

# METODOLOGÍA DE LA SOCIOLOGÍA VISUAL y su correlato etnológico

Mario Ortega Olivares

**E**n este artículo se discuten las posibilidades y limitaciones de las imágenes fotográficas en la investigación de campo. Se reconoce que la observación social siempre ha dependido de un ojo sociológico, que enfoca al horizonte desde el punto de vista de la razón. También se critican las miradas inocentes que se deslumbran por la inmediatez del mensaje icónico. Pues la sociología visual debe ir más allá de la percepción fenomenológica de la imagen. Se recomienda un adecuado balance entre texto e imagen en la investigación social. Y se presentan dos casos paradigmáticos para la metodología de la antropología y la sociología: *El Carácter Balinés* de Margaret Mead y Bateson para la primera y *Gender Advertisements* de Erving Goffman para la segunda.

Palabras clave: sociología visual, antropología, fotografía, metodología.

## ABSTRACT

This article discusses the possibilities and limitations of photographic images in field research. It acknowledges that social observation has always depended on a sociological perspective that focuses on the horizon from the viewpoint of reason. Innocent perspectives that reveal themselves through the immediacy of the iconic message are criticized. Since visual sociology should extend beyond the phenomenological perception of images, the author recommends an adequate balance between text and image in social research. And two paradigmatic cases are presented for the methodology used in anthropology and sociology: *El Carácter Balinés* by Margaret Mead and Bateson, for anthropology, and *Gender Advertisements* by Erving Goffman, for sociology.

Key words: visual sociology, anthropology, photography, methodology.

## INTRODUCCIÓN

La abrumadora presencia de lo visual en la sociedad contemporánea no debería asombrarnos, pues siempre se ha dicho que la realidad social entra por los ojos, cuando recordamos nuestros sueños casi siempre recurrimos a imágenes visuales. Aun quienes no reconocen la primacía de lo visual, admiten que existe una relación interactiva entre lo que vemos y cómo representamos el mundo.

En un mundo globalizado por las tecnologías de la información, ni la sociología ni la antropología pueden ignorar a las imágenes fotográficas como objeto de crítica. Si las ciencias sociales y humanas quieren penetrar en nuestra realidad social deben apelar a la fotografía, a la imagen virtual, al video digital, así como al cine documental. De hecho, la sociología siempre ha recurrido a la observación como un método de investigación. De ahí que la sociología visual no sea otra cosa que una observación sociológica, pero consciente de la importancia de la imagen.

Tras la confianza de la sociología convencional en la técnica de la observación, como un reflejo fiel del comportamiento social, subyace la concepción simplista de una actitud *cándida*. La noción de *mirada inocente* deja de ser metafórica y se torna literal cuando se le otorga un carácter fundacional a la visión *pura*. La cual es considerada como un proceso mecanicista no contaminado por el interés, las pulsiones o los imaginarios. Cuando se postula dicha visión óptica como *pura* e inaccesible al invidente, se torna ella misma un tipo de ceguera.

## LA MIRADA SOCIOLÓGICA

Hoy que la mayoría de la población mundial elabora sus imaginarios sociales con base en el discurso de los medios comunicativos, es necesario aprender a mirar de manera crítica. Aunque se considera que ver no es una práctica que deba aprenderse, *ver bien* con un *ojo sociológico*, demanda el aprendizaje de conocimientos teóricos. Según Bourdieu el ojo sociológico es la mirada de la razón. Para el autor la sociología visual mira al mundo tal como es y además mira las causas por las que ha llegado a ser lo que es, en el sentido adelantado por Espinoza.

El sentido común supone que ver es una práctica innata; pero ver bien con un ojo sociológico requiere un aprendizaje sistemático. Pues la *mirada sociológica* es la *mirada cartesiana*; la percepción visual que va más allá del fenómeno para encontrar la esencia de las relaciones sociales. Si la imagen es enfocada desde la mirada sociológica ofrece una cantidad de información social increíble. Cuando se dedica tiempo y paciencia al análisis de una fotografía, el significado de la misma cambia profundamente. Algo parecido ocurre cuando el investigador captura, construye por sí mismo su percepción de lo social a través de la lente fotográfica. Por ejemplo, el antropólogo diestro en entrevistar extraños, descubre nuevas capas de significados que había pasado por alto cuando contempla al entrevistado en un documental de video. De ahí la necesidad para el etnógrafo de incluir a la cámara como otra de sus herramienta de campo. La captura de imágenes ayuda a refinar el *ojo* del investigador social, porque la práctica fotográfica afina su mirada.

Es un lugar común afirmar que la sociedad en general cada día lee menos. Las personas están cada vez más familiarizadas y deslumbradas por las tecnologías de la información, por otras formas de expresión electrónicas y por las comunicaciones digitales. Aun los escépticos ante la primacía de la visión, admiten que existe una relación interactiva entre lo que vemos y cómo representamos el mundo. Sin embargo, existe una relación inversa entre la creciente importancia de las imágenes en el mundo contemporáneo y el desinterés que las ciencias sociales tienen hacia ellas. Pero desde tiempos de Augusto Comte la ciencia social se ha apoyado en la técnica de observación. Aunque los sociólogos no lo adviertan, la sociología visual no es sino una sociología cuyas observaciones se plasman en imágenes.

Ahora, cuando la población global elabora sus imaginarios sociales con base en lo que difunden los medios, es más necesario que nunca aprender a mirar de manera crítica. El sentido común supone que *ver* es una práctica innata; pero ver bien con ojo sociológico, requiere un aprendizaje sistemático. La mirada del investigador social es la mirada cartesiana que va más allá del fenómeno para encontrar la esencia de las relaciones sociales. En la sociología visual el investigador emplea imágenes como fuente de datos, se centra en la imagen como instrumento de investigación de las relaciones sociales. Enfoca la fotografía como una interpretación del mundo y al análisis de esa imagen, como la interpretación de otra interpretación, la del fotógrafo.

La sociología visual utiliza lo mismo fotografías fijas que imágenes en movimiento. El investigador puede analizar tanto imágenes capturadas por otras personas como las propias. Se parte de la idea de que una imagen fotográfica expresa la subjetividad de aquella persona que la captura. Incluir imágenes puede dar credibilidad a un proyecto de investigación, al comprobar la objetividad del acontecimiento o cultura estudiada.

Para el buen manejo, estudio y análisis de los medios audiovisuales, el investigador visual debe apoyarse en los fundamentos teóricos y metodológicos esenciales de las ciencias sociales. Si pretende realizar trabajo visual tiene que considerar estos principios para obtener resultados que cumplan con sus objetivos y alcanzar un conocimiento integral en el uso de los medios de registro de imagen y comunicación.

Cuando la sociología visual recurre a la imagen no lo hace para oponerla a las palabras sino para complementarla. La palabra escrita y la imagen cuentan con una estructura que difiere una de la otra, pero cada una tiene la misma importancia en el discurso social, ninguna debe subordinarse a otra. Las dos tienen que comunicar o transmitir un mensaje mediante una coordinación que sostenga el equilibrio entre ambas; tanto la sociología como la antropología visual pretenden alcanzar una armonía entre imagen y texto.

Por lógica, el elemento primario de la sociología visual es la imagen, sin ella no hay ciencia social visual. Pues como señala Roca, a la imagen-palabra sólo el montaje le otorga sentido y significación.

## LA FOTOGRAFÍA Y EL IMAGINARIO

Se considera a la fotografía como un documento audiovisual, si hay una integración metodológica en la que se articulan objetos, técnicas y métodos; para el registro e interpretación de sonidos e imágenes con un enfoque interdisciplinario. La sociología aporta la definición y los conocimientos del objeto de estudio sobre el cual trabajan los medios audiovisuales, pero éstos tienen un formato y técnica particular que darán forma a los trabajos.

Algunos asuntos de interés para la investigación visual social son: la producción de fotografías y documentales en cine o video para el rescate de relaciones sociales. Así como para la enseñanza de la sociología en general y de la sociología visual en particular. El empleo de las imágenes por la sociología depende de los objetivos de imaginación, de las características del espacio y el objeto, de los recursos materiales, de las habilidades humanas, y de los conocimientos tanto teóricos como técnicos.

La fotografía, el cine y el video pueden ser utilizados como técnicas auxiliares, lo mismo para obtener registros visuales durante el levantamiento de datos como en las tareas de descripción, análisis y divulgación. De ahí la necesidad de que el investigador social contemporáneo aprenda a fotografiar.

La captura de imágenes se ha vuelto parte integral del proceso de investigación. Las cámaras fotográficas ahora son un poderoso instrumento del quehacer sociológico. El empleo metódico de la fotografía y el cine eleva las potencialidades de la observación social. Cuando el investigador social adquiere una habilidad técnica básica para utilizar los nuevos instrumentos de la captura y procesamiento de imágenes, se le abre un mundo de posibilidades. Hay que adquirir experiencia en el uso tanto del equipo como en el montaje o edición del producto audiovisual. Asimismo, es importante identificar las características de cada uno de esos medios para que se cumplan nuestros objetivos cognitivos.

En la investigación visual el modelo teórico, los métodos y técnicas, deben mantener la hegemonía durante toda la pesquisa sociológica. Los objetivos de un proyecto visual pueden ir desde el registro de datos, hasta la producción de documentales en cine o video, pasando por el análisis hermenéutico de las imágenes. Hay que conocer el lenguaje fotográfico, la técnica y la semiología de la imagen para su integración en el proceso de investigación.

El análisis de la fotografía se puede apoyar en la semiótica, ciencia que estudia los sistemas de signos. Pues cuando en algún código se asocian elementos de un sistema que transmite, con elementos de un sistema que es transmitido. El transmisor se convierte en la expresión del transmitido, el cual a su vez se convierte en el contenido del primero. Existen dos factores a desarrollar para consolidar esta nueva rama de la sociología. Por un lado el sólido conocimiento de la metodología de las ciencias sociales en general y de la

sociología en particular. Y por otro, el conocimiento de las técnicas de producción de la imagen y el sonido. Cuando un investigador visual de campo realiza sus investigaciones debe preocuparse por:

1. La veracidad de lo que se registra.
2. La distorsión de la realidad a partir de la selección de lo que se registra, y por el montaje.
3. Los mecanismos de dominación que emergen de 1 y 2, ejercidos especialmente sobre los sujetos y actores de la realidad social documentada (especialmente si ésta es étnica).
4. Los mecanismos de dominación desenvueltos desde y por los media, ya que toda realización es ideológica [Moreyra y González, 1997:1].

Pues en el momento del registro visual intervienen preconociones, prejuicios y estereotipos, de ahí la relatividad de la imagen. Este factor hace que algunos investigadores no consideren adecuada la aplicación de los medios visuales, como instrumento metodológico para la investigación social. La necesidad de que el investigador visual parta de una sólida formación en la metodología de la investigación es clara. Porque se trata de realizar etnografías en donde los elementos audiovisuales desempeñen un papel esencial en la toma de datos y en su análisis. Grau sugiere considerar los siguientes factores para elevar la confiabilidad en los medios audiovisuales:

- a) La formación de investigadores audiovisuales (reflexivos).
- b) La reivindicación, por parte de los profesionales de las ciencias sociales (cada uno dentro de su propia especialidad), de la participación activa en programas y proyectos de análisis sociocultural.
- c) La visibilización progresiva de la investigación social en la elaboración de materiales documentales (escritos y audiovisuales).
- d) La proliferación de estudios e investigaciones que aborden frontalmente la difusión cultural a través de los medios de masas.
- e) La sistematización del uso de material audiovisual como procedimiento analítico en el aula, siempre sobre la base de un contexto y un análisis teórico que supere el carácter exótico en el uso del medio.
- f) La incorporación plena de los productos audiovisuales (independientemente de su catalogación genérica) como documentos para la investigación y la docencia [Grau, 2002:32].

## EL TEXTO ANTE LA IMAGEN

Como la cámara fotográfica puede captar relaciones sociales fugaces o en vías de desaparición, es un instrumento imprescindible para atestiguar los procesos de cambio. Las imágenes se transforman en un documento dentro del proceso etnográfico, en ellas se expresan diversos discursos. La fotografía aporta una perspectiva visual única que puede aclarar y redimensionar el trabajo de campo. Cuando se contempla un gran número de fotografías sin el sesgo de los discursos verbales; las secuencias de imágenes y su yuxtaposición adquieren una autonomía visual que el lector no puede ignorar y debe ser tomada en cuenta (Chaplin, 1984:89).

Aunque el texto y la imagen son lenguajes diferentes que debemos utilizar en forma complementaria; es muy arriesgado decir que la imagen vale por sí misma, pero tampoco hay que ponerla en un segundo plano como simple ilustración del texto. La diferencia sustancial entre el discurso escrito y el visual, consiste en que el texto escrito se comprende primero de manera racional y en un segundo momento se percibe con los sentidos. En cambio la imagen es percibida en inmediatez a un nivel irreflexivo, pues todo fotograma estimula una emoción, la cual podemos analizar.

La fotografía puede emplearse como un documento histórico o como un instrumento de propaganda. Como roza nuestra sensibilidad la imagen nos persuade, por ello quienes son concientes de su fuerza, la utilizan como medio de manipulación social y consumista. Según Boris Kossoy (2001:31), la realización de una fotografía conjuga tres elementos básicos que dan origen a una imagen: el asunto, el fotógrafo. El registro de la imagen sólo se completa, cuando el objeto adquiere una imagen cristalizada en la bidimensionalidad del material fotográfico. Y es capturada en un espacio y en un tiempo preciso y definido.

El mundo que nos rodea es observado, interiorizado y percibido por nuestros sentidos. Sin embargo, la percepción no lo es todo, al analizar una imagen nos damos cuenta que no es fácil comprenderla. Tanto nuestro juicio como nuestra experiencia personal influyen en la manera de ver las cosas o sus imágenes. Como la percepción es parcial y cambia de persona a persona, esto nos obliga buscar una posición objetiva al observar imágenes fotográficas.

Puede existir una proximidad entre la fotografía documental y la de propaganda. Donde la ideología determina la estética de la representación; los mecanismos de producción y de recepción de la imagen son gobernados por este principio. Mediante símbolos y signos, las imágenes pueden adquirir un valor de representación distinto; toda interpretación emerge de la percepción singular de la imagen por cada persona. La imagen es modelada por estructuras profundas ligadas al ejercicio de un lenguaje, así como a la pertenencia a la estructura simbólica (a una cultura, a una sociedad).

Pero la imagen es también un medio de comunicación y de representación del mundo que tiene su lugar en todas las sociedades humanas, a pesar del carácter universal de la misma su registro siempre es particular.

#### IMAGEN, ILUSIÓN Y OBJETIVIDAD

Aunque la visión es una más entre los sentidos humanos, siempre ha sido reconocida como autónoma, libre y cristalina. Mitchell nos recuerda que la palabra *idea* proviene del verbo griego *ver*, pues para la cultura occidental el conocimiento comienza por la mirada. Como no se desconfía de ella, *mirar, ver y conocer se han entrelazado de manera peligrosa* ignorando que la mirada puede encandilarse ante la brillante apariencia de la imagen fotográfica.

Todo medio de registro fotográfico de imágenes no es otra cosa que una prótesis para el ojo que permite ampliar nuestra visión. Sin embargo, este hecho los dota de una extrema maniobrabilidad que distorsiona los efectos visuales de nuestra percepción de lo real. En tanto que los artefactos fotográficos son herramientas privilegiadas para producir significados, para dar sentido a los objetos. Por lo tanto, pueden ser considerados como instrumentos semióticos. La ilusión de la fidelidad del registro fotográfico oculta sus posibilidades de generar ficciones, simulacros e ilusiones realistas.

En su libro *La fotografía como documento social*, Freund relata el siguiente caso de manipulación con imágenes: cuando las transacciones de la Bolsa de París todavía ocurrían al aire libre, se registró una serie fotográfica de un agente de valores durante todo el desempeño de su jornada. Incluyendo momentos en los que sonreía ante las ganancias o sudaba al decidir si comprar o vender. Las fotos se enviaron a diversas revistas bajo el título inocente de *Instantáneas de la Bolsa de París*. Después, dichas fotografías aparecieron publicadas junto a un titular que anunciaba una *Alza en la Bolsa de París*. Gracias a unos subtítulos ingeniosos, las fotos recreaban un gran éxito financiero. Luego las mismas fotos aparecieron en un periódico alemán pero con otro título: *Pánico en la Bolsa de París, se desmoronan fortunas, miles de personas arruinadas*. A partir de tan encontradas interpretaciones de las mismas fotografías, el lector pudo apreciar que la objetividad de las imágenes no es más que una ilusión, pues *los textos que las comentan pueden alterar su significado de cabo a rabo* (Freund, 1993:142).

La yuxtaposición de las fotografías es otro método para alterar su significado. Como ocurrió con la publicación de un reportaje fotográfico intitulado *Lo que un inglés entiende por una comarca en apuros*. Cuyas imágenes que mostraban con crudeza la miseria popular, las cuales fueron publicadas al lado de una fotografía a cuerpo entero de la reina vestida

con encajes y con un collar de perlas al cuello. *La brutalidad del contraste hacía inútil todo texto* (Freund, 1993:145).

La importancia de la fotografía en el mundo posmoderno no sólo reside en el hecho de que es uno de los medios más eficaces para moldear nuestras ideas y de influir en nuestro comportamiento (Freund, 1993:8). Sino en su cualidad de trastocar nuestra visión de la realidad. Resulta paradójico que la capacidad biológica para obtener una visión óptica pura que se supone es inaccesible para los invidentes, se convierte a sí misma en un tipo de ceguera cuando la mirada es ingenua; pues el ojo inocente es ciego por abstenerse de la crítica ante la imagen que responde a un imaginario.

Hasta el lente de la cámara fotográfica que por su naturaleza física se considera imparcial, se presta para toda clase de deformaciones de la realidad, pues las imágenes cada vez están más determinadas por la manera de ver del operador del medio fotográfico y las exigencias de sus empleadores. Aunque se aceptara que los artefactos fotográficos fueran neutros, quien se encuentra detrás de ellos no lo es en absoluto.

Este deslizamiento conceptual hacia el sujeto, en lugar de fijarse en el objeto (*positum*), permitió revelar una nueva dimensión del carácter ilustrativo de la impresión fotográfica; siempre está modelada, y no sólo por las disposiciones escenográficas, sino por variables deformadoras mucho más profundas y poderosas; el cincel ideológico, los discursos hegemónicos, los mecanismos de poder, etcétera [Grau, 2002:35].

Ya que la realidad no se copia al capturar una imagen fotográfica, sino que se recrea.

Las posibilidades del cine para ser fiel reflejo de la realidad, también se ven acotadas por las limitaciones del tiempo de su exhibición que lo obliga a ser sintético. Al terminar de editar una película, los hechos sociales documentados quedan congelados, seleccionados y sintetizados en el tiempo y en el espacio.

Y será lo único que el espectador llegará a ver del acontecimiento real; sólo queda la fantasía para aquellas mentes que no han visto lo sucedido. Esto obliga al buen cineasta a ser muy específico en lo que filma, concentrándose en imágenes y en temas concisos [Ruby, 1995:126].

Cuando un fotógrafo elige algún aspecto determinado del horizonte de la realidad que se presenta ante él, lo enfoca desde algún ángulo para lograr un efecto estético determinado, escoge determinado dispositivo fotográfico y actúa como un filtro cultural, pues su talento e intelecto influyen el registro de la imagen final.

Por eso, el testimonio y la creación son los componentes de un binomio indivisible que caracteriza los contenidos de las imágenes fotográficas. Cualquiera que sea el



asunto registrado en la fotografía, ésta también documentará la visión del mundo del fotógrafo [...] Toda fotografía representa el testimonio de una creación. Por otro lado, ella representará siempre la creación de un testimonio (Kossoy, 2001:41-42).

Detrás del realismo fotográfico se esconde una trampa. Porque conducen *al receptor desprevenido a imaginar una situación verdadera que no existe, para crear en el imaginario de los receptores una (pseudo) realidad. Concretamente, lo que tenemos es una trampa seductora, una ficción documental* (Kossoy, 2001:94). De ahí la necesidad de superar nuestra cándida actitud ante la percepción cotidiana de imágenes, para asumir una actitud crítica y analítica que nos permita identificar cómo son objeto de frecuentes manipulaciones (Aguayo y Roca, 2005:15), consumadas en nombre de su pretendida objetividad.

## DEL POSITIVISMO A LA SOCIOLOGÍA VISUAL

Elizabeth Chaplin en su obra clásica *Sociology and Visual Representation*, comenta la simultaneidad en la emergencia histórica de la fotografía y la sociología. Cuando Augusto Comte redactaba su *Curso de filosofía positiva* en 1839, Daguerre mostraba simultáneamente ante el público su técnica para grabar imágenes en una plancha de metal. Es más, el seminal *Discurso del espíritu positivo* publicado por el fundador de la sociología cinco años después; no es sino un largo prólogo de Comte a su *Tratado filosófico de astronomía popular* (Chaplin, 1994:198).

Los inicios de la ciencia social en Estados Unidos estuvieron asociados con fotografías de fuerte impacto social. Jacob A. Riis retrató las espantosas condiciones de vida en los barrios bajos de Nueva York en la década de 1890. Por su parte, el sociólogo Lewis W. Hine difundió entre 1907 y 1918 fotografías tan agudas de la explotación infantil, que detonaron la aprobación de nuevas leyes del trabajo para los menores de edad (Chaplin, 1994:83). “The Smoky Pilgrims” fue el primer artículo del *American Journal of Sociology*, donde se incluyeron imágenes de familias pobres para denunciar la desigualdad social. Otros 31 artículos publicados en los primeros volúmenes del *American Journal of Sociology* emplearon fotografías como ilustración y evidencia. Imágenes que pretendían confrontar al lector con *la realidad* para demostrar la necesidad de un *cambio social* (Stasz 1979:121-122). Pero en 1914, tras el nombramiento de Albion Small, como director editorial de la revista, las fotografías fueron desterradas de sus páginas a favor de los *análisis casuales con alto grado de generalización y reportes estadísticos* (Stasz, 1979:198) con un claro tinte positivista. Aunque el propio Small, reconocía a la fotografía como una herramienta valiosa en manos de los reformadores sociales, la expulsión de las fotografías del discurso social prevaleció en el *American Journal of Sociology* por un largo tiempo (Stasz, 1979:134).

Mientras algunos de los sociólogos convencionales huyeron del registro fotográfico; otros estudiosos sociales como los etnólogos emplearon la fotografía como evidencia; ilustrando con cuidado y precisión culturas ajenas al pensamiento occidental. Sin embargo, teóricos posmodernos negaron en los últimos años la **supuesta objetividad** de la fotografía como ventana frente al mundo, por considerarla sólo una representación cultural socialmente elaborada.

En 1981, cuando la sociología logró superar la miopía positivista, se fundó la Asociación Internacional de Sociología Visual. Con su patrocinio y bajo el cuidado de Leonard M. Henny se publicaron cinco volúmenes del *International Journal of Visual Sociology*. Personaje que también compiló un número especial de la revista *Current Sociology* publicado en 1986 y que lleva por nombre “Reporte de tendencia: teoría y práctica de la sociología visual”. Donde se incluyen artículos ejemplares para mostrar cómo las fotografías pueden apoyar la investigación social. Pues la subdisciplina considera al mundo de la fotografía como una realidad organizada institucionalmente.

Como la fotografía permite el registro de relaciones sociales fugaces o en vías de desaparición, se reconoce que es un instrumento útil para testimoniar la transformación y el cambio social. En materia etnográfica, la fotografía aporta una óptica social única que no sólo apoya la captura de datos, sino que reconfigura al trabajo de campo.

El sociólogo visual debe ser un observador perspicaz y sensible al drama humano y sus contextos para captarlos como datos a investigar. De ahí la necesidad de dominar el arte y las técnicas para registrar imágenes. Un sociólogo, como fotógrafo, puede producir tres tipos de productos visuales: un ensayo fotográfico, un documental o un análisis de datos visuales.

El campo del sociólogo visual es tan amplio como el de la sociología, pero se distingue porque emplea las imágenes como datos, las interpreta y las utiliza para difundir el resultado de sus investigaciones. Por fortuna, la revolución digital en proceso ha simplificando la generación, exhibición y difusión global de las fotografías. El dominio de la tecnología ya no es un obstáculo serio en los proyectos de una sociología más visual.

Los fundamentos de un proyecto de sociología visual no pueden ser otros que las teorías sociológicas; pues cada una de ellas es un punto de vista, un enfoque racional del mundo social. Es obvio decir que quién pretenda iniciarse en la sociología visual requiere contar al menos de una cámara fotográfica convencional, aunque también se puede recurrir a todo tipo de artefactos digitales como videocámaras, escáner o rastreadores y programas de *software* para corrección de imágenes y edición no lineal, más las que se ofrezcan en el futuro inmediato.

Aunque la sociología visual busque apoyarse tanto en la imagen como en el discurso textual, debemos reconocer que en el momento final de la producción, es el editor en su consola digital quien decide cuáles imágenes y discursos incluir o desechar. Quien

se encarga de editar el documental, es en última instancia el sujeto que le otorgará su sentido y significación. En las producciones de la sociología visual es recomendable que el investigador conozca el lenguaje y la técnica de la fotografía, así como las técnicas para la interpretación semiótica de los íconos. La experiencia en el arte de capturar y analizar socialmente las imágenes, encuentra en el salón de clases el mejor lugar para transmitirse. Un objetivo central de los sociólogos visuales es la introducción paso a paso de los materiales visuales en el currículo (Grady, 2001:81). Pero uno de los mayores obstáculos para la introducción de la sociología visual en las universidades, es la *timidez* de ciertos sociólogos convencionales. Quienes aceptarían incorporar material audiovisual en sus proyectos; pero como nunca han empleado una cámara para registrar los hechos sociales. Padecen en la práctica de un analfabetismo fotográfico y digital, de ahí que entre más desean despegar del piso, más se paralizan por la ansiedad de un desempeño técnico deficiente (Grady, 2001:25), que en los tiempos de la digitalización puede suplirse por la vía del *software*.

## EN RUMBO A UNA METODOLOGÍA VISUAL

En las postrimerías del siglo XIX el empleo de fotografías y películas para documentar la vida social y cultural de otras culturas, parecía simple y no problemático a los antropólogos. Entre los pioneros de la antropología visual como Haddon, Spencer o Boas, la cámara fotográfica era un equivalente al microscopio y el telescopio para las ciencias sociales. Su objetivo no era producir documentales para el público, sino llevar un registro riguroso de hechos y costumbres para contrastar con sus hipótesis.

Todavía hoy algunos investigadores rezagados perciben a los materiales fotográficos con la misma candidez, que cualquier otro espectador que se abandona a la seducción de los mensajes icónicos. Pues ignoran que para comprender las imágenes, debemos deconstruirlas con base en una actitud crítica, analítica, comparativa, deductiva, reflexiva, interpretativa y propositiva. Como el significado esencial de la vida es abstracto, el significado profundo de las imágenes tiende a no ser explícito. *El significado es inmaterial*, —de ahí que— *jamás fue ni será un asunto visible, posible de ser retratado fotográficamente* (Kossoy, 2001:92). Las huellas de la vida impresas en la imagen, toman sentido sólo cuando se conoce la cadena de hechos ausentes de la imagen, los cuales van más allá de la supuesta verdad iconográfica.

Tarea del sociólogo visual es descifrar detrás del asunto registrado en la fotografía o *segunda realidad*, las circunstancias que envolvían al referente que le dio origen en el contexto de su existencia pasada o *primera realidad* (Kossoy, 2001:94). Para ello debe

adoptar un enfoque dual ante los medios, en primer lugar preocuparse por el sentido de la persona que captura la imagen. Luego interrogarse acerca del por qué, el cuándo y el cómo se capturó la fotografía.

Los datos visuales relevantes para la sociología pueden provenir de imágenes registradas por el propio investigador, de las generadas por los grupos y las capturadas por los actores bajo pesquisa. Pero en las últimas décadas emergió un tercer tipo de imágenes, aquellas resultantes de la colaboración participativa entre investigados e investigador en proyectos diseñados para otorgar voz a los grupos étnicos y marginados. Sin embargo, la materia prima o los datos de la investigación visual no son propiamente los trozos de cinta o las imágenes en la pantalla. Sino las construcciones teóricas ocultas tras la relación entre el sociológico y *su orientación epistemológica, el contexto de grabación y el instrumento de su registro* (Ardévol y Pérez, 1995:160).

Las imágenes no hablan por sí mismas, es necesario cuestionarlas, esta es la habilidad que deben desarrollar quienes analizan las imágenes del pasado. Las fotografías guardan la huella del pasado que las generó y de las personas que las admiraron, cuando fueron la memoria próxima de sus poseedores. En manos del historiador las imágenes recuperan su presencia bajo otro contexto y función, ante la tensión entre presente y pasado la fotografía adquiere un sentido distinto al que le dieron sus contemporáneos, pero apropiado para la nueva problemática que se está investigando (Muuad, 2005:467).

Las imágenes en tanto documentos deben pasar por el tamiz de la crítica para estructurarse como series fotográficas temporales. A fin de constituir universos temáticos de imágenes significativas con base en criterios sociales selectivos, pues toda fotografía es una selección de un conjunto de posibilidades presentes en el horizonte durante un determinado instante (Muuad, 2005:469). El primer paso es entender que en toda sociedad coexisten y se articulan múltiples códigos que otorgan sentido al universo cultural. El segundo paso es concebir a la imagen como resultado de un proceso de creación de significado. Para develar aquello que no es aparente a primera vista en el *analogon* fotográfico; pero que otorga sentido social a la imagen, la cual se comunica mediante mensajes no verbales. El tercer paso es reconocer que la relación entre el sujeto que observa y la imagen que registra es un proceso de asignación de significado que debe ser calibrado (Muuad, 2005:468-469).

Según Grady el método sociológico permite reunir información válida y confiable; siempre y cuando se cumpla con tres fases: la primera, donde se define un universo significativo de estudio; otra donde se muestrea al azar dicho universo; y la última donde se codifican los datos. Se pueden distinguir tres tipos de estrategias en la captura de datos: *a) el muestreo oportunista*, que recoge sólo las imágenes significativas para el investigador; *b) el muestreo programado* que se ajusta a un esquema estructurado con antelación, con el riesgo de dejar *puntos ciegos* relacionados con eventos que no se consideraron

trascendentes; y c) el *muestro disgresivo* que reduce las lagunas de información, registrando hasta lo que no parece interesante, lo cual extiende la filmación de imágenes *más allá* de lo razonable. Quienes sostienen la eficacia de esta búsqueda disgresiva se apoyan “en tres premisas básicas: el deseo de conocimiento, la existencia de un *habéas* de pensamiento previo y/o externo a la filmación y la capacidad explicativa de la mente humana” (Grau, 2002:208).

Al capturar fotografías, también se pueden seguir diferentes estrategias: una consiste en repetir las fotografías de un mismo lugar luego de cierto tiempo; otra, es volver a tomar imágenes de los actores sociales después de que ocurrieron los acontecimientos; por último, se pueden repetir o *refotografiar* las actividades, procesos y funciones que ya se habían registrado con antelación, para dar cuenta de los cambios visuales que están detrás del cambio social. Discutamos ahora las aportaciones para el análisis visual de otra disciplina cercana a la sociología.

## LA ETNOGRAFÍA VISUAL

La antropología visual es una subdisciplina de gran complejidad que surge de la gran diversidad de las relaciones sociales humanas. No consiste sólo en realizar documentales etnográficos, no es sólo una herramienta útil para el trabajo de campo ni se reduce a una estrategia pedagógica. Es algo más, es una exploración de la cultura visual, una pesquisa de la manera en que la sociedad humana se expresa visualmente. Sin embargo, su fascinación por el exotismo deforma su mirada.

La obra *Missionary Travels and Researches in South Africa* de David Livingstone fue publicada antes de que la cámara fotográfica estuviera al alcance del público, por lo que está profusamente ilustrada con grabados. Esta obra es interesante para la etnografía visual porque el autor pretendió alcanzar precisión científica y objetividad mediante los dibujos. Livingstone comenta que llevó a su casa “algunos diagramas o borradores mal hechos, a partir de ellos, un artista con mayor experiencia elaboró la panorámica de las cascadas de Zambezi” (1857:vi). Pero no queda claro si este artista —del cual Livingstone no da su nombre— realizó todos los 46 dibujos que fueron grabados en el libro. Los retratos de gente africana dan la impresión de que el artista no estaba muy familiarizado con su objeto de estudio, y estaba influido por la moda británica de los Pre-Raphaelistas. Algunas reproducciones de dibujos de línea del antiguo Egipto también fueron hechas. Por supuesto, uno de los propósitos de Livingstone pudo haber sido transmitir el carácter exótico de la cultura africana; y las ilustraciones del libro sirven bien a este propósito. Quizás deseaba presentar a los lectores evidencia de que realmente estuvo en lugares

extraños; propósito para el cual hubiese sido mejor emplear fotografías, sobre todo si su deseo era ofrecer una exacta información etnográfica acerca de los grupos africanos.

A partir de que las cámaras estuvieron a disposición de los investigadores sociales, las fotografías resaltaron el estatuto científico de la información etnográfica. Por lo que las cámaras de fotos fijas y las de cine se convirtieron en herramientas muy importantes en el oficio de posteriores exploradores y antropólogos. Durante la década de 1910 las cámaras fotográfica y cinematográfica se fueron integrando a la investigación como elemento ilustrador de las notas de campo, pues ofrecían una prueba fehaciente del exotismo de las culturas no occidentales. Los etnólogos no pretendían construir relatos con esas imágenes *sino jalonear con ilustraciones gráficas de la realidad la propia aprehensión de lo real* (Grau, 2002:23). La imagen en su inmediatez debía ser fiel representación de la realidad, otorgando a la fotografía un alto estatus probatorio con un destacado poder de individualización.

Franz Boas, uno de los pioneros de la etnografía visual, consideraba a la filmación como una extensión del cuaderno de campo. Por su parte, Margaret Mead la empleaba como un medio de registrar imágenes útiles para contrastar las hipótesis, que había redactado antes de irrumpir con la cámara fotográfica en la comunidad investigada (Grau, 2002:32). En su introducción a los *Principios de la antropología visual* Mead había pronosticado el empleo de una cámara con una visión de 360 grados, que se situaría en el centro de los poblados para registrar información etnográfica sin que la conciencia humana interviniera ni para recargarla. Continuando tal tradición, Henley (2001:29) demandaba a todo filme que se considerara etnográfico, el rigor de la observación participativa propio de la investigación antropológica.

La antropología visual parte de un conocimiento amplio de las comunidades donde se llevara a cabo la filmación. Cuando recurrimos a la imagen fotográfica en un contexto antropológico, es necesario el conocimiento previo de las personas que se van a fotografiar, así como de su contexto social, cultural o histórico. La imagen retratada se convierte en una mediación entre el sujeto y el objeto que resulta de la interacción entre ambos. El antropólogo visual debe familiarizarse con la cultura del otro, el acercamiento debe ser progresivo para obtener la aceptación y confianza del grupo al que se investiga. Además, es posible que tras registrar las fotografías del grupo, algunos miembros de la comunidad se interesen en contemplarlas o quizás soliciten unas copias para conservar aquellas imágenes donde aparecen ellos y sus familiares.

Como todo antropólogo visual es portador de una óptica cultural sobre el grupo que va a estudiar, su subjetividad siempre está presente en la investigación. El asunto es saber asumir esa subjetividad para que se muestre, buscando explicar el hecho sin distorsión o ideología particular. El investigador debe ir más allá de sus intereses académicos para identificar las necesidades y demandas del grupo con el que se trabaja.

Pasemos a considerar dos estudios ejemplares que nos introducirán la metodología concreta de la investigación visual, uno que proviene de la antropología y otro de la sociología.

### EL CARÁCTER BALINÉS, UN EJEMPLO PARADIGMÁTICO

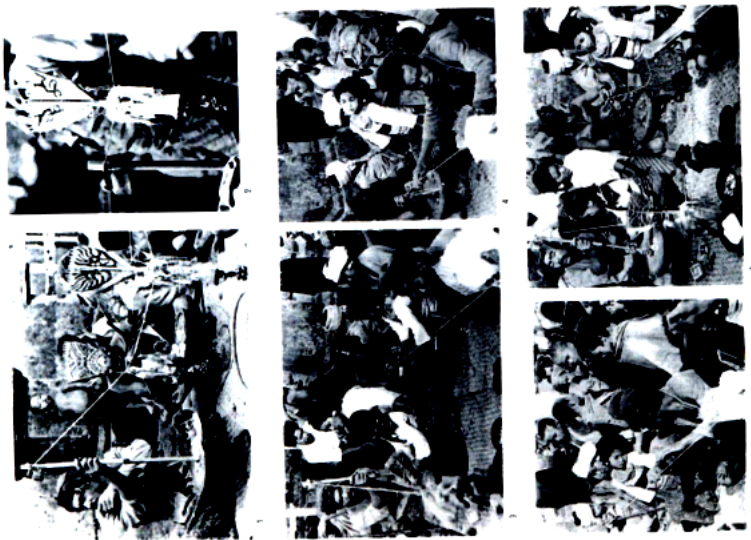
Margaret Mead y su esposo Gregory Bateson publicaron en 1942 la obra clásica de la investigación social con imágenes *El Carácter Balinés: un análisis fotográfico*. Donde se propusieron capturar y comunicar el ethos de la cultura de los originarios de Bali. El apartado principal se divide en ocho secciones, una por cada categoría cultural. Son cien páginas con placas fotográficas, cada una de las cuales contiene entre seis y once fotos individuales, agrupadas en secuencias de derecha a izquierda y de arriba a abajo de la página. Además de cien páginas con notas sobre tales fotografías; dichas referencias a menudo muy extensas, incluyen anotaciones que Mead fue haciendo en su diario de campo en el mismo momento que se capturaban las fotografías.

Las páginas de fotos están del lado izquierdo frente a sus notas. Cada parte de la obra informa sobre su contraparte pero ninguna domina; cada sección, tanto la visual como la textual, mantiene un considerable grado de autonomía. Algunos autores consideran que la monografía de Mead y Bateson en el *Carácter Balinés* es un caso ejemplar, pues logró una sutil mezcla de imágenes al seno de un marco conceptual estructurado. A continuación presentamos un estudio paradigmático para la sociología visual.

Inspirado en el estudio clásico de Erving Goffman sobre la inducción de arquetipos de género a través de las revistas femeninas, Grady (2001:81-126) intenta ejemplificar su aplicación en la sociología visual. Según el autor se puede partir de la definición de un universo de revistas comerciales significativo a fin de demostrar la explotación comercial de la imagen femenina. A continuación se extrae una muestra representativa de las imágenes publicadas en las revistas escogidas; por ejemplo, seleccionando en forma aleatoria tres fotografías de cada revista durante un periodo de diez años. Y en el tercer paso se codifican los datos a partir de la presencia o ausencia de detalles significativos en las imágenes analizadas, como el largo del cabello o lo corto de la falda. Dado que el ejercicio de Grady peca de reduccionista, presentamos otra interpretación del método de Goffman.

Smith considera que el rasgo esencial de *Gender Advertisements* es el formato de su gran sección de imágenes fotográficas. Donde los conjuntos de fotografías aparecen junto a un texto interpretativo que le imprime a cada página una apariencia distintiva. El procedimiento de Goffman consiste en redactar observaciones sobre una muestra de fotografías específicas donde se manipula la imagen del género femenino. Tales





**Figure 2.3** *Trance and Berak /* Plate 18 from *Balinese Character* (Bateson and Mead 1942)  
Photograph: Gregory Bateson

FUENTE: Elizabeth Chaplin (1994), *Sociology and Visual Representation*, Routledge, Londres y Nueva York, pp. 208-209. H. Goffman, un paradigma para la sociología visual.

Plate 18  
FRANCE AND BEROEK I

The word *break* is used by the Balinese to describe a corpse which is falling to pieces with decay. It is here used to epitomize the fantasy of the body as made of separate independent parts. This fantasy takes many forms, among others the notion that the body is like a puppet, just pinned together at the joints, and, as already noted (Pl. 17, figs. 8 and 9), the same fantasy is closely linked with phenomena of decay and

This and the following plate show various stages in the trance performance of the singing dancers (*cf.* Pl. 10, figs. 3; Pl. 38, figs. 1, 3 and 4). These are a pair of little girls who go into trance possessed by gods, and who dance in the trance state. They are sacred, and though the performance is given chiefly for entertainment, the singing dancers may also give special holy water, which is used for medicinal purposes. They must not dance after menarche.

- [illegible]



observaciones son acompañadas por una serie de imágenes publicitarias que ilustran los temas comentados. Las fotografías son arregladas para ser leídas en la página de arriba hacia abajo, columna por columna. “Algunas veces todas la series se concluyen con excepciones (cambios de roles sexuales) que presumiblemente comprueban la regla. Estas excepciones son identificadas con bordes negros que rodean la fotografía” (Smith, 2006:1).

El lector es enganchado por Goffman con una óptica particular de búsqueda, incitándolo a que observe una serie de evidencias fotográficas, para encontrar en ellas la imposición de un arquetipo de género. “El lector rastrea las series de fotografías buscando un parecido familiar en la colección, en la medida que el lector encuentra el parecido que Goffman ha indicado, la descripción escrita se corrobora visualmente” (Smith, 2006:1).

Dicho método implica algo más que ofrecer una evidencia empírica de los comentarios textuales, pues se induce al lector a una lectura hermenéutica. Por ejemplo, Goffman en *Gender Advertisements* destaca una variable interpretativa, que denomina el toque femenino, manifestada en la tendencia a presentar a las mujeres tomando sus manos de manera tal que resalte sus limitaciones para actuar con decisión. “En suma, Goffman nota una tendencia a exhibir a la mujer, que sugiere que ella está alejada, o no está conectada de manera consciente con la acción en la que ella está representada” (Grady, 2001:124). Goffman designa tal conducta como una *lejanía autorizada*, que coloca a las mujeres en una posición aparente de cómoda dependencia. Pero que en realidad es un privilegio costoso para las mujeres, pues coloca a los hombres en el papel de sus *protectores*; al representarlos en las imágenes siempre alertas y con las manos listas para la acción.

## HACIA UNA CONCLUSIÓN

En un mundo globalizado por las tecnologías digitales, la sociología contemporánea no puede seguir ignorando a las imágenes como objeto de crítica. De hecho, siempre ha recurrido a la observación como un método de investigación. Pues la sociología visual es tan sólo una sociología, pero más visual. Para el investigador visual la nitidez de la imagen no es óptica sino social, una buena fotografía sociológica no depende de la estética de las luces y sombras, sino de la densidad con la que se penetra en los hechos sociales.

La imagen fotográfica parece ser un fiel reflejo de la realidad, pero en realidad es un espejo donde se refleja la subjetividad del camarógrafo. La sociología visual trata de ir más allá de la mirada que cree ingenuamente en la transparencia de la realidad, para penetrar en el sentido escondido detrás de la imagen considerada pura. Toda fotografía es un hecho social donde participan tres actores sociales: *a)* el personaje cuya imagen es capturada; *b)* el sujeto que lo fotografía; y *c)* el público. Mientras que el actor retratado y el fotógrafo coinciden en el tiempo y en el espacio. La imagen será mostrada en un

tiempo futuro y en diferentes sitios, a diversos públicos dotados de particulares ópticas culturales y en diferentes contextos.

Nos interesan tres tipos de fotografías: las fotografías-espejo, las fotografías-ventana y las fotografías normativas. En las primeras se refleja la subjetividad y cultura de la cual es portador el camarógrafo; en las segundas se abre y delimita un horizonte etnográfico al investigador; en tanto que las terceras imponen al observador una imagen social a imitar.

A diferencia de los estudios convencionales deslumbrados por los textos, en la sociología visual el investigador emplea las imágenes como fuente de datos y se centra en los iconos como instrumentos de investigación de los hechos sociales. Enfoca la imagen como una interpretación del mundo desde el punto de vista del fotógrafo; y al análisis de la misma, como la interpretación de otra interpretación. Aunque se considera que mirar no es una práctica que deba aprenderse, ver bien con un ojo sociológico, demanda un aprendizaje que se puede adquirir metodológicamente. Para Pierre Bourdieu *el ojo sociológico es la mirada de la razón*. La sociología visual observa al mundo tal como es y mira las causas por las que ha llegado a ser lo que es, en el sentido propio de Espinoza.

A quien se inicie en la subdisciplina se le recomienda capturar imágenes en gran cantidad, pues la propia experiencia fotográfica le ayudará a entender los límites y posibilidades del uso de los medios de comunicación en la investigación sociológica. Entre más se dispara el obturador desde un enfoque intencional, mejor se entienden las decisiones a tomar cuando se registran imágenes. La generación de imágenes ayuda a refinar el *ojo sociológico*, la práctica fotográfica afina la mirada.

En conclusión, la sociología visual capta visualmente los hechos sociales en tanto datos para someterlos a la crítica hermenéutica. Además, redacta con luz y sonido, tanto análisis como discursos sobre los hechos sociales y sus reflejos subjetivos. Develando lo que se ocultan tras la cándida nitidez instantánea del espectáculo fotográfico.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguayo, Fernando y Lourdes Roca (coords.) (2005), *Imágenes e investigación social*, Instituto Mora, México.
- Ardévol, Elisenda y Luis Pérez Tolón (comps.) (1995), *Imagen y cultura*, Diputación de Granada, Granada.
- Aumont, Jacques (2000), *La imagen*, Paidós, Barcelona.
- Bateson, Gregory y Margaret Mead (1942), *Balinese Character: A Photographic Analysis*, New York Academy of Sciences, Nueva York.

- Brisset, Demetrio (1999), "Fotografía etnográfica. Acerca de la fotografía etnográfica" [<http://www.ugr.es/%7epwlacl/gl5lldemetrioebrissetmartin.html>], *Gaceta Antropológica*, núm. 15, Universidad de Málaga, 1999.
- Buxó, Ma. Jesús y Jesús De Miguel (1999), *De la investigación audiovisual*, Proyecto A, Barcelona.
- Chaplin, Elizabeth (1994), *Sociology and visual representation*, Routledge, Nueva York.
- De Miguel, Jesús y Carmelo Pinto (2002), *Sociología visual*, Colección monografías, núm. 186, Centro de Investigaciones Sociológicas/Siglo XXI de España Editores, Madrid.
- Eco, Humberto (1978), *Tratado de semiótica general*, Nueva Imagen, México.
- Echavarren, Jose (2008), "El papel de la fotografía en la construcción social" [[www.geocities.com/soc\\_urbana/SocVisual.doc](http://www.geocities.com/soc_urbana/SocVisual.doc)], 20 denoviembre de 2008.
- Escoto, Guillermina (2001), "Antropología visual, las imágenes como recursos de investigación" [<http://www.cnca.gob.mx/cnca/nuevo/2001/diarias/mar/160301/antroviz.html>].
- De Faccioli, Patricia y Guiseppe Losacco (Pino) (2003), *Manuale di Sociologia Visuale*, FrancoAngeli, Milano.
- Freund, Gisèle (1993), *La fotografía como documento social*, Pili, Madrid.
- García Canclini, Néstor (1978), "Uso social y significación ideológica de la fotografía en México", en Meyer E. (comp.), *Imagen histórica de la fotografía en México*, Museo Nacional de Historia/ Museo Nacional de Antropología/SEP, México.
- Goffman, Erving (1974), *Frame Analysis*, Harper and Row, Nueva York.
- (1979), *Gender Advertisements*, Macmillan, Londres y Basingstoke.
- Grady, John (2001), "Becoming a Visual Sociologist", *Sociological Imagination*, vol. 38, núms. 2-3.
- Grau Rebollo, Jorge (2002), *Antropología audiovisual*, Edicions Bellaterra, Barcelona.
- Henley, Paul (2001), "Cine etnográfico: tecnología, práctica y teoría antropológica", *Desacatos*, núm. 8, invierno.
- Hernández, Octavio (1998), "La fotografía como técnica de registro cinematográfico", *Cuicuilco*, vol. 5, núm. 13, mayo-agosto.
- Jenks, Chris (1995), "La centralidad del ojo en la cultura occidental", *Anuario*, vol. 2, Departamento de Ciencias de la Comunicación, Comunicación Social UNR, traducción de Silvana Comba.
- Kossoy, Boris (2001), *Fotografía e historia*, Editorial La Marca, Buenos Aires.
- Livingstone, David (1857), *Missionary Travels and Researches in South Africa*, Harper, Nueva York.
- Lowie, Robert H. (1981), *Historia de la etnología*, FCE, México.
- Mauad, Ana María (2005), "Fotografía e historia, interfases", en Aguayo, Fernando y Roca, Lourdes (coords.), *Imágenes e investigación social*, Instituto Mora, México.
- Bateson, Gregory y Mead, Margaret (1942), *Balinese Character: A Photographic Analysis*, New York Academy of Sciences, Nueva York.
- Mitchell, William J. (1986), *Iconology: Image, Text, Ideology*, University of Chicago Press, Chicago.

- Moreyra, Elyda y José Carlos González (1997), "Antropología Visual", en Segunda Reunión de Antropología del Mercosur. Fronteras culturales y ciudadanía, Grupo de Trabajo 1 [<http://www.naya.org.ar/articulos/visual02.htm>], Buenos Aires, del 11 al 14 de noviembre.
- Noguez, Antonio (1999), *Manual para la elaboración de audiovisuales de imagen fija*, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, México.
- Pengelly, E. (2003), *El uso de la imagen en la investigación social*, UAM-Xochimilco, México.
- Pérez Monfort, Ricardo (1998), "Fotografía e historia: aproximaciones a las posibilidades de la fotografía como frente documental para la historia en México", revista *Cuicuilco*, núm. 13, nueva época, México, mayo-agosto.
- Ramírez Castañeda, Elisa, "Fotografía indígena e indigenista" [<http://www.ejournal.unani.mx>].
- Robinson, Scott (1998), "Dilemas de la antropología visual", revista *Cuicuilco*, núm. 13, nueva época, México, mayo-agosto.
- Roca, Lourdes (1999), "La memoria imaginada. El encuentro del testimonio oral y el visual", *Secuencias. Revista de Historia y Ciencias Sociales*, núm. 43, nueva época, Instituto Mora, México.
- Ruby, Jay (1995), "Revelarse a sí mismo: reflexividad, antropología y cine", en Ardévol, Elisenda y Pérez Tolón, Luis (comps.), *Imagen y cultura*, Diputación de Granada, Granada.
- Sartori, Giovanni (1998), *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Taurus, México.
- Smith, Grez (2006), "Gender Advertisements Revisited: a Visual Sociology Classic?", *Electronic Journal of Sociology* [<http://www.sociology.org/content/rol002.001/smith.html>], Athabasca University, 6 de abril.
- Stasz, Clarice (1979), "The Early History of Visual Sociology", en Warner, J. (ed.), *Images of Information: Still Photography in the Social Sciences*, Sage, Beverly Hills/Londres.
- Tagg, John (1988), *The Burden of Representation: Essays of Photographies and Histories*, Macmillan, Basingstoke.
- Valle, Félix (1993), "El análisis documental de la fotografía", *Cuadernos de Documentación Multimedia*, núm. 2, Síntesis, Madrid, junio.
- Villela, Samuel (1997), "Antropología y fotografía en México: sus vínculos y desarrollo", en Salazar, Ana María (comp.), *Antropología visual*, IIA-UNAM, México.