

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
ÁREA DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS**

JOANA BRESOLIN BENEDETTI

**A FOTOGRAFIA DE CASAMENTO E O IMPACTO
DO IMEDIATISMO NAS REDES SOCIAIS**

**CAXIAS DO SUL
2019**

JOANA BRESOLIN BENEDETTI

**A FOTOGRAFIA DE CASAMENTO E O IMPACTO
DO IMEDIATISMO NAS REDES SOCIAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial para a
obtenção do grau de Tecnólogo em
Fotografia do curso de Tecnologia em
Fotografia da Universidade de Caxias do
Sul.

Orientador(a): Profa. Dra. Silvana Boone

**CAXIAS DO SUL
2019**

JOANA BRESOLIN BENEDETTI

**A FOTOGRAFIA DE CASAMENTO E O IMPACTO
DO IMEDIATISMO NAS REDES SOCIAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do grau de Tecnólogo em Fotografia do curso de Tecnologia em Fotografia da Universidade de Caxias do Sul.

Aprovada: ____/____/2019.

Banca Examinadora

Profa. Dra. Silvana Boone
Universidade de Caxias do Sul – UCS

Profa. Dra. Ivana Almeida da Silva
Universidade de Caxias do Sul – UCS

Prof. Me. Edson Luiz Scain Corrêa
Universidade de Caxias do Sul – UCS

Dedico este trabalho à minha mãe
Cleonisete por ter acreditado em mim e a
todos os fotógrafos de casamento.

AGRADECIMENTOS

Agradeço de todo o coração à minha mãe Cleonisete, que pelo mesmo motivo que dedico esse trabalho, agradeço pelas palavras de conforto e pela confiança que me tornou mais persistente em concluí-lo da melhor forma possível.

Agradeço às minhas colegas e amigas por estarem presentes durante todo o processo de desenvolvimento deste trabalho, sempre me dando suporte e compartilhando informações necessária.

Agradeço ao meu chefe Tarcísio Schiavo por entender os atrasos e pelas saídas durante o trabalho para realizar as pesquisas, e por todas as informações cedidas que me ajudaram na realização deste trabalho.

Agradeço à Professora Silvana Boone, pelas orientações e conversas que me ajudaram a crescer nesse processo.

Por fim, agradeço ao Professor Edson Luiz Corrêa e a Professora Ivana Almeida da Silva por estarem presentes na banca de avaliação, colaborando para o enriquecimento deste trabalho e por suas aulas terem contribuído para a certeza em escolher os eventos como tema principal.

“Sonhos são a expressão de desejos ardentes que o homem, mas que se libertam enquanto ele dorme, se materializam sob a forma de acontecimentos reais.”

Akira Kurosawa

RESUMO

O presente trabalho busca investigar a divulgação da fotografia de casamento em uma época em que as redes sociais não eram realidade, mais precisamente entre os anos de 1990 e 2000. Apresenta-se as mudanças que o surgimento das redes sociais provocaram na fotografia de casamento e como contribuíram para alavancar o mercado da fotografia de eventos. São utilizados autores como Marcos Andreoni (2008) que presenciou a transição do mundo analógico para o surgimento das mídias e da presença dos *smartphones* nos casamentos, e Nelson Martins (2010) e David Kirkpatrick (2011) para descrever o processo de mudanças na área fotográfica e na tecnologia.

Palavras-chave: Tecnologia. Redes Sociais. Fotografia. Casamento

ABSTRACT

The present work seeks to investigate the dissemination of wedding photography at a time when social networks were not reality, more precisely between the years 1990 and 2000. How they contributed to leverage the event photography market. Authors such as Marcos Andreoni (2008) who initiated the transition from the analog world to the emergence of media and the presence of smartphones in weddings, and Nelson Martins (2010) and David Kirkpatrick (2011) to describe the process of changes in photographic area and technology.

Keywords: Technology. Social Networks. Photography. Wedding.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: Divulgação de casamentos em jornais	18
FIGURA 2: Nikon I.....	25
FIGURA 3: Kwanon.....	26
FIGURA 4: <i>Facebook</i>	28
FIGURA 5: <i>Instagram</i>	29
FIGURA 6: <i>Stories</i> do <i>Instagram</i>	30
FIGURAS 7 E 8: Conta de fotógrafo de casamento no <i>Instagram</i>	34
FIGURAS 9 E 10: Conta de fotógrafo de casamento no <i>Facebook</i>	35
FIGURAS 11 E 12: <i>Stories</i> de casamento.....	37
FIGURA 13: <i>Smartphones</i> no casamento	41

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
1.1 METODOLOGIA.....	14
2. FOTOGRAFIA ENTRE OS ANOS 1990 E 2000.....	15
2.1 DIVULGAÇÃO DA IMAGEM ANTES DAS REDES SOCIAIS	17
3. AS NOVAS TECNOLOGIAS NO CONTEXTO DA FOTOGRAFIA DE CASAMENTO	20
3.1 NOVAS TECNOLOGIAS FOTOGRÁFICAS.....	23
3.2 SURGIMENTO DAS REDES SOCIAIS	27
4. FOTOGRAFIA DE CASAMENTO E AS REDES SOCIAIS	32
4.1 O CASAMENTO COMO ESPETÁCULO NA REDE	36
4.2 OS SMARTPHONES NOS CASAMENTO	39
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	43
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	46

1. INTRODUÇÃO

Pode-se pensar que toda fotografia é um resíduo do passado, um fragmento visual que informa sobre a vida e o mundo em sua expressão e estética própria. Três elementos são essenciais para a realização de uma fotografia: o assunto, o fotógrafo e a tecnologia, sendo esse último o item, geralmente responsável pelas mudanças estéticas do resultado final da imagem.

As mídias sociais tornaram-se referência tecnológica nos últimos anos, sendo que, diariamente, a sociedade publica e consome milhares de imagens através dessas redes para fins ilustrativos, informativos, pessoais ou publicitários. Assim como a tecnologia das câmeras digitais facilitou o ato fotográfico, publicar e compartilhar imagens também possibilitou novas funções para a fotografia de forma direta e mais barata, pela acessibilidade aos *sites* e redes sociais.

Considerando tais mudanças tecnológicas na produção e divulgação da fotografia nas últimas décadas, o presente trabalho pretende abordar essas transformações e os impactos que as redes sociais causaram na fotografia de casamento, comparando e analisando os métodos usados para sua divulgação entre a década de 1990 e 2000, onde o acesso à Internet era restrito e não se tinha o amplo conhecimento das mídias sociais.

Assim, o presente trabalho tem como tema principal a fotografia de casamento e as novas possibilidades de registro nas redes sociais, aprofundando como o surgimento dessas redes impactaram na fotografia de casamento. Também interessa conhecer, mostrar e comparar as formas de divulgar um trabalho feito a partir dos anos 2000.

A partir deste campo da fotografia escolhido pela autora e levando em consideração os diversos avanços tecnológicos que ocorreram nos últimos anos, pode-se questionar: **qual o impacto da evolução das redes sociais e seu imediatismo para a fotografia de casamento?**

Todas estas mudanças de meio, formato e plataformas, como de métodos e conceitos, vem configurar novas possibilidades, como gerar consequências no modo de fazer, utilizar, ver e consumir fotografia. São levantadas questões relativas à essas mudanças, tendo em vista o novo ambiente das redes sociais na Internet, e questionar quais seriam as consequências na fotografia de casamento.

Autores como Boris Kossoy (2001), Marshall Berman (1989), David Kirkpatrick (2011), entre outros são utilizados como referência bibliográfica para explicar como a fotografia ganhou a importância que tem nos dias de hoje e a rápida evolução nas redes sociais integrando-se no ato fotográfico sendo amplamente compartilhada e utilizada por toda sociedade contemporânea. Busca-se analisar como os profissionais da fotografia que iniciaram sua carreira há mais de vinte anos comportam-se diante desta contemporaneidade desconhecida por eles até o surgimento destas tecnologias, questionando quais as maiores dificuldades para se adaptar a tais redes.

A fotografia está presente em diversos momentos na vida de todos, no âmbito profissional e também amador na área, sendo que os dispositivos eletrônicos estão à disposição para tornar qualquer pessoa um “fotógrafo em potencial”.

Para a autora deste TCC, ter trabalhado em um estúdio com grande experiência em fotografias sociais, principalmente casamentos, oportunizou conhecer os principais equipamentos utilizados para fazer a cobertura de um evento, sabendo que hoje a tecnologia fotográfica facilita a vida dos profissionais, com todas as guarnições desenvolvidas para tornar a fotografia cada vez mais conhecida e praticada por todos. Nesse contexto, são introduzidas as redes sociais.

O *Facebook* e o *Instagram*, sendo as redes sociais mais conhecidas, se utilizaram da fotografia como uma forma de tornar a vida das pessoas e seu cotidiano em algo popular e conhecido por todos, e no caso profissional, ocorreu a sugestão da acessibilidade instantânea como um nicho de trabalho e uma diversificação dos métodos trabalhados por fotógrafos até então.

Atualmente, no estúdio “Schiavo Fotografias”¹ o *Facebook* é o principal meio de divulgação utilizado para atingir o maior número de clientes possível. Além da publicação de imagens de eventos e ensaios, a rede social proporciona maneiras de interação entre os profissionais e os clientes. Por trabalhar com esse meio todos os dias, uma grande curiosidade da autora deste TCC é saber como os fotógrafos atingiam o público alvo sem ter acesso à internet ou sem a existência das redes sociais anteriormente.

Querer entender quais eram os meios de divulgação nos anos em que não existiam redes sociais ou smartphones é um estímulo para o desenvolvimento deste

¹ Schiavo Fotografias: estúdio onde a autora deste TCC trabalha há sete anos exercendo a profissão de fotógrafa. O estúdio está localizado na cidade de Veranópolis, Rio Grande do Sul.

trabalho de conclusão de curso, como eram tratadas as imagens no final do século XX e nas décadas posteriores.

As tecnologias contemporâneas que atingem o homem na atualidade apresentam características próprias desse tempo. Internet, redes sociais e imagens instantâneas são formas de acessos ao imediatismo no mundo. Estar conectado com a tecnologia o tempo todo vai além do uso de dispositivos eletrônicos, celulares ou computacionais, mas envolve sentimentos, pensamentos, angústias, trabalhos, ideias, opiniões. Fotos importantes podem ser compartilhadas com milhares de pessoas que têm interesse em saber o que acontece no outro lado desses aparelhos que permitem acesso a tudo isso.

Após a invenção das redes sociais, todo este imediatismo tornou-se ainda mais instantâneo, tanto para vida pessoal, sendo compartilhados arquivos com família, amigos e colegas, como para a vida profissional, como é o caso dos fotógrafos. Com o surgimento das redes sociais, expor um trabalho e mostrar qual o principal objetivo dele tornou-se muito mais fácil e acessível. Mas como era antes de existirem estas ferramentas da internet? Como eram compartilhadas as imagens de eventos? Quais meios eram usados pelos fotógrafos para mostrar seu trabalho?

Para responder tais questionamentos, são analisadas as redes sociais a partir dos anos 2000 e de que maneira era feita a divulgação das fotografias de casamento até essa época, comparando com a criação e evolução das redes sociais até os dias atuais, levando em conta todo o imediatismo que as redes de internet proporcionam para seus usuários em apenas um clique em eventos como os casamentos.

Busca-se compreender como as novas tecnologias levam a algumas consequências sociais, percebendo a dimensão que a Internet provoca na comunicação e significação da fotografia de casamento, além de analisar o contexto das redes sociais como forma de comunicação e socialização da fotografia de casamento e de que forma estes fenômenos estão atendendo as necessidades dos profissionais da imagem. E por fim, apresentar as novas tecnologias ligadas ao ato fotográfico, como os novos formatos e meios de veiculação.

No presente trabalho foi realizada uma pesquisa qualitativa, com base em análises comparativas entre a evolução do digital e o compartilhamento de fotografias na Internet, a fim de relacionar os métodos utilizados para divulgar fotografias de casamento e as redes sociais dos dias atuais. A análise dos dados foi

feita a partir de artigos, entrevistas com fotógrafos que trabalhavam a partir dos anos 1990, livros como “Sociedade do Espetáculo” de Guy Debord (1997) “Tudo que é sólido desmancha no ar” de Marshall Berman (1989) e alguns livros sobre a história da fotografia privilegiando a leitura de Boris Kossoy (2001). Também foram realizadas análises de filmes, tais como “A Rede Social”, de David Fincher (2010) que demonstra como surgiu o Facebook e impulsionou o surgimento das demais redes sociais existentes nos dias atuais, e “1984”, de Michael Radford (1984), que tem como principal foco mostrar o momento em que o monitoramento por telas espalhou-se e, sugere assim, que a todo segundo, indivíduos são vigiados em todo lugar.

A partir desta introdução, a organização dos capítulos segue desta forma:

O segundo capítulo refere-se às formas de divulgação de imagens de casamento entre os anos 1990 e 2000, a partir de entrevistas de alguns fotógrafos que presenciaram o surgimento das redes sociais e do diretor do jornal da cidade de Veranópolis e quais as maiores dificuldades na adaptação dessas tecnologias.

No terceiro capítulo são apresentadas as novas tecnologias na área da fotografia, como os equipamentos que facilitam o trabalho dos profissionais, entre eles os dispositivos móveis. Com o estudo de autores como David Kirkpatrick (2011) e Raquel Recuero (2009), é mencionado e explicado como surgiram as redes sociais e qual sua importância para publicação fotográfica, é esclarecido como essas mídias impulsionaram e contribuíram para a fotografia se tornar ainda mais conhecida e valorizada.

No quarto capítulo, é abordado o casamento como um espetáculo nas redes sociais e como o imediatismo das postagens nas mídias tornou as fotos de um profissional em fotografias de casamento banais e deixam o casal sem tanta expectativa, por já terem uma pequena visualização dessas imagens em contas do *Instagram* ou *Facebook* de seus convidados. Nesse mesmo capítulo, é levantada a questão dos smartphones nos casamentos, com opiniões de fotógrafos como Marcos Andreoni (2008), analisando o comportamento dos convidados diante da cerimônia e com que frequência eles prestam atenção no celular e deixam de lado o verdadeiro motivo da presença, apontando os aparelhos para o casal e atrapalhando o profissional em seu trabalho.

Ao final deste TCC, são apresentadas as considerações finais acerca do tema aqui apontado, buscando contribuir para o campo da fotografia com os resultados desta investigação.

1.1 METODOLOGIA

No presente trabalho foi realizada uma pesquisa qualitativa, com base em análises comparativas entre a evolução do digital e o compartilhamento de fotografias na Internet, a fim de relacionar os métodos utilizados para divulgar fotografias de casamento e as redes sociais dos dias atuais.

A análise dos dados foi feita a partir de artigos, entrevistas com o fotógrafo Tarcísio Schiavo, que começou sua carreira antes da era digital, e o diretor do jornal O Estafeta, sr. Leandro Galante, livros como “Sociedade do Espetáculo” de Guy Debord (1997) “Tudo que é sólido desmancha no ar” de Marshall Berman (1989) e alguns livros sobre a história da fotografia privilegiando a leitura de Boris Kossoy (2001), ajudaram a desenvolver esse trabalho de forma clara e objetiva.

2. FOTOGRAFIA ENTRE OS ANOS 1990 E 2000

Durante a primeira parte do século XX, o uso de equipamentos para a produção de filmes e fotografia estava vinculado aos aspectos mecânicos da câmera analógica, e, a partir da segunda metade do século XX as modificações dos aparelhos fotográficos aconteceram. Segundo Nelson Martins (2010), o primeiro passo no mundo digital foi dado, oficialmente, em 1951, com o surgimento do gravador Video Tape Recorde (VTR).

O uso de câmeras digitais tornou-se mais frequente na década de 1990, e até então elas eram direcionadas aos profissionais da fotografia e do fotojornalismo. No ano de 1990 foram inventados os cartões de memória que dariam maior segurança e possibilidades para os profissionais, abolindo o uso de filmes e a revelação dos negativos o que se tornou mais acessível a produção fotográfica. As imagens armazenadas nos cartões de memória eram transferidas através de uma linha telefônica para algum computador em qualquer lugar do mundo de forma rápida e eficiente, aumentando a quantidade de fotos que podem ser tiradas em até centenas de imagens, uma vez que nas câmeras analógicas eram restritas às poses do filme.

Considerando essas mudanças em arquivos digitais no final do século XX, André Rouillé (2009) diz, em *A fotografia: entre o documento e a arte contemporânea*, que a imagem deixou de ser um documento e passou a ser um aspecto expressivo, pelo fato de ter se tornado um objeto raramente impresso, atualmente.

O documento entrou em crise, profunda e duradoura, que resultou no progresso da “fotografia-expressão”: a fotografia em seu aspecto expressivo, que, durante muito tempo, esteve escondido ou foi rejeitado. (ROUILLÉ, 2009, p. 27)

A indústria fotográfica do século XX, fez de tudo para tornar o ato fotográfico mais simples e descomplicado, para isso focou na fabricação de processos padrões dos suportes para manter um bom resultado no processamento final das imagens. Nesse momento foi lançado câmeras capazes de realizar fotografias com a função de modo automático, um dispositivo que calcula os ajustes, sem a necessidade de interferência do fotógrafo. Para Jonh Szarkowski (1989), em *Photography until now (Fotografia até agora)*, no mercado amador, a automação levou à construção de câmeras que chegavam até mesmo a se recusarem a fotografar caso as condições

da fotografia não correspondessem àquelas julgadas ideais pelo sistema de automação. Isso acontecia em favor da vontade do fotógrafo através da configuração adequada da câmera para que apenas fotos que pudessem ser julgadas boas fossem tiradas, porém essa simplificação contava também com alguns erros no processo, como o cálculo inadequado dos ambientes a serem fotografados.

Enquanto o grande objetivo das indústrias veiculadas ao automatismo era oferecer sistemas que praticamente anulavam qualquer trabalho ou dificuldade no ato de fotografar, esse sistema contava com um mecanismo inacessível ao usuário em que era possível, por vezes, anular a vontade do fotógrafo virtualmente, modificando o controle de ajustes.

Os parâmetros que determinavam a programação das câmeras fotográficas que dominaram o mercado de trabalho no final da década de 1990, não eram ainda medidas claras, envolviam processos em que não era possível a consideração de um número grande de variáveis.

Com isso, Rouillé (2009) diz que as diversas mudanças ocorridas nos equipamentos fotográficos estão tornando o valor documental da imagem gradativamente sem importância. “Na realidade, desde os anos 1970, assiste-se a uma dupla progressão: os constantes aperfeiçoamentos do dispositivo fotográfico são acompanhados do declínio paulatino do valor documental das imagens” (2009, p. 28).

Com todas essas tecnologias que vêm evoluindo durante os anos, a fotografia digital acompanha toda essa evolução se tornando um meio de comunicação poderoso e está entre os mais utilizados na era contemporânea. Com isso, Martins (2010) afirma:

A velocidade com que as tecnologias avançam faz com que a fotografia digital evolua também em grandes saltos, tornando-se uma poderosa ferramenta de comunicação e um instrumento muito prático tanto para a área profissional quanto para os consumidores comuns. (MARTINS, 2010, p. 125).

Diante de tanta tecnologia em um pequeno aparelho, fica a questão: há necessidade de ter uma câmera fotográfica? Hoje, as câmeras embutidas nos smartphones suprem as necessidades dos seus usuários com muita facilidade, por isso a profissão dos fotógrafos fica em atenção.

2.1 DIVULGAÇÃO DA IMAGEM ANTES DAS REDES SOCIAIS

Em uma época em que as tecnologias digitais estariam começando a tomar seu lugar no mundo, no final do século XX, a divulgação das fotografias de casamento ainda era restrita a alguns meios de comunicação específicos, como os jornais e revistas locais.

Para alguns fotógrafos que ainda não tinham condições de pagar por um espaço nos jornais locais ou revistas, os meios de divulgação eram outros. O fotógrafo Tarcísio Schiavo², que tem seu estúdio em Veranópolis, Rio Grande do Sul, esteve presente nessa transição do analógico para o digital, assistiu às redes sociais serem criadas e se adaptou a elas, diz que antes dos anos 2000 a principal forma de divulgar um trabalho era através da exposição de quadros nas vitrines do próprio estúdio fotográfico. Para aqueles que tinham um pouco mais de recursos financeiros, as colunas sociais dos jornais também disponibilizavam um espaço para que os fotógrafos divulgassem seu trabalho, muitas vezes eram as fotografias de casamentos que mais apareciam nas páginas dos jornais. Essas colunas eram usadas também pelos clientes dos fotógrafos que gostariam de divulgar seu casamento (Figura 1) e assim utilizavam uma imagem do fotógrafo, já divulgando o trabalho dele também.

Em uma conversa com o diretor do jornal O Estafeta, que leva as notícias mais atuais para a cidade de Veranópolis, o Sr. Leandro Galante informa que há 27 anos eles estão na atuação jornalística, e todos os meses é publicada ao menos uma reportagem sobre casamentos com imagens de um fotógrafo profissional. O papel do diretor do jornal, no final do século XX, era a divulgação nas colunas do jornal, mas o espaço era restrito aos fotógrafos que tinham um pouco mais de reconhecimento na cidade ou na região e que gostariam de alavancar seu público alvo em direção às grandes metrópoles, como Caxias do Sul e Porto Alegre.

² Tarcísio Schiavo: fotógrafo atualmente em Veranópolis. Começou sua carreira fotográfica em Caxias do Sul, há mais de 30 anos.

Figura 1: Divulgação de casamento em jornais



Fonte: Jornal O Estafeta (1998)

Ainda segundo o diretor do jornal, publicações de fotografias de casamentos e outros eventos nas colunas sociais permanecem frequentes no jornal local, mesmo que o número de divulgações seja menor do que antigamente, justamente pela presença das redes sociais. As divulgações que mais aparecem nos jornais são aquelas desse estúdio ou de fotógrafos independentes, e neste espaço impresso são trazidas informações sobre o fotógrafo, seu logotipo, endereço e contatos.

Hoje, as formas de divulgar fotografias de eventos são muito mais fáceis, rápidas e práticas. Com a criação das redes sociais - objeto de estudo apresentado no próximo capítulo - as fotos tiradas em um casamento podem ser postadas e enviadas para todo o mundo, praticamente em tempo real.

A onipresença dos computadores à nossa volta, o estabelecimento definitivo da Internet, os avanços da biotecnologia e as promessas da nano, as inovações tecnológicas de toda sorte já ultrapassaram infinitamente os limites dos laboratórios científicos e hoje fazem parte do cotidiano de uma porcentagem cada vez maior das populações urbanas de grande parte do planeta. (MACHADO, 2008, p. 31)

Assim como Arlindo Machado (2008) apresenta em seu livro *Arte e Mídia*, a tecnologia está presente no cotidiano de todo mundo, tanto para entretenimento como no campo profissional em que é mais necessário o uso de equipamentos eletrônicos, principalmente nos últimos anos. Para os fotógrafos, a tecnologia é mais uma ferramenta de trabalho, o *Facebook* e o *Instagram* juntaram-se às câmeras fotográficas e demais equipamentos fotográficos como um instrumento de trabalho necessário.

3. AS NOVAS TECNOLOGIAS NO CONTEXTO DA FOTOGRAFIA DE CASAMENTO

Desde que a fotografia foi inventada, no início do século XIX, não é de grande admiração que sua evolução é constante a cada ano que passa. Segundo o autor Boris Kossoy (2001) os ensinamentos fotográficos possíveis através dessa tecnologia tornaram o mundo um pouco mais “familiar”. O ser humano passou a ver outras realidades de forma mais precisa e ampla que, até então, eram transmitidas exclusivamente pela prática escrita, verbal e pictórica. O advento da fotografia proporcionou a possibilidade de autoconhecimento e recordação, de ampliação do horizonte das artes e de documentação.

A expressão cultural dos povos manifestada através de seus costumes, habitações, monumentos, mitos e religiões, fatos políticos e sociais passou a ser sucessivamente documentado pelas câmeras. Para Samaran (1961), em seu livro *L'histoire et ses méthodes* (História e seus métodos) não há história sem documento: “Há que tomar a palavra ‘documento’ no sentido mais amplo, documento escrito, ilustrado, transmitido pelo som, a imagem, ou de qualquer outra maneira” (SAMARAN, 1961, p. 446) , e tendo como influência a revolução documental dos anos passados, a fotografia passou a ser tratada de forma diferenciada.

Sendo assim, os aspectos fotográficos em toda a sua complexidade e necessidade de conhecimento absoluto, tornou-se o registro de todo e qualquer assunto documental existente e hoje, em poucos segundos é possível ter essas imagens em uma tela, seja da câmera fotográfica ou dos dispositivos eletrônicos, que estão na palma da mão.

Adaptando-se às modalidades atuais, para Mario Sérgio Cortella (2008) o tempo urge e é preciso extrair o máximo dele. E nessa filosofia que se cria na consciência um conceito de imediatismo. O imediatismo está ligado às redes sociais, que se tornou o principal meio de divulgação e comunicação entre todos que estão presentes na sociedade, principalmente para os fotógrafos de casamento que conseguem extrair desses meios a essência de profissionalismo que se pode adquirir adaptando-se às atualizações que o mundo atual proporciona.

A contemporaneidade ou é vista como um entusiasmo cego e acrítico ou é condenada segundo uma atitude de distanciamento e indiferença; em qualquer caso, é sempre concebida pelo homem do seu tempo.

Estar anexado nesse mundo de novas formas de influência é também desenvolver uma história rica em experiências e uma variedade de tradições próprias, entre elas estão as redes sociais, como o *Facebook* e o *Instagram*, que vieram para alavancar e tornar a fotografia mais conhecida e praticada por todos.

Captando a aparência do mundo visível, a fotografia tem sido compulsivamente utilizada para o registro do entorno da vasta comunidade mundial de fotógrafos. Seja como meio de recordação e documentação da vida familiar, seja como meio de informação e divulgação dos fatos, seja como forma de expressão artística, ou mesmo enquanto instrumento de pesquisa científica, a fotografia é uma parte inseparável da experiência humana.

A comunidade de fotógrafos de eventos, como os casamentos, cresceu de forma significativa no mesmo instante em que a fotografia avançava com a tecnologia. As redes sociais, hoje, são instrumentos de trabalho tão importantes quanto o equipamento fotográfico que os profissionais carregam em casamentos e demais eventos, já que os dispositivos eletrônicos estão presentes em todas as ocasiões, como uma forma de documentar e comprovar os acontecimentos daquele momento, que em poucos segundos estarão disponíveis no *Facebook* ou *Instagram*.

Kossoy declara: “Sem antes, nem depois; é este um dos aspectos mais fascinantes em termos do instante contínuo recortado da vida que se confunde com o nascimento do descontínuo do documento (2001, pág. 44). Considerando essa reflexão como ponto para a ideia de imediatismo, a rede social Instagram é ajustada a essa característica, devido suas acessibilidades dentro do aplicativo que permite a postagem de imagens em segundos, sendo que seus usuários utilizam a todo momento, como em casamento, que compartilham imediatamente cada instante do evento.

No entanto, alguns anos atrás não era possível essa facilidade em divulgar um trabalho. Damien Lovegrove (2010), em um dos capítulos sobre publicação de fotografias de casamento no seu livro *Fotografia de casamento para profissionais: o guia completo*, cita algumas maneiras de divulgação que eram utilizados em meados dos anos 2000 como as revistas e jornais. Ele diz que na época era muito comum as noivas comprarem revistas de casamento para buscar referências de bons itens, os fotógrafos viam uma ótima oportunidade para contratarem seu trabalho, porém o custo para divulgação em um canto da revista era alto.

“Selecionar locais para anunciar exigia muito bom senso e um pouco de pesquisa. A maioria das noivas compravam revistas de casamento. Como resultado essas revistas podem cobrar altos preços por seu espaço para publicidade. Observar e perguntar as noivas quais revistas mais chamavam a atenção, era uma boa estratégia para poupar tempo e dinheiro e, como consequência, seu trabalho sairia em uma revista que grande parte das noivas buscavam.” (LOVEGROVE, 2010, pág. 310).

Lovegrove (2010) ainda diz que a evolução da Internet e o surgimento das mídias sociais aconteceram em um momento muito propício facilitando a vida de qualquer pessoa, principalmente dos fotógrafos de casamento e para aqueles que estão começando com pouco dinheiro para investimento.

As redes sociais se expandiram em um momento em que um grande número de pessoas possuía acesso à internet com velocidade mais alta de conexão. Raquel Recuero (2009) alega que estes fatores contribuíram para a larga popularização do mesmo, estas redes estão sendo amplamente utilizados pela população brasileira e pelo resto do mundo.

Hoje o Facebook é a rede mais acessada pelos internautas pelo rápido acesso e pelas opções curtir, comentar e compartilhar informações que seus “amigos” postam no perfil cadastrado no site. No livro *O efeito Facebook*, o autor David Kirkpatrick (2001, pág. 11) diz: “No Facebook, todos podem ser editores, criadores de conteúdo, produtores e distribuidores. Os clássicos papéis da velha mídia estão sendo desempenhados por todos.”

A possibilidade de postar diversas imagens ao mesmo tempo criando álbuns e marcando as pessoas presentes nas fotos aumentou ainda mais a popularização do Facebook, visto que nos primeiros anos da invenção de tal, era possível compartilhar apenas uma foto por perfil. Kirkpatrick (2001) descreve como a possibilidade de publicar várias fotografias foi um importante impulso para uma maior utilização do *Facebook*. Para os fotógrafos de casamento, era uma oportunidade de impulsionar seu trabalho e alcançar um número maior de público e assim aumentar suas vendas.

O recurso Fotos tornou-se o site de fotografia mais popular da internet e a característica mais popular do Facebook em pouco tempo. Um mês após seu lançamento, 85% dos usuários do serviço haviam sido marcados em pelo menos uma foto. Todo mundo estava sendo marcado e mostrado, quisesse ou não aparecer. (KIRKPATRICK, 2011, pág. 170).

Os casamentos que acontecem na década atual são considerados espetáculos pela grande repercussão que é possível ter através das divulgações das

imagens nas mídias. Assim como é citado no livro “A sociedade do espetáculo”, Guy Debord (1997) se refere ao espetáculo como capital em tal grau de acumulação que se torna imagem. Por ser uma realidade vivida pela maioria da sociedade se torna matematicamente invadida pela contemplação do espetáculo a qual exerce de forma positiva nas redes sociais, principalmente no *Facebook* e *Instagram*. “A realidade surge do espetáculo, e ao espetáculo é real. Essa alienação recíproca é a essência e a base da sociedade existente.” (DEBORD, 1997, p. 15).

Como Kossoy (2007, p. 135) fala sobre a fotografia nos tempos da eletrônica: “As imagens passam a ser apreciadas mais rapidamente, e pelo volume e redundância, beiram a saturação”. Com um número maior de imagens, muitas vezes sobre o mesmo assunto, não há como evitar essa saturação, por isso, para os fotógrafos de casamento, é preciso um diferencial para se destacar em meio a tantas outras imagens que podem falar do mesmo estilo.

Para Lovegrove (2010), este “toque diferenciado nas imagens de casamento” nas redes é importante para um destaque significativo e, conseqüentemente, para uma maior venda do seu trabalho.

3.1 AS NOVAS TECNOLOGIAS FOTOGRÁFICAS

Desde a invenção da fotografia na metade do século XIX, através de uma câmera escura desenvolvida por astrônomos e físicos, a arte fotográfica vem sendo estudada e aplicada de diversas maneiras. A câmera escura foi utilizada por alguns nomes da arte como sendo uma grande evolução, porém as imagens feitas por essa ferramenta não resistiam à luz, desaparecendo logo após a revelação. Diversas pesquisas foram feitas para descobrir uma maneira de fixar as imagens, porém nenhuma obteve sucesso.

Segundo o livro *Tudo sobre Fotografia* de Juliet Hacking e David Company (2012), somente em 1816, o francês Joseph Nicéphore Niépce (1765 – 1833), pesquisou um material recoberto com betume da Judéia, que possui a capacidade secar rapidamente quando exposto a luz, e em uma segunda etapa com sais de prata, só 1827 ele conseguiria fixar uma imagem, chamando essa descoberta de heliografia. Alguns anos depois, Niépce conheceu um pintor que poderia vir a ser seu sócio nas pesquisas voltadas a fotografia: Louis Jacques Mandé Daguerre (1787 – 1851), continuando as pesquisas já iniciadas por Niépce, Daguerre chegou em

uma experiência em que consistia expor placas de cobre recobertas com prata polida e sensibilizada com vapor de iodo, formando uma capa de iodeto de prata sensível a luz, resultando no daguerreótipo.

Após tratar a placa com iodo”, relatou Daguerre, “eu o coloquei dentro da minha caixa, que aponte para fora pela janela. Então aguardei bravamente 15 minutos necessários para a exposição... o que tinha era um céu azul prussiano e prédios negros como carvão, mas a moldura da janela era perfeita!. (HACKING, COMPANY, 2012, p. 26).

A fotografia analógica pouco evolui, permanecendo com seu formato e princípios óticos por mais de cem anos, levando a sensação de que as descobertas pioneiras fossem eternas e sem possibilidades de mudanças.

Os jornalistas, no século XX, foram os primeiros a utilizar a fotografia em grande escala e frequência, aumentando a necessidade de equipamentos atualizados, mais leves e ágeis. Os fabricantes viram então, uma oportunidade para investir no setor fotográfico chamando a atenção da população para as novas tecnologias.

Em meados de 1980, os rolos de filmes e câmeras analógicas começaram a entrar em declínio: estava entrando no mercado a fotografia digital, com os equipamentos de alta qualidade e avançados para a época. Os fabricantes focaram no desenvolvimento dessa nova tecnologia, vendo como uma grande oportunidade de avançar e alcançar novos patamares.

Fica claro que a fotografia digital é uma indústria que está crescendo rapidamente, enquanto a indústria de câmeras tradicionais já amadureceu e está razoavelmente estática. Dessa forma, é muito interessante para os fabricantes de câmeras tradicionais passarem para a tecnologia digital. (SAWYER, PRONK, 1997, p. 9).

Atualmente, as marcas japonesas Nikon e Canon são as duas empresas que mais se destacam no mercado fotográfico com equipamentos de alta qualidade, sempre muito bem pensados e desenvolvidos para um melhor desempenho dos profissionais que os utilizam. Todos os anos as ferramentas fotográficas são atualizadas conforme a tecnologia vai evoluindo.

O livro *Tudo sobre câmeras digitais*, dos autores Ben Sawyer e Ron Pronk (1997), apresenta os sites em que consta a história completa dessas duas grandes empresas.

Segundo o site oficial, a empresa Nikon surgiu em 25 de julho de 1917, inicialmente com o objetivo de produzir vidros de precisão óptica, no entanto os planos do fundador Koyota Iwasaki tomaram um novo rumo quando alguns profissionais de outros países foram trabalhar a Companhia de Indústrias Ópticas Japonesas, a Nippon Kogaku Kōgyō Kabushikigaisha, para desenvolver pesquisas e novos equipamentos, resultando em seu primeiro produto: um prisma binocular chamado de Mikron 4x ou 6x, que foi lançado em 1921. A produção de câmeras fotográficas só se deu após a Segunda Guerra Mundial em 1945, com uma linha de câmeras portáteis de 35mm com lentes que podiam ser trocadas. Lançada em 1947, a Nikon I (Figura 2) foi a primeira câmera a carregar o nome de sucesso da marca e que se tornaria referência para a grande população de fotógrafos nos próximos anos. Hoje, a Nikon comercializa sua linha de produtos para mais de 100 países, tornando-se uma das marcas mais admiradas e desejadas por todos os fotógrafos.

Figura 2: Nikon I



Fonte: <http://www.resumofotografico.com/2011/08/maquina-do-tempo-nikon-i.html>

Alguns anos depois, exatamente em 1937, os jovens apaixonados por fotografia Goro Yoshida e Saburo Ushida, fundaram o Laboratório de Instrumentos de Precisão Ópticos, com o objetivo de fabricação e manutenção de câmeras fotográficas, fazendo com que a Canon entrasse nesse mercado de trabalho. Sua primeira câmera foi a Kwanon (Figura 3), que significa “precisão” sendo o principal objetivo. A Canon foi a pioneira na criação de câmeras 8mm para o cinema, a Canon Cine 8T, levando a empresa liderar no mercado milionário cinematográfico. Atualmente, é a maior concorrente da Nikon com o desenvolvimento de câmeras DSLR profissionais para todos os fotógrafos do mundo.

Figura 3: Kwanon



Fonte: <http://www.resumofotografico.com/2011/08/maquina-do-tempo-kwanon.html>

Conforme a fotografia evoluía, a profissão de fotógrafo tornou-se desejada em todos os cantos do mundo, revelou, e continua revelando, profissionais altamente qualificados. No entanto, existem dois tipos de profissionais: os que presenciaram a transição do analógico para o digital e os jovens que nasceram na era digital, já tendo acesso ao ato fotográfico em dispositivos móveis.

Nos dias atuais, o equipamento de um fotógrafo conta com os smartphones como mais uma ferramenta de trabalho. Com o surgimento da Internet e posteriormente das redes sociais, todos que tem acesso a essas mídias nos celulares estão sempre conectadas e se expressando massivamente através delas, surgiu a necessidade de se adaptar essa tecnologia e estar presente onde o público alvo do profissional fotográfico estava em circulação para que o número de trabalhos aumentasse.

Para os fotógrafos, as atualizações da tecnologia são constantes e precisam ser acompanhadas para um melhor resultado nas imagens finais. Segundo Roland Barthes (1980), uma foto poder ser o objeto três práticas: fazer, experimentar e olhar. Ao mesmo tempo em que os profissionais precisam pensar na estética própria da foto, precisam experimentar as ideias com os instrumentos que são acessíveis que eles têm em mãos, e também ser o espectador da própria imagem para analisar da mesma forma que alguém que não tem conhecimento de como aquela foto foi feita.

Ainda em Barthes (1980, p. 13) “Uma fotografia não pode ser transformada (dita) filosoficamente, toda ela está carregada com a contingência da qual é o

envelope transparente e leve”. Uma fotografia será sempre uma boa fotografia, mas fica ao espectador decifrar os significados daquela imagem e introduzi-la em sua vida da maneira que achar coerente.

3.2 O SURGIMENTO DAS REDES SOCIAIS

Criada com o objetivo de conectar pessoas utilizando seus nomes reais em uma comunidade virtual, o *Sixdegrees* foi lançado em 1997 por Andrew Weinreich como o primeiro serviço online. Porém, foi cancelado três anos depois, segundo David Kirkpatrick (2011, p. 79) por problemas que incluíam uma manutenção muito cara, o que não foi possível sustentá-lo e a impossibilidade de carregar fotos no site, pois naquela época poucas pessoas tinham acesso a câmeras digitais, uma eventual solução foi considerada, mas todo o trabalho não era viável.

A falta de fotos era um problema tão óbvio que, em 1999, Weinreich cogitou seriamente pedir aos integrantes que enviassem seus retratos impressos para que os estagiários pudessem digitalizá-los um a um, com o método de uma linha de montagem. (KIRKPATRICK, 2011, p. 80)

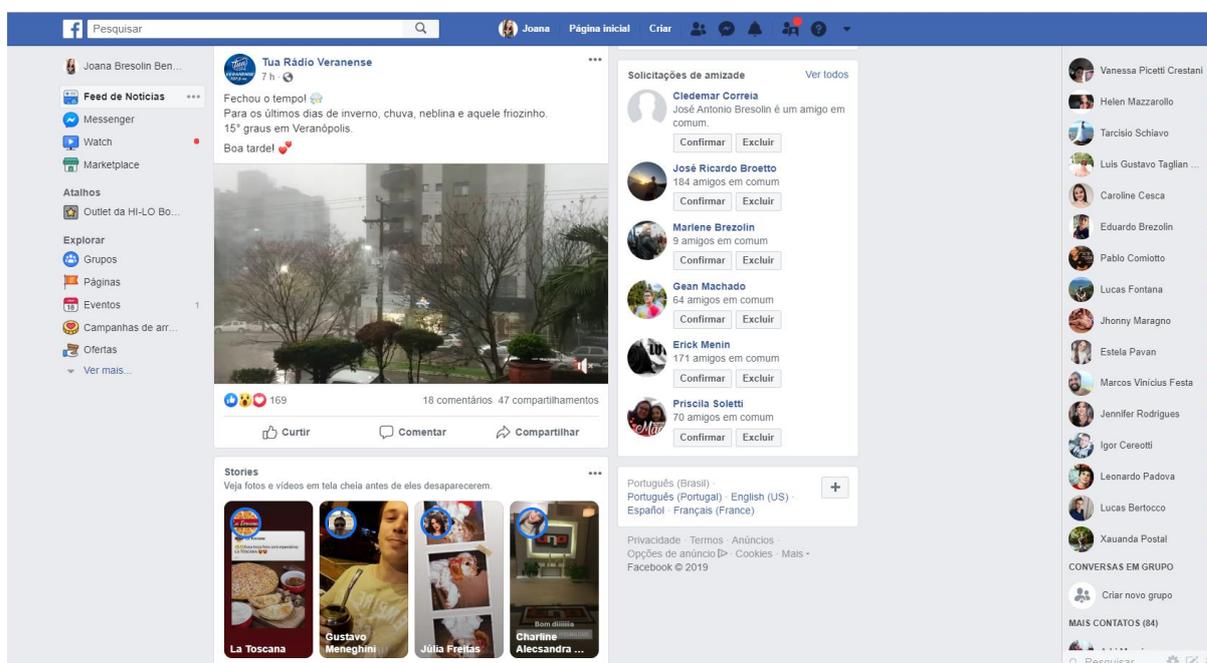
Em fevereiro de 2004, Mark Zuckerberg lançou o *Facebook*, inicialmente para os estudantes de universidades americanas e, mais tarde, foi aberta para o público em geral. A rede conta com diversas funções que permite a seus usuários interagirem entre si através de murais (*feed* de notícias) que são compostos por imagens compartilhadas pelo próprio usuário e seus amigos, os likes/curtir são o que fazem o *Facebook* ser tão utilizado: quanto mais curtidas em uma imagem mais divulgada esse *post* será, se tornando mais conhecido por todos os usuários da mídia.

Outro recurso bastante utilizado no *Facebook*, são os grupos abertos ou fechados que são constituídos por pessoas de diferentes partes do mundo que possuem os mesmos interesses e gostariam de discutir e expressar suas ideias sobre esses movimentos.

As fotografias sempre foram importantes para essa rede social, pois são elas que constroem o perfil de forma única e mostram os costumes do usuário. Elas podem ser reunidas em álbuns que são criados pelo próprio dono da conta ou

também podem ser apenas postadas através do *feed* de notícias com a opção de colocar uma legenda que descreva o momento da imagem (Figura 4).

Figura 4: Facebook



Fonte: <https://facebook.com>

A fotografia é uma dessas modalidades de conteúdo que podem ser integradas à Internet, e isso vem ocorrendo em grande escala, tanto no grande número de pessoas que publicam fotos na rede como na quantidade de fotos publicadas. (TARGA, 2010, p. 9).

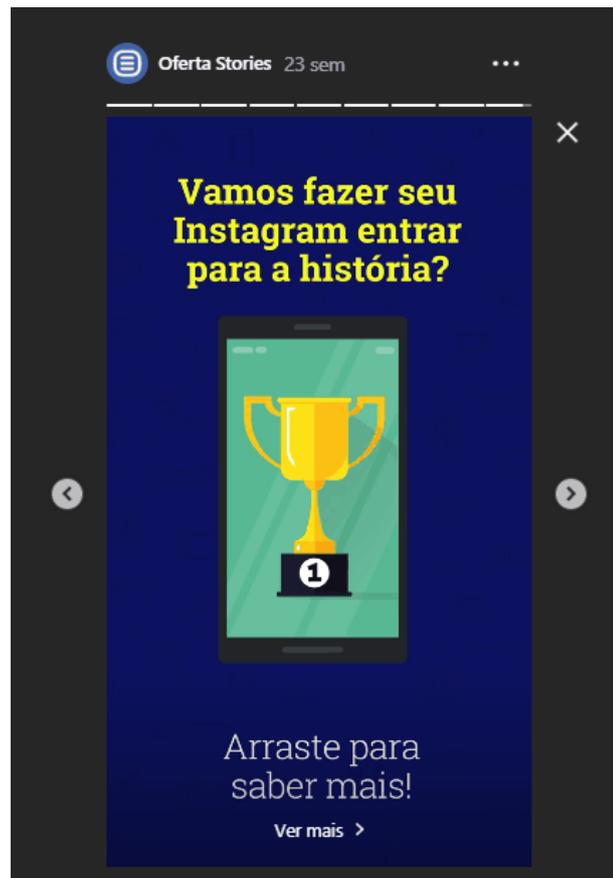
Conforme Renato Simões Targa (2010), o compartilhamento de fotografias se tornou mais intenso nos últimos anos, e a evolução das câmeras fotográficas nos smartphones é, em grande parte, o responsável por esse fato.

Sendo assim, o *Instagram* foi criado para ser utilizado exclusivamente por aparelhos móveis (celulares e tablets). O aplicativo foi lançado em 2010 pelo americano Kevin Systrom e o brasileiro Mike Krieger, com o objetivo de tirar uma foto, aplicar alguns dos filtros oferecidos pela rede e compartilhando de forma instantânea, onde outros usuários que seguem sua conta vão poder acompanhar curtindo e comentando a publicação (Figura 5). Após um ano, o *Instagram* já tinha conquistado mais de 9 milhões de usuários, porém não tinha rentabilidade alguma até 2012, ano em que o *Facebook* comprou o *Instagram* por aproximadamente US\$1 bilhão de dólares, aumentando para 80 milhões o número de downloads do aplicativo.

Figura 5: *Instagram*

Fonte: <https://rockcontent.com/blog/tipos-de-conta-do-instagram/>

Atualmente, o *Instagram* conta com mais funções do que apenas compartilhar fotos. A possibilidade de postar uma imagem a ser visualizada por apenas 24 horas pelos seus seguidores é uma das opções mais utilizadas do aplicativo, que são chamados de *Stories* (Figura 6). A rede social foge das características de álbum de família, foi criada pensando no instantâneo: as fotografias que vão para o Instagram pertencem a um mundo de vivências e compartilhamentos do mesmo segundo. Através dela, os usuários buscam dividir com seus seguidores os melhores momentos vividos na sua vida.

Figura 6: *Stories do Instagram*

Fonte: <https://thenewrock.rockcontent.com/blog/instagram-stories-funcoes-disponiveis/>

De acordo com uma pesquisa feita pela Statista³, um portal online alemão de estatísticas, em abril de 2019, o Brasil conta com 130 milhões de usuários do *Facebook*, sendo o terceiro país com maior número de acessos da rede, ficando atrás da Índia, com 300 milhões, e dos Estados Unidos, com 210 milhões.

Nesse contexto, Raquel Recuero (2009) diz que as redes sociais só existem por contar com milhões de usuários que usufruem dos seus benefícios diariamente: “eles podem apresentá-las, auxiliar a percebê-las, mas é importante salientar que são, em si, apenas sistemas. São os atores sociais, que utilizam essas redes, que constituem essas redes” (RECUERO, 2009, p. 103).

O surgimento dessas redes impactou diretamente no trabalho dos profissionais fotográficos que atuavam na área desde 1990, e que viram esses aplicativos se tornarem parte da vida de milhões de pessoas, e assim precisaram se adaptar e entrar no sistema que estava tomando conta do mundo. Hoje, o *Facebook* e o *Instagram* são os principais meios de divulgação dos trabalhos de profissionais,

³ <https://www.statista.com>

incluindo os fotógrafos de casamento que tornaram essas redes sociais um portfólio digital e uma forma de marketing pessoal, fazendo com que a profissão de fotógrafo fosse reconhecida e admirada mais massivamente.

É importante compreender que essas tecnologias mais recentes, aliadas a práticas fotográficas contemporâneas levam a novos efeitos sociais e profissionais que impactam nesse mercado de trabalho é mais uma das formas de perceber a dimensão e influência que a Internet provoca na comunidade e significação da fotografia, com impactos nas intenções, usos e formas de produção da fotografia. Conforme Kossoy,

O objeto-imagem da primeira geração – o original – é essencialmente um objeto museológico, e como tal tem sua importância específica para a história da técnica fotográfica, além de seu valor histórico intrínseco, enquanto o de segunda geração – a reprodução sob os mais diferentes meios – é, em função da multiplicação do conteúdo, fundamentalmente um instrumento de disseminação da informação histórico-cultural. (KOSSOY, 2001, p. 42)

Devido a todas essas tecnologias que estão cada vez mais evoluídas, o autor diz que as fotos impressas estão se tornando objetos raros e sem importância para as pessoas, sendo que atualmente é possível ter as imagens nas galerias dos smartphones e nas redes sociais, tornando as impressões das fotos algo dispensável.

4. FOTOGRAFIA DE CASAMENTO E AS REDES SOCIAIS

O casamento é um rito de passagem e uma das cerimônias mais antigas da sociedade, tendo sua origem na Roma antiga, como uma necessidade expor a felicidade do casal para toda a sociedade. Segundo o livro *Fotografia de Casamento*, de Marcos Andreoni (2008), nessa mesma época, as imagens do casamento eram registradas por pintores famosos contratados pelo rei.

Conforme os séculos passaram, as tradições e costumes do casamento evoluíam, já com as câmeras analógicas no mercado fotográfico, pelo fato do equipamento ser muito grande, pesado e contar com flashes que causavam verdadeiras explosões fazendo muita fumaça após o disparo, sendo impossível registrar uma sequência de fatos, como é preciso que aconteça em eventos, os noivos faziam seus registros após o casamento, com os trajés do dia, no estúdio do fotógrafo que posteriormente eram enviados com uma dedicatória do casal, para aqueles convidados que não compareceram ao casamento, como uma lembrança do grande dia.

“Fotografia de casamento é o sincronismo entre luz e emoção.” (ANDREONI, 2008, p. 15). São nessas palavras que o autor do livro *Fotografia de Casamento*, descreve a maneira que ele realiza suas fotografias em um evento de casamento. Para Andreoni (2008), as imagens registradas tem o dever de contar uma história, expressar sentimentos e retornar lembranças do dia mais importante para um casal, as fotos do casamento é um documento familiar, são elas que permaneceram após longos passados.

Fotografia de casamento é fotografar a emoção do casal para gerações futuras. É eternizar aquele momento único e exclusivo, enfrentando situações que fogem do nosso controle. Não estamos num estúdio para controlar a luz ou dirigir os modelos, e ainda assim precisamos capturar o belo, de tal maneira que esse clique passe uma emoção que se encaixe com outra emoção, para compor o “livro da vida daquele casal”. O fotógrafo de casamento tem que ser um poeta da luz, que mescle técnica e emoção. (ANDREONI, 2008, p.15)

Alguns anos antes do surgimento das redes sociais, a espera para ver as imagens do casamento eram restritas aos álbuns e as revelações dos filmes analógicos, algo que demorava dias ou até mesmo semanas para ficarem prontos. Após as mídias terem sido lançadas na Internet, essa espera se retraiu para algumas horas ou minutos, o imediatismo tomou conta dos momentos registrados.

Apesar de ter sido em alguns momentos prejudicial para os profissionais fotográficos, as redes sociais também ajudaram a profissão e a imagem dos fotógrafos à alavancarem sua carreira. Para aqueles que conseguiram se adaptar a essas novidades, tiveram o privilégio de poder compartilhar suas fotografias de casamento para que pessoas de diferentes cidades, estados e até países pudessem olhar e admirar, comentando e divulgando seu trabalho para noivos e sem um fotógrafo em vista.

Os novos fotógrafos que estão se formando nesse século, em que o acesso a Internet e ao *Facebook* e *Instagram* é algo habitual, a prática de criar contas *online* e saber lidar com elas é muito mais fácil, porém pode ser algo preguiçoso e sem grande vontade explorar novos meios acomodando-se em um mundo que pode desmanchar todas principais crenças que a vida fora da Internet oferece. Segundo Berman (1989) pode ser favorável e ao mesmo tempo prejudicial para todos aqueles pontos que se acredita, limitando as crenças à aquelas que o mundo digital oferece.

Ser moderno é encontrar-se em um ambiente que promete aventura, poder, alegria, crescimento, autotransformação e transformação das coisas em redor – mas ao mesmo tempo ameaça destruir tudo o que temos, tudo o que somos. A experiência ambiental da modernidade anula todas as fronteiras geográficas e raciais, de classe e nacionalidade, de religião e ideologia: nesse sentido, pode-se dizer que a modernidade une a espécie humana. Porém, é uma unidade paradoxal, uma unidade de desunidade: ela nos despeja a todos num turbilhão de permanente desintegração e mudança, de luta e contradição, de ambiguidade e angústia. Ser moderno é fazer parte de um universo na qual, como diz Marx: “tudo que é sólido desmancha no ar”. (BERMAN, 1989, p.15)

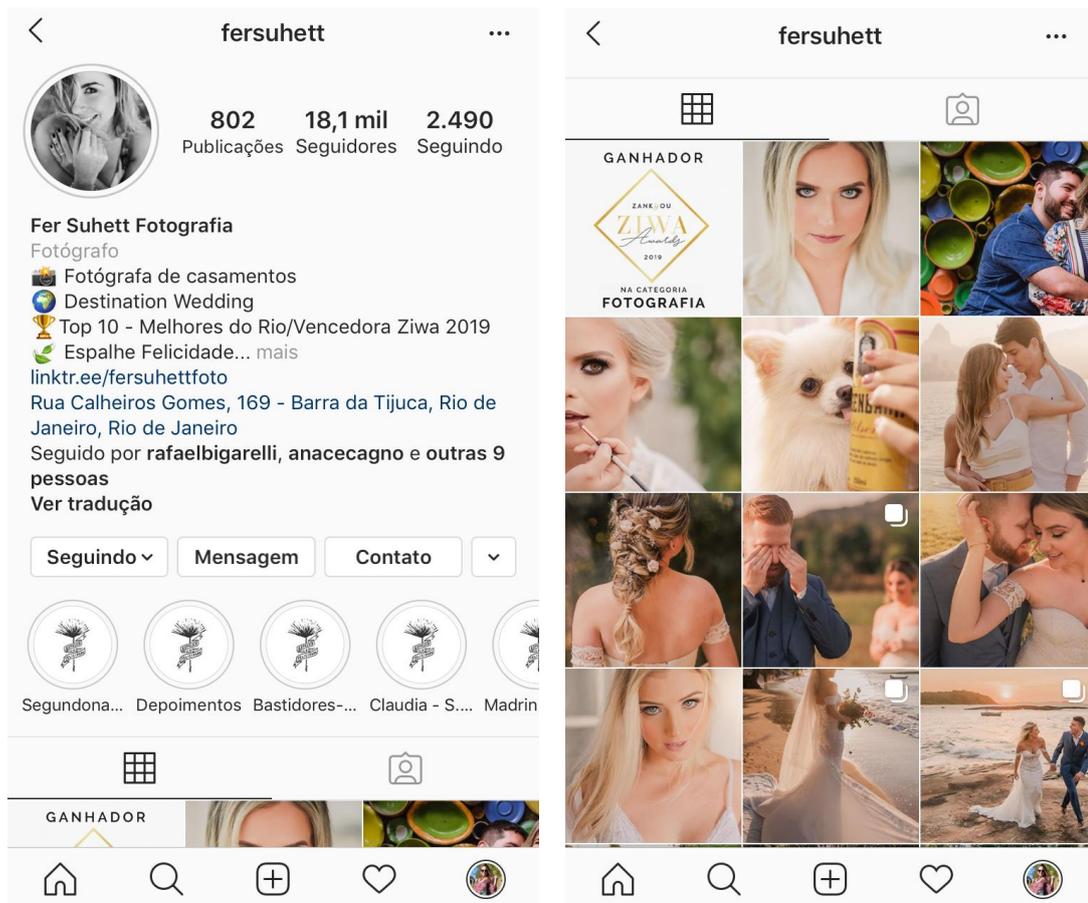
No entanto, as pessoas que sabem administrar essas redes de forma coerente e favorável para sua área de trabalho, o *Facebook* e o *Instagram* só trazem benefícios. Hoje, todos os fotógrafos possuem pelo menos uma conta em uma dessas duas mídias, e grande parte deles, contam uma divulgação de ambas. Por terem quase o mesmo objeto em relação a divulgação e compartilhamento das imagens.

Para tentar descobrir qual a rede social que os fotógrafos mais estão online na vida profissional, o *Podcast⁴ Papo de Fotógrafo* fez uma pesquisa com alguns fotógrafos da atualidade, entre eles a fotógrafa de casamento no Rio de Janeiro,

⁴ Podcast: é um conteúdo de áudio, possível de ser escutado em qualquer lugar e a qualquer hora. Conta com diversos tipos de conteúdos. <https://www.papodefotografo.com.br/2019/05/voce-e-o-seu-melhor-marketing/>

Fernanda Suhett, diz que, de dez casais questionados sobre a rede social que mais têm acesso, apenas um casal estava presente no *Facebook* e no *Instagram* ao mesmo tempo, e os outros nove casais, contaram que estavam online somente no *Instagram* (Figura 7 e 8). Através dessa revelação, Suhett decidiu que estaria mais presente na mídia em que seu público também está.

Figura 7 e 8: Conta de fotógrafo de casamento no *Instagram*



Fonte: *Instagram* da autora

Porém, o *Facebook* não fica muito distante, diferente de Suhett, diversos fotógrafos ainda prezam por seu público na rede social de Mark Zuckerberg, assim como Rafael Bigarelli (Figuras 9 e 10). Contou no mesmo Podcast que Suhett, que, apesar de gostar muito do *Instagram*, atualiza sua página regularmente no *Facebook* para que todos seus clientes possam acompanhar seu trabalho em qualquer mídia digital.

Figuras 9 e 10: Conta de fotógrafo de casamento no *Facebook*

Fonte: *Facebook* da autora

Em uma entrevista cedida ao site *Inesquecível Casamento*⁵, Danilo Maximo, fotógrafo de casamento em São Paulo, diz que as redes sociais são essenciais para seu o sucesso do seu trabalho. “Elas são essenciais, meu carro-chefe. Graças às redes sociais os clientes já chegam a mim sabendo como eu trabalho e qual o meu olhar” (2016). Em diversas entrevistas, palestras e dicas de fotógrafos profissionais dizem que as postagens constantes em qualquer rede social são fundamentais para um melhor resultado de retornos positivos.

⁵ <https://www.inesquecivelp casamento.com.br/dicas-e-inspiracoes/foto-e-video/fotografos-e-redes-sociais-quase-inseparaveis/>

4.1 O CASAMENTO COMO ESPETÁCULO NA REDE

Sendo uma das cerimônias mais antigas, em diversas instâncias civis ou religiosas, hoje, o casamento é um dos eventos mais admirados por toda a sociedade e um dos nichos profissionais mais escolhidos pelos fotógrafos como forma de trabalho.

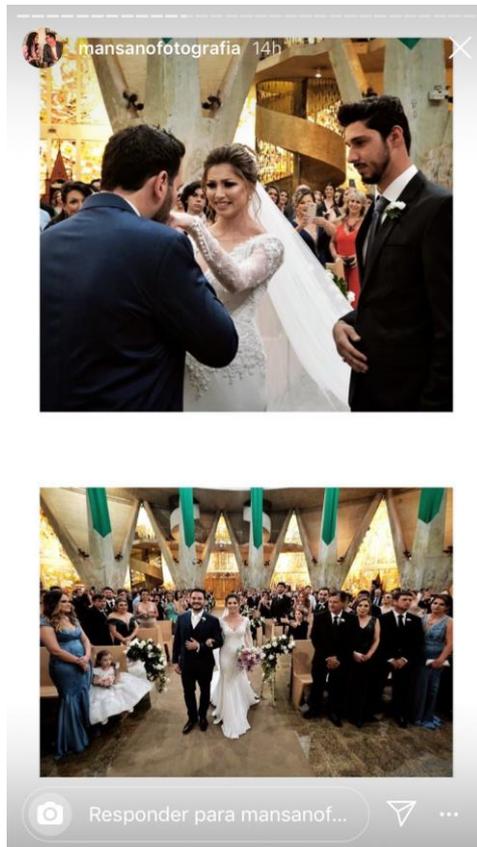
O casamento, dada a sua importância como um rito social de passagem, acaba tornando-se um espetáculo ao olhar daqueles que estão presenciando. Muitas vezes, a grandiosidade do evento determina a condição social do casal, e para Debord é através desse sublime espetáculo que se tornará histórico: “mas o espetáculo nada mais é que o sentido da prática total de uma formação econômico-social, o seu emprego do tempo. É o momento histórico que nos contém.” (DEBORD, 1997, p. 16).

Essa forma de espetáculo é consumido regularmente pelos dispositivos tecnológicos tendo como função a fabricação de sentidos, valorização do momento e afetos culturais para pessoas que se promovem por dimensões valorativas e emocionais. A produção da mídia institui-se no sentido de medir essa indústria de significados importantes, que por meio de suas estratégias, e torna também o sujeito contemporâneo um produto de consumo.

As imagens do casamento que são divulgadas podem ganhar uma nova importância a partir da publicação na rede social que ela é postada. No *Facebook*, a imagem fica limitada somente aos amigos, indo mais além, para alguns amigos das pessoas marcadas na foto. Já no *Instagram*, pode ser ainda mais divulgada, levando em conta as possibilidades de postagem, como o *feed* de notícias que fica limitado aos seguidores, mas por não contar com uma solicitação de amizade, como o *Facebook*, o número de pessoas que podem ver aquela imagem é maior, tendo acesso livre a conta do usuário que postou a foto do casamento, muitas vezes em tempo real. Outro recurso muito utilizado pelos usuários do *Instagram* é os *stories*, já mencionado no capítulo anterior, é capaz de levar mais visualizações para uma única imagem do casamento (Figura 11 e 12), por simplesmente contar com um recurso possível de colocar a localização do evento, sendo assim todas as pessoas que pesquisarem por locais, poderão ver os *stories* compartilhado, conseqüentemente conseguindo muito mais visualizações. O ritual do casamento passa a ser realizado como produto comercial, considerando a necessidade ou o

desejo dos noivos em tornar público o evento – ou o espetáculo - do casamento, os comentários, os compartilhamentos, impulsionando subjetivamente o esvaziamento do sentido tradicional e estimulando sua transformação em espetáculo social.

Figura 11: *Stories* de casamento



Fonte: *Instagram* da autora

Figura 12: *Stories* da festa de casamento



Fonte: *Instagram* da autora

O consumo de marcas e produtos importados contribui para a formação de um evento moldado e de aparências, apresentando suas particularidades enquanto os rituais de casamento são desfeitos por influências da imagem, do consumo e do espetáculo que circundam o evento posteriormente, nas palavras de Debord (1997), ele descreve essa situação como algo que está se tornando habitual respeitando a personalidade do casal, mas que no final do evento eles querem o mesmo resultado: a repercussão social.

A vedete do espetáculo, a representação espetacular do homem vivo, ao concentrar em si a imagem de um papel possível, concentra, pois, essa banalidade. A condição de vedete é a especialização do vivido aparente, o objetivo de identificação com a vida aparente se profundidade, que deve compensar o estilhaçamento das especializações produtivas de fato vividas. As vedetes existem para representar tipos variados de estilos de vida e de

estilos de compreensão da sociedade, livres para agir globalmente. Elas encarnam o resultado inacessível do trabalho social, imitando subprodutos desse trabalho que são magicamente transferidos acima dele como sua finalidade: o poder e as férias, a decisão e o consumo que estão no início e no fim de um processo indiscutido. Num caso, é o poder governamental que se personaliza em pseudovedete; no outro, é a verdade do consumo que se submete a plebiscito como pseudopoder, sobre o vivido. Mas, assim como as atividades da vedete não são realmente globais, também não são variáveis. (DEBORD, 1997 p. 40)

Utilizar referências da vida de celebridades, como atores das novelas e influenciadores digitais que compartilham suas vidas para todos seus seguidores, é, também, uma dinâmica repetitiva na organização de casamento da sociedade contemporânea. Seus gostos, costumes, sofisticações e glamour são transformados em fonte de inspiração que para alguns casais é a representação de sucesso e prestígio.

Assim, o espetáculo do casamento acaba se tornando um evento social em que o objetivo é produzir novas celebridades, mesmo que anônimas, já que algumas pessoas se transformam em referência para os casamentos que acontecem posteriormente. Esta é uma caminhada de busca de referenciais que envolve a exploração do que há de novo no mercado social, incluindo características que contemplem o surpreendente e extraordinário, através disso a busca por informações, atualizações, consultoria e o planejamento para um evento de grande repercussão.

Considerando em sua totalidade, o espetáculo é ao mesmo tempo o resultado e o projeto do modo de produção existente. Não é um suplemento do mundo real, uma decoração que lhe é acrescentada. É o âmago do irrealismo da sociedade real. sob todas as suas formas particulares – informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos -, o espetáculo constitui o “modelo” atual a vida dominante na sociedade. É a afirmação onipresente da escolha “já feita” na produção, e o consumo que decorre dessa escolha. Forma e conteúdo do espetáculo são, de modo idêntico, a justificativa total das condições e dos fins do sistema existente. O espetáculo também é a “presença permanente” dessa justificativa, como corrupção da maior parte do tempo vivido fora da produção moderna” (DEBORD, 1997, p. 14-15)

Levando em consideração toda a rapidez com que as redes sociais se atualizam, a necessidade de atualização ao mesmo tempo é inevitável, que para Machado (2008) são essas mídias que transformam a vida de todas pessoas socialmente.

A aceleração tecnológica modulou também o ritmo de nossas vidas, exigindo atualização cada vez mais rápidas, premiando os que se adaptam mais facilmente e descartando os que não conseguem acompanhar a velocidade das mudanças. (MACHADO, 2008, p. 33).

Por isso, pode-se dizer que o fotógrafo acaba se tornando cada vez menos um “narrador de momentos”, testemunha de um ritual que atesta o valor da transmissão cultural, e cada vez mais se transforma em um “vendedor de imagens”, feitas ao saber da cultura do espetáculo.

Ainda assim, essas imagens servem como uma experiência de narrativa, vontade de fazer e contar uma história, que rapidamente junta-se com a publicidade e a cultura de consumo, transformando-se em situações corriqueiras, ainda que sejam personagens diferentes.

4.2 OS SMARTPHONES NOS CASAMENTOS

Desde o momento que a tecnologia avançou a ponto de o surgimento das redes sociais serem os sites mais acessados da Internet, os smartphones se tornaram acessórios indispensáveis para a vida da maioria das pessoas, existindo uma necessidade de destaque dentro das mídias. Pelo fato de ter se tornado um objeto tão presente no cotidiano de toda a sociedade, conseqüentemente, os celulares estão em todos os lugares e eventos possíveis, incluindo os casamentos.

A tecnologia está a serviço da imagem como uma forma de enriquecimento e expansão do pensamento em lugares e momentos vividos no “aqui e agora” da vida cotidiana. Sendo alguns desses momentos, eventos importantes como os casamentos, merecem um registro para exibir as imagens para aqueles que não estavam presentes compartilhando nas redes - onde até milhares de pessoas poderão ver - mesmo sem conhecer o casal que acabou de se unir em matrimônio. E geralmente, a transmissão desses dados acontecem em tempo real. Esses dispositivos tecnológicos induzem o indivíduo ao instantâneo e ao efêmero, devido à velocidade que a Internet proporciona e, conseqüentemente, o fácil acesso ao *Facebook* e ao *Instagram*. Segundo Rouillé,

Se fotografia é moderna, deve-o, sobretudo, ao seu caráter de imagem-máquina, à parte que, sem precedentes, a tecnologia ocupa em suas imagens. Um lugar tão importante que chega a uma ruptura com as imagens anteriores. Filosoficamente, enquanto imagem-máquina, a

fotografia oscila, entre a transcendência e a imanência, o que fundamenta sua modernidade. (ROUILLÉ, 2009, p. 31).

Com a presença dos smartphones nos casamentos e a instantaneidade com que as imagens são compartilhadas nas redes sociais, os noivos conseguem ter uma prévia dos resultados registrados no casamento já no dia seguinte, reduzindo a expectativa de ver as fotos do profissional que foi contratado para tornar aquele dia inesquecível em imagens.

Para o fotógrafo de casamento e autor do livro *Fotografia de Casamento*, Marcos Andreoni (2008), a profissão do fotógrafo está se tornando um desafio, pois além de registrar as imagens, o profissional tem a função de contar uma história completamente diferente e mais artística que os convidados fizeram com seus celulares.

Ao mesmo tempo em que o avanço tecnológico democratiza e facilita o acesso à fotografia para milhares de pessoas, dentro da fotografia de casamento, gera mais uma preocupação que afeta diretamente nossa profissão. Hoje, nosso desafio dentro da cerimônia de casamento não são apenas os noivos, mas também todos os convidados, que levam seus aparelhos com câmeras, ou mesmo câmeras digitais, e tentam registrar cenas do casamento, o que muitas vezes atrapalha os profissionais, gera um certo conflito na captação das imagens e banaliza um pouco a fotografia pelo imediatismo. (ANDREONI, 2008, p. 20).

O imediatismo presente nos casamentos transformou a fotografia em uma ação automática, com os smartphones de última geração e com tantas funções parecidas com aquelas que as câmeras digitais profissionais também têm, formam o ato de fotografar em uma ação normal e corriqueira para todos os que possuem um celular com câmera digital. Esses registros podem ser considerados manifestações da presença social que exibem as características das pessoas a cada momento do cotidiano e está pronto para visualizar e narrar suas ações dentro da sociedade e dos grupos aos quais pertence.

Considerando as palavras de Andreoni (2008, p.31) “os lugares, as datas, os usos, os dispositivos, os fatos: tudo comprova que a invenção da fotografia se insere na dinâmica da sociedade industrial nascente”, da mesma maneira que tecnologia se tornou essencial na vida de todos indivíduos, a fotografia também conquistou um lugar muito importante no cotidiano das pessoas e em eventos, principalmente em casamentos.

Porém, nem sempre o uso desses celulares é positivo: apesar de diminuir a expectativa dos noivos com o imediatismo das redes sociais, os smartphones presentes no casamento atrapalham a visão do profissional (Figura 13), muitas vezes bloqueando a chance de poder fotografar uma cena essencial aos registros oficiais.

Figura 13: *Smartphone* no casamento



Fonte:

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=2704266532918355&set=a.331743850170647&type=3&theater>

A Figura 13 ilustra o problema vivido pelos fotógrafos de casamento. A fotografia da americana *Hannah Stanley*⁶ gerou um impacto considerável nas redes sociais, com 170 mil compartilhamentos no *Facebook*. Junto com essa imagem, Stanley escreveu um desabafo sobre os celulares nas cerimônias e o quanto o seu uso atrapalha o registro do fotógrafo profissional:

“Para a garota do iPhone...

Não só estragou a minha foto, como tirou esse momento do noivo, pai da noiva e da noiva. O que exatamente você planeja fazer com essa foto?

⁶ Através de sua conta pessoal no *Facebook*: Hannah Mbalenhle Stanley que a imagem foi publicada. <https://www.facebook.com/hway2>

Honestamente. Você vai imprimir isso? Salvar? Olha isso todos os dias? Não, você não vai. Mas a minha noiva teria impresso esta foto, olhar para ela muitas vezes e relembrar esse momento enquanto o pai dela a levou pelo corredor no dia do casamento. Mas em vez disso, você queria tirar uma foto com o seu celular, bloquear a minha vista e tirando uma foto que você não vai usar.

Clientes, por favor, parem de ver casamentos através de uma tela, mas em vez disso, desligar seu celular e aproveitar a cerimônia. Você é importante para noiva e para o noivo, não estaria presente no casamento de outra forma. Então, por favor, deixe-me fazer o meu trabalho, e você apenas sente, relaxe e aproveite esse momento uma vez na vida. (Hannah Stanley, 2019)

A partir das considerações críticas de Stanley, pode-se dizer que o papel do fotógrafo dentro do casamento, se transformou em muito mais do que somente registrar uma cena emocionante ou um momento de importância, é necessário ter a capacidade de contar histórias sobre as fotos e poder compartilhar essas histórias construindo uma narrativa de lembranças.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este Trabalho de Conclusão de Curso buscou debater sobre a influência que o surgimento das redes sociais teve na fotografia de casamento, procurando responder questões sobre o impacto da evolução das redes sociais e seu imediatismo para a fotografia de casamento, entre outras dúvidas que a autora tinha em relação ao presente tema.

O principal objetivo deste TCC foi analisar de que maneira era feita a divulgação de fotografias de casamentos até os anos 2000, e a inserção das redes sociais a partir dessa época no contexto da fotografia de eventos, no caso, casamentos. A partir de então, buscou-se analisar de que forma a divulgação nas redes sociais e o imediatismo dessas mídias influenciam no trabalho fotográfico profissional nos casamentos, bem como, seus usuários.

Através de pesquisas bibliográficas, pesquisas de campo e entrevistas com profissionais na área de casamento que presenciaram a transição do analógico para o digital e também tiveram a necessidade de se adaptar à essa nova tecnologia que foi o surgimento do *Facebook* e do *Instagram* foi possível entender as questões relacionadas as mudanças tecnológicas.

O trabalho apresentou as formas de divulgação de fotografias de casamento entre 1990 e 2000 e até mesmo uma maneira de expor o nome do fotógrafo que realizou a fotografia trazendo mais publicidade na época. Através de uma entrevista com o fotógrafo de casamento Tarcísio Schiavo e com uma pesquisa feita com o jornal de Veranópolis, O Estafeta, foi possível concluir que as imagens divulgadas nas colunas sociais dos jornais eram enviadas por familiares dos noivos que gostariam de comunicar o enlace matrimonial realizado naquele final de semana e junto com a imagem era divulgado o nome do estúdio ou fotógrafo que registrou o evento.

Ao continuar a conversa com o fotógrafo Schiavo, ele confessou que sua adaptação nas redes sociais foi complicada pois não era grande seu conhecimento em lidar com a tecnologia dos computadores e por isso só começou a utilizar o *Facebook* alguns anos após ter sido lançado como site de rede social, por necessidade e ao ver que seu trabalho estava ficando esquecido em relação aos outros fotógrafos que estavam se adaptando a essa novidade. Ao ser questionado em como o reconhecimento das suas fotografias mudou após começar a utilizar o

Facebook como uma ferramenta de trabalho, ele contou que transformou seu trabalho de forma muito positiva, os comentários deixados nas imagens postadas eram grandes elogios, e os pedidos de orçamento para contrato de eventos também cresceu significativamente. Mas além dos pontos positivos, a mídia também contribuiu para que ele pudesse ouvir as críticas em pontos que poderia melhorar na sua fotografia e assim se tornar cada vez mais solicitado para os eventos. Hoje, as redes sociais são essenciais para seu trabalho.

Foram mencionadas as novas tecnologias relacionadas a área fotográfica, como a evolução das câmeras fotográficas e de que maneira toda a tecnologia envolvida nesses equipamentos facilitam ao fotógrafo no momento de realizar um evento. Como as câmeras fotográficas se tornaram muito mais rápidas, leves e versáteis tanto na sua utilização como no seu transporte, a opção de adaptar um flash acima da câmera, facilitam a realização de uma fotografia em local escuro ou com pouco iluminação, além do rápido processo de reciclagem dos disparos que permite não perder nenhum momento da cerimônia. Após o surgimento das redes sociais esse ato de fotografar tornou-se ainda mais rápido, acessível e imediato, podendo postar a imagem alguns minutos depois de ser tirada, e assim todos que tem acesso ao perfil do autor da foto podem ver, comentar e compartilhar com mais outras milhares de pessoas. Além de ser de muito mais utilizada pela sociedade em geral, como perfis pessoais, o *Instagram* e, principalmente, o *Facebook* são muito utilizados por profissionais que querem impulsionar seu trabalho para novos horizontes. E assim se tornou para os fotógrafos, que fizeram das redes sociais um portfólio digital para apresentar aos clientes.

Para finalizar as abordagens desse trabalho, foram pesquisados sobre os casamentos nas redes sociais e como eles se tornaram um espetáculo aos olhos daqueles que assistem pessoalmente e para aqueles que assistem virtualmente, através das redes sociais quase que em tempo real. Com toda a tecnologia que está presente nos *smartphones*, o acesso as redes sociais é de grande facilidade, basta ter disponível uma rede de Internet que permita o *login* a essas mídias.

Ao chegar em um casamento, é quase impossível ver alguém que não esteja com o seu dispositivo móvel nas mãos e pronto para registrar grandes momentos, como a chegada dos noivos, as alianças e o grande beijo, para posteriormente postar no *feed* de notícias do *Facebook* para ser curtido, comentado e compartilhado para outras milhares de pessoas, ou no *stories* do *Instagram* que poderá ser visto

por milhares de espectadores em poucos minutos, reduzindo a expectativa dos noivos para ver as imagens que o profissional contratado registrou no grande dia deles.

Ressalta-se também, que a presença dos smartphones nos casamentos atrapalha a visão do fotógrafo profissional presente no evento. Considerando as palavras do fotógrafo Marcos Andreoni (2008), expressando sua opinião em relação aos celulares presentes nos casamentos e como o imediatismo que é oferecido por esses aparelhos, ofuscam seu trabalho em momentos importantes da cerimônia religiosa e posteriormente no álbum fotográfico. Ele diz que os noivos já não sentem a mesma emoção ao ver as imagens dos profissionais pois já tiveram uma pequena prévia nas redes sociais de seus convidados. E concluindo, com a mensagem que Hannah Stanley passou para uma convidada de um casamento que ela fotografou em que o iPhone da convidada atrapalhou a visão de Stanley na entrada da noiva. A postagem feita na conta pessoal do *Facebook* da fotógrafa, abrange o pensamento de muitos profissionais que presenciam essa situação em praticamente todos os eventos que são contratados, mas não sabem como falar para que os convidados dos noivos não utilizem seu aparelho durante a cerimônia.

Dessa forma, este trabalho contribuiu para entender como as redes sociais trouxeram grandes mudanças para a fotografia de casamento e demais eventos, sendo elas positivas e também negativas. Apesar de os *smartphones*, que estão cada vez mais presentes nos casamentos e junto com eles, o imediatismo que as redes sociais proporcionam, atrapalham os profissionais contratados para registrar o evento e reduzir significativamente a expectativa dos noivos ao verem as imagens do fotógrafo, a utilização do *Facebook* e do *Instagram* na fotografia de casamento favoreceu a publicidade desse nicho fotográfico, tornando mais valorizado e prestigiado, sendo, hoje, uma das áreas mais desejadas por fotógrafos que estão iniciando sua carreira, cada um com seu portfólio digital de estilo próprio estão conquistando seu espaço na fotografia.

A fotografia está presente na vida de todos a qualquer momento, mesmo não sendo um profissional da área, os registros são importantes para guardar lembranças que merecem ser revividas através das imagens, porém fica a direito do profissional fotográfico trazer essas lembranças de forma significativa e contando a história daquele dia tão emocionante e importante para o casal.

REFERÊNCIAS

- ANDREONI, Marcos. **Fotografia de casamento**. Santa Catarina: Editora Photos, 2008.
- BARTHES, Roland. **A câmara clara: nota sobre a fotografia**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.
- BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido desmancha no ar**. São Paulo: Editora Schwarcz Ltda, 1989.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Editora Contraponto, 1997.
- HACKING, Juliet, CAMPANY, David. **Tudo sobre fotografia**. Rio de Janeiro: Editora Sextante, 2012.
- KIRKPATRICK, David. **O efeito Facebook**. Rio de Janeiro: Instrínseca, 2011.
- KOSSOY, Boris. **Fotografia e História**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.
- KOSSOY, Boris. **Os tempos da fotografia: o efêmero e o perpétuo**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.
- LOVEGROVE, Damien. **Fotografia de casamento para profissionais: o guia completo**. Tradução de Alex Villegas. Balneário Camboriú, SC: Photos, 2010.
- MACHADO, Arlindo. **Arte e mídia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.
- MARTINS, Nelson. **Fotografia: da analógica à digital**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2010.
- RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- ROUILLÉ, André. **A fotografia: entre o documento e a arte contemporânea**. Tradução de Constança Egrejas. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009.
- SAMARAN, Charles. **L'histoire et ses méthodes**. Paris: Librairie Gallimard, 1961.
- SAWYER, Bem, PRONK, Ron. **Tudo sobre câmeras digitais**. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna Ltda., 1997.
- SZARKOWSKI, John. **Photography until now**. New York: Museum of Modern Art/Bulfinch Press, 1989.
- TARGA, Renato Simões. **Fotografias online: como o compartilhamento na Internet influenciou a fotografia**. 2010. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo. São Paulo, 2010.
- Rafael Bigarelli Fotografia. Disponível em:
<https://www.facebook.com/RafaelBigarelli/>. Acesso em: 07 out. 2019.

Fer Suhett Fotografia. Disponível em: <https://www.instagram.com/fersuhett/>. Acesso em: 07 out. 2019.

CORTELLA, Mário Sérgio. **O tempo e a vida**. 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Ek2LmQ5d6Jo>. Acesso em: 13 set. 2019.

NETO, Cid Costa. **Máquina do tempo: Kwanon**. 2011. Disponível em <http://www.resumofotografico.com/2011/08/maquina-do-tempo-kwanon.html>. Acesso em: 13 set. 2019.

NETO, Cid Costa. **Máquina do tempo: Nikon I**. 2011. Disponível em <http://www.resumofotografico.com/2011/08/maquina-do-tempo-nikon-i.html>. Acesso em: 13 set. 2019.

PETROCCO, Rafael, CARIANE, Ana. **Papo de fotógrafo: Você é o seu melhor marketing**, 2019. Disponível em: <https://www.papodefotografo.com.br/2019/05/voce-e-o-seu-melhor-marketing/>. Acesso em: 07 out. 2019.

SALLES, Filipe. **Breve história da fotografia**. 2004. Disponível em http://www.miniweb.com.br/Artes/artigos/Hist%C3%B3ria_fotografia.pdf. Acesso em: 30 ago. 2019.

SIQUEIRA, Ana. **Fotógrafos e redes sociais: quase inseparáveis**. 2016. Disponível em: <https://www.inesquecivelcasamento.com.br/dicas-e-inspiracoes/foto-e-video/fotografos-e-redes-sociais-quase-inseparaveis/>. Acesso em: 08 out. 2019.

STANLEY, Hannah Mbalenhle. **Para a garota com o iPhone**. 2019. Disponível em: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=2704266532918355&set=a.331743850170647&type=3&theater>. Acesso em: 24 out. 2019.

<<https://thenewrock.rockcontent.com/blog/instagram-stories-funcoes-disponiveis/>>
Acesso em: 15 set. 2019.

<<https://rockcontent.com/blog/tipos-de-conta-do-instagram/>> Acesso em: 15 set. 2019.