

A REPRODUTIBILIDADE TECNOLÓGICA DA IMAGEM¹

Fábio La Rocca²

Resumo: A imagem é uma das características sensíveis da “climatologia” contemporânea, forma típica de visualização do mundo e do conhecimento ontológico através do olhar. Atualmente, os nossos olhos são confrontados com a crescente presença de novas tecnologias e a transfiguração da imagem pela passagem do analógico para o digital. Isto afeta fortemente a cultura, a comunicação, o imaginário coletivo e a vida quotidiana, com um forte impacto sobre a maneira de pensar e representar visualmente o mundo social. Nossa intenção é colocar em perspectiva a evolução e o papel da imagem digital e a influência dos diversos dispositivos tecnológicos. Uma interrogação ao mesmo tempo epistemológica, culturológica e metodológica através de uma mudança de paradigma que se insere em uma dinâmica de pensamento visual para mostrar a força, a relevância e a implicação do olho, do olhar e da percepção no desvelamento do mundo social.

Palavras-chave: sociologia visual; tecnologia; sensível.

Abstract: The image is one of the sensible characteristics of the contemporary “climatology”, a typical form of visualizing the world and organizing knowledge ontologically by sight. Today, our eyes are confronted with the massive presence of new technologies and the transfiguration of the image and its reception by the transition from analogical to digital that effect culture, communication collective imaginary and daily life. Evidentially, this is bound to have a highly significant impact on the way we think and represent visually the social world. Our aim is to illustrate the evolution and the role of the digital image and the influence of the

¹ Traduzido do francês por Carlos Eduardo Souza Aguiar.

² Doutor em Sociologia pela Université Paris Descartes – Sorbonne. Mestre de conferências na l'Université Paul Valéry Montpellier 3. Pesquisador do IRSA-CRI. Responsável pelo GRIS (Grupo de Pesquisas sobre a imagem na Sociologia). E-mail: fabio.larocca@univ-montp3.fr.

different technological devices. A question that is at the same time epistemological, culturelogical and methodological through a change of the paradigm in a dynamic of the visual thinking to show the force, the pregnancy and the implication of the eye, the look and the perception in the revealing of the social world.

Key words: visual sociology; technology; sensible.

Introdução

Nossos olhos são estimulados na ação de captação do mundo social que nos rodeia para formar um olhar capaz de compreender e registrar o real em suas múltiplas facetas. Conhecer e compreender indicam, portanto, a direção tomada por esse tipo de ação sociológica na qual a imagem é inserida como um componente que nos ajuda nesta estratégia de ação. Em seu trajeto histórico, a imagem foi aumentando, assim, seu papel e importância no processo metodológico, epistemológico e culturoológico que contamina nossa sociedade. Atravessando as épocas com as mutações e alterações no olhar, na cultura e na ciência, a imagem instala-se no campo social como um dos principais componentes de compreensão do mundo. Por este fato, podemos ver uma crescente importância da imagem e, portanto, do campo da sociologia visual que baseia sua essência na relação entre a abordagem teórica e a metodologia do conhecimento. Este percurso, naturalmente, não levou a um reconhecimento científico de fato no campo sociológico, apesar de estarmos cada vez mais inseridos em uma "civilização da imagem" (LA ROCCA, 2007a), em uma sociedade que vê aumentar e proliferar a produção da imagem e, especialmente, os dispositivos e as condições de oportunidades de múltiplos canais de distribuição e transmissão. Um paradoxo que faz parte da atitude que podemos designar, seguindo as ideias de Jean-Paul Terrenoire (1985 e 2006), de *habitus* científicos que descartaram a imagem como dado e ferramenta.

O olhar sensível

Inscrevendo-se no registro de uma atualidade própria do 'sentir' contemporâneo, o valor sociológico do olhar, que Simmel (1981) pioneiramente destacou com sua proposição de "golpe do olhar" e, portanto, de um órgão expressivo estimulando o conhecimento, se enriquece da presença e da proliferação da imagem, da sua centralidade que nos mergulha numa atmosfera de transição onde podemos constatar a instauração de um pensamento do ver e uma acentuação do sensível. Do ponto de vista metodológico e também fenomenológico, a imagem é considerada como raiz de uma sensibilidade que caracteriza o domínio da sociologia visual e do imaginário, visando uma compreensão em profundidade das dimensões sociais do mundo através das extensões técnicas dos aparelhos de foto e vídeo. Um *sensus magis cognoscitivus*, terminologia que é emprestada de Thomas de Aquino, ativa-se nas dimensões visuais do mundo e na manifestação da necessidade de conhecimento e compreensão. Saber ver o que é, o mundo tal como ele se apresenta aos nossos olhos, é uma dessas necessidades a partir da qual a imagem nos acompanha e nos dirige instaurando uma necessidade de atenção e de reflexão sobre as dinâmicas climatológicas do nosso presente (LA ROCCA, 2007a). Uma sociologia dos sentidos, poderíamos dizer, em que a imagem vai sondar as condições de possibilidade do conhecimento, afirmando-se também como um instrumento de captação e de restituição do teatro da vida quotidiana.

As ciências sociais nos ofertam uma ampla gama de métodos e instrumentos que nos ajudam a capturar os elementos clarificadores de um real cada vez mais complexo. Naturalmente, a abordagem sociológica, além das restrições e dogmas que limitam o pensamento em esquematismos cegos, deve ser capaz de sentir a atmosfera ambiente, encontrar as melhores maneiras de capturar o social. Nesta estratégia de "possibilidade do conhecimento", o pensamento visual é baseado no valor das imagens e na

consideração da inevitabilidade do ver, um olhar "clarificador" que permite a descrição do mundo. Assim, o tempo das imagens e a saliência do imaginário, são os sinais de relevância sociológica, desempenhando um papel central no relato do mundo, tanto do ponto de vista da experiência prática da vida quotidiana, como do ponto de vista científico do conhecimento do mundo social. Além disso, com base nesta abordagem de apresentação das coisas para construir um pensamento que seja em congruência com o seu tempo, instala-se a necessidade de saber olhar o que é vivido aqui e agora para desenvolver formas de conhecimento e métodos capazes de fornecer-nos as chaves de leitura da atmosfera atual. Naturalmente, quando falamos sobre a visão do mundo operada por e através de nossos olhos, e a extensão técnica dos dispositivos (foto e vídeo), é preciso considerar que a captação visual representa um ponto de vista distinto, e as imagens serão uma reinstituição de uma realidade seletiva. Poderíamos dizer que gravamos pedaços de nosso real, na estratégia de fornecer uma leitura do momento, do *hic et nunc*. Além disso, recordemos que Walter Benjamin (2003) tinha claramente demonstrado como a fotografia tem um valor mágico dado por este *hic et nunc*, ou seja, o momento capturado, a imortalização do momento. É preciso, assim – no contexto de uma captura do espírito do tempo e, portanto, de uma mudança de paradigma do pensamento e seus instrumentos de investigação – focar-se sobre a maneira através da qual nosso olhar muda com o advento das novas tecnologias. Mantendo-se no espírito de Benjamin e suas ideias teóricas, é preciso mostrar que as transformações sociais e mudanças na percepção operam-se na temporalidade histórico-social e ver como muda o uso de dispositivos para penetrar, de forma mais intensiva, no coração do real (BENJAMIN, 2003). Se a cada época corresponde uma particular visão, percepção e imagem, podemos constatar que hoje a centralidade da experiência visual e a visualização do mundo estão contaminadas pelo efeito tecnológico que traz uma transformação da apropriação das imagens pelo observador social.

Reprodutibilidade tecnológica

Os avanços tecnológicos, então, trouxeram toda uma série de alterações que devem ser considerados no plano cognitivo, bem como estritamente técnico. Todos já viram a transformação trivial de nossa forma de trabalhar com imagens e também a influência na produção de imagens do mundo graças à proliferação exponencial das câmeras digitais, tornadas agora como verdadeiras próteses corpóreas, cuja presença massiva na vida cotidiana é bem perceptível. Neste sentido, podemos questionar-nos sobre a atual transfiguração da imagem e o seu envolvimento nas formas de conhecimento. Acentuando o status atual da imagem, é evidente a influência da imagem 'tecnológica' na nossa visão do mundo. Além disso, com a reprodutibilidade tecnológica da imagem, a sociologia visual confronta as alterações que interessam o cenário social contemporâneo e afetam a tecnologia da visão, como os indivíduos estão usando imagens e a comunicação visual em suas vidas cotidianas e, também, a 'perversidade' das imagens que rodeiam-nos, mostram-nos e restituem-nos o mundo social. No contexto desta mudança de paradigma, que influencia tanto o pensamento quanto a cultura, precisamos tomar a extensão da transformação da nossa visão e a produção de imagens geradas pela transição do analógico para o digital, permitindo novos cenários para a sociologia visual (FACCIOLI e LOSACCO, 2010).

Em uma inversão de perspectivas, estamos na fase em que a galáxia de Gutenberg dá lugar à galáxia digital: por esta mudança, temos de pensar a produção e circulação de imagens como condição para o desenvolvimento tecnológico que aumenta e favorece nossas formas de relações e nossas maneiras para "visualizar" o cotidiano. Isto também traz uma nova alfabetização visual para atualizar nossa visão com base nas mudanças culturais e tecnológicas. Esta situação "climatológica" é, portanto, um sinal

do espírito do tempo de uma dimensão considerável para a maneira de trabalhar com imagens e em consequência, implica um aumento de solicitação "háptica" que afeta o modo de nossa percepção ótica.

Somos confrontados a um mundo muito mais acostumado às imagens e às tecnologias. Contemplar e conhecer constitui a questão que nos leva a considerar a tecnologia a serviço da imagem como uma fonte para enriquecer e expandir o pensamento em uma expansão dos territórios visuais vividos no *hic et nunc* da vida quotidiana. Novas tecnologias de produção e recepção, como a expansão dos meios de comunicação, impelem-nos a usar como um campo de pesquisa o conjunto dos produtos da comunicação visual e perguntar-nos sobre a produção de imagens fotográficas e fílmicos através de dispositivos digitais (celulares de nova geração, câmeras digitais) e a interpenetração do espaço físico e a Web (redes sociais, compartilhamento). Telas planas presentes no espaço público e privado, leitores de DVD portáteis, telefones portáteis multifunções de nova geração, incluindo a família de iPhones e iPads da Apple, são os objetos totêmicos da *persona* tecnológica. Toda uma gama de dispositivos relacionados com o indivíduo nômade é colocada à nossa disposição para capturar cada momento, cada conduta da vida quotidiana. Por este fato, como nos sugere Claudio Marra (2006), a fotografia, através da sua digitalização, parece amplificar estas características e capacidades emocionais. Poderíamos considerar que esta extensão dos dispositivos de visão digital é apenas uma resposta às necessidades do indivíduo pós-moderno. Ocorreria aqui a passagem de uma modernidade industrializada para uma pós-modernidade eletrônica em que as tecnologias afetam as formas de nossas relações, nossas maneiras de visualizar o quotidiano no real físico, como nos meandros da experiência da circumnavegação eletrônica que Stéphane Hugon (2010) mostra-nos os efeitos. A tecnologia seria o motor de um genuíno re-encantamento do mundo pela imagem. Podemos, neste caso, enfatizar o ato fotográfico no quotidiano e ver como os dispositivos de visão tecnológicos permitem um outro tipo de linguagem

icônica e forma de comunicação. O exemplo de trocas contínuas de fotografias ou vídeos através do telefone celular pode ser considerado como um sintoma trivial desta prática quotidiana de intercâmbio emocional, de partilha de situações. Ou até mesmo pode-se pensar sobre o efeito da visualização de si através do *selfie*, que deve ser entendido como uma manifestação da presença social que nos restitui as facetas do ser a cada momento do quotidiano e está pronto a visualizar-se para narrar sua existência.

Trata-se de um panorama de transformação de uma “geografia situacional” (MEYROWITZ, 1985) com uma considerável influência sobre a questão social da imagem que nos faz conscientes da importância do nosso tempo no qual o visual e o processo de visualização são variáveis significativas da nossa cultura. Faz-nos conscientes da importância dos dispositivos tecnológicos e seu papel para criar imagens e, conseqüentemente, dos efeitos sobre a nossa maneira de ver.

Visualizações digitais

Os dispositivos digitais de visão, comparáveis em sua natureza, conforme mostra Giorgio Agamben (2007), além das suas capacidades de capturar, orientar e moldar os gestos e os comportamentos dos indivíduos, também têm uma capacidade, uma função estratégica no campo da pesquisa visual. Na verdade, inúmeras pesquisas podem ser realizadas usando um simples telefone móvel, que se torna, em certa medida, um novo instrumento que é adicionado à caixa de ferramentas do investigador. Além disso, a banalização do ato vídeo-fotográfico pela proliferação tecnológica, também é um elemento importante para analisar a vida quotidiana e o que indivíduos fazem com as imagens, portanto, a produção de uma cultura visual cada vez mais digital. No dia a dia, observa-se que a cada momento os vários dispositivos digitais estão prontos para capturar e gravar o que se

“passa” diante dos nossos olhos. Esta necessidade e desejo de realizar este ato são um sintoma da crescente visualização do mundo, a regra do tudo-visível. Há um efeito deste “retorno-imagem” referido por Jean Baudrillard³ que tinha lançado a hipótese de uma 'pornografia' de imagens. Esta 'pornografia', em nossa opinião, não deve ser entendida como uma forma de violência simbólica, mas sim como um processo de erotismo social, orgiástico, passional, que permanece em uma estética do “estar-junto”, de troca e partilha pelas várias redes sociais como Facebook, Youtube, Picasa, etc.

Fotografar ou filmar a vida em toda sua banalidade e frivolidade quotidianas é um processo regular de um novo ser-no-mundo digital no qual os diversos dispositivos tecnológicos de captação nômade acompanham-nos, de sorte que a imagem estruturará nossa própria mobilidade, nossos cursos, nosso nomadismo. Isso nos informa sobre os efeitos de uma digitalização que transforma sensivelmente a relação entre imagem e visão. Então somos confrontados com uma maneira de aventurarmo-nos e vivermos o presente, desenvolvendo um olhar háptico, ou uma solicitação háptica promovida e reforçada por instrumentos tecnológicos e seu sistema de redes e circulação de imagens digitais que afetam nossa percepção ótica. Uma forma, no fundo, de permitirmo-nos entrar em contato com o mundo, de apropriarmos-nos do mundo. A digitalização permite assim definir e multiplicar as capturas dos momentos vividos, para forjar uma nova atitude sobre como trabalhar com imagens e os efeitos das socialidades on-line e de partilha. Então estamos em presença de uma órbita de imagens que afeta a existência e a presença social.

Intensificação do imaginário

³ Ver a este propósito «Pornographie de la guerre» (LIBÉRATION, 19/05/2004) artigo no qual Jean Baudrillard emite esta ideia de uma pornografia das imagens em relação a guerra do Iraque ou do eletrochoque do 11 de setembro de 2001.

A imagem, na época de sua reproduzibilidade 'técnica' e 'digital', está relacionada com seus novos meios de comunicação que tornam possível o ineditismo de sua acumulação e circulação, e se espalha como tal dentro de seu corolário que é a tela em forma de tecelagem estética. Se Carl Gustav Jung falava da palavra-estímulo, consideramos aqui a fórmula de imagem-estímulo que, através da digitalização e proliferação tecnológica, permite a cada *persona* digital uma experiência associativa. A relação de associação com o mundo e com o outro é construída aqui em um plano simbólico e imaginário e atualiza-se, então, através do binômio imagem-rede a ser apreciado como uma forma climatológica de existência coletiva cujo um dos efeitos é precisamente esta proliferação da imagem. Sinal do nosso tempo cujo escopo não deve ser ignorado, pois suas imagens permitem o acesso a um conhecimento direto emergido do compartilhamento, mas também da experiência de vida ou dos estilos de vida. Contemplar e conhecer é o desafio que nos leva a considerar a imagem digital como uma fonte para narrar o mundo de hoje, num quadro de transformação da relação existente entre imagem e sociedade e que, ao mesmo tempo, influencia a pesquisa visual que, de uma forma metafórica, viaja por uma pluralidade de ferramentas tecnológicas. Há, então, seguindo as ideias do antropólogo italiano Massimo Canevacci (1995), uma expansão semiótica em experiências visuais nos diversos territórios vividos do *hic et nunc* da vida quotidiana. O magma de imagens derivado será como um dos “ativadores” dos canais cognitivos.

Examinar a nova ecologia da comunicação visual digital, leva-nos em um panorama eletrônico mutante em que o fluxo de imagens é um dos sinais transformando o inconsciente, usando-se aqui de uma terminologia de Deleuze e Guattari, em 'máquina desejanter' em fábrica para produzir a existência. Há também uma intensificação do imaginário na potência maquínica da tecnologização: o olhar é tão imerso em um imaginário tecnológico porque esse mesmo olhar é alimentado pela imagem digital e seus dispositivos ópticos. Portanto, a tecnologia está evoluindo como um dispositivo no contexto do imaginário coletivo próprio de uma cultura digital

que, através de várias maneiras de conectar uns aos outros e ao mundo, dá vida a um meio em que se forma o espírito, onde circulam as emoções, as sensações. Fruto de uma mutação técnica, a digitalização e a interconexão de redes caracterizam nosso atual *zeitgeist*, a nova dimensão de visualização e a percepção configuram um envelope informativo – uma infoesfera - reunindo as atividades do dia a dia dos indivíduos. Podemos admitir que a tecnologia, através da propulsão de imagens, influencia o mundo da mente operando um "copiar - colar" dos sinais da digitalização da vida cotidiana em suas múltiplas formas. Os vídeos, as fotos "publicadas" em vários espaços e janelas da existência digital - o *Facebook* é o exemplo mais banal - constituem uma relação entre nós e o nosso mundo; uma relação que é constantemente transformada por ondas tecnológicas que nos permite criar e recriar o ambiente existencial. Este também é o sentido que sugere Derrick de Kerckhove (2000), pode-se usar sua noção de "psico-tecnologia" para definir a tecnologia que amplifica o poder da nossa mente.

Vivido-Percebido

A conectividade tecnológica será um sintoma da construção das identidades sociais e o fluxo de imagens, um entrelaçamento dinâmico para referir-se a diversos territórios existenciais do mundo social e também ao habitat digital que é a tela. Um habitat como espaço eco-simbólico, onde a produção de imagens dá nascimento a um museu imaginário que evoca lugares, territórios, momentos da vida cotidiana e cria memórias e emoções. O êxtase tecnológico fornece-nos, então, conhecimentos, informações e permite tornar visível o invisível, de ir a profundidade das coisas, para a descoberta do subterrâneo da existência. Na vagabundagem digital da esfera rizomática da Web colaborativa, gerador de uma proliferação ímpar de imagens, temos a oportunidade de ir ao encontro de vários mundos sociais, de descobrir as relações estéticas. Um meio, no fundo,

que fortalece nossas mentes; uma questão do destino 'visual' do inconsciente coletivo que, inspirando-se em Gilbert Durand (1993), capta e identifica a pulsão dos arquétipos e modela o nosso desejo de conhecimento. Há uma exigência de criar modos de ver, de pensar, à maneira na qual Deleuze (1969), em sua *lógica do sentido*, entendia a filosofia, ou seja, uma nova concepção de pensamento, do que significa pensar, uma forma de estar em adequação com o que é. Por isso, apoiando-se na cultura visual na era digital, o pensamento visual traça novas linhas de força, indica as linhas de fuga abrindo outras possibilidades de conhecimento. Todos os dados visuais digitais no “teatro tecnológico” fortalecem e alimentam a visão da complexidade do mundo social. Temos a capacidade de ver as experiências dos indivíduos, de partilhar as suas experiências, suas ações diárias em uma espécie de "voyeurismo" sociológico, a fim de capturar a experiência 'tecnológica' da *persona* pelos écrans interpostos. Não se trata, é claro, de um perverso jogo de voyeurismo visual, ou um efeito de fetichismo da mercadoria visual! Voyeurismo é, reconhecidamente, um dos efeitos reforçados pela era digital da imagem, mas o voyeurismo com óculos sociológicos deve ser entendido como a fórmula de 'ver para melhor compreender', um 'golpe do olhar' na realidade quotidiana. Resulta deste fato, uma nova sensibilidade perceptiva que nos atrai para esta ação do ver para melhor entender. Esta constitui, então, uma necessidade sócio-antropológica onde cada produto visual pode ser considerado como material empírico. Um tipo de modelo, em referência as ideias de Gregory Bateson (1977), de nidificação dinâmica de combinações que revela, portanto, um “outro” estatuto e 'novos' usos do visual no campo da sociologia.

Aberturas

Pensar a imagem e seus efeitos na era de sua reprodutibilidade técnica, concretiza-se como um procedimento que permite uma expansão da

visão e, portanto, do conhecimento sobre o mundo contemporâneo. É necessário considerar as novas tecnologias como incontestáveis objetos culturais, elementos de uma transformação da relação entre o processo de visão e produção visual (imagens). Portanto, a digitalização influencia nossa modalidade de pesquisa, nossa forma de conhecimento e a relação entre imagem e sociedade que é, justamente, metamorfoseada pelos efeitos tecnológicos em procedimentos de sociologia visual. Assim, é comum considerar esta influência tecnológica na nossa maneira de visualizar o mundo e, claro, o conhecimento. O paradigma tecnológico deve ser considerado como um tipo de mudança progressiva de qualidades humanas para se adaptar à lógica da época em que estamos inseridos. A tomada em consideração do espírito do tempo, permite-nos entender as características que influenciam, de um lado, a jornada existencial do indivíduo na sua vida quotidiana, e do outro, o processo de conhecimento e as modalidades do olhar de uma perspectiva metodológica de entendimento.

O mundo tecnológico aumentou nossa estimulação visual, através da instalação de um tipo de expansão do horizonte visual, de maneiras de ver e fazer ver. Desta forma, considere-se que, neste processo de mutação de visualização e percepção, há também uma mudança na condição das imagens. E isto produz, em consequência, um questionamento do saber, causando também uma nova relação do tempo do olhar, da percepção, do movimento do olho, dos suportes de extensão da visão. Este conjunto condiciona nossas modalidades de construção de um saber prático - fenomenológico e metodológico – baseados na imagem. A evolução tecnológica dos dispositivos, neste contexto, mostra-se mais como uma extensão da observação do social e da percepção do real cada vez mais aumentada pela presença de imagens.

Em nossa opinião, a abordagem da sociologia visual na época da digitalização do mundo deve ser considerada como um progresso da mente, ou quase como um desafio para afirmar e reabilitar um pensamento visual sensível com sua validade epistemológica. Significa, também, continuar a se

interrogar sobre estas "condições de possibilidades", do lugar que o pensamento visual, através de seu percurso histórico-social-cultural, pode ter nos paradigmas científicos teóricos, e como a fotografia e o filme, como linguagens, podem contribuir para o processo de conhecimento.

E se, tal como expressou em sua época Durkheim (1963), "os métodos avançam à medida que a ciência avança", podemos observar uma fase de avanço do pensamento pelo qual a imagem 'tecnológica' toma seu lugar e sua importância como parte de uma penetração e um aprofundamento do conhecimento do cotidiano.

Referências bibliográficas

AGAMBEN, Giorgio. **Qu'est-ce qu'un dispositif?** Paris: Rivage poche/Petite Bibliothèque, 2007.

ARNHEIM, Rudolph. **La pensée visuelle.** Paris: Flammarion, 1976.

AUMONT, Jacques. **L'image.** Paris: Nathan, 1990.

BATESON, Gregory. **Vers une écologie de l'esprit.** Paris: Seuil, 1977 [1972].

BECKER, Howard. **Exploring Society Photographically.** Chicago: University of Chicago Press, 1981.

_____. Les photographies disent-elles la vérité? **Ethnologie française**, Paris, v. 37, p. 33-42, 2007.

BENJAMIN, Walter. **L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique.** Paris: Allia, 2003 [1936].

CANEVACCI, Massimo. **Antropologia della comunicazione visuale.** Genova: Costa&Nolan, 1995.

DE KERCKHOVE, Derrick. **L'intelligence des réseaux.** Paris: Odile Jacob, 2000.

DELEUZE, Gilles. **Logiques du sens.** Paris: Les Éditions de Minuit, 1969.

DURAND, Gilbert. **Les structures anthropologiques de l'imaginaire.** Paris: Dunod,

1993 [1969].

DURKHEIM, Emile. **Les règles de la méthode sociologique**. Paris: PUF, 1963 [1894].

FACCIOLI, Patrizia; LOSACCO, Giuseppe. **Nuovo manuale di sociologia visuale: Dall'analogico al digitale**. Milano: Franco Angeli, 2010.

GARRIGUES, Emmanuel. **L'écriture photographique: essai de sociologie visuelle**. Paris: L'Harmattan, 2000.

GAUTHIER, Alain. **Du visible au visuel: anthropologie du regard**. Paris: PUF, 1996.

HARPER, David. Visual Sociology: Expanding Sociological Vision. In: **The American Sociologist**, Albany, p. 54-70, 1988.

HEINICH, Nathalie. **De la visibilité: excellence et singularité en régime médiatique**. Paris: Éditions Gallimard, 2012.

HUGON, Stéphane. **Circumnavigations: L'imaginaire du voyage dans l'expérience Internet**. Paris: CNRS Éditions, 2010.

LA ROCCA, Fabio. Introduction à la sociologie visuelle: L'image dans les sciences sociales, **Sociétés**, Bruxelles, v. 96, n. 2, p. 33-40, 2007a.

_____. L'instance monstratrice de l'image: la sociologie visuelle comme paradigme phénoménologique de la connaissance. **Visualidade**, Goiânia, v. 5, n. 1, p. 115-121, 2007b.

_____. La conoscenza per immagini: una condizione di possibilità. In: LA ROCCA, Fábio; PASINI, Marco. **Itinerari visuali: immagine e società**. Roma: Quaderni di M@gm@/Aracne Editrice, 2011. p. 47-54.

_____. **La ville dans tous ses états**. Paris: CNRS Éditions, 2013.

LISTER, Martin. **The photographic image in digital culture**. London: Routledge, 1995.

MAFFESOLI, Michel. **Éloge de la raison sensible**. Paris: Grasset, 1996.

MARRA, Claudio. **L'immagine infedele: la falsa rivoluzione della fotografia digitale**. Milano: Mondadori, 2006.

MEYROWITZ, Joshua. **No Sense of Place: The impact of Electronic Media on Social Behavior**. New York: Oxford University Press, 1985.

MIRZOEFF, Nicholas. **Introduzione alla cultura visuale**. Roma: Meltemi, 2002 [1999].

MITCHELL, William John. **The Reconfigured Eye: Visual Truth in the Post-Photographic Era**. Cambridge: MIT Press, 1994.

PARMEGGIANI, Paolo. Going digital: using new technologies in visual sociology. **Visual Studies**, v. 24, n. 1, p.71-81, 2009.

RITCHIN, Fred. **Au-delà de la photographie: le nouvel âge**. Paris: Victoires Éditions, 2010.

ROSE, Gillian. **Visual methodologies**. London: Sage, 2001.

SAUVAGEOT, Anne. **Voires et savoirs: esquisse d'une sociologie du regard**. Paris: PUF, 1994.

SIMMEL, George. **Sociologies et épistémologie**. Paris: PUF, 1981.

TERRENOIRE, J.P. Images et sciences sociales: l'objet et l'outil. **Revue française de sociologie**, v. XXVI, p. 509-527, 1985.

_____. Sociologie visuelle. **Communications, Filmer, chercher**, v. 80, p. 121-143, 2006.