

Pour citer cet article: Paulino, Fernando Faria (2011). L'utilisation de l'hypermédia dans le discours anthropologique. *Inter Media. Littérature, cinéma et intermédialité*. Paris: L'Harmattan. pp. 139-149.

L'utilisation de l'hypermédia dans le discours anthropologique

Fernando Faria Paulino¹

Résumé:

Les fondements sur lesquels reposent les pratiques et les discours anthropologiques ont été largement critiqués et débattus, ouvrant le champ à une construction des représentations anthropologiques plus dynamique, expérimentale et réflexive. Dans ce contexte d'une science interdisciplinaire plus élargie, l'image, auparavant amoindrie par l'Académie, gagne un nouveau statut, proposant de nouvelles voies pour les sciences sociales.

L'hypermédia peut être intégré dans cette dynamique et il semble être un instrument très puissant pour le travail ethnographique et, en simultané, pour l'élaboration de documents à des fins analytiques, descriptives et éducatives. Ce format mène à une anthropologie de nature multimédiatique et multi-sensorielle (Pink, 2001, 2006), explorant des formes qui contempnent la spécificité de l'expérience ethnographique.

Cette communication se base sur la production de l'hypermédia « Culture visuelle et tourisme dans la région viticole du Haut-Douro »² (Fernando Faria Paulino, 2008, DVD-Rom), dans le cadre du travail de terrain mené dans la région du Douro.

Mots-clés: anthropologie visuelle, anthropologie de la communication visuelle, approche réflexive, hypermédia.

Le travail de l'anthropologue est un travail d'observation, de participation, de relation, un travail de perception de soi et de l'autre, ayant comme objectif la transformation en langage de tout ce processus. À ses débuts, la discipline était fondée sur le langage écrit, une tradition scientifique où la pratique et le discours anthropologique se réalisaient essentiellement par l'intermédiaire de ce système expressif. Toutefois, dans une voie parallèle, l'image accompagne l'histoire de l'anthropologie. Les images, d'abord le dessin et ensuite la photographie et le film, ont été graduellement incorporées au travail de terrain des anthropologues avec des objectifs exploratoires, servant la méthodologie et les techniques de recherche.

L'utilisation intensive de la photographie dans l'Anthropologie commence avec Malinowski, pendant son travail de terrain mené dans les Îles Trobriand entre 1914 et 1918. D'après Emmanuel Garrigues, ce fait coïncide avec le surgissement de la pratique anthropologique de travail de terrain intensif, dont

¹ ISMAI – Instituto Superior da Maia, Portugal, fpaulino@docentes.ismai.pt

² « Cultura Visual e Turismo no Alto Douro Vinhateiro ».

la paternité est attribuée à Malinowski, et la naissance de l'Anthropologie moderne et contemporaine (Garrigues, 1991:30). Garrigues affirme à ce propos que « ce n'est pas la photographie qui a influé directement sur la qualité scientifique de l'ethnographie, mais plutôt la pratique de terrain ». Aussi selon Garrigues « ce qui est surprenant chez ceux qui ont pratiqué sur le terrain est le fait qu'ils aient presque tous utilisé la photographie » (Garrigues, 1991:30).

La fréquence avec laquelle Malinowski parle de la photographie dans son « Journal d'ethnographe » est remarquable. La finalité de ses photographies a englobé les aspects les plus divers de son quotidien d'anthropologue. Elles lui ont permis de mémoriser et de décrire les situations, les enregistrements ou les observations qu'il faisait au jour le jour. Mais aussi, elles lui ont servi de prétexte pour des rencontres avec ses informateurs, des échanges et des négociations.

L'usage de la photographie dans le travail de Malinowski est lié à son éventuelle intégration dans le terrain. La principale tâche du début du travail d'un anthropologue visuel sur le terrain. Dans l'Anthropologie, selon Collier, « c'est dans la phase initiale de la recherche de terrain que la photographie est utilisée avec enthousiasme » (1973:12).

Margaret Mead, dans l'une de ses premières tentatives d'exploration des potentialités des images dans le travail de terrain, a utilisé la photographie au cours d'une recherche menée à Bali, *Balinese Character: a Photographic Analysis* (1942). La façon dont elle a utilisé la photographie (et le film) soit comme notes du terrain, soit en tant qu'éléments théoriques, a apporté une forte contribution à l'apparition de l'Anthropologie Visuelle comme méthode de recherche. Margaret Mead a aussi contribué de manière décisive à l'usage des technologies, de la photo et du cinéma, en tant qu'outils de recherche, ayant proposé systématiquement l'usage des images dans les processus méthodologiques de recherche en Anthropologie et en Sciences Sociales, en général.

Les anthropologues des années 20 et 30 du 20^e siècle se débattaient avec le problème de rendre leurs observations les plus objectives possible. Ce fut ainsi que Margaret Mead reçut la photographie et le film comme des progrès réels, rendant l'information réunie non seulement plus « objective », mais aussi plus complète. Une photographie permettait d'enregistrer des détails plus précis que ceux qu'un anthropologue pouvait recueillir. Cependant, Mead considérait que l'opération de la caméra pouvait avoir des répercussions sur l'activité enregistrée. D'où le fait que non seulement Margaret Mead, mais aussi Gregory Bateson aient essayé à plusieurs reprises de définir ce qu'ils dénommaient d'« effet de l'observateur ». Mead était consciente que la caméra n'était pas tout à fait « objective », essayant de réduire l'effet qu'elle exerçait, en tant qu'observatrice, sur les phénomènes qu'elle observait à travers la caméra. À maintes reprises, Mead et Bateson ont utilisé la caméra comme appareil photo.

Ainsi, ils disposaient de la flexibilité nécessaire pour prendre des centaines de photographies séquentielles et spontanées sans avoir à changer de pellicule.

Dans l'un des ouvrages plus récents de Mead (1979), nous avons trouvé deux questions essentielles défendues par elle-même concernant l'Anthropologie Visuelle en tant que discipline. D'une part, l'importance de la discipline au service des anthropologues, d'autre part, les questions liées à l'« objectivité » des enregistrements. Mead défendait que, ainsi que les méthodes de datation par le carbone 14 se sont rendues indispensables aux archéologues, les magnétophones sont devenus obligatoires pour le travail des musicologues et des linguistes, aussi l'usage de la photographie, du film et de la vidéo devrait être incontournable pendant les activités réalisées par les anthropologues (Mead, 1979:13). La critique touchait les anthropologues plus conservateurs qui confinaient la pratique de l'Anthropologie au carnet de notes, aux enquêtes et aux questionnaires, en tant qu'outils de travail. Mead mettait en cause la disparition rapide des civilisations, des pratiques et des rituels, sans qu'il y ait un enregistrement audiovisuel (1979:14). La pratique de l'Anthropologie Visuelle au service d'une anthropologie d'urgence.

L'une des grandes préoccupations de Mead concernait la question de l'« objectivité » des images produites, dans le sens de la minimisation de l'effet de la présence de la caméra. D'après Mead « tous les enregistrements et tous les films ont un caractère sélectif et subjectif. Si l'on fixe le magnétophone ou la caméra sur une seule cible, on peut recueillir un ensemble d'informations sans l'intervention du réalisateur ou de l'ethnologue et sans que les personnes filmées aient le sentiment d'être observées » (Mead, 1979:19). D'après Mead, la caméra fixée sur un certain lieu, sans aucune manipulation de la part de l'opérateur, permettrait l'enregistrement « de ce qui s'est réellement passé » (Mead, 1979:20).

La question de l'« objectivité » des images produites était un souci permanent pour les anthropologues en quête de la dénommée autorité scientifique. C'est ainsi que nous assistons à un discours scientifique utilisé dans l'Anthropologie, recourant à la troisième personne, qui est à l'origine, non de l'objectivité recherchée, mais plutôt de la distorsion du discours. Aussi, au nom de la rigueur et de l'objectivité scientifiques, les anthropologues ont essayé de se détacher de tous les traits de leur propre culture pour étudier la culture des *Autres*, donnant origine à des rapports « sujet-objet », au lieu des rapports anthropologiques « sujet-sujet » recherchés. La réflexivité dans le travail anthropologique suppose que les anthropologues puissent se révéler et révéler leur méthodologie comme outils générateurs de connaissance. Le vieux paradigme positiviste cédera la place à la réflexivité. L'Anthropologie n'aura de sens que si elle est entendue comme une relation d'observation. Jay Ruby (1980) suggère un manque de discours réflexif dans l'Anthropologie, d'où résulte un conflit permanent entre la démarche des anthropologues et leur philosophie, ayant même affirmé que la seule manière de lutter contre un tel problème passe

par le développement de l'Anthropologie Visuelle en tant que discipline réflexive (Ruby, 1980).

L'usage des images dans le travail de l'anthropologue surgit comme une voie parallèle entre les images elles-mêmes et la pratique de terrain. Nous réfléchissons sur les images, nous reformulons des questions et des problématiques et nous retournons sur le terrain. Ces possibilités nous sont présentées par les images. Il s'agit d'un long processus de construction, de savoirs transportés à l'intérieur du travail de recherche. La recherche se construit au fur et à mesure que le travail de terrain avance, dans le rapport entre le chercheur et les sujets représentés (photographie et film) et dans la réflexion sur les documents et les enregistrements produits par l'anthropologue et par les acteurs, dans un processus en continu. Un rapport avec l'Autre.

Des centaines de photographies sont prises au cours d'un travail de terrain. Des photos de personnes, de lieux, d'objets. Insérées dans le journal de terrain avec tous les autres documents produits pendant le travail de terrain, elles représentent également la base de la recherche et, surtout, le résultat d'une relation avec les informateurs, avec les sujets participant à la recherche, avec le terrain. L'appareil photo, la caméra ou la caméra vidéo sont des outils de rapport avec l'Autre. Des outils qui donnent lieu à la construction d'un discours subjectif, à la construction d'une réalité en partant du réel.

Pour la production et la représentation de la connaissance en anthropologie par l'usage des images, une approche réflexive devient ainsi nécessaire. Cette approche réflexive des images en anthropologie signifie d'abord, parmi d'autres aspects, que les chercheurs doivent être conscients des théories qui guident leur pratique de production d'images et des théories qui guident les approches des sujets / acteurs sociaux à ces images mêmes.

Donc, la réflexivité, dans la phase ethnographique, allant au-delà du simple recueil de données, suppose, dans un premier temps, le développement d'une conscience de la façon dont les ethnographes remplissent leur rôle en tant que producteurs d'images dans des contextes culturels particuliers, de la façon dont ils produisent une image donnée et pourquoi ils choisissent ces sujets spécifiques. Deuxièmement, elle suppose également une considération de la manière dont ces choix sont en relation soit avec les attentes académiques, soit avec les cultures visuelles locales (sujets informateurs / acteurs). Enfin, elle suppose aussi une prise de conscience des théories de représentation qui guident ces images.

Dans le passage de l'image à la production de connaissance, nous devons impérativement aborder les usages « classiques » des images en tant que méthodologie de recherche: les images comme méthode de recueil d'informations; l'utilisation des images dans des interviews ou entretiens avec les informateurs / acteurs sociaux; le concept d'image « partagée »; les images en tant que processus d'exposition des résultats de la recherche.

1. L'usage des images dans le recueil d'informations est déterminant, tant au niveau du milieu physique, de l'espace, comme au niveau des objets, des actions ou des événements auxquels participent les sujets / acteurs sociaux. Toutefois, ces images devront être traitées comme des représentations de certains aspects de la culture et pas comme des registres objectifs de la totalité d'une culture ou en tant que symboles avec des significations complètes et exactes;
2. En ce qui concerne le rôle des images dans la conduite d'interviews et d'entretiens. Les images ne sont pas un simple registre visuel de la réalité, mais des représentations interprétées pour ce qui est des différentes compréhensions de la réalité. Quand un informateur / acteur social regarde les images produites par l'anthropologue, son interprétation sur la manière dont la réalité est perçue par l'anthropologue commence immédiatement. Dans une interview ou un entretien, où les images sont présentes, l'anthropologue et l'informateur / acteur social auront la possibilité de discuter leurs différentes interprétations sur les images, dans un processus de confrontation entre deux points de vue, deux expériences distinctes sur une réalité. Il s'agit d'un processus de négociation continu.
3. Le concept d'image « partagée » combine les intentions de l'anthropologue avec celles des informateurs ou des acteurs sociaux, représentant le résultat de leurs négociations. Dans la plupart des cas, les sujets informent très rapidement l'ethnographe sur le type d'images qu'ils aimeraient voir, compte tenu de leurs usages individuels et culturels concernant la pratique de production d'images (photo / vidéo). «Que veulent-ils que je filme / photographie?», «Comment veulent-ils que je les filme / photographie?».
4. Enfin, les images en tant que processus d'exposition des résultats de la recherche. Le pouvoir descriptif des images, polysémiques dans leur essence, nous rend compte aussi de leur pouvoir de synthèse. Les images et les sons surgissent comme un moyen capable de synthétiser en lui-même plus que ce qui est possible transmettre par le mot écrit. Ils deviennent donc un outil épistémologique, permettant de synthétiser les aspects d'une réalité culturelle et sociale, acquis par des interviews, par l'observation participante, et construits par une rencontre permanente entre l'anthropologue et les sujets.

Les images semblent, donc, révéler des processus de la relation existante entre chercheur et acteurs sociaux, permettant parfois de montrer ce qui est si difficile à écrire. Les images résultent d'un processus élargi et dynamique en permanente évolution et elles y donnent lieu. Elles sont donc le résultat d'un long processus de production de connaissance – savoirs transportés à l'intérieur du processus –, contraint par notre ensemble de présupposés théoriques et méthodologiques, et de la confrontation avec une réalité. Comme l'écriture, les

images révèlent elles aussi beaucoup sur leur auteur. D'après Emmanuel Garrigues, « c'est cette dimension autobiographique qui permet de lancer des pistes de recherche en épistémologie des sciences humaines, [...] et particulièrement en ethnographie » (1991:30).

À l'intérieur des images sont toujours transportés de nouveaux savoirs, de nouveaux processus socioculturels. Un système complexe sur le plan de la sémiotique, une toile à fils de tension, polarisés par différentes générations, genres, caractéristiques sociales bien marquées, différents vécus, le rural et l'urbain, le local et le global. Ainsi, les images, en englobant cette infinité de savoirs parallèles en provenance du contexte de production et cette complexité de dimensions qui se croisent au moment de la lecture, à un niveau épistémologique, devront être envisagées comme produit d'une relation, en tant que résultat d'une construction, un regard réflexif. Les images, en proposant une manière partagée de visualisation, donnent lieu à une grande densité significative, assumant le statut d'un tout (signifiant) réflexif.

L'anthropologue doit donc assumer une image comme résultat d'un processus de construction entre lui et les acteurs sociaux et doit prendre conscience des différentes lectures des images selon les différents contextes de lecture. Observer ne signifie pas voir, mais cela conduit à une grande quantité d'informations, dans un processus qui est lui-même une relation. Le paradigme réflexif sur lequel s'appuient les anthropologues privilégie la tendance participative ; ils s'y révèlent, ainsi que la rencontre ethnographique qui a eu lieu.

Plus qu'une méthode de recueil de données, comme le rapporte Sarah Pink, l'ethnographie est un processus de création et de représentation de connaissance fondé sur les expériences personnelles de l'ethnographe. La production de témoignages objectifs et vrais sur la réalité n'appartient pas à l'ethnographe, mais il devra viser la révélation de ses expériences de la réalité, qui devront être aussi fidèles que possible au contexte, aux négociations et aux rapports intersubjectifs par l'intermédiaire desquels la connaissance a été produite. Ce fait suppose des méthodes participatives, réflexives et collaboratives (Pink, 2001: 18).

La pratique de la réflexivité dans le travail anthropologique suppose que les anthropologues eux-mêmes puissent se révéler et révéler leur méthodologie comme outils aussi générateurs de données, en concevant la production de la communication comme un tout cohérent: producteur – procédé - produit.

Actuellement, l'usage et l'exploration des potentialités de l'image dans la production de connaissance en anthropologie, dans la pratique et dans le discours anthropologique, bénéficient d'une grande acceptation, existant toutefois des divergences au niveau des approches qui sont à la base de l'Anthropologie Visuelle. Jay Ruby, dans un article publié en 2005, trace la feuille de route de la discipline au long des derniers 25 ans, en assumant d'immédiat que l'Anthropologie Visuelle est un champ n'ayant développé

aucune définition considérée unificatrice (Ruby, 2005). Jay Ruby analyse trois positions: l'anthropologie visuelle essentiellement focalisée sur la production du film ethnographique; l'anthropologie visuelle concentrée sur l'étude de médias iconiques, tels que la télévision et le cinéma; et, enfin, l'anthropologie de la communication visuelle. D'après Ruby, la position la plus ambitieuse. Une position qui implique l'étude anthropologique de toutes les formes visuelles et picturales d'une culture, ainsi que la production de produits visuels (audiovisuels) intentionnellement anthropologiques (2005: 159). C'est ainsi que l'anthropologie visuelle surgit comme une activité interdisciplinaire explorant les rapports entre la culture et les médias, entre l'anthropologie et le cinéma, entre l'anthropologie et les technologies de représentation, entre l'anthropologie et la communication, entre l'anthropologie et la sémiotique.

Comme indiqué, l'anthropologie et les technologies de la représentation ont parcouru, dans une perspective historique, un chemin parallèle. Ce rapport est d'ailleurs présenté par quelques auteurs comme une histoire parallèle³. C'est avec l'arrivée des *nouveaux médias* que l'anthropologie visuelle atteint la phase de développement actuelle. Les technologies numériques, en permettant l'intégration de différents systèmes expressifs traditionnels – l'écriture, l'image et le son –, sont à l'origine d'un nouveau système expressif, *l'audio-scripto-visuel*. L'hypermédia, en permettant l'intégration d'informations représentées par des textes, des images fixes, des images en mouvement et par le son, en explorant la non-linéarité, présente de nouveaux défis au sein de l'anthropologie et, en particulier, pour l'anthropologie visuelle. Contrairement au texte linéaire, l'hypermédia, grâce à ses caractéristiques de multilinéarité et de stratification de l'information (organisation en blocs), permet le développement de l'interprétation et de la réflexivité d'une manière non réussie par le texte. Ce fait advient de la possibilité de la création d'hyperliens dans le texte final avec l'ensemble de données réunies et produites tout au long du procédé de recherche (documents de terrain produits, interviews réalisées, reportages et articles réunis, parmi d'autres). Ce qui est en cause est le fait que l'expérience de terrain (englobant les photos, les vidéos, les journaux de terrain, les notes de terrain, les dessins, les schémas...) représente matière importante dans le plan de la production de connaissance en anthropologie et, en règle générale, ne fait pas partie du texte publié (livre, article, rapport, thèse).

L'audio-scripto-visuel, en présupposant l'intégration de sons, du texte écrit et des images, entraîne des innovations et des relations de plus en plus complexes. Si, auparavant, on parlait d'accumulations de systèmes expressifs, à présent, on devra noter que l'objectif est l'intégration de ces mêmes systèmes dans un support. L'hypermédia est un système expressif qui ne fournit pas

³ L'histoire parallèle de l'anthropologie et de la photographie (Christopher Pinney, 1992 et Sylvain Maresca, 1996); l'histoire parallèle de l'anthropologie et du cinéma (Marc Piau, 1992 et 2000); l'histoire parallèle de l'anthropologie et des technologies numériques (Henri Jenkins, 2003 et Bruce Mason et Bella Dicks, 2003).

seulement un grand volume d'informations et une interaction plus complexe (le texte écrit, l'image avec ses variantes statique et dynamique, le mot oral et autres sonorités), mais il se constitue comme un tout d'interrelations. Il se transforme en un système expressif, englobant tous les sous-systèmes expressifs. Chaque sous-système se dilue en d'autres, formant une unité. Le résultat n'est pas une accumulation de systèmes signifiants, mais plutôt une nouvelle unité globale.

L'hypermédia, en tant qu'unité globale, suppose un fonctionnement cohérent du système, avec une parfaite intégration / interconnexion des trois sous-systèmes. L'*audio-scripto-visuel* n'est pas une composition triple, mais une unité globale et cohérente, un tout signifiant. En présentant une structure en maille, avec un assemblage qui met en interrelation l'antérieur et l'ultérieur, où chaque bloc maintient une certaine autonomie significative, l'hypermédia permet au lecteur d'établir de nouvelles interrelations entre l'écriture alphanumérique, les images et les sons. Le lecteur n'est pas uniquement celui qui obtient et interprète l'information selon ses expériences, sa culture. Le lecteur est également présent au sein de la propre production communicative. Il fait un parcours dans la direction désirée, superficiellement ou en profondeur, séquentiellement ou non-séquentiellement, en bref, une lecture ouverte et à des choix multiples.

C'est ainsi que l'hypermédia se présente comme un instrument de très grande ampleur pour l'activité ethnographique et, en simultanée, pour la construction de documents avec des objectifs analytiques, descriptifs et pédagogiques. Ce format donne lieu à une anthropologie à caractère multimédiatique et multi-sensoriel (Pink, 2001, 2006), renforçant l'exploration de voies expérimentales qui prennent en compte la spécificité de l'expérience ethnographique, localisée et multi-sensorielle, ainsi que la diversité du matériel analytique issu du parcours ethnographique.

Sarah Pink (2006) propose un renouvellement de l'anthropologie visuelle, un contexte d'interdisciplinarité croissante, où différents champs scientifiques tendent à s'approprier de l'image et des technologies visuelles. L'image cesse d'être le centre paradigmatique du discours de l'anthropologie visuelle. D'où le besoin de construire une anthropologie visuelle, plus attentive au caractère multi-sensoriel de la culture et du terrain. Dans ce contexte, l'hypermédia se présente comme un outil fondamental, fusionnant les capacités de différents médias et codes communicatifs, en fortifiant cette dimension multi-sensorielle et multimédiatique du terrain en étude. D'où l'apparition de notions d'intégration et de complémentarité de textes, sonorités, images produites et images recueillies, en accentuant davantage le rôle actif de l'utilisateur / lecteur pendant le survol le long du produit. En situant l'expérience ethnographique avec un caractère multi-sensoriel, Sarah Pink suggère que l'« expérience visuelle, la connaissance et les images acquièrent intérêt anthropologique en raison des

liaisons avec d'autres expériences sensorielles, connaissances et représentations⁴ » (Pink, 2006: 41).

L'hypermédia « Culture visuelle et tourisme dans la région viticole du Haut-Douro »⁵ est le reflexe du travail de terrain réalisé – dans son sens le plus ample, dans le cadre de l'anthropologie de la communication visuelle – et représente aussi une partie du processus de recherche développé. Dans ce sens-là, on a voulu explorer comme méthodologie une approche anthropologique de la communication visuelle. Massimo Canevacci (2001) soutient deux niveaux de cette approche. Premièrement, « l'emploi direct, de la part du chercheur, des techniques audiovisuelles pour documenter et / ou interpréter la réalité » (2001: 9), selon les méthodes de l'anthropologie. Deuxièmement, l'analyse culturelle des produits de communication visuelle, cherchant des valeurs, styles et innovations de codes véhiculés par eux (2001: 10). Ainsi, les produits de communication visuelle – affiches, brochures, films, photographies, publicité... – « sont un bon *terrain* pour faire de la recherche empirique, ainsi que théorique » (Canevacci, 2001: 10).

Par conséquent, la méthodologie de recherche du projet a été située à la confluence de trois axes de développement actuel des Sciences Sociales, en général, et de l'Anthropologie, en particulier. En premier lieu, dans l'usage des technologies numériques (les nouveaux médias) au niveau de la recherche qualitative; en second lieu, dans les méthodes de l'anthropologie visuelle (visuelles et sonores) et hypermédia, dans l'ethnographie (méthode ethnographique) et dans l'anthropologie; en troisième lieu, dans les conséquences découlant de l'introduction de nouveaux paradigmes et de nouvelles technologies de la représentation.

L'hypermédia « Culture visuelle et tourisme dans la région viticole du Haut-Douro » représente, donc, une systématisation de données recueillies pendant trois ans, une systématisation de communications présentées au cours de différents séminaires de recherche et congrès, et une intégration de textes, images produites et images recueillies.

Quand j'ai commencé la conceptualisation de l'hypermédia, j'ai ressenti le besoin d'accorder aux textes, aux images et aux sons leur propre valeur. Je ne voulais pas utiliser les images et les sons comme simple illustration du texte. Il me fallait essayer l'exploration d'une complémentarité entre texte, image et son, en augmentant dans certains cas la polysémie de certains éléments. Cela m'intéressait aussi que l'utilisateur / lecteur puisse avoir un rôle actif et intervenant dans la construction de plusieurs lectures, dans l'interprétation des interactions établies entre les différents éléments présents dans le produit, permettant ainsi une exploration, un certain degré d'immersion, avec pour conséquence une production de sens.

⁴ Cette idée avait été explorée auparavant dans son ouvrage « Doing Visual Ethnography », 2001.

⁵ « Cultura Visual e Turismo no Alto Douro Vinhateiro ».

Ainsi, cet essai hypermédiatique est composé par environ 60 pages de texte, environ 400 images (y compris photographies, dessins, peintures et documents scannés), environ 40 clips vidéo et environ 20 extraits audio (oralité et autres sonorités). Il faut aussi souligner que cet hypermédia ne représente pas un point d'arrivée du processus de recherche. Il représente également « le » processus de recherche en soi – le caractère réflexif –, ouvrant de nouvelles pistes de recherche, de nouveaux points de départ et, éventuellement, l'une des grandes potentialités au niveau de l'usage de l'hypermédia dans la construction du discours en anthropologie, ou même, dans les sciences sociales en général.

BIBLIOGRAPHIE

- CANEVACCI, Massimo (2001), *Antropologia da Comunicação Visual*, Rio de Janeiro: DP&A Editora.
- COLLIER JR., John (1973), *Antropologia Visual: a fotografia como método de pesquisa*, São Paulo: EPU.
- GARRIGUES, Emmanuel (1991), «Introduction: Le Savoir Ethnographique de la Photographie», *L'Ethnographie*, année CXXXIII, volume LXXXVII, 1: 11-54.
- MARESCA, Sylvain, (1996), *La Photographie, un miroir des sciences sociales*, Paris: L'Harmattan.
- MEAD, Margaret (1979), «L'Anthropologie Visuelle dans une Discipline Verbale», *Cahiers de l'Homme, pour une anthropologie visuelle: 13-20*.
- PAULINO, Fernando Faria (2007), «Dos documentos de terreno ao hipermédia» in *Antropologia Visual e Hipermédia*, Porto: Ed. Afrontamento.
- PIAULT, Marc (1992), «Eléments pour une banque de données en anthropologie visuelle», *Journal des Anthropologues*, 47, 48, 191-200.
- PIAULT, Marc (2000), *Anthropologie et Cinéma*, Paris : Nathan.
- PINK, Sarah (2001), *Doing Visual Ethnography*. London: Sage Publications.
- PINK, Sarah (2006), *The Future of Visual Anthropology*, engaging the senses, London: Routledge.
- PINNEY, Chistopher (1992), «The Parallel Histories of Anthropology and Photography» in *Anthropology and Photography*, Yale University Press and Royal Anthropological Institute, 74-95.
- RIBEIRO, José da Silva (2004), *Antropologia Visual. Da minúcia do olhar ao olhar distanciado*, Porto: Edições Afrontamento.
- RIBEIRO, José da Silva e BAIRON, Sérgio (org. et coord.) (2007), *Antropologia Visual e Hipermédia*, Porto: Edições Afrontamento.
- RUBY, Jay (1980), «Exposing yourself: Reflexivity, anthropology and film» *Semiotica*, 30 – 1/2: 153-179.
- RUBY, Jay (2005), «The last 20 years of visual anthropology», *Visual Studies*, vol. 20, 2: 159-170.

SULLIVAN, Gerald (1999), *Margaret Mead, Gregory Bateson, and Highland Bali. Fieldwork photographs of Bayund Gedé, 1936-1939*, Chicago: University of Chicago Press.

TOMASELLI, Keyan, G. (1996), *Appropriating Images: the semiotics of visual representation*, University of Manchester: GCVA.