

O ROUBO DA MONA LISA: UMA ANÁLISE DA IMAGEM NA ÉPOCA DE SUA REPRODUTIBILIDADE DIGITAL

Guilherme Susin Sirtoli

Universidade Federal de Pelotas, Brasil
guisusinsirtoli@gmail.com

Ítalo Franco Costa

Universidade Federal de Pelotas, Brasil
italofrancocosta@gmail.com

RESUMO

Este artigo tem por objetivo discutir o processo de espetacularização da sociedade contemporânea (Debord, 1997), relacionando-o ao crescente processo de banalização da imagem, desde o advento da fotografia e a transformação na relação obra de arte versus espectador. Como mote de reflexões acerca deste processo será utilizada a reação do público frente ao episódio do roubo da Mona Lisa (Leader, 2015), ocorrido no Museu do Louvre em Paris, em 1911, ao qual é atribuído o surgimento da popularidade da obra de Leonardo Da Vinci. A discussão integra as ações do projeto de pesquisa “DO PÍNCEL AO PÍXEL: sobre as (re)apresentações de sujeitos/mundo em imagens”, desenvolvido no âmbito do PhotoGraphein – Núcleo de Pesquisa em Fotografia e Educação (UFPEL/CNPq), que tem como objetivo refletir sobre a fotografia como um recurso de representação das pessoas e dos seus percursos (auto)biográficos, e, principalmente, de criação e acumulação de conhecimentos produzidos sobre os sujeitos/fotógrafos e seus imaginários.

Palavras-Chave: Fotografia. Sociedade do Espetáculo. Imagem. Reprodutibilidade.

ABSTRACT

This article has the objective to discuss the process of spectacularization of the contemporary society (Debord, 1997), relating them to the crescent process of trivializing the image, increasing since the advent of photography and the transformation in the relation of art versus the observer. To make a reflection on this process it will be used the reaction of the public on the episode of the robbery of Mona Lisa (Leader, 2015) occurred in the Museum of the Louvre in Paris in 1911, which is attributed the rise of popularity on the work of Leonardo Da Vinci. The discussion integrates the actions of the research project “DO PÍNCEL AO PÍXEL: on the (re) presentations of subjects / world in images”, developed in PhotoGraphein - Center for Research in Photography and Education (UFPEL / CNPq), which has an objective to reflect on photography as a resource for representing people and their (auto) biographical paths and for creation and accumulation of knowledge produced about the subjects / photographers and their imaginaries.

Key-Words: Photography. Society of the spectacle. Image. Reproducibility.

1. INTRODUÇÃO

Para conseguirmos entender o contexto social do roubo da Mona Lisa, em 1911 e suas consequências para a popularização da pintura devemos em um primeiro momento analisar a história da fotografia, pois tal recurso promoveu mudanças na percepção das obras de arte. Essa tecnologia, cujo desenvolvimento tem uma cronologia um tanto longa e construtiva, começou com os estudos de Abu-Ali Al Hassan, astrônomo e óptico árabe.

Em meados dos anos 1000, Al Hassan desenvolveu os primeiros conceitos do que viria a ser chamada “câmara escura”, estudando sobre a luz e sobre a incidência da mesma em lentes embrionárias de cristal (Cuevas Martín, 2008). Posteriormente ela foi explicada na prática por Leonardo da Vinci, durante o auge do período renascentista, quando alguns artistas recriaram a câmara escura para dar suporte à suas pinturas. É interessante imaginar que o desenvolvimento do processo fotográfico já era inevitável, devido a demanda de uma sociedade moderna que viria a se fomentar durante o final do *oitocento*.

A imagem que a câmara obscura produzia passou por diferentes tentativas para finalmente ser fixada num suporte, os estudos finais para esse advento duraram cerca de cinco anos e foram feitos por Niepse e Daguerre, paralelamente (Benjamin, 1994). O processo fotográfico analógico teve então seu período “áureo”.

A relação entre o espectador e a obra de arte permanecerem estáveis por um longo período da história da arte tradicional. Sem o intuito provocativo da arte contemporânea, a relação do observador era contemplativa e a obra tomava o aspecto de relíquia por causa de sua unicidade, é o que Walter Benjamin (1994, p.170) denomina de “*aura*”, que em suma “É uma figura singular, composta de elementos espaciais e temporais: a aparição única de uma coisa distante por mais perto que ela esteja”. Entretanto, essa relação foi perturbada quando a fotografia migrou para o campo digital.

Com sua popularização cada vez maior, a fotografia começou a se tornar prática social, a ponto de significar para seu usuário uma forma de se relacionar com o mundo, além de ser usada como forma de arte a partir da modernidade, com destaque aos Surrealistas. Foi na transição para este período que alguns artistas mais pessimistas declararam a “crise da pintura”, quando o uso da fotografia como prática contemplativa começou a ser utilizada pelas grandes massas.

O conceito criado por Walter Benjamin nos permite compreender a mudança na percepção da obra que, embora no contexto de sua escrita se refira à modernidade, também pode ser aplicado na era da reprodutibilidade digital, pois: “o que se atrofia na era da reprodutibilidade técnica da obra de arte é sua aura. Esse processo é sintomático, e sua significação vai muito além da esfera da arte” (Benjamin, 1994, p.168). Portanto, pode ser dito que esta significação corresponde à esfera social na qual está inserida, uma “sociedade do espetáculo” (Debord, 1997), onde as obras de arte, “Depois de terem desempenhado em toda a arte tradicional o papel de figurantes simbólicos e decorativos, (...) deixaram, no século XX, de se indexar pelos valores morais e psicológicos” (Baudrillard, 2008, p.162). Assim, elas se tornam apenas objetos de interesse do olhar (ou da lente fotográfica), sem uma conexão da obra com o indivíduo, pois não há tempo para contemplar a obra se o observador precisa registrar em sua câmera todas as que estão expostas no museu. Sendo assim, poderíamos assimilar este ato fotográfico como movido pelo intuito da caça e não a de um colecionador que daria verdadeiro valor pelo registro, uma vez que depois de tiradas as fotos vão para a gaveta. Esta transformação na relação entre observador versus obra ocorreu não “apenas pelo advento da fotografia, mas independentemente dela, através do apelo dirigido às massas pela obra de arte” (Benjamin, 1994, p.188), para o observador era necessário registrar essa “aura”. Dessa maneira “A imagem deixa de ser o antigo objeto óptico do olhar para converter-se em *imagerie* (produção de imagens)” (Fabris, 1998, p.1).

2. O ROUBO DA MONA LISA

Figura 1. Leonardo da Vinci, *Mona Lisa*, Óleo Sobre Madeira, 1503-1506, Museu do Louvre. Disponível em: <http://www.louvre.fr/en/mediamages/portrait-de-lisa-gherardini-epouse-de-francesco-del-giocondo-dite-monna-lisa-la-gioconda>



“Na manhã de 21 de Agosto de 1911, um homem franzino, de gabardine branca, esgueirou-se por uma das saídas laterais do Louvre e não tardou em sumir absorvido pela turbamulta na rua de Rivoli. Não caminhava com desenvoltura, sob a gabardine, segurava um painel de madeira que ele tinha visível empenho em proteger. Quando chegou de volta ao seu pequeno e pobremente mobiliado quarto na rue Hôpital Saint-Louis, introduziu cuidadosamente o painel num desvão, escondido das vistas por uma pilha de lenha para a lareira. Logo seria acomodado no fundo falso de um baú especialmente construído de acordo com as dimensões do painel. Ninguém se mostrou surpreso ou lhe endereçou um olhar interrogativo quando Vincenzo Peruggia se apresentou ao trabalho com duas horas de atraso. Como podiam eles saber, no fim das contas, que esse tranquilo e discreto pintor de paredes tinha acabado de roubar uma das mais famosas obras de arte de todos os tempos?” (Leader, 2005, p.1)

O roubo foi tão discreto a ponto da ausência de Mona Lisa ser detectada pelos órgãos superiores do Museu do Louvre cerca de vinte e quatro horas mais tarde, antes disso a maioria dos visitantes e funcionários acreditavam que a obra havia sido levada para um anexo a fim de ser fotografada. Deste ponto em diante o museu se transformou em uma base de operações da polícia francesa, foram feitas conferências de imprensa e logo o país não falava de outra coisa. A repercussão que o caso viria a tomar era desconhecida pelas entidades do Louvre, e o resultado da aventura desta obra renascentista de Leonardo Da Vinci viria a alcançar como uma das obras mais reproduzidas na história da pintura (Leader, 2005).

“Era impossível escapar à imagem da dama sequestrada. Ela estava nos cinejornais, nas caixas de chocolates, nos postais e cartazes. Sua fama de ícone foi subitamente transformada na celebridade de astros do cinema e cantores. Pequenas multi-

dões se aglomeravam no Louvre para olhar o espaço vazio onde o quadro tinha estado até há pouco pendurado. Muitos desses excitados espectadores, veio a saber-se, nunca tinham estado no Louvre, ou de fato, nunca tinham visto o quadro antes” (Leader, 2005, p.2).

Figura 2: Autor Desconhecido, Pessoas observando onde Mona Lisa ficava antes do roubo. Técnica desconhecida, data desconhecida.



Ao mesmo passo que a obra de Da Vinci sumiu, as pessoas começaram a se deslocar até o museu para notar a sua falta na parede (Figura 2). É interessante salientar que apesar de ser uma das obras favoritas de Napoleão Bonaparte, a Mona Lisa antes, não possuía tanta atenção quanto teve após o roubo. Tudo isso foi possível graças a uma demanda midiática que reproduziu a tela por toda Paris, e conseqüentemente, por toda a Europa, “A Imagem tinha logrado saturar a cultura em todos os seus meios de comunicação” (Leader, 2005, p.2). A necessidade de exibição para as massas deu-se graças às modernas técnicas de reprodutibilidade que estavam fomentando-se na época, a Mona Lisa deixou de ser vista apenas no museu e começou a ser exposta ao público em jornais, revistas, folhetins, cartazes, sendo valorizada muito mais por sua face exposta do que por um suposto valor estético ideal mantido oculto a olhares menos treinados. (Piratininga, 1994).

Porém, havia algo de mágico no sumiço da obra de arte que somava a seus aspectos áureos. Por que a súbita popularidade de uma obra que antes era desconhecida? “O Sucesso da pintura dá ao original um status peculiar, como a “coisa real”, o referente final de inúmeras cópias e versões assume o caráter de um objeto mítico, perdido (Leader, 2005). É como se a “aura” da obra de arte evocada pelo espaço vazio desse o ar de mistério necessário para trazer um grande público para o Louvre, mas no momento em que as pessoas chegavam até o museu a “aura” se dissolvia em cada fotografia, em cada merchandising ou ilustração de notícia reproduzida em larga escala, “Tudo o que era diretamente vivido se esvai na fumaça da representação” (Debord, 1997, p.13), a experiência visual diminuía.

“De acordo com o relato de um jornal francês, quando o Louvre reabriu: “[A grande afluência de visitantes] não olhou para os outros quadros. Eles ficaram contemplando demoradamente o espaço empoeirado onde a divina Mona Lisa estivera sorrindo até apenas uma semana antes. E tomavam febrilmente notas. A coisa era mais interessante para eles do que se a Gioconda estivesse ainda em seu lugar.” (LEADER, 2005, p.55)

Para elas não importava se a Gioconda¹ estava ali ou não, o que importava era ser presente naquele momento e consumir o evento, a prova incontestável de sua presença através da fotografia, isto pois: “A fase presente da ocupação total da vida social em busca da acumulação de resultados econômicos conduz a uma busca generalizada do ter e do parecer” (Debord, 1997, p.18). O mundo queria fazer parte do desenrolar dos fatos na história do roubo da Mona Lisa, refazer os passos do criminoso, imaginar como ele havia realizado o feito, queriam se tornar testemunhas do crime.

Como disse o jornal [*Le Figaro*], ao comentar sobre a multidão que convergiu para contemplar o espaço vazio: “Algumas pessoas gostam de obras de arte por si mesmas, outras pelo lugar que elas ocupam...” E esse lugar, pelo menos para *Le Figaro*, “era um enorme, horrendo, hiante vazio” (Leader, 2005, p.56).

“Antes de voltar para casa Mona Lisa viajou por toda Itália e, depois, após um conveniente período de readaptação ao Louvre, ela viu os Estados Unidos e o Japão, sempre com multidões compatíveis com sua recém-descoberta celebridade. Embora existam exemplos anteriores de grandes multidões convergindo para ver alguma obra de arte, é certamente a recuperada Mona Lisa que anuncia esse fenômeno moderno de milhares desfilando diante de uma pintura. E também, talvez o fenômeno

1. Sobre o apelido da obra de ‘Gioconda’: “A hipótese mais provável sobre a sua criação, sustentada atualmente por especialistas, é que Leonardo teria aceitado realizar o retrato da esposa de um rico comerciante da vila, Francesco del Giocondo. A modelo do quadro, Lisa di Noldo Gherardini se casou em 1495 com Francesco del Giocondo, com quem teve três filhos.” (Moraes, 2013) Por ter sido casada com Francesco del Giocondo, recebeu o apelido de ‘La Gioconda’.

distintamente moderno de efetuar sua contagem. As estatísticas contemporâneas estão repletas de números quantificando o amor à arte (Leader, 2005, p.142).

Podemos entender este evento como o anúncio (ou um bom exemplo) do que estava por vir em uma sociedade do espetáculo. Com a crescente popularização das câmeras fotográficas outros eventos semelhantes tomaram popularidade na mídia, seja em escala mundial ou regional, gerando mais espetáculos que desviam a atenção das pessoas, isto pois: "O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens" (Debord, 1997, p.14). Podemos usar como exemplos a proliferação da imagem do rosto do líder revolucionário cubano, Che Guevara que saiu do controle de seu fotógrafo (Lopes; Ziff, 2008) e agora está estampado em uma infinidade de coisas, ou até o caso que tomou repercussão no Brasil em 2002 da "Santa da Janela", um defeito de fabricação no vidro que gerou uma mancha no formato de nossa senhora. Com um apoio da mídia local este evento se assemelhou ao da Mona Lisa, uma procissão de curiosos e fiéis se deslocaram até a cidade de Ferraz de Vasconcelos para ver a imagem da santa, e doze anos após o evento fiéis ainda prestam homenagens à imagem na data de sua aparição (Carpani, Leite, Pires 2014, s/p).

3. A SOCIEDADE DO ESPETÁCULO, SUA CULTURA E SÍMBOLOS

Vivemos em uma civilização da imagem, marcada pela fotografia e a mídia que exercem papel importante na formação do espaço urbano (Moles, 2005). A sociedade contemporânea que transmite informações em milésimos para diversas partes do globo é a mesma que produz milhões de imagens por segundo. Essa produção que supera um nível fordista gera milhares de imagens que alimentam e são alimentadas pela sociedade espetacular, segundo as palavras de Guy Debord em sua obra *A Sociedade do Espetáculo*: "O mundo real se converte em simples imagens, estas simples imagens tornam-se seres reais e motivações eficientes típicas de um comportamento hipnótico" (1997, p 19).

Figura 3. Andy Warhol, *Colored Mona Lisa (detalhe da obra)*, serigrafia com tinta acrílica sobre tela. 1963. Blum Hellman Gallery, New York.



No auge dos anos 1960, onde a modernidade estava se difundindo com a pós-modernidade, o artista pertencente ao movimento da Pop Art, Andy Warhol, estava no auge de sua carreira. Inserido em uma sociedade espetacular e utilizando de seu trabalho artístico para problematizá-la com um tom irônico, Warhol acreditava que poderia tornar alguém famoso apenas reproduzindo a sua imagem em larga escala. Rejeitando totalmente o estereótipo do artista romântico, Warhol dizia que era meramente superficial e dessa forma conseguiu criar um elo entre sua persona e o espectador, o que explica por qual motivo o artista e suas obras se tornaram ícones (Danto, 2012, p.30). No caso da Mona Lisa, a obra já fazia parte do imaginário coletivo, pela sua fama alcançada graças a reprodução incansável de sua imagem no decorrer do episódio de 1911, e aproveitando-se dessa condição, Andy se apropriou da faceta da Gioconda e fez ali a sua própria releitura, seguindo as técnicas que posteriormente ajudariam na criação do ícone *Warholiano*. (Figura 3.).

É de suma importância contextualizar que a fotografia percorreu diferentes caminhos no trabalho deste artista. Uma das primeiras relações estabelecidas por Warhol ganhou visibilidade com as conhecidas 'apropriações imagéticas', através das quais ele reproduzia, com o auxílio da serigrafia mixada a tintas acrílicas, signos imagéticos conhecidos de ícones famosos, assim como Marilyn Monroe, Elvis Presley e Elizabeth Taylor, bem como objetos de consumo (latas de sopa Campbells e garrafas de Coca-Cola). Tais obras criticam os padrões comportamentais adotados pela sociedade estadunidense, seus modelos de beleza, seus ídolos, bens de consumo e modos de vida padronizados, e o promove a alienação perante as diferenças, bem como da diversidade e complexidade das sociedades humanas. Com sua produção artística, Warhol alerta para o modo mecânico e inconsciente de reprodução dos valores e comportamentos impostos pelo universo midiático, espetacular.

Figura 4: Andy Warhol: Brillo Box (Soap Pads), pintura com polímero sintético e serigrafia sobre caixa de madeira, 1964. MoMA - The Museum Of Modern Art - New York City. Imagem disponível em: <https://www.moma.org/collection/works/81384>



A fomentação do movimento pop na América do Norte, deu início a diversas questões, não somente no mundo da arte mas no cotidiano urbano. Uma das questões mais pertinentes foi sobre a mudança do status de obra de arte. Qual seria então a diferença entre a obra de arte e o objeto banal do cotidiano? Como poderíamos diferenciar o objeto artístico e aquele que estampam as prateleiras dos supermercados? O próprio Andy Warhol, utilizando-se de questões dadaístas do início do século XX, inspirou-se no mestre Marcel Duchamp e em seus ready-mades, transformando em sua obra os delicados rótulos de Campbells Soup que estavam presentes no cotidiano da população, em prateleiras de supermercados e dentro de suas casas, além de diversos outros objetos como as garrafas de Coca-Cola e as aclamadas Brillo Boxes (Figura 4).

“Warhol não foi o primeiro a levantar a questão da arte de forma radical. Ele redefiniu a formulação da questão. A nova pergunta não era, “O que é arte?”, mas “Qual a diferença entre duas coisas, exatamente iguais, uma das quais é arte e a outra não?”. Nesses termos, a pergunta se tornou uma questão quase religiosa. Jesus é simultaneamente humano e divino. Nós sabemos o que é ser humano - é sangrar e sofrer, como Jesus, ou os consumidores a que se dirigem os anúncios. Assim, qual a diferença entre um homem que é Deus e um homem que não é? Como determinar a diferença entre eles? Que Jesus era humano é a mensagem natural da circuncisão de Cristo. É o primeiro sinal de sangue real escorrendo. Que ele é Deus é a intenção da mensagem que o halo em volta de sua cabeça anuncia - um símbolo que é lido como uma inegável marca da divindade”. (Danto, 2012, p.45)

Figura 5: Vik Muniz. After Warhol: Double Mona Lisa (Peanut Butter and Jelly), fotografia. 1999. Museu de Arte Contemporânea de Lima - Peru. Disponível em: <https://www.google.com/culturalinstitute/beta/asset/after-warhol-double-mona-lisa-peanut-butter-and-jelly/pAHUuqJgbma6Mg>



A obra de arte ganhou visibilidade em um nível publicitário quando o *mass media* começou a tocar nas estruturas da sociedade da época. O contexto pós segunda guerra mundial em que a potência americana estava inserida foi propício para se iniciar um modo diferente de vida, muito mais capitalista e voltado para a realização consumista da população. A propagação do *American Way of Life* predominou e como uma praga, infestou milhões de lares americanos em questão de poucos anos. Dife-

rentemente do início do século XX, onde apenas um grupo selecionado de pessoas que faziam parte de uma elite intelectual poderia acessar as obras de arte, a partir de sua metade, muitas pessoas tinham acesso a estas imagens e a sua reprodução começou a ser feita em larga escala, chegando até a contemporaneidade. O signo imagético da Mona Lisa, sendo um dos trabalhos mais conhecidos de Leonardo da Vinci (Figura 1) continua reverberando na atualidade por meio de diversos artistas em partes distintas do mundo que se apropriam desse ícone e o re(transformam) em obras de arte. (Figura 5).

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em 1913 a polícia italiana encontrou a obra de Leonardo Da Vinci em posse de um ex funcionário do Museu do Louvre, chamado Vincenzo Peruggia. Após dois anos do crime, a polícia francesa fora humilhada por não conseguir solucionar um caso que estava diante de seus olhos. Os franceses, preocupados em encontrar um grande ladrão de obras primas chegaram até desconfiar de Picasso e outros artistas em voga da época, mas não de um funcionário que ajudou a colocar tantas obras como a Mona Lisa nas paredes do museu.

Podemos usar deste contexto moderno para refletirmos a atualidade. Se antes multidões convergiam para ver de perto pinturas famosas, quantas pessoas hoje convergem para artistas, sejam cantores ou atores, apenas para um vislumbre, uma fotografia, para poder dizer "eu estive aqui"? Quantas cantoras da música pop são estimadas pelo número de fãs em seu show, em sua página na internet ou em plataformas similares? O caso do roubo da Mona Lisa serve de um prenúncio da sociedade do espetáculo pautada na alienação pelo excesso de informação, grandes eventos envolvendo celebridades acabam por ofuscar as trivialidades do dia-a-dia, afastando os reais problemas e as relações sociais.

A produção obsessiva das imagens por si banaliza e causa distração, gera intenções ocultas, enevoando a nossa percepção daquilo que nos constitui como indivíduos. Após o incidente que gerou tamanho alarde na sociedade, a Mona Lisa acabou ganhando força autônoma como ícone e veio a ser reproduzida em milhares de outras plataformas. A cultura de massa constantemente ressignifica sua imagem bem como outros ícones midiáticos, superficializando cada vez mais a relação do indivíduo com a obra de arte pois quanto mais reduzimos a significação social da arte, maior fica a distância com o público. Podemos citar de exemplo a pintura, desfrutamos superficialmente do que é convencional e acabamos por não o criticar, dessa forma o desfrutamos muito menos. (Benjamin, 1997)

Entendemos que "a necessidade de confirmar a realidade e de realçar a experiência por meio de fotos é um consumismo estético em que todos, hoje, estão viciados, "É importante sublinhar, se quisermos pensar em estratégias de ensino em consonância com o momento atual, é que as mudanças técnicas implicam necessariamente mudanças de pensamento e de visualidade" (Fabris, 1998, p.3). As sociedades industriais transformam seus cidadãos em dependentes de imagens" (Sontag, 2004, p. 18). É importante problematizar as relações construídas entre indivíduo x obra de arte em uma "civilização da imagem" (Durand, 2000), pois nos coloca a refletir o valor que damos a certos ícones que imersos em uma sociedade espetacular acabam por não valer de nada além dos interesses daqueles que comandam a cultura de massa. Além do fato de incentivar uma relação mais empírica com a obra de arte e sua "aura" gerando uma experiência real com o meio, que em uma sociedade do espetáculo é deficiente.

Compreender e sistematizar conhecimentos sobre a produção artística e a relação da mesma com a fotografia é um dos objetivos do projeto de pesquisa "Do Pincel ao Pixel: Sobre as (re)apresentações de sujeito mundo em imagens". Acreditamos que assim, fomentamos uma cultura de cunho simbiótico entre a visão funcionalista e as visões estéticas e simbólicas dos elementos sociais que constituem os espaços sociais contemporâneos. Nesse processo consideramos fundamental o levantamento histórico sobre as questões analisadas, visto que serão elas que nos permitirão desvelar os meandros da linguagem fotográfica, seus produtos e repercussões sociais.

REFERENCIAL TEÓRICO

- Baudrillard, J. (2008). A SOCIEDADE DE CONSUMO, Lisboa: Edições
- Benjamin, W. (1994). MAGIA E TÉCNICA, ARTE E POLÍTICA – ENSAIOS SOBRE LITERATURA E HISTÓRIA DA CULTURA, São Paulo: Editora Brasiliense.
- Carpani, J; Leite, P. C.; Pires, D. (2014/1). Após 12 anos, fiéis ainda se reúnem diante da "santa da janela", em Ferraz.) G1. Disponível em <http://g1.globo.com/sp/mogi-das-cruzes-suzano/noticia/2014/07/apos-12-anos-feis-ainda-se-reunem-diante-da-santa-da-janela-em-ferraz.html>, acessado em 08/07/2017.
- Cuevas Martín, J. (2008). FOTOGRAFIA Y CONOCIMIENTO. LA FOTOGRAFÍA Y LA CIENCIA: DESDE LOS ORÍGENES HASTA 1927, Madrid: Editorial Complutense.
- Danto, A. C. (2012). ANDY WARHOL, São Paulo: Cosac Naify
- Darian, L. (2005). O ROUBO DA MONALISA: O QUE A ARTE NOS IMPEDE DE VER. São Paulo: SP Campus.
- Debord, G. (1997). A SOCIEDADE DO ESPETÁCULO, Rio de Janeiro: Contraponto.
- Durand, G. (2000). A IMAGINAÇÃO SIMBÓLICA, Lisboa: Edições 70.
- Fabris, A. (1998). Redefindo o conceito de Imagem. Revista Brasileira de História. vol. 18 (n. 35.) pp.217-224
- Lopes, L; Ziff, T. (2008). CHEVOLUTION. Documentário. Produção: Luiz Lopes, Trisha Ziff.
- Moles, A. (2005). O CARTAZ. São Paulo: Editora Perspectiva.

- Moraes, E. (2013). *Mona Lisa: sentidos múltiplos de um sorriso enigmático*. São Paulo: D.E.L.T.A. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/delta/v29nspe/v29nspea05.pdf>
- Piratininga, L. C. (1994). *PUBLICIDADE: ARTE OU ARTIFÍCIO?*, São Paulo: Editora T.A. Queiroz
- Sontag, S. (2004). *SOBRE FOTOGRAFIA*, São Paulo: Companhia das Letras.

CURRÍCULO

Guilherme Susin Sirtoli

Acadêmico do curso de Artes Visuais – Modalidade Licenciatura (CA/UFPe), pesquisador do PhotoGraphein – Núcleo de Pesquisa em Fotografia e Educação (UFPe/CNPq), bolsista PROBEC/UFPe do projeto de extensão “PhotoGraphein vai à Escola”.

Ítalo Franco Costa

Acadêmico do curso de Artes Visuais – Modalidade Licenciatura (CA/UFPe), pesquisador do PhotoGraphein – Núcleo de Pesquisa em Fotografia e Educação (UFPe/CNPq), bolsista PIBIC/UFPe do projeto de pesquisa “Do pincel ao píxel: sobre as (re)apresentações de sujeito mundo em imagens.”