

---

**Alene Lins, Madalena Oliveira e Luís Santos**

**A dinâmica social da pose: as transformações culturais das figurações de corpo na fotografia**

---

**A dinâmica social da pose: as transformações culturais das figurações de corpo na fotografia**

**The social dynamics of pose: the cultural transformations of body figurations in photography**

Alene Lins (CECS/Universidade do Minho)  
[aleneufrb@gmail.com](mailto:aleneufrb@gmail.com)

Madalena Oliveira (CECS/Universidade do Minho)  
[madalena.oliveira@ics.uminho.pt](mailto:madalena.oliveira@ics.uminho.pt)

Luís António Santos (CECS/Universidade do Minho)  
[lsantos@ics.uminho.pt](mailto:lsantos@ics.uminho.pt)

**Resumo**

A pose, essa composição fictícia do corpo e do sujeito diante de uma objetiva, passou por diversas transformações culturais desde a invenção da fotografia. Este artigo faz uma breve retrospectiva histórica da pose e relaciona as principais alterações tecnológicas que determinaram transformações culturais nas figurações de corpo, nos quase 180 anos de história da fotografia. Desde a necessidade imperativa da pose, frente aos poucos recursos tecnológicos nos primórdios, sua ascensão por meio de uma lente de quatro objetivas do *cartes-de-visite*, a demarcação de uma narrativa na fotografia social, o surgimento dos novos catálogos de pose com a chegada do equipamento digital, até o surgimento da *selfie*. Esta, a mais nova e imperiosa figuração de corpo, nada mais é do que a democratização do autorretrato, onde quem posa é também o operador do equipamento e procura controlar a sua própria pose em todos os níveis complexos de significados. Sempre relacionada com o poder e a imagem corporal social do retratado, a pose, neste contexto, é forma de comunicação e de significação que tem inscritas as marcas do tempo.

**Palavras-chave:** Pose; imagem corporal social; retrato; poder; selfie.

### **Abstract**

The pose, that fictional composition of the body and of the person before a photography lens, has undergone into diverse cultural transformations since the invention of photography. This article gives a brief historical retrospective of the pose and relates the main technological changes that determined cultural transformations in body figurations in the almost 180 years of photography history. From the imperative necessity of the pose, with the few technological resources in the beginning, its rise through four lens of *cartes-de-visite*, the demarcation of a narrative in social photography, and the new catalogues of poses with the invention of digital equipment, until the emergence of the *selfie*. This, the newest and the most imperative body figuration, is the democratization of self-portrait, where the person who is posing is also the operator of the equipment and he seeks to control its own pose at all complex levels of meanings. Always related to the power and social body image of the portrayed, the pose, in this context, is a form of communication and of meaning which has inscribed the marks of time.

**Keywords:** Pose; social body image; portrait; Power; selfie.

### **Introdução**

Fazer pose é da natureza humana e sua origem deve remontar muitos milhares de anos, bem antes de uma pose ser registada em desenho ou pintura. Talvez a pose tenha nascido a partir do simples ato do homem ao se ver, em seu reflexo, num espelho de água. Narciso, aquele que passava horas admirando-se às margens de um lago, é o mito que melhor demonstra a valorização humana do ato de ficar imóvel em posição que nos favorece ou representa. Posar é constituir sentido numa determinada posição do corpo.

O corpo situado como um conceito abrangente, que encerra as possibilidades de concretização da figura humana (Barrocas, 2014), é o *medium* primário, que se comunica pelas expressões, em cada elemento do rosto, pela expressividade dos olhos e boca, movimentos da testa e sobrancelhas, pela enorme quantidade de músculos e suas possibilidades, por posições da cabeça, tronco e membros, que geram diversos significados, segundo Harry Pross na sua obra clássica, *Medienforschung*, de 1971 (citado em Baitello Jr., 2014: 45). Assim, como *medium* primário, quando um atleta em uma arena, ao perder uma prova, encolhe seu corpo e de joelhos posiciona sua cabeça voltada ao chão, a plateia entende a mensagem de derrota e tristeza. Os helénicos, os romanos, os cristãos... as poses evidenciavam sentidos muito

específicos para cada um desses povos, que ficaram gravados em esculturas ou em pinturas. Muitas dessas poses eram formas de comunicar ideologias e as figurações de corpo eram utilizadas como instrumentos políticos e culturais.

Ao estudar a tipologia da pose nas pinturas e fotografias portuguesas (séculos XVI –XIX), António Barrocas (2014) afirma que este ato de ficar imóvel algum tempo para ser representado, é resultado de anos do exercício da encenação dos corpos na pintura.

O autor procurou entender como as poses se configuravam enquanto representações mentais e sociais. Uma determinada posição do corpo constituindo-se como elemento significativo em si próprio, frente ao sagrado e profano da época estudada.

É preciso compreender o corpo enquanto *medium* para contextualizar a pose. Local de forte intertextualidade, o corpo é sempre controlado quando em atuação social, pois somos julgados pelas nossas expressões e gestos e isso faz-nos ter controlo vigilante sobre o nosso corpo (Giddens, 2008:86). Pross explica que o *medium* primário se comunica bem sem precisar de nenhum recurso além daqueles que são oferecidos pelo próprio corpo: os seus sons, os seus odores, os seus movimentos, os seus gestos e as suas expressões. Mas essa comunicação perde-se no espaço-tempo se não for representada em alguma superfície. Nos processos de comunicação, um corpo imprime os seus sinais em um suporte que é recebido por outro corpo ou representados num suporte percebido por outro corpo. Há muitos exemplos de suportes do *medium* primário, que, por sua vez, são classificados como *media* secundários, segundo Harry Pross (citado em Baitello Jr, 2014: 46). A humanidade encontrou diversas formas de registo do *medium* primário: o papel (desenho), a pedra (escultura), a tela (pintura), o papel fotográfico (fotografia analógica), etc. Para Pross, os *media* secundários, muito embora consigam tornar permanente o *medium* primário, não conseguem vencer o espaço-tempo, pois estão presentes no local em que se encontram fisicamente.

Quando usamos aparatos e conseguimos divulgar o *medium* primário em grande quantidade, para longas distâncias, sem limite de espaço-tempo, estamos a utilizar os *media* terciários, que segundo Pross, são meios de comunicação que não podem funcionar sem aparelhos tanto do lado do emissor quanto do recetor (citado em Baitello Jr., 2014: 109). A obra de Pross é de 1971 e não faz referência aos *notebooks* ou *smartphones*. Mas se, em formato digital, através de captura e arquivamento em processos eletrónicos, transportamos a voz e as imagens do corpo para ecrãs, então, nesta lógica, os aparelhos com acesso às redes sociais são *media* terciários. Em todo caso, os *media* secundários e terciários não anulam ou suprimem o primário. Este é sempre o primeiro a comunicar.

A fotografia, seja ela analógica ou digital, nesta situação, instala-se como memória visual do *medium* primário, pois guarda a nossa juventude, as nossas expressões e nossos gestos. Com a fotografia inauguram-se a permanência e a sobrevida simbólica após a presença do corpo (Baitello Jr., 2014).

Este *medium* primário, corpo, que se comunica por gestos, pela voz, pelas roupas, pelo cheiro, tem ainda um painel muito expressivo: a face. O rosto é a parte mais visível do corpo no contacto social. É pela face do outro que nos identificamos como espécie humana e transformamos o nosso próprio rosto em um cartão de visita, capaz de suscitar estima, respeito, empatia e tantos outros sentimentos e emoções. Pelo rosto do outro, identificamos expressões que agem como códigos, possibilitando uma comunicação rápida em situações sociais. Segundo Baitello Jr. (2012), a cara humana é uma das mais poderosas imagens. Há um grande número de micromovimentos de traços expressivos, que transformam os olhares, as suas intenções e disposições. Matriz geradora de fortes sentimentos, a face do ser humano foi representada desde sempre, a partir das primeiras esculturas ancestrais e fortalecida nas máscaras mortuárias, que sinalizam a importância do rosto para os povos mais primitivos. Do morto, quase sempre, guardava-se a face.

O corpo e o rosto foram muito tempo ignorados nos processos de comunicação interpessoal. Só na segunda metade do século XX, as Ciências da Comunicação iniciaram estudos sobre o corpo e sua potencialidade comunicativa, segundo Baitello Jr. (2012).

Atualmente são milhares de pesquisas que analisam a influência da imagem do corpo nas decisões de consumo, no fortalecimento de estereótipos, nas tendências do *design* de moda, nos estudos de género, na sua relação com a saúde, etc. tomando-se por base a fotografia e a pose dos sujeitos.

Para compreender a dinâmica social da pose, é necessário analisar o papel do corpo/rosto nas figurações, a associação da pose ao *status* e ao poder, e como as tecnologias foram imperativas nas transformações da pose ao longo de quase 180 anos de invenção da imagem fotográfica. Este estudo pretende, através da trajetória histórica das tecnologias da fotografia, analisar alterações na componente cultural da pose. O nosso método foi dedutível, através de pesquisa documental e bibliográfica, em sites de empresas de tecnologias, além de revisão de literatura sobre os processos históricos que envolvem a técnica e as tecnologias, os estudos sobre imagem e poder, e sobre figuração na pintura e na fotografia.

### **Breve história da pose enquanto representação da imagem corporal social**

Os estudos sobre a imagem do corpo se intensificaram após 1935, quando o livro *The image and appearance of the human body*, do médico psiquiatra austríaco Paul Ferdinand Schilder, foi publicado. Após análises neurofisiológicas, psicológicas e sociológicas, o autor apresentou o conceito de imagem corporal social. Para Schilder, "a imagem do corpo humano significa a figuração de nosso próprio corpo que formamos em nossa mente, isto é, a maneira como o corpo aparece para nós mesmos" (Schilder, 1999, p.11). A imagem corporal social relaciona-se de forma intra e interpessoal, com as emoções e sentimentos do indivíduo consigo, com os outros e com o seu ambiente, com o uso de vestimentas e objetos de adorno. A experiência da

nossa imagem corporal e a experiência dos corpos dos outros estão intimamente interligadas, segundo Schilder.

Isso explica porque desde a Idade Média, ao ser retratado na pintura, o ser humano busca gestos, expressões, vestimentas e adereços para ser representado da forma como quer que o outro o veja, não necessariamente como ele o é em realidade.

O corpo, essa entidade transitória, que carrega vida, vive em suspensão e inevitável presença da morte, e a imagem é a possibilidade de eternizá-lo, de tentar retê-lo. A finitude do tempo do corpo é implacável. Fixar o corpo num suporte é uma estratégia psicológica que a antropologia regista desde sempre. Então a figuração do corpo é importante na transformação do transitório ao eterno, é a imagem-monumento (Kamper, 2000).

Conceptualmente, na pintura e na fotografia, as figuras de corpo são estruturas representacionais carregadas de sentido, que se mantém vivo formalmente por algum tempo (Barrocas, 2014). Segundo Barrocas, uma mesma posição pode representar algo por um determinado tempo e deixar de conter aquele sentido depois de algum facto ou ainda mudar de sentido em função do local, da época ou do grupo humano. Um atleta (suas roupas identificam-no), de joelhos, com a cabeça voltada ao chão, fotografado num templo religioso, tem significado totalmente diferente de quando ele está numa arena.

A pintura tem o seu catálogo tradicional de figurações de corpo, onde sempre constaram poses controladas por questões culturais, sociais, religiosas. Poses são códigos saturados de sentido (Barrocas, 2014). A fotografia, no início, adotou tal catálogo de forma natural, pois foi a herdeira social do retrato.

A função social da pose consolidou-se com o retrato. Enquanto artefacto colecionável, acessível a poucos, que tinham dinheiro para pagar um pintor (Melot, 2015), o retrato, na pintura, foi muito utilizado pela aristocracia, com o grande objetivo de inscrever um indivíduo, principalmente o masculino, na continuidade das gerações. As teorias sobre o retrato, que surgiram ainda na Idade Média, davam à pose a função de destacar a personalidade e ao retrato a função de representar alguém que ocupa um lugar de reconhecimento político e social (Freund, 1983; Barrocas, 2014). Ao pintor era permitido corrigir quantas vezes fosse necessário o rosto e o corpo do retratado, até o momento de apresentar o resultado. Um retrato encomendado só era apresentado ao público após a aprovação do contratante.

Com a ascensão da burguesia, a partir de 1750, o retrato foi utilizado como gesto inaugural da criação de uma linhagem em virtude do êxito do seu fundador, homem branco, bem sucedido económica e socialmente (Fabris, 2004). Mas foi com a fotografia, a partir de 1840, que houve uma disseminação do retrato, um dos símbolos da sociedade capitalista, do indivíduo moderno, da busca de uma identidade do sujeito. O sujeito precisa de se identificar com a sua imagem e este é um princípio que fortalece a necessidade da pose.

Segundo Annateresa Fabris, o retrato participa da configuração do sujeito como identidade social:

Todo retrato é simultaneamente um ato social e um ato de sociabilidade: nos diversos momentos de sua história, obedece a determinadas normas de representação que regem as modalidades de figuração do modelo, a ostentação que ele faz de si mesmo e as múltiplas percepções simbólicas suscitadas no intercâmbio social. O modelo oferece à objetiva não apenas seu corpo, mas igualmente a sua maneira de conceber o espaço material e social, inserindo-se em uma rede de relações complexas, das quais o retrato é um dos emblemas mais significativo. (Fabris, 2004: 89).

Para Barthes, com o advento da fotografia, o retrato tornou-se uma experiência nova.

Ver-se a si mesmo (e não em um espelho): na escala da História, esse ato é recente, na medida em que o retrato, pintado, desenhado, ou miniaturizado, era, até a difusão da Fotografia, um bem restrito, destinado, de resto, a apregoar uma situação financeira e social \_ de qualquer maneira, um retrato pintado, por mais semelhante que seja (é o que procuro provar), não é uma fotografia. É curioso que não se tenha pensado no *distúrbio*, (de civilização) que esse ato novo traz. Eu queria uma História dos Olhares. Pois a Fotografia é o advento de mim mesmo como outro, uma dissociação astuciosa da consciência de identidade. (Barthes, 1984: 25).

Para além das questões de identidade social, a tecnologia da fotografia exigia pose nos seus primórdios. Só era registado quem conseguia posar.

Os primeiros registos de fixação de imagens com sucesso, feitos por Joseph Nicéphore Niépce e depois por Louis Jacques-Mandé Daguerre, considerados os inventores da fotografia, entre os anos de 1826 e 1836, levavam, em média, oito horas de exposição à luz, para serem registadas em suportes metálicos envolvidos em compostos químicos à base de sais de prata. Em 1836, com a morte de Niépce, Daguerre dá continuidade aos estudos e reduz o tempo de exposição para meia hora, depois para algo em torno de oito minutos, testando sempre novos produtos para uma exposição mais rápida. Telhados, móveis, objetos de arte... as primeiras imagens não registavam seres humanos. Em 1838, Daguerre realizou uma imagem da rua em que morava, em Paris, onde se veem no canto inferior esquerdo da fotografia as silhuetas borradas de um engraxador e do seu cliente que, aparentemente, suportaram os oito minutos no mesmo local e quase na mesma posição. A foto ficou conhecida como *Boulevard du Temple*

e foi a primeira fotografia a conter pessoas, ainda que borradas e pouco definidas. Em 1839, Daguerre apresentou o invento à Academia Francesa de Ciências e trocou a patente do seu invento por uma pensão vitalícia do governo francês. Todo o processo de captura e fixação do daguerreótipo passou a ser de domínio público. A aceitação foi enorme, o mundo inteiro conheceu a invenção (Freund, 1983). Mas apenas objetos imóveis eram registados porque um ser humano não conseguia permanecer imóvel por tanto tempo. Segundo Walter Benjamin (1987), um dos pioneiros na fotografia, David Octavius Hill, fez estudos com cadáveres, entre outros e deixou diversos registos realizados em cemitérios.

Em 1840, o físico-matemático Joseph Petzval, ao propor uma lente na câmara do daguerreótipo com um orifício maior para a entrada da luz, diminuiu a abertura do diafragma de  $f16$  para  $f3.6$ . Isso reduziu o tempo em que a luz precisava de sensibilizar a placa de metal com prata iodada para algo próximo a 30 segundos. Mas este tempo absolutamente imóvel, sem piscar ou mesmo respirar, ainda era um esforço enorme para um ser humano. Segundo Machado (1984), o fotografado era chamado de *paciente*, pelo facto de precisar de ter paciência para ficar imóvel até ao final do registo fotográfico. A pose, segundo ele, era a máscara da imobilidade necessária. Barthes acrescenta:

(...) era preciso submeter o sujeito a longas poses atrás de uma vidraça em pleno sol; tornar-se objeto, isso fazia sofrer como uma operação cirúrgica; inventou-se então um aparelho, um apoio para a cabeça, espécie de prótese, que sustentava e mantinha o corpo, em sua passagem para a imobilidade. (Barthes, 1984: 26).

De 1839 a 1841, a França registou a venda de cerca de três milhões de placas sensibilizadas para produção de imagens. Para ajudar na difícil tarefa de posar, os estúdios ofereciam cadeiras especiais, pouco confortáveis, com ganchos que apoiavam o pescoço e facilitavam imobilizar o fotografado. Como era um artefacto caro, nem todos os ateliês de fotografia podiam oferecer a cadeira. Então era comum pedestais, balaustradas, mesinhas e outros móveis preenchendo os estúdios. Assim os pacientes podiam usar os móveis como apoio na difícil tarefa de não respirar nem se movimentar pelo tempo necessário.

Em 1841, um processo de fixação mais eficiente foi apresentado ao mundo por Willian Henri Fox-Talbot, que já o estudava desde 1835. A Calotipia foi o primeiro processo positivo/negativo, que fundamentou a fotografia, com a possibilidade de várias cópias a partir de um original. Mas a aristocracia e a parcela da burguesia que tinham acesso ao invento de Daguerre, optaram por manter o daguerreótipo, que exclusivamente só possibilitava uma única placa de imagem. O daguerreótipo sobreviveu até 1854.

Uma câmara com quatro objetivas instaurou uma nova era no retrato, após 1853. Era um eficiente método de registar quatro imagens de uma única vez, de André Adolphe Eugène

Disdéri, criador dos *cartes-de-visite*. O invento reduziu o custo de produção de uma imagem e, com várias cópias de fotografias em mãos, as pessoas começaram a trocar imagens entre parentes e amigos e a montar álbuns de família. Esses registos muitas vezes uniam famílias poderosas, da burguesia e da nobreza, e criaram o hábito de produzir, consumir e trocar imagens. Enviar e receber imagens de uma família nobre amiga, era sinal de afeto e reconhecimento daquela amizade. Fortalecia as relações afetivas de toda a ordem e mantinha laços, pois fazia parte de um conjunto de práticas cotidianas, cuja finalidade maior era legitimar a importância de um grupo familiar no âmbito público (entendendo como público o mesmo *status* social) - Desta forma a humanidade teve a sua primeira versão do que hoje entendemos como redes de compartilhamentos de imagens (Lima, Martins e Oliveira, 2011; Mauze, 2006).

Os *cartes-de-visite*, segundo Lícus Silva, objetivavam dar visibilidade e ostentação do *status* social do retratado: “os estúdios fotográficos adotaram uma série de códigos representacionais, imersos em linguagem teatral para inserir o retratado no papel social que lhe desse maior notoriedade” (Silva, 2012: 101).

Uma visita a um ateliê de fotografia exigia preparos, como escolha de roupas, joias, sapatos, cenários, objetos representativos do que se queria immortalizar, e antes de posar para o fotógrafo, tudo deveria “estar no devido lugar para que através da *mise-en-scène* fotográfica se conseguisse criar uma imagem capaz de produzir uma representação ideal para ser perenizada” (Mauze, 2006: 45). Não bastava posar; era preciso preparar o ambiente para a pose.

Em 1862, oito anos após patentear os *cartes-de-visite*, Disdéri publicou *Estética da Fotografia*, onde estabeleceu critérios que considerava importantes, dentre eles a “fisionomia agradável” (Silva, 2012: 102). Silva analisou as figurações de corpo num conjunto de fotografias do século XIX, em que certos artefactos utilizados em estúdios, como livros, óculos, cartolas, bengalas, e poses estudadas para dar aos homens retratados uma individuação condizente com uma nova forma de pensar da época: mais racional e crítica, próprias do iluminismo. Para o pesquisador, “pelo recorte fotográfico o corpo foi reestruturado para ser visto e recordado em sua melhor apresentação” (Silva, 2012: 101). A pose é, desde sempre, uma composição fictícia do corpo e do sujeito, diante de uma objetiva.

Até à década de 1880, as limitações tecnológicas não permitiam que as fotografias fossem produzidas no interior das igrejas e casas. Por este motivo os ateliês eram lugares bem iluminados, parte do teto era em vidro, com entrada para luz solar, muitos com cenários, mobiliários, tecidos para fundos e até peças de vestuário elaborados, para oferecer aos clientes. Sobre figurinos específicos que o ser humano inventou para determinadas ocasiões, Baitello Jr. diz que uma das maneiras de se apropriar das superfícies e dos planos que podem carregar imagens foi a invenção da vestimenta com cores, formas, texturas, desenhos,



aplicações de outros materiais. Com os seus diversos sentidos, podem ser usadas em ocasiões diferentes, como o vestido da noiva, ou o uniforme militar, ou a fantasia de carnaval. Com a roupa, o corpo torna-se suporte de imagens e anima-as.

O corpo reveste-se, assim, de um carácter midiático, passando a ser o centro dos rituais, dos cultos, das guerras e das festas, dos jogos e das competições. Mas sempre é o corpo em movimento, em transmutações e transformações, em atividade e em performatividade. (Baitello Jr., 2012: 42).

As fotografias eram produzidas de acordo com as referências às ocasiões retratadas, como por exemplo, véus, terços, livros de oração, etc. para fotografar adolescentes na Primeira Comunhão. Ao fotógrafo cabia estudar as melhores posições e ângulos, que revelassem na imagem a melhor mensagem para a ocasião. Walter Benjamin relata que as primeiras fotografias, pelo imperativo técnico, eram imagens onde “tudo se organizava para durar” (Benjamin, 1987: 96). O longo tempo de exposição, de 15 a 30 segundos, obrigava a um procedimento de controlo do corpo através da pose, a concentração tanto do fotógrafo quanto do fotografado, que não poderia piscar, respirar, mexer-se, constituiu-se de um ritual que levou a fotografia a um momento psicológico de grande duração, um evento em si: deixar-se fotografar.

Quem posava almejava ser admirado posteriormente e esse momento histórico do fotografado constituía-se como um processo negociado com o fotógrafo. Era o biografado e o biógrafo na manipulação da cena e da pose, produzindo um documento do retratado (Muaze, 2006).

A fotografia era objeto de admiração e poder, não só pelo conteúdo, mas pelo simbólico que representava, já que era um artefacto caro, produzido nos famosos ateliês. As exigências sociais e culturais, contidas num retrato, segundo Maria Inez Turazzi, transformaram “o tempo de exposição em um tempo social” (citada em Muaze, 2006: 231). Mariana Muaze estudou um rico acervo de cartas, recibos, contratos e principalmente, fotografias e álbuns de retratos de uma grande família da elite brasileira, entre os anos de 1840 e 1889. Nas 231 fotografias analisadas, a pesquisadora encontrou altivez no olhar das figuras masculinas adultas, timidez nas faces femininas das jovens, os cabelos sempre presos das mulheres casadas, as roupas sempre impecáveis, a velhice sempre digna e respeitosa, que, segundo a autora, fazia parte do jogo de representação: o homem mais velho ou mais poderoso, em fotos de grupo, sempre a figura central, de pai, de patriarca. Quase sempre sentado na melhor cadeira, com o encosto mais alto. A mulher, sempre a figura protetora de mãe, acolhedora, envolvida pelos filhos. Na maior parte das fotos, a posição de cada pessoa reiterava o papel social dela no grupo fotografado (Muaze, 2006). Muaze afirma que entre a classe senhorial, as fotografias registavam tudo que merecesse divulgação entre parentes e amigos. Os cartões de visita eram

também elaborados para jovens em idade de casar, que não se conheciam, para apresentações à distância, como uma etapa importante na validação de noivados e casamentos arranjados. A autora destaca ainda que se observa uma narrativa visual nos álbuns, a partir da posição dos retratos, muitos individuais, que registam a vida de cada membro, desde bebés, passando por cada ocasião memorável, até o casamento e à formação de outro núcleo.

A década de 1880 foi de grande avanço tecnológico na fotografia, inicialmente com a criação do obturador. Mas embora produzir imagens se tenha tornado um ato cada vez mais rápido, controlado por um sistema que fraciona um segundo em milésimos, o ato de posar permaneceu, e os estúdios, que antes usavam móveis para apoio do corpo, passaram a usar os móveis e artigos de decoração para dar um suporte social e cultural à pose do fotografado. Também na década de 1880, surgiram os *flashes*, que não limitavam mais as fotos a ambientes bem iluminados, e, por fim, o lançamento da primeira Kodak<sup>2</sup>, em 1888. George Eastman, com o seu rolo de filme negativo para 100 exposições, causou grande revolução na fotografia, pois o empresário conseguiu democratizar a fotografia amadora, com o slogan “você aperta o botão e nós fazemos o resto”. Com as câmaras Kodak houve um fortalecimento da fotografia de família. No Brasil, por exemplo, os fotogramas foram apelidados de poses.

A fotografia tornou-se algo banal no século XX. Os rolos de filmes passaram a ser consumidos com 12, 24 e 36 exposições. Nas coberturas de eventos sociais e familiares, todo o fotógrafo, profissional ou não, calculava a quantidade de filmes necessários na cobertura, pelas cenas que eram imprescindíveis para determinado evento. Um único filme para registo de um casamento, por exemplo, teria que narrar o facto, com fotografia da noiva, do noivo, do casal com o padre, da troca de alianças, dos familiares, dos padrinhos, dos convidados, etc. Eram cenas pré-estabelecidas, e as poses sociais possuíam a sua narrativa, conforme o evento. As 12, 24 ou 36 exposições serviram como base calculável de poses na hora de registar um evento, fosse ele em casa, num simples aniversário de criança ou em local mais social, como uma formatura em auditório universitário, para perenizar um evento. E a pose, na fotografia, firmou-se como forma de controlar, pela quantidade de fotogramas, que todo o evento tivesse uma narrativa para a posteridade. Não era mais a necessidade tecnológica apenas, mas a necessidade social, que tornava a pose muito importante nos processos de registo. Segundo Ana Maria Mauad (1996) a fotografia possui um duplo aspeto, pois é marca de uma materialidade passada, na qual objetos, lugares, pessoas nos informam sobre determinadas características do passado, como formas de vida, moda, hábitos, infraestrutura, condições de trabalho, etc., e por outro lado, torna-se um símbolo social, pois constitui-se como algo determinado socialmente para ser perenizado para as gerações futuras. A história cultural

---

<sup>2</sup> Fonte: Site da Kodak, retirado em:  
<http://www.kodak.com/corp/aboutus/heritage/georgeeastman/default.htm>

analisada por Muaze (2006) na sua tese, revela através de fotografias, como as famílias utilizaram os retratos na produção da memória familiar.

Na sua análise sociológica sobre a fotografia, Pierre Bourdieu afirma que a fotografia popular é um culto doméstico. Nas cerimónias institucionais, como casamentos, aniversários, bodas, batismo, comunhão cristã, viagens de férias, de núpcias, etc., a fotografia inscreve-se no ritual e tem por função sancionar e consagrar a união familiar. Em tais cerimónias as pessoas deixam-se fotografar porque a fotografia possibilita solenizar e eternizar os grandes momentos da vida em família. Através do ritual da fotografia, a família é sujeito mas também é objeto. O momento reforça a integração, e a imagem reafirma o sentimento que o grupo tem de si mesmo e da sua unidade. Além disso, a família realiza-se na imagem que faz de si mesma, nos papéis sociais que cada um desempenha, quando retratado (Bourdieu, 2003).

Essa realidade social da pose, associada a um ritual, e ao poder da imagem corporal social permaneceu por mais de 120 anos, até à chegada de câmaras mais simples. A Kodak, em 1963, lançou a série *Instamatic*, com equipamentos de baixo custo, compactas, com filmes em cartuchos e *flashes* descartáveis, que eram automáticas nas suas regulagens, de operações muito simples e que teve muita aceitação no mercado. Em 1970, a Kodak havia produzido mais de 50 milhões dessas câmaras<sup>3</sup>, exportadas para o mundo todo. Outras empresas também investiram em equipamentos amadores de baixo custo, este facto provocou a redução de estúdios e dos fotógrafos ambulantes, com suas caixas com tecidos escuros operando como pequenos laboratórios pelo interior de países como Brasil e Portugal. A fotografia de família tornou-se mais espontânea, menos posada, muito embora os rituais narrativos fossem necessários em eventos importantes. Hoje, muitos estudos estão a ser realizados, para perceber como determinados aspetos do ritual da fotografia foram desconstruídos. Segundo Christina Kotchemidova (2005), as campanhas publicitárias de Eastman foram capazes de fortalecer o hábito de fotografar viagens e encontros em família, além de introduzir definitivamente o sorriso nas fotografias sociais, retirando a expressão sisuda e rígida da face dos fotografados, herdada da pintura, onde o sorriso era considerado característica de classe baixa, de bêbados e de deficientes mentais.

A década de 1990 trouxe alterações ao modo de produzir, armazenar e divulgar fotografias e essa realidade também alterou o catálogo de poses. Em 1992, a empresa do Vale do Silício SanDisc iniciou pesquisas em consórcio com Canon, Kodak e outras empresas fabricantes de equipamentos fotográficos, e em 1994, lançou os *compact flash card*. Em 1997, a tecnologia digital dos sensores e cartões de memória, tornou-se popular, quando a SanDisc<sup>4</sup> produziu um milhão desses cartões naquele ano. Com isso, as câmaras digitais foram aperfeiçoadas, com custos mais reduzidos e mais acessíveis, já no início da década de 2000.

<sup>3</sup> Fonte empresa Kodak, retirado em:

<http://www.kodak.com/corp/aboutus/heritage/milestones/default.htm>

<sup>4</sup> Fonte empresa SanDisc, retirado de <https://www.sandisk.com/about/company/history>

A Kodak, que em 2004 anunciou ao mundo que não mais produziria câmaras fotográficas analógicas<sup>5</sup>, reduziu a produção de rolos de filme fotográfico em 2007 e em 2012, após paralisar produção de papel e filmes, anunciou que ia se retirar do mercado fotográfico<sup>6</sup>. Em sentido contrário, empresas como Canon, Nikon, Sony, Samsung e outras, aumentavam pesquisa e produção na fotografia digital e, em 2007, quando a empresa Apple entrou no mercado de telefonia, os primeiros aparelhos com multitarefas foram lançados no mercado. Os cartões de memória e as câmaras em telemóveis provocaram uma nova revolução na forma de posar.

O equipamento digital grava uma enorme quantidade de imagens com qualidade. Além disso as máquinas fotográficas digitais e posteriormente os *smartphones* acionam automaticamente ajustes de foco, de leitura da luz e abertura do diafragma, permitem registos contínuos do obturador.

Um *compact flash card* possibilita gravar 100, 200 ou mais fotos de um único evento, então esperava-se menos encenação, mais naturalidade na fotografia social. Mas aconteceu exatamente o oposto. O digital fortaleceu ainda mais a função social da pose, a ponto de criar uma nova modalidade de imagem: a *selfie*.

### **Os processos digitais e a reafirmação da necessidade psicológica da pose**

Ser fotografado da melhor maneira, poder elaborar a melhor posição do corpo e do rosto diante da paisagem, e apertar o botão na hora exata imaginada, tornou a *selfie* a novidade do corpo-imagem. *Selfie* é um neologismo da língua inglesa, derivado do termo *self* (eu mesmo). O pesquisador Bent Fausing (2014), afirma que o género tem uma estética particular, onde seres humanos querem controlar a forma como são vistos. O dicionário *Oxford* escolheu o termo como palavra do ano em 2013. Uma *selfie*, na definição do dicionário Porto Editora é uma "fotografia tirada a si próprio, sobretudo a que se tira com um telemóvel ou webcam, e é carregada para uma rede social"<sup>7</sup>. O seu primeiro uso foi em 2002, em um fórum na Austrália, mas foi pouco empregada até virar *hashtag* (palavra chave) em janeiro de 2011. A palavra foi usada 57 milhões de vezes naquele ano, só na rede social *Instagram* (Fausing, 2014).

No início, as *selfies* eram feitas com câmaras digitais automáticas, quase sempre diante do espelho. Logo depois, as facilidades tecnológicas do *smartphone*, com duas câmaras que funcionam em lados opostos, possibilitaram, a quem aperta o disparador, ficar dentro do quadro da própria foto disparada e a ter acesso a uma pré-visualização via visor.

<sup>5</sup> Fonte site do Jornal Folha de São Paulo, retirado de:  
<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi2301200405.htm>

<sup>6</sup> Fonte site do Jornal Estado de São Paulo, retirado de:  
<http://link.estadao.com.br/noticias/geral,kodak-abandona-ramo-da-fotografia,10000035001>

<sup>7</sup> *selfie* in Dicionário infopédia da Língua Portuguesa com Acordo Ortográfico [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2017. [consult. 2017-05-31 08:01:30]. Disponível na Internet: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/selfie>

Flusser (1985) já dizia que quem tem uma câmara, fotografa automaticamente, produzindo coleções de imagens. Ele profetizou que a fotografia se tornaria algo banal e as imagens estariam tão onipresentes, dificultando a distinção entre o público e o privado. Logo, era esperado que o corpo se tornasse cada vez mais natural na atividade fotográfica.

O velho álbum de família virou peça de museu e as pessoas quase não mais transformam as suas coleções de fotos em artigos físicos, exibidos em porta-retratos. Os álbuns virtuais são compartilhados e as imagens passaram a imperar em redes criadas para fortalecer as necessidades de comunicação e interação social, sem limitação de espaço-tempo, onde conhecidos e até desconhecidos podem ver as imagens de um perfil social.

O autorretrato da era digital é um ato revolucionário. Transforma o fotografado em agente enunciativo. O *operator*, aquele que opera o equipamento, segundo Barthes (1984), antes do processo digital, tinha um campo muito delimitado e suas ações eram muito precisas. Ele escolhia a sua melhor posição e ângulo para enquadrar, coordenava o recorte pelo visor da câmara, selecionava o que entrava na foto e apertava o disparador, tendo total controle sobre a imagem. E, por um imperativo da fotografia, quase sempre, não lhe cabia aparecer, mesmo que houvesse essa oportunidade através de um espelho ou do seu reflexo.

Arlindo Machado (1984) fala desse fenómeno como algo quase que sagrado: a inexistência da câmara e do operador no registo como algo que atestava ao mesmo tempo a presença e a ausência de interferência externa à cena. Discreto, o fotógrafo era aquele que ficava por detrás das lentes, no seu processo criativo ou apenas de apertador de botão. Não era dado ao fotógrafo posar. No momento em que segurava o equipamento, automaticamente desistia de estar na foto e de se transmutar em objeto da fotografia (Machado, 1984).

A câmara não pode nunca fotografar-se a si mesma, a não ser que a tomemos através do reflexo de um espelho da cena. Mesmo neste caso, a produção habitual sempre encontra meios de escondê-la ou disfarçá-la, pois se a câmara aparece refletida em superfície de algum objeto fotografado o resultado é o comprometimento se não da fotografia, pelo menos do seu efeito de 'realidade', já que ocorre um desvelamento do agente enunciativo. Sempre que possível, na prática dominante, é preciso que tudo se passe como se não houvesse um fotógrafo diante da cena, é preciso que a cena apareça como se estivesse lá entregue à própria sorte, a despeito de qualquer intervenção do agente enunciativo. (Machado, 1984: 89).

O autorretrato não é novidade na fotografia, mas antes, no período analógico, o fotógrafo precisava de ter um equipamento profissional, com disparador automático cronometrado ou apertado à distância, para conseguir operar todos os comandos de uma produção fotográfica,

como foco, leitura da luz, ângulo de visão ou perspetiva que a lente teria daquela posição escolhida, às vezes a necessidade de um tripé, e ainda auto elaborar-se enquanto imagem monumento. Enfim, posar e fotografar ao mesmo tempo exigiam alguns cuidados e conhecimentos do equipamento. Na fotografia digital atual, a partir do telemóvel com câmaras, o autorretrato virou algo fácil de produzir.

Com o autorretrato, a imagem pertence ao retratado, que também é *operator*. Referindo-se aos processos analógicos de captura, Barthes questiona a quem pertence a foto, se ao fotografado, que tem a sua imagem capturada ou ao fotógrafo, que dispara o botão. Para ele, o fotógrafo “transformava o fotografado em objeto” Barthes (1984:26). E ninguém gosta de ser transformado em objeto. Flusser (1985), ao filosofar sobre o ato de fotografar, afirma que a câmara opera como uma arma, compara um fotógrafo a um caçador, o obturador a um gatilho, cuja intenção é capturar uma imagem. O teórico falava na ação do rapto, onde quem é fotografado tinha a sua imagem capturada, e que o momento do disparo nunca dependia do fotografado.

Os disparos desavisados geram congelamento arbitrário de um momento, que muitas vezes não coincide com a imagem que se deseja perenizar. A nossa imagem social está em jogo ao nos deixarmos fotografar. Ignorar a câmara que está apontada para nós, segundo Arlindo Machado, “é uma tarefa tão impossível quanto ignorar uma dor de dente” (Machado, 1984: 54). A pessoa pode fazer parecer-se natural, mas se ela tiver consciência da existência de uma câmara, agirá de forma controlada. E é fácil perceber isso, quando equipamentos de vídeo são utilizados para inibir atos criminosos. Até mesmo quando a câmara é apenas uma suposição, a ação humana modifica-se, basta observar as personalidades famosas que só saem às ruas disfarçadas, ou com comportamento altamente controlado, porque temem disparos desavisados dos *paparazzi*.

Machado conclui que “ninguém gosta de ser surpreendido por um instantâneo, pois a imagem que ele nos dá sempre trai a ideia que nós fazemos de nós mesmos e que queremos passar adiante” (Machado, 1984: 51). Descendente direta de uma tradição pictórica aristocrática, de quem é também um resquício ideológico, a pose nem sempre “se deixa compatibilizar com as facilidades democráticas da câmara fotográfica: ela impõe, antes, uma certa sublimação do motivo e uma espécie de ‘seleção natural’ dos referentes” (Machado, 1984: 58). Instantâneos não garantem que vamos sair bem na fotografia e isso também gera desconforto. Isso pode ser observado quando estamos em grupo e uma pessoa resolve fazer um registo fotográfico daquele instante. É notório que as pessoas arranjam rapidamente os seus cabelos, as suas roupas, mudam as suas expressões com sorrisos. Barthes constatava que sempre que nos sentimos olhados por uma objetiva, tudo muda. “Eu me ponho a ‘posar’, fabrico-me instantaneamente um outro corpo, metamorfoseio-me antecipadamente em imagem” (Barthes, 1984: 22). O autor trata do assunto de forma imaginativa:

Uma imagem - minha imagem - vai nascer: vão me fazer nascer de um indivíduo antipático ou de um 'sujeito distinto'? se eu pudesse sair sobre o papel como sobre uma tela clássica, dotado de ar nobre, pensativo, inteligente, etc. Em suma, se eu pudesse ser 'pintado' (por Ticiano) ou 'desenhado' (por Clouet)! No entanto, como o que eu gostaria que fosse captado é uma textura moral fina, e não uma mímica, e como a fotografia é pouco sutil, salvo nos grandes retratistas, não sei como, do interior, agir sobre minha pele. (Barthes, 1984: 23).

No pequeno trecho do livro *A câmara clara*, o semiólogo francês revela que não quer ter imagem social associada a um "indivíduo antipático", mas sim, quer ser um "sujeito distinto", "dotado de ar nobre", de "textura moral fina", como atributos da personalidade, que possui, e que a fotografia poderia captar.

O desconforto de posar é grande, mas pior que isso é o desconforto mental de antecipar uma imagem distorcida, diferente da imagem corporal social, aquela imagem que queremos divulgar e imortalizar. Para Machado (1984), diante de uma câmara não há realidade que permaneça intacta, pois tudo se altera, se arranja e concorre para a ordem ideal do monumento (imagem). Barthes ainda atentou com o facto de o obturador provocar um ruído, mecânico, quando era acionado, na fotografia analógica. Era o momento "da verdade da foto, um momento de suspense, até tudo se aquietar" e o fotografado poder relaxar o corpo (Barthes, 1984: 30).

Há até quem, agraciado pela natureza, sempre consiga ser fotografado de forma interessante. É a chamada fotogenia, um elemento sem explicação plausível, pois há indivíduos que não têm muita simetria facial mas saem sempre bem nas fotografias. O mundo assistiu ao nascimento de uma nova profissão, de modelo fotográfico, em que pessoas treinadas são capazes de se movimentar e se deslocar nos espaços com tal eloquência, que "(...) em qualquer momento ou sob qualquer ângulo que a câmara os fixasse, eles dariam uma imagem sempre idealizada e helênica, mas nunca a postura elástica e desairosa de quem é surpreendido por um flagrante" (Machado, 1984: 52).

Mas nem todos foram contemplados com a fotogenia. Por este motivo, a pose é, além das questões culturais, uma estratégia psicológica para a produção da imagem corporal social ideal.

### **Considerações finais**

Destarte, a cultura da pose está atual, viva e dinâmica. Toda e qualquer imagem, onde o sujeito está a posar, os seus gestos, as suas roupas, os objetos que estão à sua volta, todos

estes elementos, juntos numa fotografia ou pintura, carregam uma mensagem associada à sua imagem corporal social. Não há como isolá-los.

Na comunicação política, há personagens que souberam, com o seu corpo e rosto, enviar mensagens claras nas suas atuações, como as imagens imortalizadas de Lenin, Stalin, Fidel Castro, Che Guevara, divulgadas oficialmente pelos seus partidos. Gisele Freund, no seu livro sobre a fotografia como documento social, reproduz as imagens de Hitler, num ensaio com o seu amigo fotógrafo Heinrich Hoffman, para estudar movimentos e melhores poses, a fim de usá-las de forma vantajosa durante os discursos (Freund, 1983: 115). A publicidade é a área da comunicação social que melhor utiliza os simbolismos da pose, mas o fotojornalismo também recorreu a tais artifícios ao longo do tempo. Um retrato de um personagem, em determinada notícia, valoriza-o. Numa entrevista, um sujeito em pose impõe respeito, credibilidade, coerência discursiva também pela imagem a ele associada. Basta analisar notícias sobre saúde com suas autoridades médicas nos seus consultórios, cercados de artefactos e equipamentos associados à medicina de ponta, ou notícias sobre cientistas em seus laboratórios.

A maior característica da pose é ela ser o resultado de uma decisão anterior ao ato do registo. Na pose, o sujeito é um ser ativo na sua representação, quem vai ser retratado posiciona-se, coloca o seu corpo numa figuração em que o seu gestual ou expressão está associado ao seu poder pessoal e dada figuração é produzida por sua vontade. Ele pode posar sem olhar para a objetiva, simulando não perceber a câmara. Até uma fotografia aparentemente depreciativa pode ser pose. Em 1951, ao comemorar 72 anos, o cientista Albert Einstein recebeu homenagens na Universidade de Princeton, e ao final, já indo embora, cansado, dentro de um veículo, escutou um pedido do fotógrafo Arthur Sasse, da *United Press International*: um último sorriso, para sair bem na foto. O cientista então franziu a testa, arregalou os olhos e colocou a língua para fora diante da câmara do fotojornalista. Era uma expressão de recusa ao jogo das representações, mas não deixou de ser a sua forma de representar. Deixou-se retratar e foi quando o seu rosto se tornou popular. Um ganhador do prémio Nobel de Física simbolizou algo do intangível: uma face que contradiz o que se imagina ser o rosto de um grande cientista. Foi com esta fotografia que Einstein se tornou um ícone da cultura *Pop* durante as décadas de 1950 e 1960. A imagem original foi leiloadada por mais de 70 mil dólares. As suas reproduções tornaram-se estampas de t-shirts e adesivos. A foto passou a ser reproduzida e usada pelo próprio Einstein, que dava aos amigos em momentos de celebração, como cartões de Natal<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> Fontes: Site Lomography, retirado em: <https://www.lomography.com/magazine/62427-influential-photographs-einsteins-tongue-1951-by-arthur-sasse>  
Site da Artshot Galeria, retirado em: <http://artshot.com/albert-einstein-mostrando-a-lingua-1951/> Site Universo Online, retirado em



Neste estudo é importante considerar esse ato voluntário do registo, pois é este elo sócio cultural, entre a pose e o poder que dela pode advir, que nos interessa, quando o sujeito é retratado. No novo catálogo de poses que surgiu, à medida em que a fotografia se foi democratizando, há imagens de pessoas a auto fotografar-se nuas, os *nudes*, há registos<sup>9</sup> de fotografias em que moradores de favelas do Brasil ostentam armas, ou ainda os registos de viajantes pelo mundo todo que arriscam a vida<sup>10</sup>, colocando-se em perigo, em que se deixa claro que a sua figuração e a sua imagem social estão associados. Ainda que seja um tipo duvidoso de poder, o que não deixa dúvida é que a pose tem sempre significados culturais intrínsecos, onde o sujeito se posiciona como imagem-monumento. Na *selfie*, a imagem monumento está sob o controle total do retratado, que domina cada etapa do processo, cuja pose é sobretudo uma mensagem clara de individuação. Além disso o retratado controla também a divulgação da imagem ou mesmo a existência desta, pois pode apagar a fotografia se esta não lhe agrada. Para Luiz Moreno Guimarães, pesquisador do Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo, no Brasil, a prática da *selfie* é adotada por famosos e anónimos e tornou-se mania pelas facilidades tecnológicas. Em depoimento à jornalista Heloísa Sturm, Guimarães não vê problemas até mesmo em quem posta *selfies* em excesso nas redes sociais. Ele afirma que o próprio mecanismo induz a um certo exibicionismo. É como se a sociedade de certa forma já estivesse esperando por isso: "Foi um encaixe perfeito, como são os encaixes narcísicos", afirma o pesquisador (Sturm, 2013).

### Referências Bibliográficas

- BAITELLO Jr., N. (2012): *O pensamento sentado. Sobre glúteos, cadeiras e imagens*, São Leopoldo, RS, Editora Unisinos.
- BAITELLO Jr., N. (2014): *A era da iconofagia: reflexões sobre imagem, comunicação, mídia e cultur*, São Paulo, Paulus.
- BARROCAS, A. (2014): *Sais de sangue - o corpo fotografado: teoria e prática da fotografia em Portugal* (Tese de Doutoramento), Lisboa, Universidade de Lisboa.
- BARTHES, R. (1984): *A câmara clara*, Rio de Janeiro, Nova Fronteira.
- BOURDIEU, P. (2003): *Un arte medio: ensayo sobre los usos sociales de la fotografia*, Barcelona, Gustavo Gili.
- FABRIS, A. (2004): *Identidades virtuais: uma leitura do retrato fotográfico*, Belo Horizonte, Editora UFMG.

---

[http://www2.uol.com.br/guiadolitoral/materias/conheca\\_a\\_historia\\_por\\_tras\\_da\\_iconica\\_foto\\_de\\_einstein\\_mostrando\\_a\\_lingua-4030-2017.shtml](http://www2.uol.com.br/guiadolitoral/materias/conheca_a_historia_por_tras_da_iconica_foto_de_einstein_mostrando_a_lingua-4030-2017.shtml)

<sup>9</sup> Fonte Jornal Extra, retirado em <http://extra.globo.com/casos-de-policia/policia-do-rio-investiga-bandivas-que-aparecem-em-fotos-ostentando-armas-21036305.html>

<sup>10</sup> Fonte BBC, retirado em <http://www.bbc.com/portuguese/geral-38021924>

- FAUSING, B. (2014): *Selfies shape the world: selfies, healthies, usies, felfies...*, University of Copenhagen.
- [http://www.academia.edu/6488189/Selfies\\_Shape\\_the\\_World.\\_Selfies\\_Healthies\\_Usies\\_Felfi\\_](http://www.academia.edu/6488189/Selfies_Shape_the_World._Selfies_Healthies_Usies_Felfi_)
- FLUSSER, V. (1998): *Ensaio sobre a fotografia: para uma filosofia da técnica*, Lisboa, Relógio d'água.
- FREUND, G. (1983): *La fotografía como documento social*, Barcelona, Grafos S.A.
- GIDDENS, A. (2008): *Sociologia*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.
- KAMPER, D. (2000): Corpo. In: Wulf, C. *Cosmo, corpo, cultura. Enciclopedia antropológica*, Milano, Ed. Mondadori.
- KOTCHEMIDOVA, C. (2005): Why we say "cheese": producing the smile in snapshot photography. *Critical studies and media comunicacion*. (22), 2-25.  
<http://sites.psu.edu/readingsyllabus/wp-content/uploads/sites/23846/2015/02/Kotchemidova-cheese.pdf>
- LIMA, A., Martins, M. e Oliveira, M. (2011): Do carte de visite ao snapshot digital: O retrato fotográfico e as representações de si, *Atas do VII Congresso SOPCOM*, Porto.
- MACHADO, A. (1984): *A ilusão especular*, São Paulo, Brasiliense/Funarte.
- MAUAD, A. M. (1996): Através da imagem: fotografia e história – interfaces, *Revista Tempo* (1), 73-98.
- MELOT, M. (2015): *Uma breve história da imagem*, V. N. Famalicão, Húmus e CECS – Universidade do Minho.
- MUAZE, M. (2006): *O Império do retrato: família, riqueza e representação social no Brasil oitocentista* (Tese de doutoramento), Niterói, UFF.
- SCHILDER, P. F. (1999): *The image and appearance of the human body. Studies in the constructive energies of the psyche*, London, Routledge.
- SILVA, L. (2012): Retrato Fotográfico Oitocentista: o corpo visto através do olhar iluminista, *Arte e Ensaios* (16), 100-109.
- STURM, H. (2013): *Do selfie ao unselfie: a prática do autorretrato nas redes sociais*.  
<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/noticia/2013/12/do-selfie-ao-unselfie-a-pratica-do-autorretrato-nas-redes-sociais-4364454.html>