

Presentación del monográfico: Metodologías sociológicas de análisis de imágenes

Presentation of the special issue: Sociological methodologies for image analysis

Juan A. Roche Cárcel

Universidad de Alicante, España

ja.roche@ua.es

1. La hermenéutica social y el mundo de las imágenes

La Sociología Visual constituye una subdisciplina emergente de la Sociología, aún no suficientemente conocida, si bien sociólogos tan importantes como A. Weber, N. Elias, K. Mannheim, P. Bourdieu, R. Sennett y, en España, José M^a. González García, Eduardo Bericat, entre otros, han venido analizando el mundo de las imágenes y utilizándolo como ejemplos empíricos (N. Elías) y objetivos (Bourdieu) de sus trabajos de investigación. La Sociología Visual se ocupa principalmente del análisis de la imagen en sus diferentes formas e intenta producir conocimiento social a través de la misma.

El instrumento más apropiado para ello es la Hermenéutica, una Ciencia procedente de la Filosofía muy útil para la Sociología comprensiva en la medida en que su problema central es la comprensión y el papel axial de la interpretación de lo humano en su relación con el mundo. Así, justamente, es en el interpretar donde se encuentra la posibilidad de otorgar sentido, de hecho, lo que se interpreta con la Hermenéutica social son las cosas mismas y, además, se trata de encontrar las claves profundas de los textos e imágenes, es decir, de desvelar su sentido interior a partir del verbo o discurso ideológico exterior. Por eso, su objeto no es el lenguaje sino un texto –una imagen, añadiría yo– que nunca es autónomo, pues está contextualizado, social, cultural, económica, políticamente..., constituyendo esta contextualización una clave sociológica fundamental (M. Beltrán).

De la *Hermenéutica Filosófica* proviene la *Hermenéutica de la Imagen*, propuesta por primera vez, en 1978, por Gottfried Boehm. Ambas comparten el interés por aprehender el significado de la imagen, no en balde ésta constituye una experiencia de sentido, una respuesta consumada mediante la que la existencia humana se comprende a sí misma (G. Gadamer). Especialmente la vida social (C. Castoriadis), pues la Hermenéutica Filosófica y la de la Imagen resultan muy valiosas para el conocimiento

de los fenómenos sociales. Ello en la medida en que los hechos estéticos y sociales forman una totalidad inseparable y en tanto que el texto-imagen está impregnado por todas partes de connotaciones culturales, en el polo del emisor y en el del receptor.

Por consiguiente, la interpretación de la imagen implica también el reconocimiento de la estructura discursiva, no solo aparente o superficial, sino profunda. Se explica, de este modo, que la iconología, el modo de representación hegemónico en Occidente del que forman parte la fotografía –analógica o digital, la de las cámaras o de móvil, las estéticas o documentales, las artísticas o las de la vida cotidiana–, las obras artísticas plásticas y el cine o el video, constituya una construcción ideológica que consideramos real y que se vigorice como una herramienta esencial del análisis ideológico. Sin embargo, esto supone el encuentro entre el icono y el logos, hallar las correspondencias entre la palabra y la imagen y la recíproca vecindad existente entre sus dinámicas (W. J. T. Mitchell). Y es que, una y otra, forman parte de una misma familia, por lo que se entiende que el texto visual y el verbal se gobiernan por reglas hermenéuticas similares y que la recepción de ambas conlleve una actividad cognitiva: la lectura perceptiva conduce al concepto, mientras que la verbal crea imágenes mentales que visibilizan lo oculto. Por tanto, el lenguaje de las imágenes no puede atisbar las posibilidades de la representación sin el lenguaje discursivo y, a la inversa, este último es inconcebible sin la imagen. Esto quiere decir, en suma, que la percepción y el pensamiento funcionan conjuntamente. De ahí que la labor de la hermenéutica consista en buscar, en el propio texto, además de la dinámica interior que conforma la imagen, su capacidad para proyectarse fuera de sí misma y generar un mundo social que, precisamente, deviene el objetivo del texto.

Ahora bien, aunque la conexión entre la imagen y la palabra debe plantearse en tensión en una buena interpretación de las imágenes, esto no significa que el lenguaje visual carezca de características propias, singulares y diferenciadas del oral o escrito. De hecho, en la historia de la especie humana el pensamiento visual, y por tanto la imagen, surge antes que la palabra o que la escritura, como demuestran las pinturas rupestres del Paleolítico. El lenguaje visual tiene una larga historia, llena de convenciones sociales, técnicas, instrumentos, símbolos, estilos, manifestaciones artísticas visuales –pintura, escultura, fotografía, video, cine...–, conceptos, metodologías y teorías que es necesario conocer para poder alcanzar un significado profundo y coherente de la imagen que estamos analizando. Por ejemplo, en el arte visual, el triángulo remite a lo femenino y, las diagonales, al movimiento; los colores cálidos o fríos, respectivamente, a las emociones o al intelecto; la geometría a un mundo abstraído que esencializa la realidad, una expresión de verdades eternas; la composición horizontal es más inclusiva –y democrática– que la vertical, de cuño más jerárquico y desigualado. Además, están los símbolos –la manzana y la serpiente, en relación a Eva y al pecado de la mujer; el sol y la luna, el día y la noche, la luz y la oscuridad, el bien y el mal...; las montañas, el agua, la piedra, el árbol...–, los estilos –impresionista, surrealista, cubista, expresionista...–, las etapas históricas –el mundo clásico, el Renacimiento, el Barroco, el Romanticismo, la primera y la segunda Modernidad–, las manifestaciones artísticas –la pintura, la escultura, la fotografía, el video, el cine...–.

En fin, el universo de la imagen es rico y complejo, con una larga y compleja sociogénesis civilizacional e histórica, con un pasado, un presente y un futuro de indudable interés para la investigación sociológica.

2. El número monográfico

Incardinado dentro de la Sociología Visual, este número monográfico va a estar dedicado a las metodologías sociológicas de análisis de las imágenes, destacando entre

ellas las cualitativas y de enfoque hermenéutico. En este sentido, creo que es la primera vez, en el mundo sociológico hispanico y tal vez también internacional, que se propone un número de una revista de este ámbito, dedicado exclusivamente al análisis de contenido de las imágenes. Un análisis que debe conectar el lenguaje oral y de escritura con el lenguaje de la imagen, pero que tiene que tener presente, asimismo, las especificidades del lenguaje visual, sus coordenadas y su historia. Por eso, creo que este número amplía el campo sociológico de las metodologías cualitativas, pues le añade a las tradicionales investigaciones basadas en los números, las palabras y las letras el universo de las imágenes.

Concretamente, el número ha seleccionado del total de artículos enviados siete trabajos, que han sido realizados por sociólogos/as españoles/as e internacionales. Entre las metodologías de alcance general abordadas por estos textos, están el “análisis iconológico” (originario de la Escuela de Warburg y, concretamente, de Panofsky, en un diálogo con K. Mannheim), el “método documental de K. Mannheim” (que se deriva del análisis iconológico de Panofsky), el “frame visual” (utilizado frecuentemente en publicidad, pero originado por P. Bourdieu), la Semiótica Social, el “análisis del discurso” en la fotografía, la “Retórica visual”, la etnología y las metodologías novedosas de acercamiento al mundo visual digital. Además, el número contrasta metodologías europeas, anglosajonas y chinas, además de algunas de alcance global merced a la Inteligencia Artificial.

Los artículos seleccionados son los siguientes:

Fabio La Rocca, experto en Sociología Visual de la Université Paul-Valéry de Montpellier, trata de explorar, en “Imágenes de la vida cotidiana: la construcción visual de la realidad social”, imágenes difusas para potenciarlas como un modo cognitivo y sociológico para evidenciar un presente real vivido y compartido. Concretamente, plantea diseñar el nexo de unión entre lo cognitivo y el material icónico. Su trabajo posee un alcance teórico en el que incardinamos el resto de trabajos, más metodológicos, en sentido estricto.

Juan A. Roche Cárcel, experto en Sociología Visual y de la Cultura y de las Artes, explora, en “La comprensión del significado de las imágenes. Afinidades entre teorías y métodos y diálogo con la Sociología”, herramientas teóricas y metodológicas útiles para analizar e interpretar el significado de las imágenes. Así, partiendo de la Sociología comprensiva de M. Weber y de la Hermenéutica social y visual, describe las características y las posibles aplicaciones de tres métodos de análisis sociológico –el “Análisis Iconológico”, el “Método Documental” y el “*Frame Visual*”–. La selección obedece a las afinidades existentes entre estos métodos y al diálogo fructífero que han venido efectuando, históricamente, con la Sociología. Además, destaca su carácter aplicativo en Sociología.

Amalia Barboza, profesora de la Kunstuniversität de Linz, en “Sobre una sociología del contenido potencial: Hanna Deinhart, Karl Mannheim y Norbert Elías”, partiendo de estos tres eminentes sociólogos que se han ocupado del valor sociológico de las imágenes se interesa por el poder intemporal de las obras de arte y por una interpretación del contenido de las mismas “potencial” y abierto. De hecho, las considera como documentos de su tiempo y a los espectadores como “potenciales” y “profesionales”, de modo que las imágenes siempre estarán vivas y su interpretación se enriquecerá de acuerdo al contexto histórico y social en el que son analizadas.

Carolina Cambre, de la Universidad Concordia de Montreal, y Vicepresidenta de la Comisión de Sociología Visual de la ISA, plantea, en “Fugitive Frames: Nomadic semiotics in image analysis”, en el contexto de la sociología visual angloamericana, un análisis de imágenes mediante un enfoque semiótico nómada aplicado al caso del

triángulo rojo apuntando hacia abajo, de origen terrorista y empleado actualmente por medios propalestinos.

El texto de Zhang Jingting y Chen Chen, “El Shanshui como método visual en la era de la mediatización profunda: un enfoque de investigación cualitativa”, adapta la metodología tradicional china de las imágenes, el *Shanshui*, a la era de la mediatización profunda, para abarcar fenómenos socio-culturales y experiencias subjetivas contemporáneas. De este modo, establece un diálogo profundo e inteligente entre la tradición y la Modernidad, entre Oriente y Occidente y entre la Naturaleza y la Sociedad.

Adrián Scribano y María Victoria Mairano, ambos miembros del CONICET argentino, en “Imágenes digitales y Emociones: una propuesta metodológica para su análisis”, reflexiona en relación a las imágenes digitales y a su relación con las emociones, a partir de lo que sostiene el *Chat Open IA* sobre lo que es una imagen digital. En este sentido, efectúan una propuesta metodológica para el análisis visual y emocional desde una Sociología de los Cuerpos y de las Emociones y que aplican a imágenes concretas realizadas en diversas actividades sociales.

Andrés Dávila Legerén, profesor de la Universidad del País Vasco y un destacado autor en el campo sociológico de la fotografía, en “«¿Ves lo que quiero decir?»: acerca del análisis de discurso en fotosociología”, presta atención no tanto a la escena como a la mirada en el trabajo con fotografías. Específicamente, aplica a diversos casos instructivos el análisis del discurso, analizando los textos verbovisuales, los géneros discursivos, la construcción del destinatario, la escenografía discursiva y el ethos discursivo.

En definitiva, estamos ante un número original e importante que, esperamos, amplíe el campo metodológico de la Sociología, abriéndose al universo de la imagen, en un tiempo en el que las nuevas tecnologías y la Inteligencia Artificial las ha convertido en un elemento fundamental de la sociedad. En este sentido, las imágenes cobran una especial relevancia de cara a analizar, describir y comprender a estas como registros, reflejos o símbolos de la sociedad, como documentos sociales y como constructores de la misma.

* * *