismo permitir ao pesquisador discutir os restos enigmáticos dos sonhos, mexer e alimentar o inconsciente quando fascina e inquieta, permitir questionar as relações dos homens com o mundo e com suas representações. Foi possível perceber, no momento das entrevistas que, ao visualizarem as fotografias, os turistas manifestaram seus estados emocionais e, ao invés de descrever, traduziram em palavras o sentimento despertado por cada uma das imagens.

As análises nesta pesquisa convergiram também para o entendimento de que as fotografias de turismo são fragmentos das características

ambientais de atrativos de João Pessoa e alguns fragmentos da cidade. Esses fragmentos, capturados em *close* por alguns fotógrafos, não foram lembrados por outros.

Fica entendido que o tríptico fotográfico neste estudo possibilitou discutir por três visões o mercado turístico da Paraíba no tocante às suas práticas de *marketing* através de imagens, assim como o adestramento, por meio do *marketing*, que induz à submissão e ao consumo.

Referências

AUMONT, Jacques. **A imagem**. Campinas: Papirus, 1993.

BECHARA, Gabriel. **Sendas da linha**. João Pessoa: JB, 2005.

_____. Entrevista concedida a Bruna Raquel Alves Maia Lôbo, em João Pessoa – PR em 21 de dezembro de 2010. Gravação em áudio. 60' 15".

COLLIER JR., John. **Antropologia visual**: a fotografia como método de pesquisa. São Paulo: EPU, 1973.

De BOTTON, Alain. **A arte de viajar**. Rio de Janeiro: Rocco, 2005.

De CERTEAU, Michel. **Cultura no plural**. Campinas: Papirus, 1995.

DOBRANSZKY, Diana. **A legitimação da fotografia no Museu de Arte**: o *Museum of Modern Art* de Nova York e os anos Newhall no Departamento de Fotografia. 2008. v.1. Tese (Doutorado em Multimeios) – Instituto de Artes da Universidade Estadual de Campinas, UNICAMP, São Paulo.

ECHTNER, Charlotte. The semiotic paradigm: implications for tourism research. **Tourism Management**, Guildford, v.20, n. 1, p.47-57, fev. 1999.

GÂNDARA, José; HACK, Eduardo. Marketing turístico e imagem: reflexões sobre fotografias virtuais. In: SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO, 5., 2008, Belo Horizonte. **Anais**: Belo Horizonte: Turismo e hospitalidade em destinos urbanos, 2008.

HIRSCHMAN, Elizabeth. The ideology of consumption: a structural-syntactical analysis of "Dallas" and "Dynasty". **Journal of Consumer Research**, Gainesville, v.15, p.344-359, dez. 1988.

JOSEPH, Guy. **Terra da gente Paraíba**. João Pessoa: Forma, 2006.

_____. Entrevista concedida a Bruna Raquel Alves Maia Lôbo em Bananeiras-PB, em 27 de dezembro de 2010. Gravação em áudio. 30'15".

MARTINS, José de Souza. **Sociologia da fotografia e da imagem**. São Paulo: Contexto, 2009.

MARIANO NETO, Berlarmino. **Ecologia e imaginário nos cariris velhos do Paraíba**: memória cultural e natureza no cerimonial da vida. 1999. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa.

MURILO, Cacio. Entrevista concedida a Bruna Raquel Alves Maia Lôbo em João Pessoa-PB em 22 de dezembro de 2010. Gravação em áudio. 15'30".

- NOBRE, Itamar. **A fotografia como narrativa visual**. 2003. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal-RN.
- PANOFSKY, Erwin. **Estudos de iconologia**: temas humanísticos na arte do renascimento. 2.ed. Lisboa: Estampa, 1995.
- PBTUR. **Paraíba para conquistar você**: catálogo. João Pessoa, 2005.
- PINK, Sarah. **The future of visual antropology**: engaging the senses. Londres: Routledge, 2007.
- ROBINSON, Mike; PICARD, David. **The framed world**: tourism, tourists and photography. Londres: Ashgate, 2009.
- SCARLES, Caroline. Where words fail, visuals ignite: opportunities for visual autoethnography in tourism research. *Annals of Tourism Research*, New York, v.37, n.4, p. 905-926, out. 2012.
- TRIBE, John. The art of tourism. *Annals of Tourism Research*, New York, v.35, n.4, p.924-944, out. 2009.