

As Festas Populares de Lisboa e o Fotodiarismo do Periódico *Correio da Manhã*

Élmano Ricarte de Azevêdo SOUZA¹
 Ana Carmem do Nascimento SILVA²
 Itamar de Moais NOBRE³
 Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN, Brasil

1 Jornalista. Graduado em Comunicação Social – habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN, com graduação sanduíche na Universidade Católica Portuguesa em Lisboa, e mestrando na linha de Pesquisa de Produção de Sentido do Programa de Pós-graduação de Estudos da Mídia da UFRN. Integrante do Grupo de Estudos BOA-VENTURA - CCHLA/UFRN, em convênio com a Universidade de Coimbra-Portugal. E-mail: ricarteazevedo@gmail.com.

2 Jornalista. Mestrando na linha de pesquisa Estudos da Mídia e Produção de Sentido do Programa de Pós-graduação Estudos de Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Membro do Grupo de Pesquisa PRAGMA – Pragmática da Comunicação e da Mídia: teorias, linguagens, indústria cultural e cidadania. Integrante do Grupo de Estudos BOA-VENTURA - CCHLA/UFRN, em convênio com a Universidade de Coimbra-Portugal. E-mail: anacarmemjornalismo@hotmail.com.

3 Docente e pesquisador do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM), da Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN. Jornalista. Fotodiarista. Especialista em Antropologia. Mestre e Doutor em Ciências Sociais pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da UFRN. Pesquisador do Grupo de Pesquisa PRAGMA - Pragmática da Comunicação e da Mídia: teorias, linguagens, indústria cultural e cidadania. Integrante do Grupo de Estudos BOA-VENTURA - CCHLA/UFRN, em convênio com a Universidade de Coimbra-Portugal. Membro do Núcleo de Pesquisa: Fotografia, da INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Membro da REDE FOLKCOM – Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação. E-mail: itanobre@gmail.com.

Resumo

Investiga-se e analisa-se a representação e a produção de sentido sobre a cultura popular, em homenagem aos santos católicos do mês de junho: Santo Antônio, São João e São Pedro (celebrados, respectivamente, nos dias 13, 24 e 29) nas fotografias jornalísticas do periódico *Correio da Manhã* (Lisboa, Portugal), publicadas o mês de junho de 2012, com base na semiótica da comunicação e na teoria da Folkcomunicação. A partir dessas teorias pressupomos que tais imagens possuem conteúdo e significados representacionais das manifestações e identidades culturais populares das festas e dos santos católicos. A pesquisa, ainda em andamento, já aponta que há um olhar comum ao se retratar a cultura popular no veículo de comunicação. Um olhar cujas características são de um paradigma dominante que exclui conhecimentos ditos não eruditos.

Palavras-chave: fotografia jornalística; manifestações culturais; festas de junho; semiótica da comunicação; folkcomunicação.

1. Introdução

O estudo foi concentrado nas fotos produzidas e publicadas pelo jornal *Correio da Manhã*, com sede na cidade de Lisboa, Portugal, durante o período do mês de junho de 2012, em que são realizadas as manifestações culturais populares voltadas para as homenagens aos santos católicos Santo Antônio, São João e São Pedro (celebrados, respectivamente, nos dias 13, 24 e 29 de junho).

Santo Antônio é festejado no dia 13 de junho. Santo Antônio também é conhecido como Santo Antônio de Pádua ou Santo Antônio de Lisboa. Nasceu em Lisboa, no dia 15 de agosto de 1195, e morreu em Pádua, em 13 de junho de 1231. Foi monge da Ordem Franciscana e doutor da Igreja. É o santo patrono de Portugal e carrega o menino Jesus em seus braços. [...] São João Batista, o anunciador de Cristo – a comemoração de seu nascimento foi fixada em 24 de junho. Quando viu ao longe a fumaça da fogueira, Maria soube que sua prima Isabel dera à luz naquele dia um menino, chamado João, que não só preparou a vinda do Messias como o batizou, nas águas do rio Jordão. [...] São Pedro – é representado nos Evangelhos como o primeiro apóstolo. Nos momentos decisivos, em que a missão de Cristo envolve crise, é ele o porta-voz dos apóstolos. O santo é comemorado no dia 29, data da sua morte. É o guardião das portas do céu e o comandante das chuvas. Nasceu em Betsaida, Galiléia. Pescador de Carfanaum, tornou-se discípulo de Jesus, que o escolheu como líder do colégio apostólico

(LUCENA FILHO, 2012: 46; 47; 48).

Após a coleta de todas as edições do jornal mencionado no período relacionado, selecionaram-se reportagens jornalísticas que estejam claramente relacionadas ao objetivo-geral pretendido: investigar e analisar como é produzido o significado das representações sobre as manifestações culturais em homenagem aos santos católicos do mês de junho nas fotografias jornalísticas do periódico *Correio da Manhã* no mês de junho de 2012. A atenção direcionou-se para a representação de vários aspectos e elementos emblemáticos da cultura popular daquela cidade presentes nas fotografias jornalísticas.

Como aporte teórico e metodológico, a semiótica da comunicação auxiliou a investigação sob o ponto de vista de analisar o processo de produção do significado com a intenção de entender parte do sentido da imagem fotográfica jornalística. Ou seja, se de acordo com C. S. Peirce, o homem não tem acesso direto à realidade, sendo esta mediada pelo signo, o que chama de *representamen* (CP 1.480), logo, o significado de um determinado fenômeno é atingido em sua parcialidade pelo uso de um signo. Além disso, a sua percepção se dá por uma materialidade. Nesta pesquisa, para atingir o sentido da cultura popular, a fotografia jornalística é tomada como matéria, signo, representação de uma cultura local com suas características únicas e locais. Por tanto, ao se falar em representação na imagem do periódico, acredita-se que ela possa substituir aquela manifestação em sua ausência, ser seu signo, possibilitando a aproximação daquela manifestação popular local. Sendo assim, de acordo com Peirce, nem tudo a cerca daquele fenômeno pode entrar na sua representação, visto que é parcial. Eis a abstração. Isto é, a fotografia já em seu enquadramento toma parcialmente a realidade.

Quando entende-se esse primeiro ponto, avança-se a entender, em cada uma das fotografias jornalísticas selecionadas, o significado de sua representação na cultura popular, ou seja, que comunicação não está diretamente revelada ao leitor, com a leitura daquela imagem impressa. Nesse aspecto, a folkcomunicação auxilia a identificar como a mensagem está presente no cenário sociocultural local, passando a produzir sentido àquela imagem, revelando aspectos que podem estar ocultos no quadro fotográfico como o saber tradicional, a devoção, as simpatias e heranças de eras pagãs agregadas ao catolicismo durante os séculos.

Revelando-se assim há um diálogo entre a semiótica da comunicação e a folkcomunicação com o objetivo de entender o sentido dentro daquela fotografia jornalística. A medida que a primeira contribui para

compreender como acontece a representação e a segunda a buscar o significado daquele fenômeno da cultura popular fotografado.

Dessa maneira, na perspectiva deste trabalho, a fotografia jornalística, enquanto ofício, é encarada como mediação entre o mundo e o leitor do periódico, buscando trazer ao interpretante uma parcialidade desta cultura em honra aos santos católicos do mês de junho. Sendo assim, pode reportar manifestações culturais presentes em uma sociedade.

Propõe-se uma compreensão de como a cultura popular pode ser codificada pelos autores da fotografia jornalística. E, ao realizar-se uma leitura destas imagens, entende-se o homem como “um ser dotado da capacidade de organizar a sua cultura e a sua sociedade a partir da produção de conhecimento, por meio da linguagem e dos modos de vida” (NOBRE, 2011: 50). Isto é, a fotografia jornalística como um operador social que pode auxiliar a decifrar a cultura. Por sua vez a cultura é em si um ingrediente social importante para a organização de uma sociedade, porque é, de acordo com Flusser ([19__?]: p. 3), um “conjunto de fenômenos ligados entre si ‘simbolicamente’”, sendo, pois, um mapa simbólico como discute Nobre (2011), vindo a auxiliar na localização do homem no mundo, com a sua leitura. Ou seja, a fotografia no jornalismo, ao tratar sobre a cultura popular, pode trazer representações dos fenômenos de uma cultura local e ser um signo sobre aquela cultura. Eis a busca deste trabalho, ao investigar o fotojornalismo sobre a cultura popular.

2. AS FOTOGRAFIAS DO JORNAL *CORREIO DA MANHÃ*

Na área metropolitana da cidade de Lisboa, as principais festas são em homenagem a Santo Antônio e ocorrem nas áreas turísticas como na praça Restauradores, na região do cais, no pavilhão Atlântico e ainda nos municípios de Azambuja, Mafra, Amadora, Cascais, Lisboa, Loures, Odivelas, Oeiras, Sintra, Vila Franca de Xira, Alcochete, Almada, Barreiro, Moita, Montijo, Palmela, Seixal, Sesimbra e Setúbal. São em sua maioria, casamentos coletivos como os que ocorrem na Catedral da Sé na cidade, feiras populares como a de Festas das Sadinhas, apresentações ao ar livre em praças e logradouros públicos com artistas locais e convidados e as Marchas Populares, que reúnem os habitantes das freguesias para desfilar e se apresentarem com trajes estilizados ao som de marchas com temas de cultura local ou elementos naturais da região lisboeta como o fado, personalidades ou fauna e flora locais.

Apesar de Santo Antônio ser o santo mais homenageado, São João e São Pedro também têm

espaço no culto local. Entretanto, Santo Antônio por ter nascido em Lisboa, ter vivido parte de sua vida naquela cidade ganha maior destaque na devoção popular. Suas homenagens são demonstradas durante todo o mês, mas se concentram com maior intensidade na primeira quinzena de junho, tendo seu pico na véspera de seu dia e no dia em que lhe é dedicado, isto é, respectivamente, dias 12 e 13 de junho.

Ao serem retratadas estas festas e manifestações populares a partir do jornalismo impresso nas edições do *Correio da Manhã*, em termos quantitativos, no mês de junho de 2012, publicaram-se 28 inserções jornalísticas (que variam entre notas e reportagens) reportagens e duas chamadas sobre o tema em análise.

A título de ilustração para este artigo, foram selecionadas apenas cinco das fotografias, em que se aplicaram a metodologia e teoria escolhidas. Por sua vez, estas foram escolhidas por retratarem com maior força o tema escolhido para análise dentro da cultura popular local. O ponto alto das festas populares de junho em Lisboa dar-se na véspera do dia de Santo Antônio, homenageado em 13 de junho, quando acontece o “Casamentos de Santo Antônio”, organizado pela Câmara Municipal e realizado na Sé de Lisboa, localizada no bairro da Mouraria. Esta Igreja traz um simbolismo para os católicos daquela cidade, pois foi a Igreja em que o santo local foi batizado, recebeu a primeira comunhão, e onde ele realizou alguns milagres como, quando fazia parte do coral e, sentindo-se mal, em meio a uma canção, sustentou a sua mão na parede de pedra, deixando a sua forma lá e, em seguida, passando a aparecer ao lado do coral. Este episódio ficou conhecido como Milagre da Bilocação (estar em dois lugares ao mesmo tempo). É importante ressaltar ainda que “(...) Santo Antônio é muito acariciado pelos lisboetas. É considerado protetor das almas do purgatório, defensor dos animais, curandeiro, advogado dos objetos perdidos, além de assumir no imaginário popular um propiciador dos bons casamentos (...)” (LUCENA FILHO, 2012: 102). Sendo assim, o Santo nascido em Lisboa é o principal personagem desta festa que anima as ruas de Lisboa.

Na análise do jornal *Correio da Manhã*, apresentam-se no dia 13 de junho de 2012 as seguintes reportagens que preenchem as páginas 26 e 27 do caderno Especial: “Noivos juram amor eterno” e “Sardinha no pão por 1,5euros”. A primeira reportagem traz três fotografias jornalísticas sobre o “Casamentos de Santo Antônio”. Escolhemos a imagem 01 para representar esta reportagem, por trazer o maior número de noivos e representar melhor a cena do casamento naquela Igreja. Em plano conjunto, ocupando parte das duas páginas, a fotografia mostra 11 casais selecionados pela Câmara Municipal de Lisboa para se casarem neste dia, véspera de Santo Antônio, naquela Igreja. A fotografia significa,

com este enquadramento, a quantidade de casamentos realizados e da realização dos mesmos na Sé de Lisboa. Esta imagem pode representar um vasto número de casais que escolhem a data para se casarem justamente neste dia por acreditarem na intercessão do Santo Antônio para sua concretização. Além disso, a fotografia vem testificar esta tradição popular relacionada ao santo de Lisboa, como uma prova de seus milagres intermediados junto a Deus.

Imagem 01: “Um momento único com os 11 casais que deram o nó na Sé de Lisboa. No final, centenas de populares aguardavam” (CARVALHO, 2012: 27).



Fonte: Carvalho, 2012: 26.

O jornal *Correio da Manhã* dessa forma aproxima-se dos seus leitores ao trazer um evento popular e típico da cultura local. Ao olharmos essa representação, dentro das origens pagãs das celebrações em homenagem aos santos católicos do mês de junho (período relacionado ao solstício de verão no hemisfério norte), encontramos a celebração da fertilidade com um grande número de jovens casando-se, em que, logo, esperam-se os filhos para perpetuar a cultura e a tradição locais. Outro ponto, que não é enquadrado nesta imagem, é a saída dos casais em cortejo em carro aberto e centenas de pessoas os saldam como reis e rainhas como um elemento de alegria pela renovação daquela fertilidade vinda com a força do sol nos cultos pagãos e ao mesmo tempo católico com a devoção ao santo conterrâneo popular por unir casais em Portugal.

No dia 13 de junho de 2012, o jornal *Correio da Manhã* publicou a imagem 02 que traz um dos signos mais típicos das festas em Lisboa, as sardinhas.

Imagem 02: “Sardinha assada atrai centenas ao bairro de Alfama” (NOGUEIRA, 2012: 27).



Fonte: Nogueira, 2012: 27.

As sardinhas fazem parte da culinária da festa do mês de junho em todo Portugal. São representantes da fartura que a atividade da pesca teve naquele ano e, ao mesmo tempo, são a alegria de uma festa, pois enche a mesa, sendo servida acompanhada de pimentões, pão e bebida a gosto. Lucena Filho (2012: 107) relata que

a sardinha é sempre presente em qualquer festa popular, citadina ou na província, dos Santos Populares ou nas romarias, à mesa ou à mão sobre uma boa fatia de pão com gordura a pingar. [...] A sardinha assada é popularmente denominada a rainha da festa, e consumida nas noites dos Santos Populares. Faz parte da ementa dos estabelecimentos gastronômicos e nos hotéis são oferecidas aos turistas acompanhadas de caldo verde, broa e um bom tinto.

Ao se direcionar o olhar para a imagem 02, pode-se observar que estes elementos estão presentes no enquadramento em plano conjunto, uma mesa farta em primeiro plano, com convidados e amigos ou familiares, em um momento de descontração, em uma rua lisboeta transformada em um grande banquete, em segundo plano, em pleno verão (a ver pelos trajés utilizados) e se nota uma grande movimentação em torno do local.

Na imagem 03, em cores, vê-se a representação maior de toda a festa de Lisboa, as Marchas Populares.

Imagem 03: “De regresso à competição, a marcha mostrou barcos, figurinos verdes e vermelhos, e evocou o mito de Ulisses e a fundação de Lisboa” (CARVALHO, 2012: 27).



Fonte: Carvalho, 2012: 27.

As Marchas Populares são elementos da cultura de Lisboa que remontam uma antiga tradição de lavar os rostos nas bicas dos logradouros públicos durante a madrugada das noites de verão, em que os participantes saíam pelas ruas para despertar para o novo dia a mais de folia, após uma longa noite de festa. Atualmente, elas são realizadas por comunidades organizadas de cada um dos bairros e freguesias populares de Lisboa, um trabalho em conjunto que revela união. Nas noites de 12 e 13 de junho, em alegorias, os participantes descem a Avenida da Liberdade (antigo limite da cidade entre mouros e cristãos) até a praça dos Restauradores (ABEL, 2006). Na visão de Lucena Filho (2012: 61), as Marchas Populares,

(...) que constituem o ponto alto dos festejos, são um evento aglutinador de centenas de pessoas, forças vivas da cidade constituídas pelas coletividades, marchantes, ensaiadores, coreógrafos, figurinistas, músicos e as estrelas anônimas dos bairros que, na sua dedicação e empenho permitem a continuidade deste acontecimento cultural popular. Trata-se enfim, de um conjunto de pessoas unidas pelo seu amor ao bairro onde vivem e o que cada Marcha representa.

É importante lembrar que as Marchas de Lisboa não são apenas um grupo de dança formado por moradores de bairros populares, mas que podem, sob a óptica da Folkcomunicação ser veículos de comunicação social alternativa, uma vez que cada uma das marchas traz temas escolhidos por e sobre sua comunidade.

Sendo assim, representam uma forma de comunicação popular. No caso da imagem 03, o mito popular de que a cidade teria sido fundada pelo lendário Ulisses é o tema da Marcha da freguesia da Ajuda (um bairro popular da capital portuguesa).

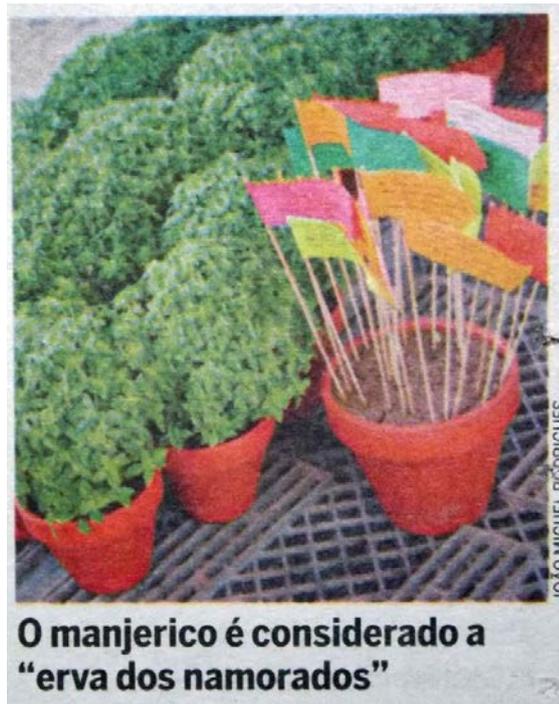
A imagem 03 enquadrada em plano conjunto em que aparece, no primeiro plano, em plano americano, uma participante daquela marcha e, em segundo, os demais componentes. A escolha de um ângulo normal para tomada do retrato aproxima em pé de igualdade o interpretante e a representação visual, dando um aspecto de que o observador estar a desfilar pela marcha. A perspectiva da imagem traz a dimensão da festa local e o tamanho da marcha que desce a Avenida da Liberdade. Logo, a imagem simboliza o valor dado esta tradição nascida no âmbito popular, nas ruas da cidade do fado em uma forma única de se manifestar e dar sentido a vida de seus habitantes.

Na imagem 04, há uma representação de manjericões, um dos elementos que compõe a época de junho na cidade de Lisboa.

Do grego, “basilikón”. Planta verde, herbácea, da família das labiadas, muito aromática e introvertida. Segundo a lenda, não resiste a que se meta o nariz na sua vida. Chega, nesses casos, a morrer com a vergonha devassa da sua intimidade olorosa. Ainda assim, derrete-se quando lhe passam as mãos pelas suas pequenas folhas. A associação do manjericão aos festejos são-joaninos terá porventura raízes nalguma tradição milenar, no âmbito dos rituais de fertilidade associados à comemoração do solstício de Verão. (SILVA; COSTA, 1997: 93-94)

A imagem 04 do fotógrafo João Miguel Rodrigues evoca esse sentido oculto dentro da cultura popular portuguesa. Durante a festa, a cidade de Lisboa cheira a esta erva, pois a planta é espalhada nas esplanadas dos restaurantes, nas janelas das casas e nas bancas de vendas por vários pontos da cidade.

Imagem 04: o manjericão é o aroma da festa popular de Lisboa em homenagem a Santo António.

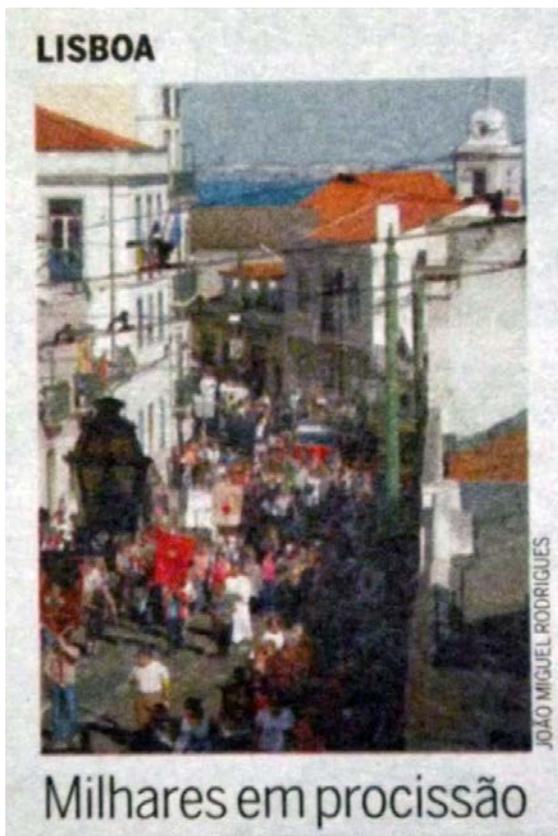


Fonte: Carvalho, 2012: 27.

Na imagem 04, a representação deste elemento produz sentido uma vez que o manjericão é também dado entre o que participam da festa. Há sempre alguém que compra esta erva e a presenteia para outrem de seu feitio como uma forma demonstrar uma tradição apontada por Silva e Costa (1997). Cada tipo de manjericão tem assim uma intenção comunicativa, pois há um relacionado ao amor e amizade.

Na imagem 05, o jornal *Correio da Manhã* traz um evento no âmbito apenas religioso, trata-se da procissão realizada em homenagem a Santo Antônio pelas ruas do bairro de Alfama, momento único em que a imagem daquele santo sai de sua paróquia e segue em cortejo com seus fiéis sobre um andor.

Imagem 05: procissão de Santo Antônio pelas ruas do bairro lisboeta de Alfama.



Fonte: Milhares, 2012: 25.

Nessa ocasião, de acordo com Cascudo (2000: 537), “é momento das ‘promessas’ estranhas, vindas do uso português, e muitas de longa antiguidade, da penitência etc”. Cascudo (2000) relata várias formas que os devotos fazem promessas para seus pedidos serem atendidos ou ainda como forma de expor, comunicar, aos outros devotos que o santo da procissão intercedeu por seu pedido junto a Deus. Entre estas ações estão:

Pode constar da obrigação de praticar ou não determinados atos, abster-se de usar certas cores, servir-se de alimentos indicados, conservar cabelo e barba no caso de homem, cortar o cabelo no caso de mulher, vestir exclusivamente uma cor, andar descalço, cumprindo infinito número de deveres penitenciais oferecidos no momento de aflição. (CASCUDO, 2000: 538)

Geralmente, os homens são os que se habilitam para carregar o andor por exigir força braçal. É uma forma que a maior parte dos homens tem de mostrar o “pagamento” de uma promessa com o santo como descreve Cascudo (1985).

1. CONCLUSÃO

Constata-se que, apesar de reportar sobre essas manifestações e representações da cultura popular, a fotografia jornalística do periódico escolhido para análise resgata parcialmente o sentido daquela cultura popular. Sendo assim, a partir da discussão trazida com a metodologia e a teoria abordadas sobre a fotografia jornalística, a investigação buscou desvendar o que não ficou dito pelo retrato impresso no jornal. Isto é, a cultura popular foi tratada em uma superficialidade, com um aparente propósito de venda de edições daquele jornal, não entrando no tema cultura popular com o intuito de trazer as manifestações e representações em sua essência, entendendo sua forma de ver o mundo, trazendo ao leitor os sentidos e os significados mais apurados. As informações que as duas metodologias e teorias aplicadas trouxeram foram importantes para atingir outras camadas daquelas imagens como o saber e a herança tradicionais locais trazidas em cada representação visual.

Há uma representação da cultura popular no jornal *Correio da Manhã*, entretanto trata-se de um ponto de vista hegemônico, ou seja, trazendo aquele tema como um conhecimento menor, não-válido, exótico, de uma aparente sociedade distante, quando na verdade, é parte da mesma sociedade cujo jornal está inserido. Observa-se que da cultura popular é construída uma imagem a qual não põe aquela tradição como um conhecimento válido, quando não discute o significado daquelas representações dentro da cultura popular, mas sob os aspectos do espetáculo, do evento dentro do contexto turístico e econômico.

REFERÊNCIAS

- Abel, M. (2006). *As Marchas Populares: Pesquisa sobre as Origens*. Lisboa: Sete Caminhos.
- Beltrão, L. (1980). *Folkcomunicação: comunicação dos marginalizados*. São Paulo: Cortez.
- Carvalho, D. (2012). Noivos juram amor eterno. *Correio da Manhã*, Lisboa, 13 jun. 2012. Caderno Especial, p. 26-27.
- Cascudo, L. C. (2000). *Dicionário do folclore brasileiro*. 9 ed. São Paulo: Global.
- _____, L. C. (1985). *Superstição no Brasil*. Belo Horizonte: Ed. Itatiaia; São Paulo: Ed. da Universidade de São Paulo.
- Flusser, V. ([19__?]). *Como ler sintomas*. Berlim. Manuscrito não publicado, Arquivo Vilém Flusser.
- Lucena Filho, S. A. (2012). *Festa junina em Portugal: marcas culturais no contexto de folkmarketing*. João Pessoa: Editora da UFPB.
- Leite, M. M. (2001). *Retratos de Família: Leitura da Fotografia Histórica*. 3ªed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.
- Nogueira, J. (2012). Sardinha no pão por 1,5 euros. *Correio da Manhã*, Lisboa, 13 jun. 2012. Caderno Especial, p. 27.
- Marques de Melo, J. (2008). *Mídia e cultura popular: história, taxonomia e metodologia da Folkcomunicação*. São Paulo: Paulus.
- MILHARES em procissão. (2012). *Correio da Manhã*, Lisboa, 14 jun. 2012. Caderno Sociedade, p. 25.
- Nobre, I. M. (2011). *Revelando os modos de vida da Ponta do Tubarão: a fotocartografia sociocultural como proposta metodológica*. Natal: EDUFRN.
- Peirce, C. S. (1931-1958). *Collected Papers*. Vol. I-VIII. Cambridge: Harvard University Press.
- Pierce, C. S. (1997) *Semiótica*. São Paulo: Perspectiva.
- Santos, B. S. (2009). *Una Epistemología del Sur*. La reinención del conocimiento y la emancipación social. México: Siglo XXI Editores, CLACSO.
- Silva, A. B. R.; Costa, V. (1997). *Os Santos Populares do Solstício de Verão na Cultura Popular Portuguesa*. Fafe: Escola Superior de Educação, Lisboa.
- Sousa, J. P. (2004). *Fotojornalismo: introdução à história, às técnicas e a linguagem da fotografia na imprensa*. Florianópolis: Letras Contemporâneas.