

SERRANO PASCUAL, Araceli y ZURDO ALAGUERO, Angel (2010) "Investigación social con materiales visuales" en ARROYO, Millan y SADABA, Igor (coord.) *Metodología de la Investigación Social: Innovaciones y aplicaciones*. Madrid: Síntesis. Cap.10. pp: 217-250

Millán Arroyo Menéndez • Igor Sádaba Rodríguez (coords.)



Metodología de la investigación social

Técnicas innovadoras
y sus aplicaciones



EDITORIAL
SÍNTESIS

Reservados todos los derechos. Está prohibido, bajo las sanciones penales y el resarcimiento civil previstos en las leyes, reproducir, registrar o transmitir esta publicación, íntegra o parcialmente, por cualquier sistema de recuperación y por cualquier medio, sea mecánico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o por cualquier otro, sin la autorización previa por escrito de Editorial Síntesis, S. A.

© Millán Arroyo
Igor Sádaba (coords.)

© EDITORIAL SÍNTESIS, S. A.
Vallehermoso, 34 - 28015 Madrid
Teléf.: 91 593 20 98
<http://www.sintesis.com>

Depósito Legal: M. 17.692-2012
ISBN: 978-84-9756-760-2

Impreso en España - Printed in Spain

CAPÍTULO 10: INVESTIGACIÓN SOCIAL CON MATERIALES VISUALES 217

Serrano Pascual, A. y Zurdo Alaguero, A.

Introducción	217
10.1. El uso de materiales visuales en la investigación social	218
10.2. Los materiales visuales y los códigos culturales	222
10.3. Algunos debates metodológicos en torno a los materiales visuales	225
10.4. Los principales usos de los documentos visuales en las ciencias sociales	227
10.5. Espacios de pertinencia del uso de materiales visuales	229
10.6. El proceso de investigación usando materiales visuales	231
10.7. Modalidades (y niveles) de análisis de los materiales visuales	234
10.7.1. Análisis de contenido	234
10.7.2. Análisis semiológico de los textos audio-verbo-visuales	236
10.7.3. Análisis pragmático y socio-hermenéutico	240

CAPÍTULO 11: VIDEOANÁLISIS INTERPRETATIVO DE SITUACIONES SOCIALES: ETNOGRAFÍA, ANÁLISIS SECUENCIAL Y HERMENÉUTICA

251

Schnettler, B., Knoblauch, H. y Baer, A.

11.1. Análisis de interacción en vídeo como interpretación.....	251
11.2. Secuencialidad: la “orquestación” continua de modalidades comunicativas..	254
11.3. Simultaneidad y etnografía	261
11.4. Interpretación y videoanálisis del videoanálisis	265
11.5. Conclusión	269

CAPÍTULO 12: HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS ESPACIAL EN LA INVESTIGACIÓN SOCIOLÓGICA

271

Orgaz Alonso, C. y Rubiales Pérez, M. A.

Introducción	271
12.1. Conceptos, técnicas y prácticas para el análisis espacial	272
12.1.1. Nociones básicas para la localización cartográfica: proyección y datum	272
12.1.2. Aproximaciones cuantitativas: la importancia de la autocorrelación espacial	273
12.1.3. Aproximaciones cualitativas: El concepto de lugar y la práctica de las derivas	273
12.2. Herramientas informáticas para el análisis espacial: SIG y CAQDAS	274
12.2.1. Introducción a los Sistemas de Información Geográfica	274
12.2.2. Introducción a los CAQDAS y sus posibilidades	277
12.3. Aplicación cuantitativa: OpenGeoDa	279
12.3.1. Consideraciones previas	280
12.3.2. Presentación de la línea de menús	280
12.3.3. Análisis exploratorio mediante OpenGeoDa	281
12.3.4. Introducción a la autocorrelación espacial en OpenGeoDa	288
12.4. Aplicación cualitativa: ATLAS.ti	290
12.4.1. Elementos básicos de Atlas.ti	290
12.4.2. Trabajo externo con el software Google Earth	291

Investigación social con materiales visuales

Introducción

Las imágenes han acompañado a los seres humanos en los principales ámbitos de su actividad desde el principio de los tiempos. Su rastro nos ha sido dejado en múltiples soportes que dan cuenta del lugar privilegiado que las mismas han detentado en la vida del ser humano: pinturas rupestres, papiros, esculturas, frescos, iconos, lienzos, fotografías, películas, cómics, son solo algunas de las manifestaciones que han conformado y revestido objetos y lugares sagrados y profanos, espacios de los acontecimientos extraordinarios y de los cotidianos.

Si dicha constante y fundamental compañía es en sí misma un buen pretexto para poner de relieve el necesario abordaje de este tipo de indicios, huellas y rastros de actividades sociales diversas, más lo es en las sociedades contemporáneas que podemos caracterizar por su inmersión en lo que se ha venido a llamar una *cultura visual* (Jenks, 1995; Rose, 2001; Mirzoeff, 2003) o lo que algún otro autor ha denominado el mundo-imagen (Buck-Morss, 2004). En la actualidad el mundo se comparte, en buena medida, a través de la imagen, hasta el punto de que algunos autores han llegado a hablar de que no se comparte ya ningún otro mundo más allá de la imagen, de forma que ésta se convierte en la superficie empobrecida de nuestra experiencia. Como señala Buck-Morss “el objetivo no es alcanzar lo que está bajo la superficie de la imagen: sino ampliarla, enriquecerla, darle definición, tiempo” (2004: 25). Si bien esta afirmación (en línea con los análisis de Guy Debord y Jean Baudrillard sobre la sociedad del espectáculo) sobredimensiona el papel que la imagen juega hasta hacer desaparecer la experiencia misma, sí se convierte en un síntoma reflexivo acerca del nuevo tipo de sociedad en la que estamos inmersos. Ciertamente, y en esto hay poca discusión, que en la era de “la reproductividad técnica de la imagen” (como la llamó Walter Benjamin) emerge una nueva cultura, y, en

ella, el cambio fundamental no tiene que ver únicamente con la proliferación hasta el infinito de las imágenes en nuestras experiencias cotidianas, sino que, de forma fundamental, se relaciona con la capacidad de cualquier sujeto de producir, transformar y consumir imágenes, de forma que se generalizan como instrumento de comunicación y de archivo, multiplicando las potencialidades de la investigación en este ámbito.

En el presente capítulo se pretende considerar la pertinencia y los usos de materiales visuales en la investigación social. Sería más preciso hablar de materiales audio-verbo-visuales puesto que las imágenes pocas veces se visualizan de forma aislada, sino que se presentan, casi siempre, acompañadas de otro tipo de lenguajes. No obstante, generalmente, hablaremos de materiales visuales para evitar la complejidad expresiva de la fórmula alternativa.

En una primera parte de este capítulo se expondrá una breve introducción contextualizadora sobre la incorporación de este tipo de materiales en las disciplinas científico-sociales. En una segunda parte, se abordará una breve reflexión sobre los códigos culturales implícitos en la posibilidad de aproximarnos a las imágenes. En un tercer momento, revisaremos algunos de los que constituyen los principales debates metodológicos en este tipo de aproximaciones. A continuación se hará una exposición sobre la diversidad y tipología de materiales susceptibles de ser incorporados en la investigación social, así como acerca de los espacios de pertinencia de esos usos diferenciales y su lugar en el proceso de investigación, para terminar, finalmente, con una exposición sobre las principales modalidades de análisis de los mismos. En este último apartado nos detendremos especialmente en las tres modalidades que cuentan con una mayor difusión en la literatura especializada, esto es el análisis de contenido, el análisis semiológico y, de manera fundamental, el análisis de tipo socio-hermenéutico.

10.1. El uso de materiales visuales en la investigación social

Como no podía ser de otra forma, las Ciencias Sociales se han aproximado desde sus orígenes a este tipo de materiales otorgándoles una importancia diferencial en función de los paradigmas y las perspectivas hegemónicas en los diferentes momentos y contextos, así como en función del lugar que se le asigna en el propio proceso de investigación.

Así, originariamente, el uso de las imágenes en las ciencias sociales ha venido de la mano del positivismo y con objetivos fundamentalmente historiográficos, especialmente con finalidad de archivo. Esta vinculación entre imagen y ciencias positivas se desarrolló de manera fundamental con la expansión del uso de la fotografía. La potencialidad de las nuevas tecnologías para congelar el instante se aprovechaba para usos científicos, unas veces como instrumental preciso potenciador de los sentidos (como si de un microscopio o telescopio se tratara), otras con propósitos experimentales. La posibilidad de captar lo real (el instante con la foto-

grafía y el devenir, con el cinematógrafo) de forma “objetiva” cautivó a muchos analistas de lo social especialmente en el cambio de siglo, y la asimilación entre la realidad (lo objetivo) y aquello que la cámara captaba no ha dejado de ponerse de relieve hasta nuestros días (piénsese en la coincidencia de vocablos entre lo objetivo y el objetivo –de la cámara–). Las nuevas tecnologías de la imagen potenciarán la persecución de la meta básica de conseguir que la naturaleza hable por sí misma sin estar mediada por la intervención humana (Baer y Schnettler, 2009). Así, la fotografía estuvo vinculada desde sus orígenes a varios proyectos antropológicos, sociológicos y gubernamentales creados para objetivar e intentar cuantificar las diferencias entre personas, grupos y “razas” (Banks, 2010: 43).

Una de las primeras aproximaciones antropológicas con pretensiones de científicidad que es recurrentemente citada en la literatura es el análisis de Bateson y Mead (1942) sobre el carácter balinés. En su estudio se usan numerosas fotografías y films, no únicamente como ilustración sino como material que posteriormente sometieron a un pormenorizado análisis. Poco después, muchos antropólogos continuaron usando la cámara en sus trabajos de campo y muchos otros llegaron a colaborar muy estrechamente con cineastas profesionales como directores de películas etnográficas.

Si bien en un primer momento el uso de la imagen era fundamentalmente ilustrativo, se puede considerar que es a partir de los años 50 cuando se desarrolló la llamada Antropología visual. Como nos señalan Baer y Snettler (2010) a partir de este momento se desarrollan una serie de propuestas renovadoras anti-positivistas y de orientación fundamentalmente interpretativa en lo que ha venido a denominarse la integridad etnográfica y el *direct cinema* (años 60 y 70) (con las obras por ejemplo de Ash y Cagnon) y el *cinema vérité* (Rough y Morin, por ejemplo) con la introducción de reflexividad en la imagen (el llamado “giro reflexivo”). El *cinéma-vérité* que se desarrolló fundamentalmente en Francia, se centrará en el reconocimiento de la interacción entre realizador y sujeto filmado, acentuando la presencia de la subjetividad del director en el filme y abriéndolo a la participación de los sujetos. El *direct cinema* tuvo su desarrollo fundamental en los EEUU y aboga por la no intervención del realizador sobre los acontecimientos que filma, eliminando la mayor parte de los recursos de edición del documental “clásico”, evitando todo aquello que es ajeno o externo a la propia escena filmada (comentarios en *off*, música externa a la situación, re-actuaciones o reconstrucciones, incluso entrevistas dirigidas) (Ardèvol, 1994: 88-89).

Por otra parte se desarrollaron también algunos experimentos de cámara nativa (años 60 del siglo XX) en los que los propios sujetos investigados llevan la iniciativa del rodaje o la fotografía y manejan sus instrumentos. Worth y Adair (1972), por ejemplo, plantean una aproximación a los *navajo* a partir de su propia producción de imágenes, formándolos en talleres de vídeo, que pudieran habilitar a sus protagonistas en la elaboración de estas imágenes. Se hace una propuesta de etnografía desde dentro (la auto-etnografía) como una opción para restituir a los filmados no solo su voz, sino también su cosmovisión. El objetivo general de todas estas

aportaciones engarzadas en el llamado giro reflexivo es dar la palabra a los protagonistas, visibilizar la presencia del autor, tomar conciencia de las reacciones que su presencia provoca y, en definitiva, explicitar que todo acceso a la realidad no deja de ser una construcción social elaborada desde los parámetros de quien maneja los instrumentos. Ejemplos de ello son la investigación de Edgar Morín y Rough sobre la juventud parisina en el año 1960 (en su obra *Cronique de un été*) o la obra de Rough *Jaguar* (1954) sobre la migración de tres hombres *songhai*.

Si nos aproximamos a la evolución del uso de las imágenes en la Sociología, vemos que desde esta disciplina, las reticencias al uso de las imágenes han sido mucho mayores. Por ejemplo, no encontramos un uso sistemático de la fotografía hasta la segunda mitad del siglo XX. Baer y Schnettler (2009) nos hablan de un uso incipiente de documentación visual en la *American Journal of Sociology* (primera revista de la disciplina en aquel entonces) entre los años 1896-1916. En estas fechas se localizan treinta y un artículos con fotos (sobre escuelas, prisiones, vivienda o trabajo), normalmente relacionados con problemas sociales y con una clara orientación de denuncia. En estos primeros textos las imágenes aparecen usadas como ilustración de algo que se afirma verbalmente. A partir de 1916 desaparecen las fotografías de los textos, viéndose sustituidas en su totalidad por tablas, datos y gráficos estadísticos, en un intento de hacer de la Sociología una disciplina “científica”.

Entre los clásicos de la escuela de Chicago, pocos utilizaron material visual en sus estudios. Alguna excepción es, por ejemplo, Anderson y su estudio sobre la vida de los *hobo* en la América de los años 20 (1923). Su estudio incluye una docena de fotos sobre la vida en las calles y sobre escenas típicas de la vida de las personas sin hogar, aunque su uso es más bien de carácter retórico puesto que las imágenes se presentan como ilustración desligada del texto. Otro autor que incorpora alguna fotografía en sus análisis es Thrasher, fundamentalmente en su estudio sobre las bandas (1927). Incluye más de cuarenta fotografías con un pie de página y algunas referencias en el texto a las imágenes.

Una buena parte de los primeros proyectos basados en el uso de imágenes, surgen precisamente en los márgenes de la Academia, utilizándose frecuentemente para investigar y documentar el bienestar-malestar social, constituyéndose frecuentemente como imágenes-denuncia transformadas en instrumentos de crítica social. Se desarrolla, así, una pluralidad de publlirreportajes de carácter social que, generalmente, eran encargados por revistas como *Picture Post*, *Time*, *Life*, *Fortune* o *National Geographic*. Sobresale, por ejemplo, el estudio de Jacob A. Riis quien en 1890 publica un texto de fotoperiodismo sobre las condiciones de vida de los suburbios neoyorquinos, incluyendo una multiplicidad de fotografías, acompañadas de descripciones y comentarios (con un trabajo fuertemente influenciado por Charles Dickens y su retrato de los suburbios londinenses). Destacan, también, las famosas fotografías y publlirreportajes de Walker Evans y Dorothea Lange sobre la gran depresión en los EEUU, o los reportajes de Casasola (1874-1938) sobre la vida nacional mexicana y la revolución, así como los de Lewis Hine quien en 1932

publicó su colección *Men at Work*, que constituye una colección de fotografías sobre el trabajo en la construcción. Es en estas mismas fechas cuando se desarrolla el núcleo principal de lo que se ha llamado movimiento de fotografía obrera (1926-1939) época en la que se desarrolló un importantísimo material fotográfico y documental centrado en denunciar las condiciones de trabajo de la clase obrera, así como sus duras condiciones de vida. Asimismo, destaca la obra de Robert Frank (1969) titulada *The Americans* que constituye una extensa recopilación de imágenes sobre la sociedad americana de los 50 en los EEUU reflejando sus símbolos, sus mitos y sus formas de vida.

No se desarrolla una "Sociología visual" hasta los años 60, fundamentalmente en el ámbito anglosajón, impulsada por las corrientes de trabajo basado en la antropología y la etnografía visual, así como de la mano de la orientación etnometodológica. Todavía hoy, la mayor parte de las publicaciones sociológicas no usan imágenes en sus textos. Cuando se usan, la publicación se dirige hacia revistas especializadas (como *Visual Studies*, *Visual Sociology* o *Visual Communication*).

Una obra es recurrentemente citada como aproximación pionera al estudio de materiales visuales, por parte de uno de los sociólogos más clásicos. Es el estudio de Erwin Goffman titulado *Gender Advertisements* (1979) donde el autor presenta más de quinientas fotografías, extraídas fundamentalmente de publicidad de periódicos y revistas. En este texto el autor pretende poner de relieve cómo se construye el género y sus diferencias a partir de este material publicitario, tratando de ver cómo se "esencializan" las identidades de género y cómo se despliegan los rituales de la diferencia para afirmar acuerdos sociales básicos y preservar el orden y la jerarquía de los géneros. Así, hablará de que la función de la imagen publicitaria es "hiper-ritualizar" las actuaciones de género en la vida cotidiana. La novedad de su análisis consiste en usar material fotográfico ya elaborado y no producido *ad hoc* para la investigación. Se presenta como un texto en el que se hace necesaria la visualización del material icónico que aporta para dar sentido al análisis realizado.

En el desarrollo posterior de la disciplina sociológica, el uso de la imagen se circunscribe, fundamentalmente, al ámbito de los estudios sobre los medios de comunicación de masas, con especial atención a los fenómenos de propaganda y publicidad (política y comercial). Merece la pena entresacar la gran relevancia del estudio realizado por Dorfles y Martelart (1972) analizando la reproducción ideológica del capitalismo y del colonialismo a través de una historieta de Disney (los dibujos infantiles del Pato Donald). Los resultados obtenidos produjeron una nueva forma de mirar los productos culturales y los materiales visuales, por muy inocuos o ingenuos que aparentemente se mostraran. *Para leer al Pato Donald* sentó un precedente en las investigaciones sociales y en las teorías de la comunicación.

En la actualidad los principales desarrollos se acogen bajo el paraguas de los llamados *estudios culturales* especialmente relevantes en el ámbito anglosajón, con el objetivo fundamental de evidenciar cómo las imágenes son prácticas culturales cuya importancia delata los valores de quienes las crearon, manipularon y consumieron. También se ha hecho uso de la imagen desde perspectivas etnome-

todológicas buscando a través del vídeo incrementar la potencialidad del análisis conversacional mediante la aproximación simultánea a la proxémica, la quinésica y la paralingüística así como mediante el acceso repetido y parsimonioso a dichas imágenes.

En la actualidad podemos constatar que desde muy diversas perspectivas, e incluso, paradigmas se hace un uso cada vez más extensivo de las imágenes y de los materiales visuales en la investigación sociológica. Buena parte de los autores referentes de la Sociología han reflexionado sobre la utilización de las imágenes y una parte importante de ellos ha hecho uso de las mismas en alguna de sus investigaciones. Así, tenemos por ejemplo a Walter Benjamin, Susan Sontag, Pierre Bourdieu, Howard Becker, Edgar Morin, Roland Barthes, Ervin Goffman, Jean Baudrillard, Michael Foucault o Peter Berger. A partir de los años 90, en prácticamente todos los países, asistimos a un re-emerger de la Sociología visual.

10.2. Los materiales visuales y los códigos culturales

Investigar con documentos audio-verbo-visuales (en adelante visuales) implica dar sentido a los códigos de representación, de saber y de percepción implícitos en una cultura. Como señala Schnaith (1988) es necesario considerar estos tres tipos de códigos, que no son conscientes pero que condicionan la existencia de una cultura audiovisual, para dar cuenta del sentido. Para ello, será necesario considerar cómo se ve una cultura (códigos de percepción), cómo se representa (códigos de la representación) y qué tiene que saber un sujeto para poder leer una imagen (códigos del saber). Todos ellos son códigos caracterizados por una serie de reglas implícitas, que se influyen unos a otros y que están en continuo proceso de transformación. Las relaciones entre los mismos varían en función de las épocas y de los grupos sociales. Será pues, necesario ubicarlos en un contexto socio-histórico concreto.

En relación con los códigos de percepción, hay que tener en cuenta que, como señala Gombrich (2002), no hay mirada inocente, de la misma forma que no hay un código natural de la representación. En este sentido, será necesario des-absolutizar cualquier método de representación que pretenda darnos la representación de “la verdad” o del objeto. Así el trabajo de codificación de lo visual es un trabajo de las culturas. La percepción está contextualmente situada en determinadas coordenadas socio-culturales de forma que el ojo en su encuentro con el objeto posee muchos a priori que se relacionan con el contexto de la percepción, supuestos culturales, ideologías, estereotipos, modas, deformaciones profesionales, representaciones inconscientes, experiencias o motivaciones. Así pues, el sujeto que mira nunca es pasivo.

Si hacemos referencia a los códigos de representación es necesario incidir en su variabilidad histórica. En la reflexión sobre esta variabilidad y en su referencia concreta a la representación pictórica destaca la obra de Panofski (1985): *El signi-*

ficado de las artes visuales. Lo que este autor básicamente nos expone es que la representación también está codificada. Hablará de tres modelos que resuelven de forma diferente la representación pictórica del ser humano: la egipcia o mecánica, la medieval o analógica y la griega u orgánica. Cada modelo parte de una metáfora fundante diferente que se vinculaba claramente con las formas de poder y las ideologías dominantes. En el modelo egipcio se hace un uso metódico de una teoría de las proporciones que se relaciona con una tendencia hacia lo constante, hacia una simbolización de la eternidad, fuera del tiempo, con jerarquías estáticas. Sin embargo, en el medievo, lo creíble pasa a ser el esquema, la esencia (no la apariencia) entresacando especialmente la relevancia de las cabezas y las manos. Esta modalidad de representación se relaciona con una ideología teocrática sobre la organización del mundo y del más allá, entresacando lo místico y lo trascendente. Lo importante no es parecer real sino que se comprenda quién es importante, quién detenta el poder o cuáles son las jerarquías. Sin embargo, en la representación griega se intenta que se refleje la función orgánica del hombre. Lo fundamental en este contexto será representar las cosas tal como parecen. Se introduce el lenguaje geométrico y se proyecta un espacio metafórico con luces y sombras, un espacio científico, en un intento de producir un “efecto realidad”. De esta forma la imagen no quiere ser clara o esquemática, sino que pretende ser convincente, persuasiva. El artista tiene la libertad de variar las dimensiones mediante combinaciones libres (a medida del individualismo emergente). Más tarde, este será el atractivo adjudicado a la fotografía y al cine. Son los códigos que predominan iconográficamente hasta nuestros días.

En la era postmoderna se da todavía un paso más allá, de forma que se postula que la imagen sustituye a la realidad (creada espectacular para ser consumida). En la actualidad se pierden los referentes y permanece el juego de representaciones tecnologizadas y creadas para ser consumidas (publicidad, sondeos, prensa, *realities*, etc.). Es la reflexión reiteradamente apuntada por Baudrillard en gran parte de su prolífica obra. Actualmente las imágenes de la realidad para ser consumidas tienen que parecer ficción. Se puede pensar, por ejemplo, en las imágenes difundidas en torno a la guerra de Irak en 1991 (sobre las cuales el propio Baudrillard escribió un texto) o las de Abu Graib en 2003 (en relación con estas, fue Zizek quien lo recogió en un breve escrito en 2005).

Toda esta variabilidad de los diferentes códigos hace necesaria la lectura sociológica de las imágenes de forma que se inserten en un contexto socio-cultural concreto. Así podremos aproximarnos a las mismas como espacios sociales de competencia, de lucha, de adoctrinamiento, de reproducción, de rebelión o de confrontación entre grupos y/o posiciones.

Como señala Chaplin (1994: 183) una representación visual tiene tres propiedades: su forma no está dictada únicamente, o incluso en absoluto, por lo que representa, sino por un conjunto de convenciones o códigos (por ejemplo la perspectiva del punto de fuga permite representar las tres dimensiones en dos, solo para aquellos que entienden la convención); se inserta en procesos sociales, los refleja y

constituye (una pintura de un paisaje puede reflejar la riqueza y aspiraciones del terrateniente que la encargó) y, por último, la representación tiene tras ella algún tipo de fuerza intencional e implica un observador o consumidor (alguien que se impresiona con la exhibición de la riqueza del terrateniente que muestra el paisaje, por ejemplo).

Puede darse ajuste o desajuste entre los grandes valores y conceptos que rigen una sociedad en un momento dado y los modelos icónicos de los que se vale dicha sociedad, o dicho grupo (tanto temáticos, como ópticos). Será en esta dialéctica cuando se producen los cambios. Así, las diferentes etapas históricas acentúan más unos u otros códigos que están en relación y en transformación constante, más acusada o menos, más acelerada o más ralentizada. No hay más que pensar por ejemplo en cómo una aproximación fundamental inserta en los llamados códigos del saber como es el Psicoanálisis influyó de manera fundamental en los códigos de representación de una corriente de pintores que vino a llamarse surrealistas (que intentaron representar el inconsciente) y cómo ello ha conducido, en el contexto del capitalismo contemporáneo a modos de percibir perfectamente adaptados a estas modalidades de representación en la iconología cotidiana (se puede pensar, por ejemplo, en la lectura de buena parte de los spots publicitarios que se presentan con ritmos vertiginosos y cargados de condensaciones oníricas).

10.3. Algunos debates metodológicos en torno a los materiales visuales

Hay una constante en los textos que abordan una reflexión sobre el carácter epistemológico de los textos visuales y es su articulación en torno a dicotomías categoriales. Pares contrapuestos (al modo estructuralista) como objetividad/subjetividad; espontaneidad/reconstrucción; realidad/ficción; teoría/ideología; documental/film; realidad/ficción; documentos de investigación/productos de consumo... atraviesan el conjunto de los debates.

Uno de los que fundamentalmente articula los debates propuestos es el que se desarrolla en torno a la *objetividad* de las imágenes. Remite especialmente a la contraposición entre géneros “realistas” (como la pintura figurativa, la fotografía o el documental) y géneros “subjetivistas” como las películas, la pintura abstracta o el cómic entre otros). También remite a la contraposición verdadero/falso o “fiel a la realidad”/manipulado, interesado. De la fotografía y el documental se dice que pueden y deben ser “objetivos” (y evitar los sesgos ideológicos, subjetivistas, interesados o manipuladores); que dan testimonio de los acontecimientos; que captan la realidad externa “tal como es” (lo que aparece necesariamente tuvo que estar ahí); que permite la contemplación repetida y parsimoniosa o que es capaz de avivar la memoria, permitiendo actualizar las vivencias, al tiempo que puede ser visionada simultáneamente por varios analistas. En este sentido la fotografía ‘realista’ conquistó el mito de la aprehensión

de la realidad misma aspirando a la consecución del ideal de objetividad de las ciencias sociales positivas.

Jesús de Miguel (1999: 28-30) plantea, en relación con la fotografía, tres metáforas que alimentan el debate: la ventana, el espejo y la regla. La metáfora de *la ventana* plantea la potencialidad de la fotografía como apertura focalizada a la realidad, con el objetivo de revelar el mundo, actuando el fotógrafo como testigo del mismo. Remite al valor de la misma en cuanto a testimonio (de un mundo que desaparece, de un mundo emergente, de problemas, de contradicciones) de forma que serán necesarios largos y exhaustivos procesos de documentación, de rigor analítico y de exposición de datos. En este sentido, se planteará que la cámara ve más que el ojo humano, permitiendo al mismo tiempo recordar, activar la memoria, al tiempo que el acceso repetido y sosegado.

En abierta crítica a la ingenuidad de esta aproximación, surge la metáfora del *espejo*. Según ésta, las imágenes no se caracterizan por abrir la posibilidad de mirar el mundo, sino que reflejan el punto de vista, los códigos culturales, los intereses, temores y afectos del sujeto que crea la imagen.

Como señala Goffman (1979) la fotografía expresa la mirada situada del creador, pero además hace sentir de una manera determinada al que la contempla, constituye una comunicación entre el creador y el espectador y, al mismo tiempo, necesita de teoría para poder ser interpretada. No es la cámara la que hace las fotografías, es el fotógrafo y antes tiene que ver la imagen que quiere construir. Se hablará así de la *mirada situada* que antecede a la imagen, de manera que será fundamental considerar desde dónde y cómo miramos al producir o percibir imágenes, así como al seleccionar qué imágenes crear, mostrar o contemplar. Será necesario considerar cómo producir y mirar imágenes implica ubicarse desde unos códigos culturales (comunidades interpretativas), desde una posición en la estructura social (clase, género, identidad nacional, condición de ciudadanía, generación, etc.), desde un posicionamiento ideológico, desde un contexto de producción o recepción o con una forma de mirada (mirada fugaz, mirada concentrada, mirada analítica, mirada contextual, mirada fragmentadora, etc.). Así pues habremos de ocuparnos no solo de la imagen que se analiza sino también de quién mira, a quién otorga la sociedad el poder de mirar, así como del propio acto de mirar y cómo éste produce a su vez conocimiento y poder (Berger, 2002). Una parte importante de estas reflexiones sobre la relación entre el mirar/ fotografiar y el poder se derivan de las reflexiones sobre el panóptico de Bentham hechas por Foucault. Por ejemplo Tagg (1987) hace uso directo de las nociones foucaultianas de la vigilancia panóptica y los usos de la fotografía para producir poder/conocimiento sobre los pobres o también Barry (1995) reflexiona sobre cómo médicos, periodistas y antropólogos a través de su uso de las imágenes, han sido acusados de ejercer "régimenes escópicos" para disciplinar y controlar el cuerpo y la vida de los otros (Banks, 2010: 65).

Al tiempo que ventana abierta al mundo y espejo del autor y de la cultura en la que se inserta, la imagen se convierte también en regla, en norma, de forma que vehicula sistemas de estrategias y formas de control social al seleccionar lo suscep-

tible de ser mirado, apuntar hacia modelos y especificar qué es lo que se considera normal/anormal, natural o artificial. Así se proponen como normas o contra-normas de las posibles formas de actuar, vestir, comprar, sentir, comer o, incluso, desear. De esta manera, las imágenes están dotadas de un inmenso poder de penetración comunicativa, de forma que tienen la capacidad de convertirse en espacios privilegiados de transmisión de los discursos del poder que se reproducen en el tiempo y que tienen la potencialidad de obstaculizar el desarrollo de contra-modelos. De esta forma, buena parte de lo que se nos presenta como reproducción objetiva de la realidad no es sino realimentación de discursos hegemónicos.

Vinculado al debate sobre la objetividad surge otro estrechamente relacionado que es el que gira en torno a la *dicotomía realidad/ficción*. Como señala Zunzunegui (1998) esta contraposición remite a una acepción decimonónica que vincula la realidad a la presentación verificante de la evidencia empírica y la ficción como su antónimo esencial. Pero, como ya se ha señalado, la noción de realismo es histórica y cambia en la medida en que cambian las convenciones sociales. El concepto de realidad no es estático, ni existe más allá de la percepción que se tiene de ella en determinados dominios culturales. Los modelos de representación son idealizaciones de lo que se considera realidad.

La fotografía, así como el documental o el llamado cine realista o la pintura figurativa muestran la realidad solo si se interpreta según nuestra cultura y solo si nuestra posición social e ideológica nos lo permite ver (Berger, 2002). Estos géneros que se arrojan verosimilitud están contruidos para ser percibidos como reales, pero cualquier presentación de la realidad no deja de ser una puesta en escena. Se necesita preparar la foto o las tomas, una cierta pose, un enfoque, una presentación-exclusión de los artefactos, sujetos o espacios, se produce reactividad por la presencia de la tecnología del registro, el pie de página o los diálogos nos orienta sobre la forma de lectura, el contexto en el que se exhibe condiciona cómo se lee, etc. Son constructos fuertemente contextuales cuyo referente no es el "objeto/evento" en sí, sino nuestra propia expectativa al respecto, así como las estrategias de atribución de significados y la intención persuasiva que las abrigue (sería pues más preciso el uso del concepto *verosimilitud*).

No obstante, no se puede decir que todo es ficción puesto que ambas (realidad y ficción) pueden distinguirse no por sus referentes sino por sus estrategias de producción de sentido (sus estrategias persuasivas), que son diferentes en cada uno de los géneros. Es conveniente también retomar el concepto de Eco (1996) de *pacto ficcional* de forma que, en determinados géneros, el que está percibiendo pone en suspenso la realidad y acepta el mundo imaginario que se le presenta, de modo que se aceptan los hechos de ficción como verdades metafóricas que funcionan eficazmente en tanto en cuanto provocan la suspensión de la actitud crítica o de incredulidad, incluyendo al espectador en el mundo que se le propone (con sus normas, valores, jerarquías y ausencias).

10.4. Los principales usos de los documentos visuales en las ciencias sociales

Ubicados en sociedades iconocentradas, lógicamente, el uso de las imágenes en la investigación social se ha multiplicado y diversificado ampliamente en sus manifestaciones.

La primera clasificación que se puede establecer en torno al tipo de materiales visuales con los que se puede trabajar vendría a caracterizarse por la división entre lo que podemos llamar documentos de carácter primario y los de carácter secundario. Los primeros hacen referencia a aquellos producidos *ad hoc* para cubrir los objetivos de la investigación. Es decir, se consideran materiales visuales cuya producción puede ser planificada y que, por lo tanto, responden a un diseño de investigación determinado. Por otra parte, estarían aquellos que tienen un carácter secundario, es decir que son documentos producidos por la cultura, así como por el propio funcionamiento de las instituciones, de los grupos, o de los mismos individuos con fines ajenos a los de la exploración investigadora.

En relación con los materiales de carácter primario, varias son las modalidades. Un tipo de materiales está constituido por documentos insertos en el área disciplinar que ha venido a denominarse Antropología Visual, que supone la incorporación de las tecnologías de la imagen al trabajo etnográfico. El objetivo fundamental es el de introducir una dimensión visual a los métodos etnográficos tradicionales. No es este el lugar de tratar de hacer una aproximación a dichos usos puesto que no sería abordable en este escueto contexto. Baste señalar que dentro de esta amplia modalidad de uso de materiales visuales, la funcionalidad de éstos es muy diversa, desempeñando un rol muy importante en el proceso de producción y registro de la información etnográfica y concibiéndose, fundamentalmente, como un poderoso recurso auxiliar de la memoria y la capacidad de registro del investigador, frente a la tremenda densidad de los detalles que caracterizan sus objetos de estudio. Al mismo tiempo se postula como forma de comunicar los resultados de la investigación (aunque no sin grandes debates en torno a la manera de comunicar esos resultados e incluso a su potencialidad).

Por otra parte, encontramos la producción de imágenes en lo que ha venido a denominarse *videoanálisis*, centrado fundamentalmente en la realización de filmaciones de contextos cotidianos –por ejemplo lugares de trabajo–, con el objetivo de analizar las pautas de interacción social, las modalidades comunicativas emergentes, los rituales y ceremoniales, etc.). Tampoco vamos a desarrollar aquí esta aproximación puesto que a ella se dedicará un capítulo en el presente volumen a cargo de Bernt Schnettler y Hubert Knoblauch con el título “Vídeo análisis, etnografía y hermenéutica” centrado en las filmaciones y el análisis intensivo de la interacción social en situaciones “naturales”.

Asistimos también a una gran proliferación de contextos en los que se desarrolla el uso complementario del audiovisual en el uso de las técnicas tradicionales de investigación social (entrevistas, historias de vida, grupos de discusión, encuestas)

añadiendo una dimensión visual a la aplicación de las mismas. Entrevistas y grupos de discusión grabados en vídeo, así como otros desarrollados con proyección o visionado de spots, films y manejo de fotografías se multiplican en el panorama de las investigaciones sociológicas. Un desarrollo especialmente prolífico se ha dado en el caso del uso del material vídeo-grabado en la aproximación a temas de memoria histórica y de reconstrucción biográfica, con un protagonismo especialmente relevante de la entrevista biográfica (ver, por ejemplo, las investigaciones de Baer, 2005; Baer y Sánchez-Pérez, 2004, etc.).

Otro uso frecuente de este tipo de materiales es aquel que se desarrolla en situaciones en las que se invita a producir imágenes (dibujos, carteles, mapas, autofotografías o auto-vídeos) a los propios protagonistas del fenómeno que se está estudiando. Así, cada vez es más intensivo el uso de imágenes como forma de expresión de determinados colectivos. Generalmente, el proceso trata de dotar a los sujetos de instrumentos técnicos y de posibilitar el desarrollo de situaciones en las que son los propios protagonistas quienes elaboran materiales visuales relacionadas con el objeto de estudio. Destaca su uso en el estudio de identidades, representaciones sociales, jerarquías de valoraciones, de necesidades, etc. En esta línea, se pueden consultar, por ejemplo, las obras de Turner (1992); Worth y Adair (1997); Schratz y Steiner-Löffler (1998); Fernández-Cid y Martín Caño (1998), Conde y Camas (2001), Sharples y cols. (2003); Mizen (2005); Ramírez Corzo (2008); Moore, Croxford *et al.* (2008), Santamarina (2009) o el de Luna Fernández (2009). Esta modalidad de uso primario ha sido, también, frecuentemente utilizada en investigaciones asentadas en la tradición de la Investigación Participativa apostando por la potencialidad de la capacidad creadora y propositiva de los propios sujetos estudiados en el proceso de la investigación. También se pueden localizar ejemplos de películas, series de fotografías y/o vídeos directamente solicitados por parte de algunos colectivos, comunidades o grupos que tienen un interés (político) especial en que sus problemas, su mirada y posicionamiento queden plasmados en imágenes. Este tipo de materiales tienen un gran valor para la investigación social. Es lo que Banks denomina *películas colaborativas* (2010: 113) o que también se ha denominado como vídeo comunitario, de cuyas manifestaciones cabe entresacar la experiencia del antropólogo Terence Turner (1992) con los indígenas *Kayapó* en Brasil quienes utilizaron las tecnologías de la imágenes para reflejar su problemática en relación a una propuesta gubernamental de construcción de una presa que inundaría parte de sus territorios.

Todas estas fórmulas de producción *primaria* de documentos permiten planificar *a priori* los lugares y espacios de la producción de los materiales que serán posteriormente analizados. De esta forma, cuando se use este tipo de materiales en un proceso de investigación será necesario construir un diseño previo de dichos materiales que serán producidos a partir de los criterios que se consideren relevantes.

Por otra parte, en relación a los materiales de carácter *secundario*, encontramos que una parte del grueso de la producción se centra en lo que se puede denominar estudios de materiales culturales producidos por la cultura y de forma especialmen-

te significativa por los medios de comunicación (pintura, cómic, prensa, fotografía, cine o Internet). De ellos será necesario diferenciar la gran producción de investigaciones realizada en torno al análisis *de* los propios medios (con los medios como objeto de investigación) y la consideración de las investigaciones realizadas *con* los medios y a partir de los documentos y textos que con ellos se generan y difunden (los medios como instrumentos de investigación). Es este segundo uso el que nos interesa especialmente en este capítulo y, en torno a él destaca fundamentalmente su pertinencia en el estudio de representaciones sociales, estereotipos, estilos de vida, etc. Este tipo de aproximación tiene una gran relevancia en la línea de los llamados *estudios culturales*. Hay también, en esta línea, un uso de la fotografía, el vídeo, y en buena medida la publicidad, que se adapta a objetivos de investigación relacionados con el cambio social o con las transformaciones históricas y genealógicas. A estas aportaciones hay que sumar el conjunto de los productos de carácter audio-verbo-visual generados en y para las instituciones, como pueden ser, por ejemplo, dibujos escolares, páginas web profesionales o institucionales, carteles, panfletos de partidos, grupos o movimientos, documentos informativos, etc.

Para terminar, contamos también con documentos expresivos del ámbito privado (fotografías, vídeos caseros) que son frecuentemente utilizados como parte del material de carácter biográfico. En estos casos se hace especialmente pertinente (aunque a veces difícil de conseguir) la reconstrucción de la situación en la que las imágenes fueron producidas para poder así atribuirles sentido. Hay que tener siempre presente lo que podemos considerar la “vida de estos documentos” que son *objetos con biografía*, como señala Appadurai (1986), que hasta llegar a las manos del investigador han sufrido intensos procesos de selección, clasificación, circulación y usos de documentos que ya, en sí mismos, implican procesos de elección de sujetos, situaciones y realidades vividas que quedan recogidas en imágenes.

10.5. Espacios de pertinencia del uso de materiales visuales

Dada la diversidad de usos de los materiales visuales en la investigación social, los espacios de pertinencia que les acompañan son a la vez múltiples y diversos. Así, a cada una de las modalidades antes comentadas, le corresponderán espacios de pertinencia diferenciados:

- En relación con los usos de las imágenes en el seno de la Antropología Visual, su espacio y relevancia proviene del hecho de ser una forma de registro visual de la aproximación etnográfica en el estudio de comunidades, grupos, barrios, instituciones, etc. Permite trasladar, mediado un proceso de selección y enfoque, situaciones, espacios, contextos, sujetos y artefactos en el espacio y en el tiempo a través de las imágenes, de forma que pueden ser contemplados repetidamente, pausadamente y por una multiplicidad de observadores. Como señala Fink (2004: 165), estos usos permiten atrapar he-

chos y procesos que son demasiado rápidos o demasiado complejos para el ojo humano, además de permitir, en algunas ocasiones, grabaciones no reactivas de las observaciones. En otras ocasiones sin embargo, la introducción de las tecnologías de la imagen multiplica esta reactividad, con lo cual, en cada caso habrá que tener en cuenta tanto las ventajas como los inconvenientes del uso de esta forma de registro visual.

- Cuando se usa como complemento de técnicas tradicionales como la entrevista, la historia de vida, los grupos de discusión o la encuesta, su utilidad proviene del hecho de posibilitar el registro del desarrollo de la aplicación de la técnica y de recoger y actualizar la comunicación no verbal implicada en la misma. Estas formas de registro permiten una visualización de la experiencia por parte de diferentes investigadores, así como su visionado parsimonioso y reiterado, colectivo y comentado. Además, cuando su uso se vincula al apoyo al desarrollo más que al registro, se genera la posibilidad de presentar estímulos más diversos en la aplicación de cada uno de los dispositivos técnicos: en la configuración de los guiones de una entrevista, en el lanzamiento de temas de conversación, en el apoyo a la comunicación en una historia de vida, en las posibilidades de respuesta a un cuestionario, etc.
- En relación a la modalidad que se ha denominado videoanálisis su espacio más pertinente se encuentra en el análisis de la interacción social (en consonancia con las aproximaciones etnometodológicas) posibilitando considerar pormenorizadamente cada uno de los elementos (espaciales, verbales y no verbales) implicados en dichos procesos de interacción.
- Si atendemos al uso de las imágenes auto-producidas por parte de los investigados, los principales ámbitos o espacios que se prestan especialmente a su uso vendrían a ser el análisis de auto-representaciones y manifestaciones de identidad, así como de valoraciones y preferencias en relación a espacios, artefactos, sujetos o problemas. Así mismo, posibilitan la expresión de grupos o personas con posibilidades de comunicación más limitada como por ejemplo en el caso de los niños.
- El uso de documentos visuales de carácter privado como la fotografía o los vídeos familiares se hace especialmente interesante en el desarrollo y reconstrucción de historias de vida y otras técnicas de carácter biográfico.
- Por último, en relación al uso de materiales audio-verbo-visuales producidos por la cultura, el espacio de pertinencia fundamental se relaciona con el análisis de las representaciones sociales –de objetos, sujetos o problemas sociales– mostradas a través de los medios de comunicación o de otros documentos donde cristaliza icónicamente la cultura. Este será, entonces, el espacio de estudio de la articulación institucional de discursos codificados por la cultura, que será asimismo, especialmente útil en la consideración de los cambios culturales o los procesos de transformación, así como en el abordaje de los mitos, símbolos y valores característicos de una determinada cultura.

10.6. El proceso de investigación usando materiales visuales

El uso de materiales visuales no implica ningún tipo de particularidad esencial en relación a lo que supone la organización y desarrollo del proceso de investigación. No obstante, será necesario, igual que con el resto de dispositivos desplegados en un proceso investigador, prestar atención y justificar los métodos visuales que se usen.

Como instrumento cualitativo que fundamentalmente es, implica generalmente un tipo de desarrollo similar al que se hace desde el paradigma que podemos llamar interpretativo, aunque no hay nada de particular en su uso que lo confine a este tipo de aproximación. De hecho, como se señaló en el primero de los apartados, los usos incipientes de la fotografía y del cine se vinculan de forma muy estrecha al positivismo. No obstante, en la actualidad este tipo de materiales se incorporan, generalmente, a aproximaciones de corte interpretativo puesto que en el seno del positivismo el lenguaje básico tiende a concentrarse en el de los datos numéricos y las imágenes que más frecuentemente se usan son sus correspondientes gráficos y diagramas. Encontramos también, no obstante, usos de las imágenes vinculadas a aproximaciones analíticas muy formalizadas como las que se hacen desde el análisis de contenido clásico cuantitativo de las imágenes.

El uso de materiales visuales acostumbra a presentarse como técnica de carácter complementario a otras, junto a las cuales contribuye a conformar los diseños de investigación. Es frecuente contemplar su uso de forma complementaria a otros tipos de técnicas como las entrevistas o los grupos de discusión, cuando el objetivo de una investigación se centra en la exploración en torno a las representaciones sociales de algún objeto, sujeto o campo de lo social. Este tipo de aproximación acostumbra a hacerse en las primeras etapas de estos procesos y, generalmente, con una finalidad exploratoria (Banks, 2010: 29). Es deseable, asimismo, aunque el análisis se centre especialmente en el uso de materiales visuales, que se acompañe de otras técnicas que nos proporcionen una información complementaria sobre el contexto de la producción y el del consumo de dichas imágenes (como se verá más adelante en el análisis de las imágenes es necesario incluir una aproximación al contexto en el cual se ubican las imágenes).

En los casos en los que se usan materiales visuales como datos primarios o documentos producidos *ad hoc* en la persecución de los objetos de investigación será necesario planificar previamente el diseño de los materiales que queremos producir. En el supuesto de que lo que sometamos a análisis sean materiales ya producidos por la cultura, los individuos o las instituciones será recomendable planificar la búsqueda de los documentos que sean más relevantes para cubrir los objetivos de la investigación.

En cualquiera de los dos casos será preciso, primeramente, seleccionar las categorías de análisis que constituyen el objeto de estudio (por ejemplo personas sin hogar, violencia de género, conflictos interétnicos, cambios en los modelos familiares, movimiento 15M, etc.) en función de los objetivos y la demanda concreta, en

segundo lugar, se procederá a la selección del medio de comunicación o expresión, así como del género (o géneros) concreto(s) (por ejemplo, prensa política, cine documental, *realities*, publicidad comercial, cómic, páginas web, o una combinación de varios de ellos). Finalmente, habrá que seleccionar los documentos concretos que configurarán el *corpus*. Esta elección se hará en función de si se busca representatividad o no. En el caso de que sí se busque, se podrá atender a criterios de representatividad estadística (situación menos frecuente en el caso del uso de esta técnica, aunque relativamente presente en la modalidad de análisis de contenido de materiales audiovisuales). En otras ocasiones se buscará representatividad teórica buscando saturar las categorías teóricas básicas del estudio, y en otras (situación más frecuente) se perseguirá representatividad estructural buscando conseguir la máxima diversidad socio-estructural de las posiciones, de los conflictos, de las relaciones, de los lugares de emisión y recepción de las imágenes y textos diversos. En otros contextos podemos encontrar abordajes en los cuales no se plantea como objetivo el hecho de conseguir representatividad y en los que la selección venga perfilada por objetivos de carácter puramente teórico o exclusivamente exploratorio, de ilustración puntual, o de generación de hipótesis. Frecuentemente, cuando estos son los objetivos se acude a lo que se viene a denominar como estudio de caso(s) o a una muestra estratégica definida por la accesibilidad o los recursos disponibles, siempre dentro del ámbito de la pertinencia teórica y la que provee el conocimiento previo. Generalmente, este tipo de selección del diseño muestral de los documentos es, como es usual en investigación cualitativa, un diseño abierto al encuentro de nuevos documentos pertinentes, a la aparición de novedosos criterios relevantes de búsqueda y a la oportunidad del acceso y uso de los materiales según se desarrolle el trabajo de campo y/o el proceso de búsqueda.

Durante y tras la recolección y/o producción de los materiales se desarrollará el proceso de análisis que puede implicar diferentes modalidades y niveles. Estas formas de análisis constituirán el contenido del siguiente epígrafe del presente capítulo. No obstante, es necesario explicitar que la selección de la modalidad de análisis no es algo cuya reflexión nos planteemos tras la producción o recolección de materiales sino que su proyección condicionará todas las fases de la propuesta, desde la modalidad de materiales visuales a usar, hasta el tipo y número de documentos que constituirán el corpus de materiales a ser analizados.

Finalmente, como en todo proceso de investigación, se concluirá con la redacción de un informe que puede basarse en el uso exclusivo de lenguaje verbal (que es lo más habitual en los canales de difusión más convencionales), o incluir algunas imágenes en su narrativa, o bien, en algunas ocasiones, presentar un formato totalmente audio-verbo-visual. Este último formato de presentación de los resultados es el que suscita mayor controversia en el seno de la disciplina, planteándose un importante debate acerca de si existe la posibilidad de expresar en formato exclusivamente audiovisual las conclusiones de una investigación sociológica. Este debate parece hoy en día escorado tras la larga e intensa experiencia de exposición de las conclusiones de las investigaciones a través de medios más o menos gráficos (mo-

do reforzado por las presentaciones apoyadas en software de fuerte contenido icónico como es por ejemplo el extendido programa *powerpoint*). No obstante, en dichas presentaciones la parte escrita acostumbra a contener el principal peso de la exposición. No se resuelve, de todas maneras, el problema de si un material audiovisual generado en una investigación, editado y organizado para su publicación tiene la capacidad de expresar conclusiones de un cierto carácter general.

Para terminar este apartado haremos una breve referencia al problema de la ética de la investigación con materiales audiovisuales. Como ya se ha señalado el uso de este tipo de materiales acostumbra a hacerse de forma combinada con otras técnicas de investigación y la dimensión ética en todo el proceso debe estar necesariamente presente. No obstante, hay una serie de aspectos particulares en el caso del uso de imágenes en los que conviene que nos detengamos.

Uno de los principales problemas que encontramos es el que hace referencia al uso y difusión de las imágenes. Cuando la investigación se centra en el análisis de materiales visuales que ya están en circulación en una determinada cultura, este problema ético adquiere menor relevancia, a no ser que se haga un uso que perjudique a los sujetos que aparecen en las imágenes. Es en el caso de la producción de imágenes con fines investigadores, así como cuando hacemos uso de imágenes de carácter privado (fotos, vídeos familiares, por ejemplo) que nos han sido proporcionadas para la investigación cuando es crucial mantener el anonimato de los sujetos informantes, a no ser que ellos den su consentimiento para su aparición en los mismos. En este sentido, una de las cuestiones básicas que se plantea repetidamente en foros diversos es la de la imposibilidad de garantizar el anonimato de las personas que aparecen en las imágenes, en tanto en cuanto las imágenes identifican a los sujetos concretos. Así pues, la investigación habrá de evitar la aparición de este tipo de imágenes con el fin de proteger la intimidad de los informantes colaboradores en la misma. Únicamente cuando se considere de gran importancia la aparición de dichas imágenes, habrá de solicitarse el correspondiente permiso de publicación a las personas directamente involucradas. Generalmente los proyectos de generación de imágenes de carácter colaborativo se basan en una demanda de los propios sujetos para aparecer o, incluso, en un proceso de negociación previa, con lo cual esta problemática se diluye.

Hay que considerar, asimismo, la necesidad de explicitar la situación de toma de las imágenes y los usos futuros de dichas imágenes a los sujetos investigados. En términos generales se considera reprobable el uso de las tecnologías de la imagen de forma encubierta, sin que los sujetos filmados hayan sido previamente informados de tal situación y sin que haya un compromiso con los sujetos que se muestran en las imágenes acerca del tipo de uso que se hará del material.

Además habremos de ser sumamente cautelosos en relación a las consecuencias y transformaciones que la introducción de las tecnologías de la imagen provoca en las comunidades, grupos y sujetos que se están investigando.

10.7. Modalidades (y niveles) de análisis de los materiales visuales

Analizar es interpretar, ver el sentido social, ideológico y cultural, teniendo en cuenta la capacidad de significar de los documentos (en este caso visuales) ubicándolos en su contexto micro y macro social. Como ya se ha señalado, esa capacidad de significar depende de unos determinados códigos de representación, de percepción y del saber que son socialmente construidos y que varían en el espacio y en el tiempo, así como en función de las culturas y los grupos.

El texto visual, en sí mismo, no contiene todos los elementos necesarios para la significación. En este sentido, es muy importante analizar el texto visual, pero también el medio en el que se instala, el contexto sociopolítico en el que se ubica, las formas de mirada que fomenta, el contexto del visionado, las competencias de los espectadores, las ideologías, los objetivos del visionado, la intencionalidad de quien patrocina, produce o crea el documento, así como la manera de mirar del propio investigador. Asimismo, hay diferentes formas de analizar teniendo en cuenta diferentes niveles de atención y aspectos que centran el foco analítico.

Muchas han sido las formas de analizar los textos visuales y miles las páginas escritas sobre las modalidades de análisis. En esta ocasión nos centraremos, fundamentalmente, en tres modalidades de análisis que son las más frecuentemente recogidas en la literatura, así como las más presentes en las investigaciones empíricas concretas que se basan en el uso de materiales visuales. Nos referimos concretamente al análisis de contenido, al análisis semiológico y al análisis socio-hermenéutico. Es este último por el que nos decantaremos en el presente documento y el que proponemos como la modalidad de análisis de los documentos visuales más adaptada a los usos sociológicos en términos de generación de sentido. Estas tres modalidades coinciden, básicamente, con lo que Luis Enrique Alonso propone como los tres niveles del análisis del discurso: el nivel informacional, el nivel estructural y el nivel socio-hermenéutico del análisis del discurso (Alonso, 1998: 189).

10.7.1. Análisis de contenido

El capítulo 6 versa concretamente sobre esta temática aplicándola al análisis de textos de diversa índole. Es por ello que en el presente capítulo haremos una descripción muy somera de esta modalidad de análisis.

Este modelo, que es el más desarrollado de una forma sistemática y empírica, se basa en la propuesta de desarrollo metódico y formal los rasgos variables de un grupo de elementos. La versión moderna del método emergió al principio del siglo XX y fue codificado en su forma canónica por Berelson (1952) en su texto *Content Analysis in Communication Research*. Según este autor el análisis de contenido constituye una técnica útil para realizar una descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación.

Los principales desarrollos se han concentrado en el lenguaje escrito (más que en el visual o el audio) focalizándose, por ejemplo, en el análisis de documentos institucionales. En el ámbito de los materiales visuales destaca su relevancia en el análisis de las relaciones entre comunicación y propaganda, concretamente es frecuente su uso centrado en el estudio de la comunicación política a través de los medios de comunicación –especialmente prensa escrita– y en el análisis de la publicidad.

Según esta modalidad de análisis, la comunicación es considerada como un flujo de mensajes de un emisor a un receptor, de un autor a un lector, de un programa a su audiencia o de un fotógrafo a su público, y se centra en analizar lo que es expresamente manifestado o mostrado.

Esta perspectiva implica que todo el material relevante (o bien una muestra caracterizada por la representatividad estadística) debe ser analizado (no una selección estratégicamente orientada) y designado para ilustrar determinadas hipótesis.

El objetivo será definir categorías formales claras para aplicar al material analizado siguiendo reglas explícitas de procedimiento. De esta forma, diferentes investigadores utilizando el mismo material, las mismas reglas y categorías, deberían obtener los resultados idénticos. Las reglas y categorías servirían así para minimizar la influencia del analista y sus pre-nociones. Se busca determinar la frecuencia con que determinados temas o categorías aparecen en un cuerpo de documentos visuales. Los pasos a seguir estarán frecuentemente estandarizados y organizados con la finalidad de considerar la descripción de las manifestaciones explícitas de los elementos que componen los textos a ser analizados. No nos vamos a detener en exponer pormenorizadamente estas etapas que ya son contempladas en otro capítulo del presente texto.

Las principales críticas dirigidas a esta modalidad de análisis se han centrado en su incapacidad para captar los aspectos latentes de un proceso de comunicación, en este caso de un documento visual, que, generalmente, es caracterizado como fuertemente connotativo. Sin embargo, estos aspectos latentes y connotados son, en muchas ocasiones, los más significativos de cara a la atribución de sentido. También se le critica su incapacidad de acceder a los aspectos contextuales, así como a lo no previsto previamente en el sistema de codificación propuesto a priori. Es, asimismo, una técnica de análisis que no se muestra con capacidad para contemplar los aspectos simbólicos de la comunicación.

Un problema importante es, además, que la repetición, la frecuencia, se convierte en la principal marca de importancia y esta relevancia de la intensidad de la presencia de los elementos es frecuentemente cuestionada. En esta línea Banks y Smith (1992: 28) proponen un ilustrativo ejemplo. Pensemos, señalan, en una película de *gangsters* en la que vemos cómo cientos de actos malvados pueden ser perdonados por la audiencia si aparece un acto final heroico. Algún ejemplo clásico de análisis de contenido de textos visuales citado por Ball y Smith (1992: 29) es el estudio realizado en 1940 sobre los patrones de vestimenta femenina por parte de Richardson y Kroeber, así como el de Robinson sobre las barbas de los hombres en

1976. Sobre el primero señala que los autores utilizaron una variedad amplia de materiales visuales (dibujos, pinturas, litografías y fotografías) fechados desde 1605 a 1936. Se establecieron una serie precodificada de categorías (del tipo longitud del vestido, anchura del talle, etc.). Se establecieron una serie de reglas de asignación (por ejemplo, talle: distancia entre la boca y el diámetro mínimo de la cintura). La muestra seleccionada, de carácter sistemático, consistió en al menos 10 imágenes con figuras de frente de cada año. Su principal resultado (que coincide básicamente con el de Robinson en su estudio sobre los patrones culturales en el uso de la barba) hace referencia a la existencia de ciclos alternativos de aproximadamente cincuenta años de duración entre la dimensión mínima y máxima de la longitud del vestido (o desde la omnipresencia a la ausencia de barba en el estudio de Robinson). Aventuran una interpretación relacionada con el cambio generacional que se conecta con el disgusto por la moda de las generaciones inmediatamente pasadas (lo pasado de moda) y lo vinculan con comportamientos guiados por estándares de imitación, emulación y competición.

Algunos ejemplos contemporáneos y próximos de análisis de contenido de textos visuales se pueden localizar en trabajos como el que García Reyes (2003) hace sobre el tratamiento de la mujer en la publicidad, o el de Sánchez, Megías y Rodríguez (2004) en relación a los jóvenes y la publicidad, o el de Pérez Cosín (2005) en el análisis de las representaciones sociales de los trabajadores sociales en una serie de televisión, así como el de Lorite García (2009) acerca del tratamiento mediático de la inmigración o el de Contreras y Sánchez (2010) en sus informes anuales sobre el tratamiento de las personas sin hogar en la prensa.

10.7.2. Análisis semiológico de los textos audio-verbo-visuales

Esta modalidad de análisis se asienta fundamentalmente en las aportaciones del estructuralismo como corriente de reflexión desarrollada a partir de las reflexiones de Saussure en su *Curso de Lingüística General*. El elemento básico de esta aproximación radicaría en la consideración de los textos visuales a analizar como conjunto de signos (entendidos como combinaciones de significantes y significados en la acepción más clásica saussuriana o como combinación de *representamen*, referente e interpretante según la terminología usada por Peirce). Según esta orientación, la relación entre los diferentes tipos de signos y su interacción recíproca vendría a ser lo que produce un sentido que aprendemos a descifrar.

Uno de estos elementos básicos de la aproximación semiológica lo constituyen las oposiciones binarias, los pares sémicos desarrollados para las ciencias sociales fundamentalmente por Lévi-Strauss, en sus análisis de los mitos de los pueblos amerindios. Se trata de la búsqueda de signos clave que se interpretan en forma de pares contrapuestos para desentrañar el conjunto de reglas básicas o lo que podemos llamar la estructura subyacente (profunda, inconsciente) para quienes crean o leen imágenes. Así pues, el análisis consistiría en esta búsqueda de la(s) lógica(s)

interna(s) que daría sentido a todo el entramado de textos visuales que se analizan (localización del código). El procedimiento fundamental de esta modalidad de análisis se basará en fragmentar el texto en sus elementos básicos (signos) y ver lo que dan de sí, considerando las relaciones subyacentes.

Según esta modalidad, todo mensaje adquiere su valor de significación mediante el recurso simultáneo a dos tipos de relaciones: las denominadas *relaciones sintagmáticas* y las *relaciones paradigmáticas*. Las primeras atañen a las relaciones entre los elementos que aparecen juntos en un mensaje (en presencia, que se suceden) y que están vinculados entre sí por determinados códigos o reglas (en el seno del código lingüístico por reglas gramaticales, en el icónico por reglas de disposición en el espacio y en el tiempo, reglas de verosimilitud, disposición de los elementos, reglas del género...). La operación analítica que le acompaña es la descomposición, la segmentación en unidades discursivas (palabras, planos y signos visuales), así como al análisis de las relaciones de estas unidades resultantes entre sí y de cada una de ellas con el conjunto del mensaje. Por otra parte, estarían las *relaciones paradigmáticas* que implican relaciones entre las posibilidades de selección de cada uno de los elementos en el lugar que ocupa (en ausencia) (posibilidad de mutación conceptual o icónica). Remite a la cadena de posibles elecciones para cada una de las unidades implicadas (vocablos –semas–, morfemas, prefijos, tiempos verbales, colores, figuras, focos, disposiciones...). Consiste en poner en relación cada una de las unidades discursivas con el sistema general de valores dominantes. La operación analítica que le acompaña es la de la clasificación, el establecimiento de tipos, de variantes, que implican también posicionamientos en relación con el objeto, sujeto o acontecimiento. Permite, de esta forma, la aproximación al sistema ideológico.

Otra aportación fundamental a la semiología es la que hace Roland Barthes quien a lo largo de su vida y su obra propugnó constantemente la necesidad de desarrollar una ciencia de los signos que él aplicaría a muy diferentes ámbitos de la vida cotidiana: publicidad, revistas, cocina, moda, relatos, mitos, joyas, vivienda, etc. Destaca su obra *Mitologías* (compilación de artículos escritos entre 1954 y 1956) donde propone todo un inventario del sistema de representaciones, de la ideología de aquella sociedad de consumo incipiente en la medida en que cristalizan en mitos (como sistemas de signos que son impuestos desde el poder). Hablará así del mito como conjunto de representaciones colectivas relacionándolo con las sociedades contemporáneas que lo producen. Constituirán manifestaciones de la ideología dominante que intenta enmascarar lo cultural mediante la apariencia de naturaleza (procesos de naturalización, privación de la historia, ninismo). Así, las representaciones sociales de una época darán lugar a sus mitos. La clave del análisis de cualquier texto visual o verbal será entonces el análisis de las redundancias. Este autor señalará cómo la tarea del semiólogo será la de desvelar mitos (analizar las redundancias). El procedimiento será descomponer el mensaje en signos y estos en sus elementos, localizar elementos connotados, poner en relación unas partes con otras, intentar desvelar la estructura de las oposiciones.

Las aportaciones de esta modalidad de análisis al caso concreto de los textos visuales son muy voluminosas y relevantes. Así encontramos reflexiones como las de Chatman (1990), Lotman (1998), Casetti y Di Chio (1991), Adam y Bonhomme (2000), Rodríguez, R. y Mora, K. (2002), Bohnsack (2008), Abril (2008), etc.

Es también muy prolífica la literatura en la cual se ha abordado el análisis concreto de materiales visuales a través de esta modalidad semiológica de aproximación, especialmente desarrollada en el ámbito del estudio de la publicidad, así como en lo que podemos denominar “estudios fílmicos” y “estudios de los *media*”. En esta línea contamos con una gran cantidad de obras clásicas entre las que destacamos, por ejemplo, los textos de Ronald Barthes (1999 y 1996) donde analiza desde esta perspectiva una amplia variedad de documentos visuales diversos: publicidad, cine, fotos, guías (pero también música, novelas, juguetes, comida, etc.) y las obras de Pininou (1976) y Williamson (1978) centradas ambas en el análisis semiótico e ideológico de la publicidad. Hasta nuestros días han proliferado los textos que han usado este tipo de aproximación en relación a los textos visuales (por ejemplo, Serrano, 1996; Peñarín, 2007; Kruck, 2008; Stenglin, 2009) hasta llegar a encontrarnos, por ejemplo, una revista especializada en estos análisis que se denomina *Visual Communication* de la editorial Sage.

Entresacamos una investigación de Pilar Vicente (1999) que constituyó el trabajo de su tesis doctoral para ejemplificar un poco más pormenorizadamente esta orientación. En su obra Vicente analiza casi 1.500 anuncios publicitarios recopilados a partir de la prensa durante más de una década (1987-1998). A través de ellos pretende acceder a las manifestaciones de las mitologías contemporáneas, partiendo de la hipótesis de que el discurso publicitario representa los mitos de la cultura que los produce. De esta forma, nos permite aproximarnos a las eternas y a las nuevas preocupaciones del ser humano inserto en un contexto cultural determinado. Señala cómo a través de estos materiales encontramos viejos mitos recuperados del pasado y reinterpretados en el presente, conviviendo con recientes mitificaciones producto de los nuevos tiempos (1999: 2). Su objetivo es, entonces, desvelar estos mitos a partir de los signos, símbolos y arquetipos que se muestran, de las oposiciones binarias que de ellos se deducen, de los ejes que se privilegian, los campos semánticos que se asocian, los conceptos frente a los que se oponen, intentando, en fin, desvelar las estructuras latentes. Tal aproximación se realiza a través del análisis de las redundancias derivadas del análisis de los textos, considerando que cada anuncio, como unidad semántica mínima, es un texto. Tras el análisis de estos textos se concluye con la construcción de cinco ejes semánticos destacados, cada uno de ellos construido de acuerdo con diferentes mitificaciones. Estos son: el eje tradición-transgresión; el individualismo y lo diferente; lo femenino y los Otros (con importantes transformaciones en las representaciones de la tradicional oposición entre lo masculino y lo femenino); el instante y lo eterno y, por último, el de la huida y la naturaleza.

Veamos brevemente un ejemplo de cómo analiza uno de estos textos más concretamente.

Figura 10.1. Anuncio publicitario de un perfume de Lançome



A partir de este anuncio de una conocida marca de perfumes, analiza cómo el mito clásico del Minotauro (y los significados que evoca relacionados con el predominio de lo animal, de lo instintivo sobre lo espiritual en el hombre) es reelaborado y reinterpretado de forma que se presenta un nuevo minotauro que es capaz de aunar lo dionisiaco y lo apolíneo, que une lo instintivo y lo espiritual, lo clásico y lo moderno, lo vasto y lo refinado, lo masculino y lo femenino, así como lo eterno y el instante. Estos pares contrapuestos que emergen como ejes estructurantes del sentido de este texto visual se van construyendo a partir de los diferentes signos que se muestran y se ponen en relación en el texto (así como en relación con los signos a los cuales remiten, aunque no estén presentes). Se consideran los códigos cromáticos, los tipos de letras, la posición espacial, la edad y enfoque del personaje, los elementos que aparecen, la división del espacio en planos contrapuestos, los materiales de los que están hechos los objetos, que vienen a connotar significados no presentes (por ejemplo el color del cielo al que se abre el sujeto es un azul intenso que parece remitir a un horizonte abierto; el color azul es el color de la inmensidad, asociado con lo espiritual, es el color del silencio y la calma; la puerta rústica o el anillo de cuerda remiten a lo natural, lo primitivo, lo no elaborado; las entradas a la ópera o los billetes de avión a Buenos Aires remiten a lo refinado, etc.).

Uno a uno va analizando pormenorizadamente los signos que se muestran en cada texto y lo pone en relación con el resto de los signos entresacados de las publicidades que constituyen el corpus. A partir de todo ello, va construyendo los diferentes ejes que constituyen la estructura subyacente a las diferentes propuestas.

Muchas han sido las críticas que se han dirigido a esta amplia y variada orientación semiológica del análisis de los textos. Por parte de la semiótica moderna se critica el cartesianismo de los pares sémicos como configuradores de las estructuras. Se propone que existen otros tipos de estructuras que implican relaciones rele-

vantes, por ejemplo, las estructuras triádicas, los cuadrados semióticos, etc. Desde estas reflexiones, las estructuras sémicas estandarizadas vienen a funcionar como herramientas para el análisis, no objetivos del mismo, como parece perfilarse en buena parte de las aproximaciones más clásicas y formalizantes.

Se localizan, también, críticas al inmanentismo textual (no todo está en el texto). De esta manera se considera la necesidad de insertar el texto en el seno de prácticas discursivas y prácticas sociales concretas, esto es de introducir el contexto, así como el dinamismo (la historia). Algunos autores críticos harán hincapié en la necesidad de recuperar la atención sobre el receptor de los textos (su decodificación de los textos visuales, sus condiciones de recepción, su competencia), otros prestarán, en cambio, una mayor atención a las condiciones de producción de los materiales que se vayan a considerar.

Otra de las críticas frecuentemente señalada hace referencia al hincapié en el signo como unidad de análisis. Según estas propuestas, si se privilegia el signo se privilegia lo dicho, lo representado, lo dado y no tanto las condiciones de producción, cómo ha llegado ese signo a construirse así, cuáles son sus condiciones de posibilidad, es decir, preguntarse cómo se ha llegado a representar así las cosas o qué límites o condiciones llevan a que alguien las represente utilizando determinados signos visuales. Algunos autores que han hecho hincapié en el proceso de producción son por ejemplo Peirce o Kristeva; otros con mayor énfasis en la competencia del receptor son Eco y Fabri por mencionar algunos; otros autores han insistido en la importancia de considerar el contexto de la recepción, como por ejemplo van Dijk.

Asentadas en estas y otras críticas al pansemiologismo se han desarrollado aproximaciones diversas como la socio-semiótica (con mayor hincapié en la consideración del receptor y en el productor); el análisis genealógico (prestando una especial atención a la dimensión histórica y al dinamismo, esto es en las condiciones de producción de los textos) y, por último el análisis pragmático y socio-hermenéutico con un mayor hincapié en el contexto (de la producción y de la recepción), así como en la dimensión pragmática, esto es, lo que los modos de representación y los materiales hacen, es decir, sus consecuencias, así como la intencionalidad de los agentes implicados a la hora de producir o consumir estos textos.

10.7.3. Análisis pragmático y socio-hermenéutico

Como señala Ricoeur (1975), la Hermenéutica surgió como una ciencia de la interpretación de los textos religiosos y sobre todo de la Biblia. Por extensión se denomina al conjunto de problemas que proponen la interpretación y la crítica y, por tanto, la comprensión de toda obra escrita. Dilthey y Husserl ampliaron el concepto pasando de la ciencia de la interpretación de los textos al estudio de todas las manifestaciones de la creatividad humana, y, en consecuencia, a la comprensión de la existencia humana. Así el objetivo de la disciplina sería comprender los textos a partir de su intención.

Se propone que el problema central de la significación de toda obra se basa en la multiplicidad horizontal de los sentidos de un mismo texto, así como la multiplicidad vertical de las interpretaciones sucesivas de ese texto a lo largo de la Historia (Ricoeur, 1975). De aquí se deriva el problema de la significación y lo que se llamó «el conflicto de las interpretaciones». Toda lectura de un texto se hace siempre en el interior de una comunidad, de una tradición o de una corriente de pensamiento vivo que desarrolla presuposiciones y exigencias. Toda comprensión se construye, tomando prestado irremediabilmente algo de los modos de comprensión disponibles en una época: mitos, alegorías, metáforas o analogías.

Por otra parte, la Pragmática será la parte de la Lingüística que se centra en el estudio del contexto de la comunicación y en analizar cómo este contexto influye en el significado. Hace referencia a diferentes aspectos relacionados con dicho contexto: la situación comunicativa, la competencia de los hablantes, el conocimiento compartido y las relaciones entre los hablantes o la intencionalidad del habla.

En el análisis de textos visuales desde esta perspectiva se partirá de los beneficios que se derivan del hecho de tomar conciencia de la multiplicidad de interpretaciones posibles, así como de la necesidad de pensar el contexto concreto del análisis (¿para qué/ para quién se está analizando?). Será así necesario pensar en los contextos comunicativos en los que se visualizan los documentos, esto es: sus usos, de forma que se contemplen simultáneamente el contexto de la producción (condiciones de producción del texto) y el de la recepción o consumo de los textos.

Gillian Rose (2001: 16-32) presenta una interesante exposición sobre las diferentes formas de analizar desde perspectivas diversas y hace una sugerente propuesta acerca de la necesidad de tener en cuenta tres lugares o niveles que centren el foco analítico. Estos serían:

- a) El *contexto de la producción* de la imagen. Toda representación visual es una creación y la consideración de las circunstancias de su producción, la intencionalidad (el para qué), el proceso de su encargo y creación, de su difusión y del contexto en el cual se produjo, contribuirá a comprender el efecto que tiene. Además, toda imagen se produce en un contexto social que implica una serie de relaciones económicas, sociales y políticas, instituciones y prácticas que rodean la imagen. El modo de producción de una determinada sociedad se refleja en sus creaciones culturales y, por lo tanto, en las visuales.
- b) El *lugar de la imagen en sí misma*. Es el producto de la comunicación y, por lo tanto, contiene un substrato fundamental que, precisamente en su materialidad, nos proporciona claves básicas (si bien no únicas) para abordar su significado. La imagen es el producto de un conjunto relevante de decisiones. Será necesario, pues, considerar con mucha atención la organización espacial de las miradas que fomenta, los elementos, signos y símbolos que utiliza, el lugar donde se sitúa el foco, el tipo de planos, el ritmo de las secuencias, las llamadas de atención a partir de objetos, formas y colo-

res, los recursos utilizados, los personajes, relaciones y contextos que se exhiben, cómo se muestran, los que no se explicitan, el tipo de relaciones que naturalizan, en definitiva, las cosmovisiones implicadas y los recursos (icónicos, lingüísticos, sonoros) que lo hacen posible. También habrá que considerar el género en el que se ubican, que las condiciona y que produce expectativas diferentes (melodrama, ciencia ficción, publicidad, documental, material pedagógico, etc.).

- c) El *contexto de la recepción*, esto es, el ámbito, momento, lugar, identidad, posición, expectativas e intereses desde los que es percibida por diferentes tipos de audiencias, así como los contextos socio-históricos concretos de la recepción (incluyendo los del propio analista, con su intencionalidad, posición y objetivos). Los efectos de las imágenes siempre están vinculados con el contexto social del visionado y las visualidades que los espectadores traen consigo. Además, siguiendo las propuestas de Bourdieu (1998), los diferentes usos de las imágenes, los aprecio o desprecios por cierto tipo de imágenes (lo mismo que por cierto tipo de música, comida o decoración) desempeñan una determinada función de diferenciación social y de construcción de estilos de vida. Las imágenes que mostramos o que nos gusta contemplar dicen también algo sobre quiénes somos y sobre cómo queremos que se nos vea. Por otra parte, es necesario considerar que las relaciones y los procesos económicos, culturales y sociales más amplios condicionan la interpretación y la decodificación del significado de las imágenes. Habrá así que tener muy en cuenta el contexto inmediato donde se va a percibir la obra.

Así pues, los textos audiovisuales nos sirven como indicios para conformar discursos que solo son comprensibles en su relación con sus contextos de producción y recepción. Para construir esos discursos habremos de ver las huellas del proceso de producción en los textos, a través del análisis de los signos/ símbolos /mitos / ideologías y relaciones de poder que se despliegan en los textos que habrán de ser contemplados en su entronque histórico concreto. Los discursos están relacionados entre sí (dinámicamente), en relaciones complejas de competencia, subordinación, dominación, contraposición o conflicto.

Así los documentos a analizar, insertos en la llamada cultura de masas, constituirán territorio de la competencia semiótica por introducir nuevos acentos, modificar los estabilizados o mantener los dominantes. De esta forma, la historia puede observarse desde esta perspectiva, como una pugna por hacerse con el control del sentido de ciertas representaciones. De estas luchas resultan las versiones del mundo en que habitamos y con las que pensamos. Habrá que considerar cómo se reflejan los conflictos entre los grupos (clases, grupos étnicos, género, ciudadanía, grupos nacionales...), las luchas de poder, las confrontaciones ideológicas, las visiones del mundo, los intereses, el establecimiento de las agendas, la competencia por la hegemonía, así como los marcos de comprensión del sentido. Será necesario

considerar los documentos audiovisuales en un campo de fuerzas de grupos sociales en conflicto que luchan por defender sus intereses e imponer su manera de percibir y valorar el mundo, así como sus posibilidades de transformación. Para poder interpretar estos textos (visuales, en este caso) será necesario verlos en conjunto, en lo que algunos autores (fundamentalmente Conde, 2009) han denominado análisis del sistema de discursos.

Cada texto (visual en este caso) es una partícula, de un discurso que hay que reconstruir (incluso un mismo texto puede remitir a varios discursos). Cada discurso es uno solo de un sistema (que también hay que construir). En esta elaboración del sistema de los discursos, una herramienta muy útil serán los mapas discursivos. Será necesario reconstruir el universo ideológico en el que los textos aislados pasan a formar parte de una trama narrativa e ideológica coherente. Así nos interesa no solo el significado de un texto, sino el valor que cobra en su relación con otros, a la hora de conformar discursos y las relaciones entre los discursos en el proceso de construcción del sistema de los discursos.

Para analizar será necesario, entonces, comenzar con una lectura ordenada (estableciendo, en un primer momento, los criterios de ordenamiento). El proceso se desarrolla utilizando todas las herramientas de las que nos proveen la semiótica y la hermenéutica, en un proceso constante de fragmentación y segmentación en signos para cada uno de los textos (en relación a los diferentes lenguajes: imágenes, texto escrito, oral, música, letras); ver pares contrapuestos, códigos cromáticos, foco, relación entre la música y los textos y las imágenes, personajes que se muestran, sus relaciones, sus actitudes, objetos y sus cargas simbólicas, naturalizaciones, ausencias, etc.). Paralelamente se van localizando las lógicas estructurantes que subyacen a partir de un proceso de ensamblaje (búsqueda de las lógicas de sentido), así como los espacios ideológicos, las redundancias (mitos), las tendencias y vectores de transformación. De esta forma y a partir de estas herramientas se van perfilando los discursos y sus relaciones hasta terminar en la reconstrucción del llamado sistema de discursos, y cuando se considere pertinente y adecuado, el proceso culminará con el diseño del mapa que muestra el conjunto de los discursos y sus relaciones (esto es, el sistema de discursos).

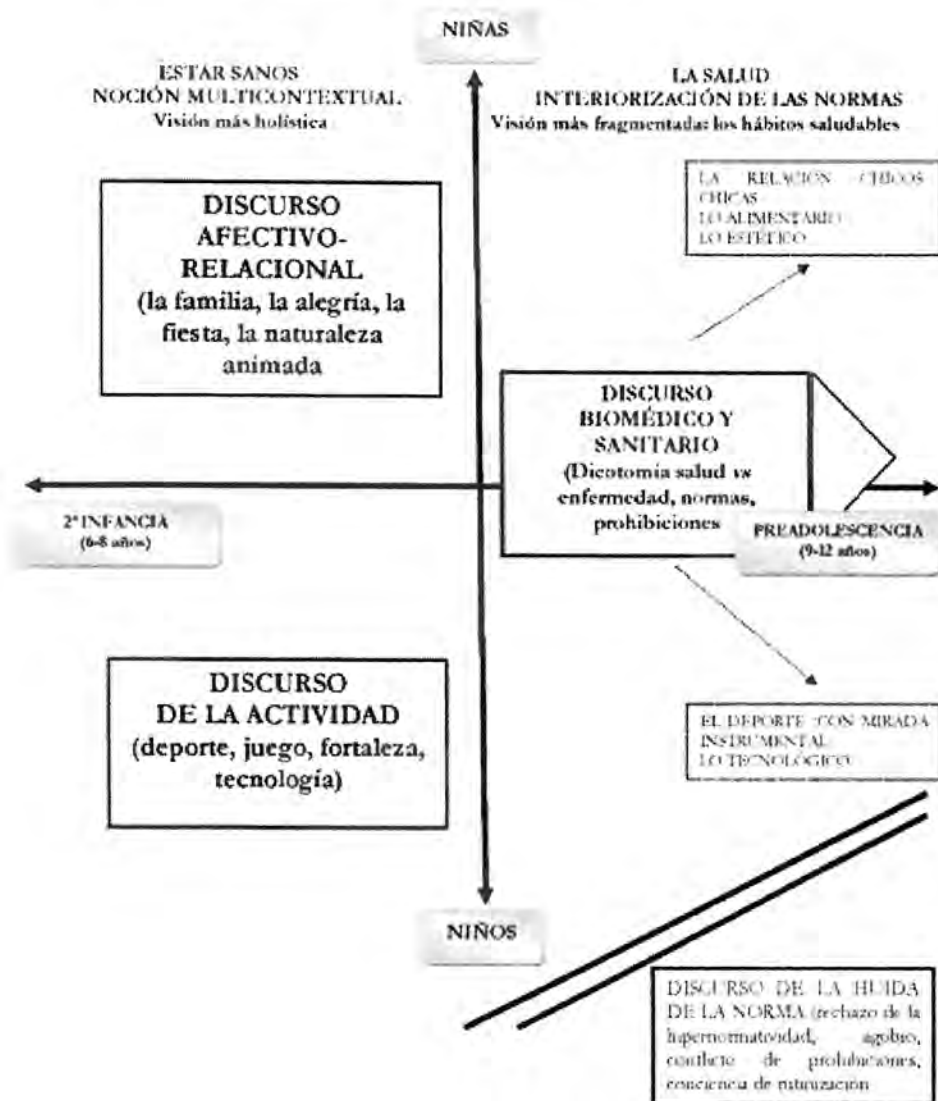
Veamos algunos ejemplos de reconstrucción del sistema de discursos que pueden ser ilustrados a través de los que se han denominado mapas discursivos en algunas investigaciones concretas.

Una de las investigaciones que destacamos es la de Fernando Conde y Victoriano Camas (2001) quienes propusieron un análisis de dibujos para explorar el ámbito de las representaciones sociales que los niños y niñas tienen sobre la salud en el contexto madrileño. El objetivo final de la investigación era el de ayudar a generar materiales y programas educativos sobre la salud. Previamente se había desarrollado una investigación, también con escolares, utilizando la técnica del grupo de discusión y solo complementariamente el análisis de dibujos que los niños habían elaborado en el contexto de los grupos. A partir de la riqueza de las conclusiones que pudieron extraer de dichos dibujos se propuso esta nueva investigación

centrada solo en obtener y analizar dibujos sobre la salud de niños de 6 a 12 años. Se analizaron 139 dibujos que sirvieron de base para el análisis del sistema de los discursos. Se vio cómo los dibujos presentaban importantes variaciones en función del género y del grupo de edad (diferenciando entre lo que los autores denominaron segunda infancia y pre-adolescencia). La interpretación de los dibujos permitió reconstruir fundamentalmente cuatro discursos que se relacionan entre sí y que se organizan en función de los principales ejes que se perfilaron. Estos son: el discurso afectivo-relacional, el discurso de la actividad, el biomédico y vinculado a las instituciones sanitarias y el que se desarrolla en confrontación a los anteriores (especialmente en conflicto con el biomédico) que sería el discurso que se ha denominado de la huida de la norma. A partir de la configuración de estos discursos se pueden localizar básicamente dos espacios ideológicos que se hacen concretos en torno a la noción holística y multicontextual de “estar sanos” por una parte, y en torno a la visión más fragmentada sobre “la salud” vinculada a los hábitos saludables y a la interiorización de las normas, por otra. Se ha trazado un mapa discursivo (cuya autoría es nuestra a partir del texto de Conde y Camas que pensamos puede ayudar a visualizar el sistema de los discursos en torno a la salud que en esta investigación se ha considerado (ver Figura 10.2).

Por otra parte, rescatamos otro texto que constituye el resultado de una investigación realizada por Fernández-Cid y Martín Caño (1998) en torno a las imágenes que tienen los adolescentes sobre las drogodependencias. En este texto los autores proponen interpretar estas imágenes a través del análisis de 529 carteles de adolescentes que participaron en un concurso organizado a nivel estatal por la Coordinadora de organizaciones no gubernamentales que intervienen en drogodependencias y que fueron propuestos y recopilados por los centros escolares. Cada cartel iba acompañado de un texto escrito que se demandó a los concursantes exponiendo el proceso de gestación de la idea y de la imagen del cartel (contaron así con dos soportes, imágenes y textos, que enriquecieron las posibilidades interpretativas). A partir del análisis socio-hermenéutico de cada uno de los materiales y de su consideración conjunta, se perfilaron una serie de discursos que son básicamente cuatro: el discurso de la inclusión-exclusión del mundo de las drogas considerado en términos dicotómicos; el discurso procesual que hace hincapié en los matices y en los procesos y que abre las posibilidades de la reversibilidad a través de los apoyos y las ayudas; el discurso de la banalización y la desdramatización del consumo y, por último, el discurso que se configura a partir del posicionamiento crítico en relación a lo que supone la droga y su mercado en las sociedades contemporáneas (discurso que se contrapone a todos los anteriores). Estos discursos se vinculan también con un eje que podríamos denominar grado de mimetismo (en relación a los mensajes que se vehiculan a través de los medios de comunicación y, en especial, de las campañas anti-droga) y otro eje fundamental constituido por el contexto de la elaboración de los carteles proponiéndose diferentes construcciones en función de si el trabajo de elaboración del cartel se desarrollaba de forma más individual o más colectiva. A partir de todos estos elementos se puede trazar un mapa discursivo (cuya

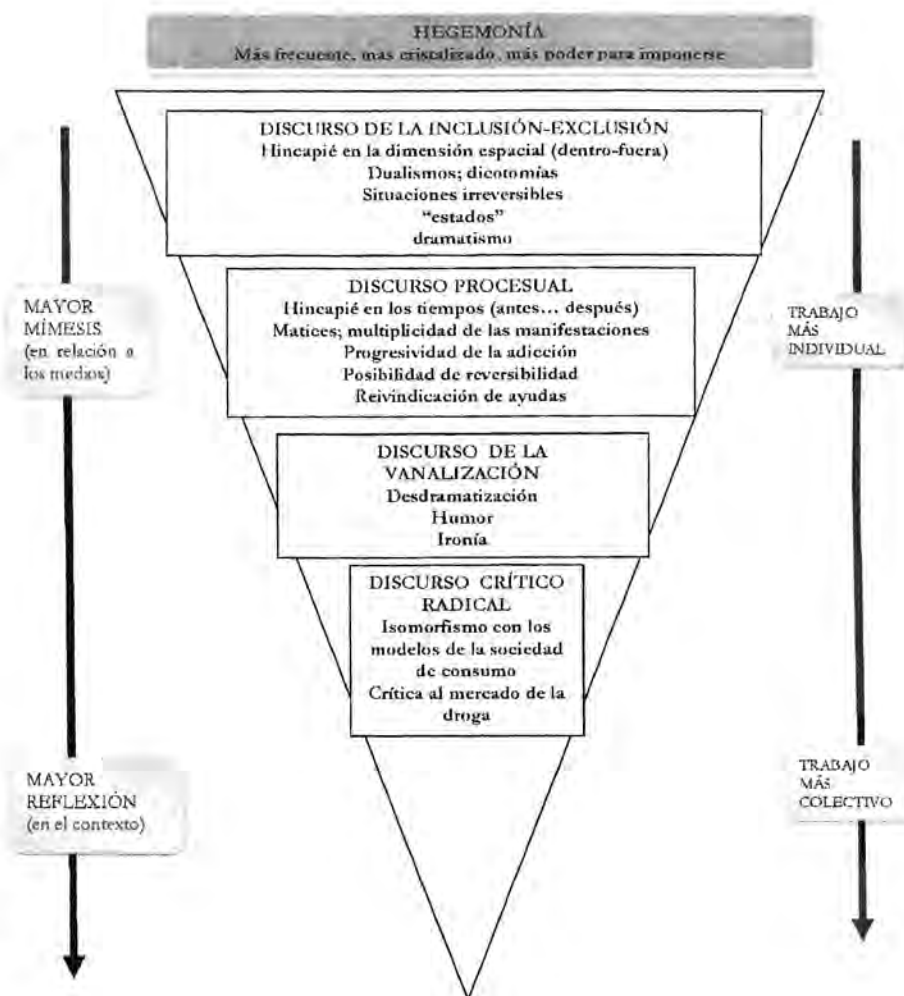
Figura 10.2. Discursos sobre la salud



Fuente: Elaboración propia a partir de Conde, F. y Camas, V. (2001), *Paseando por los dibujos sobre la salud: una experiencia de trabajo de escolares madrileños*. Consejería de Salud de la Comunidad de Madrid.

(cuya responsabilidad es exclusivamente nuestra), que pensamos ayuda a clarificar el sistema de los discursos localizados (ver Figura 10.3).

Figura 10.3. Discursos sobre la droga



Fuente: Elaboración propia a partir de Fernández-Cid, M. y Martín Caño, A. (1998): *Imágenes de los adolescentes sobre las drogodependencias*. Ed. Coordinadora de ONGs que intervienen en drogodependencias.

Por último queremos esbozar algunos comentarios de una investigación propia en la que estamos inmersos en la actualidad los autores del presente capítulo. Lo que se expondrá a continuación es una breve reseña de los resultados preliminares.

El objetivo de la investigación realizada por Serrano y Zurdo es analizar las "imágenes" y representaciones sociales que se ofrecen de las *personas sin hogar* a

través de una amplia variedad de documentos audiovisuales de los últimos años (2008-2010). Para ello se recopiló una muestra de documentos audio-verbo-visuales de diferentes géneros intentando conseguir una muestra de carácter estructural (representativa estructuralmente y que sature, por ello, los principales espacios de la emisión y recepción de los textos –Ibáñez, 1979–, así como de la diversidad socio-estructural de los posicionamientos previsibles en torno a la temática).

Se analizaron una multiplicidad de noticias de prensa, publicidad, informativos televisivos, documentales, *realities*, cómics, documentos programáticos de asociaciones de acción social y fotomontajes extraídos de la red.

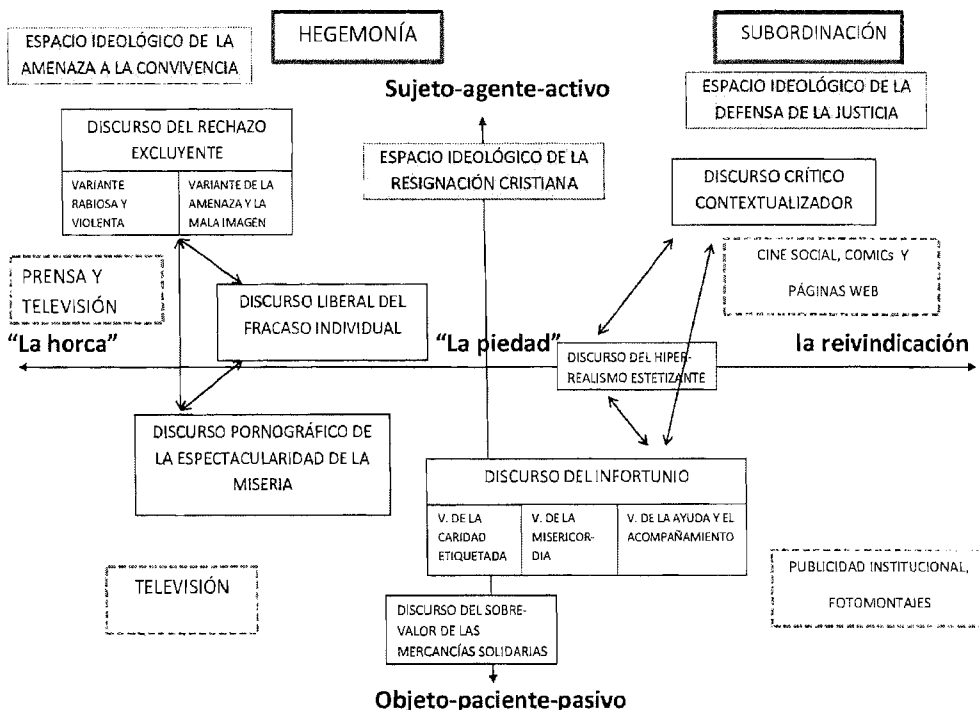
Se procedió a un análisis pormenorizado de cada uno de los documentos seleccionados, utilizando para ello una diversidad de herramientas. Se hicieron vaciados temáticos, se localizaron pares sémicos contrapuestos, estructuras narrativas predominantes, cuadrados sémicos, ejes paradigmáticos, análisis de símbolos, metáforas y mitos, se prestó atención al tipo de música o audio del cual se acompañaban, del enfoque, de planos que se utilizaban, se analizaron los textos de los que se acompañaban las imágenes, las letras de las canciones, los diálogos, etc. Todas estas herramientas se desplegaron en el análisis tanto de las imágenes, como de los textos escritos con los que aparecían vinculadas.

A partir de los textos analizados e interpretados, siguiendo el proceder antes señalado de las corrientes de análisis socio-hermenéutico del discurso, se procedió a la construcción de un sistema de discursos-tipo. Así pues, gracias a nuestro trabajo de análisis de los textos audio-verbo-visuales seleccionados, perfilamos una serie de discursos (con variantes discursivas en alguno de los casos) que se conectan entre sí, en forma de relaciones de implicación en alguno de los casos y de contraposición en otros. Estos discursos se organizaron a partir de los que se consideraron los ejes estructurantes básicos que nos ayudaron a perfilar y construir las variaciones, relaciones y el dinamismo de los diferentes discursos construidos. Los ejes básicos seleccionados fueron dos: uno que hacía referencia a las actitudes ante la problemática; eje que denominamos “horca-piedad-reivindicación” y otro eje relacionado con la consideración de la agencia de las personas afectadas por la problemática, de forma que denominamos a este segundo eje: “sujeto-activo-agente / objeto-pasivo-paciente”. El primero de los ejes remite directamente a las útiles metáforas propuestas por Geremek (1998) en su texto *La piedad y la horca* y que se relacionan con las actitudes castigadoras y piadosas que se suceden en el tratamiento histórico de la pobreza.

A partir de estos dos ejes configuramos un mapa de discursos atendiendo a su ubicación en un espacio bidimensional. Sobre él se señalaron las relaciones de implicación (marcadas con flechas), las de oposición (configuradas por los espacios positivos y negativos en los ejes), así como los posicionamientos en un espacio de luchas de poder, apuntando los espacios de la hegemonía y la subordinación. Además, establecimos cuáles se consideraban los principales espacios ideológicos implicados en los diferentes discursos y posicionamientos, y el tipo de textos (audio-verbo-visuales) y documentos en los que los diversos discursos estaban más pre-

sentes (siempre de forma ideal-típica). En función de todos estos elementos construimos el mapa discursivo que se observa en la Figura 10.4.

Figura 10.4. Mapa discursivo de los discursos en torno a las personas sin hogar



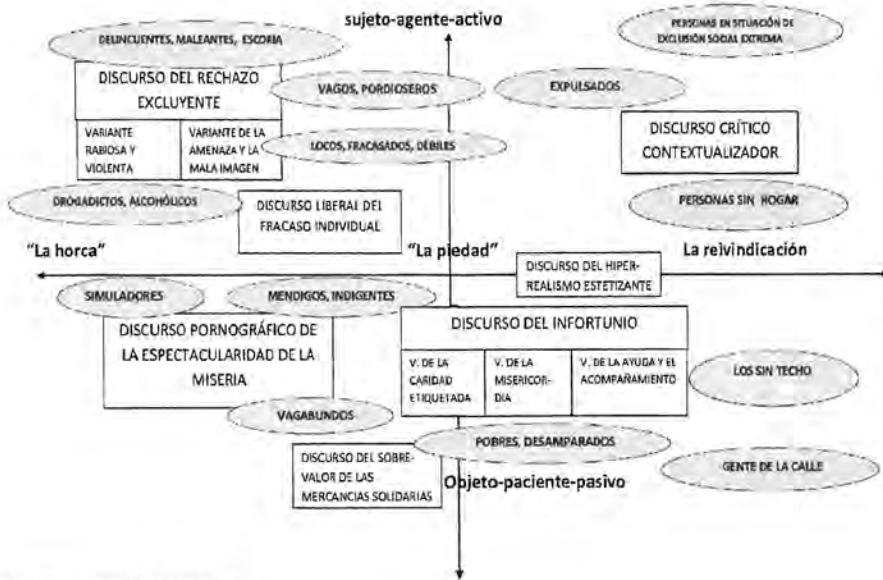
Fuente: Elaboración propia

Partiendo de este mapa discursivo es posible volver sobre algunas de las herramientas utilizadas y ver hasta qué punto nos sirven para vincularlas con estos discursos concretos así contruidos, así como con los espacios ideológicos y de poder antes propuestos. Por ejemplo, se puede ver cómo se ubican sobre el espacio de los discursos las diferentes categorizaciones y denominaciones que se da a las personas sin hogar en los diversos documentos, actualizando y contextualizando así las cadenas paradigmáticas localizadas (ver Figura 10.5).

Para desarrollos más pormenorizados de los resultados de la investigación en curso a la que se está haciendo referencia habremos de esperar a su próxima publicación. Por el momento, y de cara a cubrir los objetivos que nos proponemos en el

presente texto, baste esta sintética exposición para ilustrar un caso de análisis de un objeto de investigación social centrado en el abordaje de las representaciones sociales de las personas sin hogar a través de su presentación en una diversidad de documentos de carácter audio-verbo-visual, la mayor parte de ellos producidos por élites culturales, otros cuantos producidos en las actividades cotidianas de personas "anónimas" (o que por el tipo de documentos y fuentes no podemos situar), otros por instituciones y solo unos pocos producidos por los propios protagonistas de la problemática: las personas sin hogar.

Figura 10.5. Mapa discursivo de las categorizaciones en torno a las personas sin hogar



Fuente: Elaboración propia.

SOCIOLOGÍA

Este libro es un manual avanzado sobre metodología y aplicaciones cuidadosamente seleccionadas por su carácter emergente e innovador o por la frecuencia de utilización en la investigación empírica. La obra tiene especialmente en cuenta las nuevas estrategias de recogida y análisis de la información sociológica, las mediciones que suponen nuevos aparatos y tecnologías (el mundo digital), la gestión integral y rápida de la información (como los datos espaciales), y los medios de registro y almacenaje de datos digitales (que incluyen imagen, audio y vídeo).

Se abordan temáticas fundamentales para el análisis sociológico del siglo XXI y con las posibilidades que brinda la tecnología actual: análisis de materiales audiovisuales, análisis geoespaciales, análisis de imagen; las posibilidades de la investigación cualitativa, primaria o documental, la adaptación de la investigación demoscópica clásica a dichas aplicaciones (desarrollo de sistemas CATI/CAWI, etc.), las nuevas tendencias de investigación on line y otras posibilidades cualitativas (etnografía virtual, entrevistas on line, etc.), el resurgimiento del interés por el análisis de redes sociales, las nuevas posibilidades de la simulación social, como resultado de los desarrollos de la inteligencia artificial distribuida, etc.

Millán Arroyo e Igor Sádaba son profesores en el Departamento de Metodología de la Investigación Social y Teoría de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la UCM.

ISBN: 978-84-975676-0-2



3 1005



9 788497 567602


EDITORIAL
SÍNTESIS

SERRANO PASCUAL, Araceli y ZURDO ALAGUERO, Ángel (2010) "Investigación social con materiales visuales" en Millán Arroyo e Igor Sádaba (coords) *Metodología de la investigación social: innovaciones y aplicaciones*. Madrid: Síntesis. Cap. 10 pp: 217-250