

CULTURA VISUAL: PERFORMANCIA ETNOGRÁFICA E IMÁGENES VIRTUALES

*Maria Jesús Buxó i Rey*¹

Resumo: Desde hace tiempo, la Antropología y la Sociología Visuales vienen reclamando la necesidad de consolidar un marco teórico propio, replantear objetivos y refinar categorías conceptuales y sistemas de representación fotográfica y cinematográfica, sea documental, etnográfico o ficcional. Esta exposición parte de que la expresión “ una imagen vale mil palabras...” no es la conclusión suficiente para pensar y valorar las imágenes pues los significados visuales se construyen e interpretan de muchas maneras, se narran de forma autónoma y situacional y permanecen abiertas a la actancialidad, la performance y la virtualidad. La complejidad de las nuevas tecnologías y los biomateriales, así como la extensividad ciberespacial de las redes comunicativas, obliga a cambiar el objetivo de buscar mensajes y significados para proponer nuevos marcos conceptuales y analíticos donde experimentar el conocimiento y virtualizar realidades posibles. No en vano Virilio (1984) nos advierte que el sueño de la tecnología es reconstruir al ser humano a partir de las imágenes.

Palabras-claves: Narración visual. Elicitación fotográfica. Actancialidad. Performance. Agenciar. Apariencia y virtualización.

Abstract: For a time, the Antropological and Sociological visuals are looking for the consolidation of their own theory, reorganizing aims and refining conceptual categories as well as the photographic and the cinematographic representational systems, its ethnographic, fictional documental. This study starts with the idea that the expression “a picture is worth a thousand words...” is not enough to think and evaluate the pictures , once the visual meanings are built and interpreted in many ways, they are narrated autonomously and in a situational form being open to the actanciality, performance and virtuallity as well. The complexity of the new technologies and the

¹ Professora catedrática da Universidade de Barcelona

biomaterials as well as the extension of the cyberspace of the communicative web provokes the search for messages and meanings to propose new conceptual and analytical trends from where experiment the knowledge and virtualize possible realities. Not in vain, Virilio (1984) says that the dream of the technology is to rebuild the human being from the visual images.

Key-words: Visual narrative; Photographic elicitation; Actanciality; Performance; To further; Appearance and virtualization.

Una expresión común es decir que “*una imagen vale más que mil palabras*” lo cual es un reconocimiento de la relevancia de la imagen visual en la representación de lo que se entiende como la realidad, es decir, cómo se construye lo que se quiere dar a entender y lo que los demás interpretan. La hipervisualidad del siglo XX va unida al desarrollo de la foto, el cine, el vídeo, la televisión, el ordenador, el ipod, que son extensiones tecnológicas para captar y reproducir imágenes, pero fundamentalmente, se constituyen como soportes de la memoria, reactivadores de la sensorialidad y la imaginación y amplificadores del conocimiento y la comunicación. Por una parte, estas tecnologías contribuyen a modificar las formas de percibir y representar la realidad, sea social o científica, y, por otra, crean nuevas estrategias de expresión y comunicación en todos los ámbitos de la vida social, privados y públicos, artísticos, comerciales y académicos.

A partir del reconocimiento de la relevancia del discurso visual, cabe preguntarse cómo y de qué manera la fotografía y el cine, sea documental, etnográfico, o de ficción, e incluso la publicidad, contribuyen a revelar tácitos y explícitos de la cultura así como refinar la teoría en las ciencias sociales. Los discursos y técnicas visuales plantean cuestiones críticas sobre las convenciones y usos relativos a las formas de acceder a la información, la representación del conocimiento, las relaciones de dependencia o independencia con otras formas de discurso, especialmente, el discurso verbal y escrito, así como la virtualidad de lo visual en la transformación de la cultura. De ahí que surjan preguntas sobre cómo se constituye la referencialidad en el discurso visual? cómo se crean las condiciones de autoevidencia y representación etnográfica? cuál es la relevancia interpretativa del discurso visual y su capacidad para aportar comprensión al significado y a la experiencia culturales? ¿es complementario con el discurso textual o constituyen sistemas de representación autónomos? cómo contribuye la transformación visual de la cultura a transmitir nuevos conocimientos y ayuda a reinventar selectivamente la historia y la realidad cultural. En definitiva, cuestiones relativas a las implicaciones epistemológicas, metodológicas y técnicas en la definición de la imagen visual y el uso de medios audiovisuales con el fin de explorar, describir y analizar formas diferentes de construir visualmente las categorías, las expresiones y las formas de transmitir conocimiento e información socioculturales. Al abarcar en su marco analítico aspectos visibles e invisible en toda suerte de objetos, pictografías, rituales, decoraciones, jardines, estilos fotográficos y narraciones cinematográficas así como la virtualidad de los medios televisivos e informáticos, cabe afirmar con MacDougall (1997) que la Antropología Visual no es sólo sobre lo visual, sino que trata de un amplio marco de relaciones culturalmente inflexionadas y codificadas en lo visible. Y con concluir con Morphy (1997) que una antropología visual ofrece diferentes formas de comprensión, pero también diferentes cosas a través de las cuales comprender como, por ejemplo, fotografías antiguas, pinturas,

decoración del cuerpo, vídeos caseros, dibujos de niños, ceremonias televisadas, gestos y expresiones faciales, y diseño industrial.

Fonte: Turismo old style, 2008.



Representación y registro visual

Desde los años ochenta, las críticas sobre la representación del conocimiento, el reduccionismo positivista y el etnocentrismo, se han vertido fundamentalmente sobre las retóricas de la textualidad semántica y narrativa. Como diagnóstico y terapia se ha resuelto eliminar las distinciones absolutas y los binarismos relativos a: verdad *versus* falsedad, observación y registro de datos objetivos *vs.* las implicaciones de la subjetividad, la intuición y el conocimiento implícito, distancias entre nosotros *vs.* los otros, así como todo aquello que contribuye a reificar la diferencia cultural en forma de exotismo y manipulación comercial. Y a cambio, el eje ha girado hacia categorías intersticiales de la cultura -ficción, figurativo, imitación, simulacro, simulación y virtualidad- que actúan entre lo implícito y los márgenes, entre lo visible y lo invisible, la categoría y la emoción, la monovisión y la polioocularidad en el amplio marco de la interdisciplinariedad y la transculturalidad. Esto afecta, por lo tanto, al concepto de sociedad y cultura que se reorientan hacia la construcción social de la realidad y la experiencia cultural.

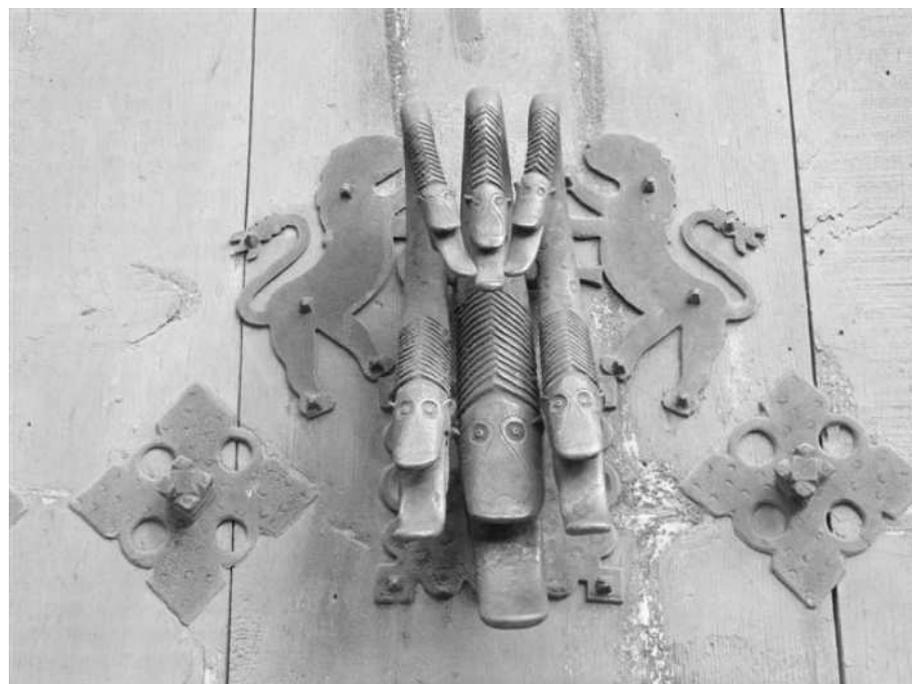
No siendo, pues, la realidad cultural y social referencias estáticas, canónicas, sistemas cerrados de valores, actitudes y comportamientos que sólo emiten significados preexistentes del pasado o la tradición, el énfasis en la construcción y la experiencia pone en evidencia que los significados se constituyen en el qué y ahora estructural del momento histórico en el que

se vive pero también de las intenciones de los actores sociales. En tanto que agentes activos, éstos invierten, subvierten, pervierten y reconstruyen sus propios significados y comportamientos de acuerdo con la experiencia y la capacidad de ideación para representar e inventar realidades múltiples así como dialogar e hibridizarse con otras formas culturales.

En este entorno intelectual, el concepto de imagen y representación visual han ocupado hasta hace relativamente poco una posición ambigua debido a la patente positivista que apoyaba la idea de que la tecnología foto o cinematográfica constituyen reproducciones de la realidad. A diferencia del carácter abstracto y retórico de la escritura, la iconicidad de la imágenes visuales y la verificabilidad de las técnicas fotográficas otorga objetividad científica por un efecto semiótico en el que la similaridad o el parecido producen la apariencia de natural y la sensación de realidad, además, del interés y la preocupación de los científicos sociales, periodistas, y fotógrafos, por conseguir que las fotos y el cine sean descripciones precisas y completas de la observación directa. Un ambiente hipervisual de los medios de comunicación, en el que los documentales y los *reality shows* han redondeado la creencia de que la información que vemos es la realidad.

Esta mirada icónica, perfeccionada por la precisión tecnológica, establece los criterios de verdad y autenticidad de la primera Antropología Visual y aún hoy de la mayor parte de los medios de comunicación. Así el reportaje fotográfico y el cine documental y etnográfico mantienen los atributos de la observación directa cuya visibilidad se encuentra expresada en las siguientes ideas, metáforas, funciones y finalidades: ganar información sobre el mundo: registrar y revelar la realidad; abrir ventanas al pasado y al presente; dejar que las fotografías hablen; ayudar a corregir las tendencias o prejuicios en la mirada del observador; neutralizar la distancia entre realidad y representación; y registrar documentación de urgencia.





Serie de picaportes de Albarracín





Serie de galerías y celosías de Morella

De esta perspectiva hay versiones matizadas y de transición en las que la fotografía y el cine etnográfico y documental no son tanto la realidad como técnicas complementarias para explorar, comparar y dar orden al registro cultural. Se consideran así complementos para las notas de campo, el contraste de materiales y acciones así como la exploración de detalles y la agrupación de imágenes en la producción de mensajes y patrones culturales.

La mayor parte de la antropología fotográfica y fílmica ha pasado por esta fase de entender el registro visual como una apoyatura de la descripción, una forma de avivar la memoria situacional en la redacción del texto etnográfico y de enriquecer el análisis comparativo. Así se ha usado y se sigue usando la fotografía serial para registrar un rito, o grabar secuencias completas de comportamiento en mercados, juegos y festividades.



Fiesta popular en Cataluña



Fiesta popular en Cataluña

Este enfoque antropológico visual ha servido asimismo para establecer criterios convencionales que ayudaran a distinguir entre calidad etnográfica y exotismo, o entre fotos y secuencias de mayor o menor representatividad y relevancia sociocultural. Sin embargo, el rango de objetividad de lo visual en antropología y sociología así como en otras disciplinas científicas, ha producido serias confusiones entre observación, registro y realidad, entre memoria e historia, y entre contexto y cultura. Superar el paradigma positivista de la realidad empírica y pasar a un enfoque constructivista y de selección visual de la realidad ha supuesto apostar por la continuidad entre sujeto y objeto y la discontinuidad entre lo real y la apariencia, la autenticidad, la autoridad y la autoría, y, frente a la precisión de la versión única, incorporar la ambivalencia y la ambigüedad de las versiones múltiples. En términos del textualismo postmoderno, esto quiere decir que no describimos culturas, sino que las escribimos (Clifford, 1988). También desde la sociología visual se afirma que las fotos y el cine documental y etnográfico no sólo se toman sino que se hacen (Chaplin, 1996). Y, en este sentido, es aleccionador el esfuerzo de Loizos (1993) por revisar el realismo inocente que queda bien descrito en el subtítulo de su libro: de la inocencia a la autoconciencia.

Por lo tanto, zanjar esta cuestión implica reconocer, por lo menos, dos aspectos de la representación visual. Por una parte, la conveniencia de superar la disyuntiva realidad psíquica o material para entender que todo lo que se piensa, imagina, concibe, percibe, intuye y sucede es parte real de la vida. Y, por otra, advertir que no es una ventana al mundo, ni muestra de evidencias objetivas, ni descripciones ni transcripciones, sino construcciones que presentan imágenes para representar y producir significados culturales. Las imágenes visuales se seleccionan para exagerar o aislar elementos que den un sentido u otro a la acción, se manipula el tiempo y el espacio, y se crea la ambigüedad suficiente o necesaria para que las imágenes se lean, inquieten y persuadan de muchas maneras e incluso que, en situaciones de contacto cultural y cambio social, se adecuen o modifiquen según las condiciones de existencia. Como dice Valle Inclán en *La lámpara maravillosa*: “Nada es como es sino como se recuerda. Nada es como es sino como la memoria lo evoca.”

Observar e intersubjetividad

Con todo ello, no sólo queda afectada la objetividad como criterio analítico, sino también el concepto de observación que conviene refinar para corregir la tendenciosidad en el ojo reflexivo del investigador. Ya no basta la observación situada a distancia personal y conceptual, sino que se plantea la conveniencia de introducir la experiencia subjetiva del Otro, la mirada del actor social indígena cuyo punto de vista aportaría los ingredientes suficientes de objetividad. Inicialmente Collier (1986) señaló que el uso indígena de la cámara otorgaba autoridad al discurso fotográfico o fílmico no sólo porque se evita la tendenciosidad, sino porque se ponen en evidencia patrones cognitivos, estilos narrativos y una forma de ordenar el tiempo y el espacio particulares. Posteriormente, el multiculturalismo liberal refuerza este enfoque al reconocer que la producción indígena no es sólo una forma de representación cultural propia, sino una expresión consciente de su identidad política. Además de contribuir a contrarrestar las representaciones impuestas sobre las que no hay control por no disponer de mecanismos defensivos, evaluativos o críticos, esta representación visual propia aporta una

mayor libertad para alterar formas tradicionales, expresar sus sensibilidades estéticas y políticas así como abrirse a hibridaciones en sus expresiones visuales y textuales.

Así, durante algún tiempo la idea del *returned look*, del indígena haciendo las fotos y filmando, ha permitido soslayar las suspicacias respecto a la invasión de la conciencia del Otro mediante la apropiación de la voz y la mirada colonizada, pero a la vez ha añadido nuevos problemas de representación. Como apunta críticamente Macdougall (1995), conjugar la perspectiva analítica y la experimental plantea la paradoja de que si se quiere explicar un sistema cultural no puede adoptarse la perspectiva nativa, pero si no se adopta la perspectiva nativa tampoco puede entenderse adecuadamente. Pero, ¿cuál es la proporción adecuada de étic, versión analítica, y émic, versión nativa, para representar lo auténtico y lo esencial de la cultura?

Sin duda, la apoyatura visual indígena es clave etnográficamente, pero no es lo mismo la subjetividad de una persona histórica que filma que atribuir esa subjetividad al conjunto de la cultura, lo cual sería semejante a la atribución de subjetividad que se confiere a un carácter ficticio. Subsumir, pues, al individuo en un principio general es olvidar que la base cultural colectiva no se transmite de forma idéntica como una creación original, ya que las acciones de los actores se hacen relevantes en la variabilidad cotidiana y la significación contemporánea. Y, además, hay que considerar la mundialización de las tecnologías de representación visual en combinación con las revitalizaciones étnicas. Esto agrega otro tipo de discusión que no se centra tanto en la autenticidad y en la imposición externa, sino en la autoría nativa compartida y en la apropiación ideológica y comercial de la imagen étnica por parte de productores indígenas y la industria global. Ginsburg (1995) ejemplifica esa agencia encubierta con el caso de los filmadores aborígenes de Australia que toman el control de la producción de su propia imagen introduciéndose en las retóricas y metas de la ya existente industrial global. Pero estos filmadores, denominados "*bush cosmopolitan*", no son sólo agentes en la creación de sus identidades imaginarias sino que se convierten en autores y agentes artísticos que fijan la imagen de los demás en un discurso de la identidad nacional en el mercado cultural del cine, la prensa y los medios de comunicación de masas, y pasan a ser irónicamente coproductores nostálgicos con los intereses etnicistas del propio gobierno encubriendo desigualdades y oscureciendo otros aspectos de la autodeterminación. Más que una denuncia, estas expresiones visuales ponen de manifiesto que la mirada indígena queda sometida al prestigio social de la autoexpresión cuya valoración va por encima del reconocimiento del congénere como producto-imagen y del control de la propia producción.

Para evitar presentar una sola perspectiva y capitalizar imaginarios, sean del indígena o del antropólogo, conviene replantear la fotografía y el film como un proceso continuo de interpretación y reinención. Como propone Ruby (1982), un proceso de recreación en la que participan dialógicamente antropólogo y actores sociales en autoría conjunta. Esto quiere decir que ninguna de las dos miradas representa una descripción más objetiva que la otra, sino que el antropólogo es parte del proceso de construcción visual de la realidad cultural como también lo es el informante o el productor nativo. En este ámbito la elicitación fotográfica, o uso analítico y dialógico de la imagen extensible también en relación a objetos y movimientos corporales, constituye un refinamiento en la estrategia de campo. Ya no se registran simplemente los movimientos y las explicaciones del Otro, sino que implica la exploración

conjunta para reconstruir la experiencia cultural sobre la base del diálogo, los recuerdos, las ideas e incluso mediante el intercambio de objetos de amplia evocación visual.

En tanto que producto cultural y científico, la foto y el cine, y otros objetos visuales, no son espejos del pasado y del presente, no tratan los hechos en sí, ni como han sido vividos por sus protagonistas, sino que constituyen representaciones visuales basadas en la selección y montaje cuidadoso de imágenes para elaborar un relato o defender una perspectiva. Y esto se vive por parte de la audiencia y los espectadores de acuerdo con la estructuración de la memoria en recuerdos avivados según los intereses, las inquietudes y los significados que se asignan en cada momento a la experiencia social. E incluso cabría añadir que más que reconstruir el pasado, la foto y el cine ayudan a iluminar las realidades del presente en cuanto sus imágenes ilustran las implicaciones ideológicas en el uso, el cambio y la invención de tradiciones y prácticas socioculturales del momento.

A modo de contrapunto, este planteamiento es trasladable a las películas históricas generalmente criticadas por hacer del montaje técnico y la ficción argumental una nueva realidad. Raack (1983) reconoce que las imágenes, los sonidos y las elipses redimensionizan la historia al acelerar y reducir las temporalidades y así producir la sensación de tiempo real. Pero esto, lejos de distorsionar, contribuye a mejorar nuestra relación con el pasado, abandonar la idea de verdad y falsedad, de acontecimiento lineal y la fidelidad a los detalles, para situarnos en el reconocimiento de la complejidad de los hechos y en la variabilidad de maneras de exponer, entender y enseñar la historia. A partir de aquí cabe centrar el eje de la discusión en cómo se construye la narración visual y la interdependencia o la complementariedad de los ingredientes visuales y textuales, pues, como bien dice Bruner (1991) la narrativa no es un aspecto del lenguaje, sino una forma de pensar, un modo de pensamiento, en definitiva, es la fuerza de la representación mental.

Narración y apariencias

Desde una perspectiva empírica y reflexiva y en sus múltiples definiciones, la foto y el cine han sido tratadas como técnicas para recoger datos y representar o ilustrar sujetos, objetos y textos de forma fija y en movimiento. También han sido definidas como arte e información. De estos enfoques derivan definiciones estereotipadas y bipolares que conviene aclarar. Ni la foto representa un material, un espectador y una temporalidad fijos, ni el cine ni el video son más realistas en la representación del movimiento, el tiempo y la caracterización psicológica de sus representados. Tampoco vale caer en reduccionismos de tipo lingüístico, como que la fotografía y el cine son el signo y la sociedad el significado, ni que el contexto es la realidad a partir del cual se emiten mensajes.

Por el contrario, siguiendo a Pinney (1992) y a de Miguel (1999) , cabe afirmar que la fotografía ofrece muchos significados. Por fija que sea la foto, puede ser libre, abierta, ubicua, y diversa en su significación. Mientras que el cine documental por su forma de ordenar la realidad mediante la secuencia de cadenas narrativas, el argumento, la intención y la fijación de la temporalidad e incluso el uso de la voz en *off*, tiende a restringir mucho más los significados. Sin embargo, foto y cine comparten tecnologías de representación y una vez se revela la naturaleza construida de la misma, sus expresiones narrativas no se pueden sustraer

de las implicaciones de las estrategias de verdad y encubrimiento, de su capacidad de categorizar y de aparentar desde perspectivas diferentes y de significar en muchas direcciones y desde discursos en competencia, científicos y estéticos, de denuncia social y racista, entre otros.

En el ámbito de las ciencias sociales, la construcción del significado visual se ha situado tradicionalmente en la complementariedad con el texto en forma escrita o hablada. Seguramente, como indica de Miguel (*idem*) la trampa reside en la misma etimología de la palabra que puede leerse como escritura con luz. Para Mead (1975), la fotografía no tiene significado sin la explicación verbal. Según Goffman (1979), la vinculación con el texto relaciona la estructura social de la gente con la acción en la vida real. Así al introducir nombres reales, vidas privadas, biografías y la misma colocación de las fotos, se produce una secuencia narrativa. Estos enfoques constituyen en Antropología el estilo clásico de apoyatura visual de las monografías etnográficas que han sido en su mayoría ilustradas con fotografías textualizadas.

Más allá del carácter declarativo del texto y la voz en la imagen fotográfica y en las secuencias fílmicas, los vericuetos de la construcción narrativa del discurso visual y su relevancia etnográfica presentan un debate amplio. En este sentido, Hastrap (1992) considera que la descripción superficial de lo visual no tiene igual fuerza que la descripción densa del texto. Se inclina así en favor de la eficacia del registro y la representación textual basando su argumento en que el texto no se revela a sí mismo, sino que muestra lo que no dice y dice lo que no muestra. Se sitúa en la calidad metafórica donde la ambigüedad de las categorías abre el campo de significados e interpretaciones yendo del detalle al todo en un proceso constante de enmarcar repetidamente el cuadro y el espacio social. Esta flexibilidad del texto permite que el contenido y el lector se muevan y cambien de perspectiva creando en esa ruta textual sus propias imágenes. De ello concluye esta autora que lo visual no dispone de esta suerte de transparencia ya que, al modo de un mapa, lo visual es metonímico, fija la mirada analógica, y ese sentido objetivo de lo icónico y figurativo no permite que se vea a través de la foto y el cine. Estos planteamientos concurren con el énfasis postmoderno relativo a la relevancia de la textualidad en la construcción etnográfica. Diversos autores (Geertz, 1972, Clifford, 1991) coinciden en afirmar que un texto denso aporta conocimiento sobre el silencio y lo invisible, y que, en su reflexividad, el conocimiento cambia en conciencia lo cual permite trascender las limitaciones de la autoridad, las formas y las diferencias establecidas.

Si bien cabe reconocer todo el potencial que encierra esa perspectiva de la textualidad en su esfuerzo por superar la simplificación de que el texto ilustra la foto y al revés, no obstante, como señala críticamente Pinney (1992), la textualidad no deja de expresar la autoridad sea mediante la voz en off, el diálogo, el subtítulo y la forma de explicar las imágenes. Asimismo, Jarvie (1978) abunda en la opinión de que las imágenes, los sonidos y los diálogos, que pretenden representar la historia escrita, sólo pueden transmitir poca información y padecen debilidad discursiva, lo cual se agrava al añadirse la envoltura de los sentidos que impiden mantenerse distanciados de la narración. De ahí que sea más relevante reorientar esta discusión en la dirección de que las palabras y las imágenes siguen métodos distintos para construir significado y narrar versiones de la realidad. Textualidad y visualidad son dos formas de informar y narrar la experiencia humana. La primera dispone de estructuras

lingüísticas y metalingüísticas para refinar y hacer más efectivas las estrategias de representación y los argumentos. Pero esa eficacia no puede ser considerada en detrimento de la complejidad de la segunda, esto es, de las posibilidades propias de la representación visual. Sin duda hay que reconocer la complementariedad cognitiva y cultural de lo visual y lo textual, pero también rechazar que la visualidad y que la imagen secuencia sean una versión disminuida de la textualidad y la palabra-frase. Justamente la visualidad se implica en las fronteras ambiguas de lo visible e invisible, de lo que se puede y no se puede ver, de lo que al verse no significa, del pasar de la representación literal al amplio campo de la experiencia, las evocaciones y los juegos metafóricos en toda suerte de escenas sean rituales o comerciales y expresiones estéticas. Desde la perspectiva del pensamiento y las artes visuales, Arnheim (1969) señala que la lengua es irrelevante. En Sociología, Goffman (1979) sugiere que el relato visual y el textual corren en paralelo pero separadamente. Cada uno cuenta su historia y es el lector o espectador quien los tiene que integrar e interpretar. Y, por último, Chaplin (1996) refuerza que el significado de una imagen fotográfica yace en el hecho de que es capaz de extraer y capturar aspectos de la sociedad que las palabras no pueden, por eso incorporarlas no mejora la comprensión del hecho social.

Ahora bien, la textualidad tiene su fuerza y eficacias retóricas e interpretativas bien reconocidas en las ciencias sociales, ¿cómo puede desarrollar, pues, la antropología visual objetivos autónomos, alternativos y más amplios? ¿cómo exponer estas disciplinas visualmente? ¿cuáles son las virtualidades culturales y sociales de lo visual? e incluso plantear la paradoja de cómo entrar en la invisibilidad densa con la visualidad teórica y técnica? En definitiva, cómo captar la experiencia visual en la creación de significados a través de los procesos sociales y analíticos basados en códigos culturales establecidos y por establecer. Sobre este particular es interesante recordar a Bateson y Mead (1977) quienes, a pesar de no desarrollar formalmente un método ni un discurso antropológico para la investigación visual, no obstante apuntaron la necesidad de abrir una comprensión más autónoma de las imágenes. Así, la fotografía y el cine sin palabras, al pie o en voz, representan un interludio libre de las convenciones verbales que no sólo permite liberarse de las restricciones de pensamiento occidental sino también captar la extrañeza y la ambigüedad del micromundo visual así como la invisibilidad del *ethos* cultural.

Y, por último, Duff (1981) señala que en el acto de fotografiar no se produce una ilustración sino que se selecciona un momento particular en el tiempo y una perspectiva concreta para fotografiar lo cual produce una interpretación de la experiencia que induce a decir que esas fotos hablan por sí mismas, de ahí que todo texto restrinja ese campo de evocación simbólica. Por ello, innovar la Antropología Visual implica articular un nuevo programa de investigación más allá del discurso verbal y el significado textual de las imágenes que permita enmarcar la narrativa visual, sea documental o ficcional, en la experiencia cultural, esto es, la actancialidad y la performance.





Labores del Campo

De la semiótica a la actancialidad y la performancia visuales

La etnografía de la comunicación en Antropología Cultural, así como la Etnomedotología y el Interaccionismo Social, constituyen puntos de partida teóricos y metodológicos relevantes para enfocar el análisis de la visualidad en tanto que acción social interactiva y en sus diferentes estrategias para tratar con situaciones particulares. Recordemos que en lugar de analizar frases y secuencias, el énfasis de estos enfoques se sitúa en el acto y en el acontecimiento comunicativo total. Así, el significado literal pierde relevancia a favor del habla situada en la acción social cuya significación emana de la práctica de los participantes: quien lo dice, a quién, cómo, cuando, respecto a qué, los estilos, los canales, el contexto en el cual se actúa, y todo un conjunto de propósitos, intereses y metas. De igual modo el acto y el acontecimiento fotográfico o cinematográfico constituyen modelos comunicativos en los que interactúan todos los actores y los elementos narrativos que participan: el productor, el actor y el espectador o la audiencia, el argumento, la caracterización de los personajes, la situación, el contexto, las acciones y las finalidades. También el estilo y los canales son parte del acontecimiento comunicativo de la foto y el cine: desde el tipo de toma, el ángulo, la luz y la exposición hasta el material y el procesamiento específico de la fotografía y la secuencia. Según los temas seleccionados y las imágenes que se quieren construir, se seleccionan tonos y enfoques suaves y desdibujados o fuertes y coloristas de acuerdo con las convenciones históricas y los códigos estéticos en el vestir, decorar, musicalizar, entre otros. Y, en relación con el propósito y la finalidad de un acto foto o cinematográfico cabe destacar el argumento, los estilos y retóricas que hacen uso, por ejemplo, del humor, la seriedad, la ironía, la convencionalidad y la espectacularidad según convenga destacar efectos exóticos, históricos, subversivos, de denuncia, de placer, de horror y de violencia.

Un análisis pionero sobre la comunicación interactiva que produce la foto actuando en diferentes niveles, es el de Goffman (1979) en *Gender Advertisements*. Al referirse a la construcción ideológica del anuncio, a la persuasión, al uso de convenciones sociales y por ello al consenso en el gusto, las apetencias y el consumo, este autor plantea la existencia de idiomas rituales basados en la estandarización, la exageración y la simplificación y que son indicativos de los mecanismos de la comprensión social. Así, el mismo dispositivo ritual que el individuo inyecta en sus situaciones sociales, por ejemplo, el tacto femenino, es a su vez hiperritualizado, exagerado y simplificado por el publicista en la escena donde sitúa el producto que fotografía o filma. Ciertamente, la publicidad es un idioma ritual que actúa como mensaje, como moneda de intercambio comunicativo sujeto a las fuerzas del mercado y a la estética del consumo. Su significación se basa en la autonomía de las imágenes que substituyen la experiencia social por lo cual el estilo predomina por encima de la sustancia. Aún basándose igualmente las fotos y las películas en códigos culturales, sin embargo éstos no actúan simplemente como mensajes sino que incorporan la actancialidad como interpretación. Existe una larga tradición de debates sobre las diferentes formas de comprender la interpretación. Se entiende que una interpretación literal indica que lo que se representa ocurre, mientras que el enfoque simbólico propone que una representación no significa tal cual sino que se interpreta mediante un código que, a su vez, ha de ser reinterpretado tantas veces como los símbolos se activen. No siendo simple la cuestión, hoy parece insuficiente aceptar la idealización clásica de la lingüística

estructural basada en la idea de que la relación entre significante y significado es producida por el hecho de que una forma se enlazaba con algún tipo de contenido o función.

Para superar, pues, las limitaciones de un modelo estrictamente lingüístico, de una semántica verdad, que asevera que las palabras significan y los mensajes comunican, se transita hacia una semiótica visual en la que la imagen, como acto comunicativo, implica una interacción compleja en la que los participantes actúan y negocian interactivamente los significados, esto es, la actancialidad. Con actancialidad se quiere decir que el significado no se refiere a cosas, ni yace simplemente en la acción social, sino que la significación se constituye en el acto mismo de actuar y en el acontecimiento mismo de ver, oír y sentir. La idea de Austin (1962) relativa a "*como hacer cosas con las palabras*", sirve como punto de referencia teórico para hacer progresar el análisis del discurso desde la fuerza ilocutiva de los enunciados hasta la actancialidad de las imágenes. Y es en ese locus simbólico de la imagen y la imaginación donde se unen representación y actuación. De lo cual no resulta significación, ya que, como dice Sperber (1988), ésta implica codificación cerrada, ni tampoco, como puntualiza Kapferer (1976), la participación automática a medida que se exponen los significados simbólicos, sino la provocación o la improvisación de toda suerte de campos de evocación, emotividad y catarsis. Si bien el concepto de actancial, de unir lo que se narra con el narrar, es fácilmente comprensible en el acontecimiento ritual y en el acto de contar un cuento, no obstante resulta más complejo operativamente en el acontecimiento foto y cinematográfico. En este caso, la participación directa y vicaria en estas imágenes foto o cinematográficas virtualiza efectos fácticos e intensifica la sensorialidad. Permite descentrar y transferir significados en escenarios y contextos cambiantes y así activar la sensación metafórica del instante robado al tiempo, el ruido del silencio, la soledad en compañía y tantas otras contraposiciones.

La actancialidad no queda lejos del modelo performativo, en especial por su énfasis en la experiencia cultural, pero más allá de la fuerza proposicional y comunicativa de la palabra, el texto, el mensaje, la imagen o la secuencia, la performance insiste en la eficacia de la actuación en sí. En definición de Bauman y Briggs (1990), la actuación no construye una realidad simbólica en forma de presentación de un argumento, descripción o comentario, sino que actúa sobre la base de construir una situación en la que los participantes experimentan actuando sea al danzar, contar, representar, o participar como espectadores.

La asociación de imagen fotográfica y subjetividad es una cuestión analítica clásica que permite explorar las implicaciones de la agencia individual y dialógica en la performance fotográfica donde mirarse y la mirada devuelta revelan, entre otras, apreciaciones privadas e íntimas que movilizan recursos estéticos y sitúan la contextualidad cultural de actores y escenas. Agenciar es el concepto al que se alude para tratar la acción constructiva del agente, sea individual o colectivo, en el sentido de obrar de manera hábil para conseguir y ejercer algún poder o fuerza instrumental frente a la manipulación que se pueda hacer de la imagen por parte de los medios audiovisuales por intereses etnográficos y sociológicos, políticos y étnicos, periodísticos, comerciales y turísticos. En analogía con otra tecnología de la comunicación como es la escritura en cuanto a las retóricas de significar a los demás, el acceso y la legitimidad de los discursos y las políticas de exclusión, explotación e intensificación de las diferencias entre los grupos. En breve, la experiencia enseña que quien gana y controla no sólo escribe la historia sino que registra las imágenes.

Ahora bien, ¿cómo aproximarse a esa agencia del mirarse, construir imágenes de uno mismo y de su grupo en el acto fotográfico y detectar etnográficamente sus aspectos explícitos e implícitos? Desde la etnología comparada relativa al uso metafórico y simbólico del cuerpo a través del adorno, el embellecimiento y el prestigio, y también el análisis clásico de Malinowski en los *Argonautas del Pacífico Occidental* (1979) sobre la formas de exhibición como parte del intercambio de bienes así como el estudio microsociológico de Goffman sobre *La presentación del yo en la vida cotidiana* (1959), se pueden seguir los vericuetos constructivos que las culturas hacen del cosmos como un orden cosmético y su virtualidad en la exhibición, la exposición, la ostentación, la presentación, la revelación y el lucimiento de la imagen del yo como indicador social para conseguir la apariencia y el prestigio que requiere la identidad, el rol estatus y todas las intercambios e interacciones comunicativas. Más allá de la dimensión referencial del yo cultural, como ya señalé sobre la fluidez de la identidad (Buxó, 1991) y como bien indica Battaglia (1995), cabe reflexionar sobre que este yo no es simplemente un objeto natural, ni una forma esencial y unitaria sin problemas preexistiendo para ser modelada, ni un producto estable de uno mismo, sino que se trata de un yo inestable experiencial según la variedad de situaciones y las relaciones de poder. Pero son menos evidentes cuando se trata de territorios en los que la agencia moviliza apreciaciones privadas e íntimas de uno mismo, difícilmente visibles, de carácter estético que más bien tienen la finalidad de movilizar sentimientos y emociones. En definitiva, se trata, como dice Foucault (1983), de técnicas invisibles para hacer de nosotros una obra de arte ya que el yo no nos es dado, sino que se crea como un artificio.

En la performance fotográfica, la cámara, como señalan Guattari y Deleuze (1987) es un tercer ojo en el que la persona fotografiada devuelve la mirada a la cámara haciendo que su cara y cuerpo entren y salgan del discurso para manifestar sensaciones, sentimientos, e ideas. Y se entiende como performance porque no se trata simplemente de un acto referencial, sino que significa por el hecho de actuarse. No enlaza necesariamente un contenido con una forma, ni formula un solo mensaje, sino que el agente se sitúa, actúa, hace cosas que le permiten improvisar y experimentar imágenes y escenas propias y ajenas. Son ingredientes y recursos estéticos distintivos de esta performance fotográfica: el control corporal, la sonrisa, la seriedad, la posición, la gracia, el movimiento, la suavidad, la finura, la dignidad, la juventud y el colorido, entre otros y si cupiera introducir la expresión de otros elementos sensoriales, habría que añadir el tono de voz, las risas y otros sonidos y resonancias.



Kechuas, Chinchero

De este modo, en el acto fotográfico, la imagen de la identidad se activa en múltiples ejercicios de verse a sí mismo, imaginarse y mirarse. Por el reflexivo mirarse, siguiendo a Moliner (1975,423), cabe entender la mirada devuelta sobre uno mismo, lo cual indica que se atiende al propio decoro y dignidad, la realización de acciones para quedar bien, causar buena impresión, producir admiración, causar placer, e incluso hacerse reconocer por los demás en términos irónicos y negativos. Acciones que se extienden del acto de hacer la foto a la posibilidad de fijar esos deseos, gustos significados en el tiempo, esto es, guardar esa imagen, enmarcarla, mostrarla con agrado e interés a los demás, o depositarla en el cajón de los recuerdos como receptáculo de la memoria personal y familiar. Basta recordar la trampa ingenua de conservar en fotografía la imagen intemporal que uno considera y distribuye de sí



mismo lo cual implica agencia pero también una cierta enajenación del propio cuerpo,

En todas las performances fotográficas, la agencia se negocia de diversas maneras. En unas rige el entendimiento y el compartir criterios entre antropólogo e interlocutor nativo implicándose dialógicamente en la misma acción fotográfica y conjugando las diferencias personales, sociales y estéticas en captar aspectos técnicos (luz y encuadres) y componer la escena y la presentación de los actores que participan (significado y finalidad). Y, en otras la agencia es tácita y se usa espontánea o premeditadamente, a base de criterios culturales, valores, actitudes y recursos estéticos propios y ajenos. Y todo ello con el fin de producir eficacias concretas: refinar la apreciación cultural, intensificar las emociones, causar placer, producir admiración, alertar y negar, y, en casos rituales, transformar las imágenes ordinarias en intenciones y significados extraordinarios.

Aparentar y Virtualizar imágenes

Ciertamente, nos educamos a través de historias y vivimos en un mar de cuentos, nos contamos historias, nos montamos nuestra propia película y por lo tanto es a través de la narración que damos significado y legitimidad a la realidad cultural. Sobre la base de este entrenamiento histórico y cultural actúan también la fotografía y el cine. Y ahí entramos en no sólo en la actancialidad de la foto y el cine, sino también de las apariencias, cuya significación

no se sitúa en una realidad unívoca, estable, inmutable, que se puede encontrar ahí afuera, sino que crece en la dirección de la virtualidad.

Así, los medios visuales construyen conocimiento no por descripción sino a través de una forma especial de darse cuenta o enterarse. La estrategia no busca reflejar objetos, contextos exactos, ni centrar objetivos cerrados, sino explorar nuevas formas de aparentar y virtualizar realidades culturales o mundos posibles. De igual modo que en la narración social se usan las imágenes de qué y quienes somos para constituir el sistema de prestigio, en la narración visual las imágenes actúan mediante la activación de las apariencias. Recordemos la etimología de apariencia que hace referencia al telón de fondo de los viejos teatros donde se pintaban cosas reales o fantásticas y que contribuían a crear la realidad teatral de la actuación. De ahí que tengamos que reconsiderar el dicho de que las apariencias engañan porque, al parecer las cosas lo que no son, se crean las condiciones simbólicas de la maravilla, el milagro, la probabilidad y la verosimilitud.

Es, en este sentido, que no resulta relevante la representatividad de lo que se pueda entender como realidad ya que no hay una versión que sea más real que otra. El realismo narrativo se construye sobre la base de las apariencias constitutivas de la significación en presencia y contemporánea tanto si se denomina acontecimiento denso, experiencia del momento, inquietud social o gusto de época. De ahí que el concepto de ficción no sea útil para distinguir un documental de una película ya que en ambas concurre la fabulación y no por ello los argumentos son necesariamente falsos. En este sentido, todos tenemos experiencias personales como espectadores, así, al contemplar versiones cinematográficas diferentes de un mismo texto literario, por ejemplo, *Ana Karenina*, se activan preferencias asociadas a la forma de contar y expresar estéticamente los gustos de época. Y estas son, a la vez, claves o indicadores para señalar la dirección estética e ideológica del momento histórico y del cambio cultural.

Ahora bien, sobre la imagen y el imaginario se constituyen las representaciones icónicas y simbólicas más antiguas y básicas. Si bien la percepción descansa en estímulos externos, ver y mirar, la imagen es una representación mental hecha de perceptos interiores. Estos procesan información de forma activa y selectiva independientemente de cualquier presencia física, y no sólo a través de la visión, sino también por medio del cruce de otras modalidades sensoriales, la audición, el tacto, el gusto y el olfato. Así cuando falla o se corta la percepción, se activa la imagen constituyendo la forma más primitiva de función simbólica. Las imágenes se activan a través de esquemas cognitivos y pistas memorísticas construidas a través de la experiencia social y cultural, integrando categorías, acontecimientos y significados según criterios de familiaridad y relevancia de acuerdo con los gustos de época, la situación social y las motivaciones e intereses personales.

Una vez formada la imagen es parte de uno mismo, un sistema de representación de la memoria que puede ser manipulado como una fotografía cruzando las modalidades sensoriales para recordar y anticipar escenas, sean olores de calles, curvas corporales sinuosas o sabores infantiles. Si bien esta experiencia imaginativa puede funcionar como una reproducción o imagen ecoica y eidética, no obstante las imágenes no son copias, son estructuras cognitivas activas en busca de información en ambientes posibles, tienen la capacidad actancial de provocar reacciones emotivas, deseo y llanto así como activar

creativamente el imaginario. No en vano el proceso de producir y experimentar imágenes en estado de conciencia se llame “imaginar”. La imaginación constituye nuestra realidad interior, y no sólo ayuda a entender el mundo sino también a crear recambios del mismo a base de asociar libremente y condensar ideas e imágenes así como fundirlas con sensaciones y emociones. Por lo tanto no sólo reproduce o substituye lo real, entendiendo por real lo que se comparte con los demás, sino que crea lo irreal, lo que se denomina fantasía.

Imagen e imaginario son la materia prima de las extensiones tecnológicas que llamamos imágenes foto y cinematográficas. Conviene tener en cuenta que estas imágenes por estar conservadas en tecnología audiovisual no son objetos muertos o inactivos, puesto que al leerse, verse o escucharse resuenan en tiempos y espacios reales por mucho que su realización este separada por siglos y grandes distancias geográficas y culturales. Las imágenes, interiores y exteriores, funcionan como soportes culturales uniendo memoria, representación, ritual y narración. Y de esa unión compleja y fluida se obtiene la fuerza y el poder de las imágenes tecnológicas para virtualizar realidades. La virtualidad se define, etimológicamente, como la fuerza de las cosas para producir causas o efectos y en versión popular se asocia también a la existencia aparente y no real, pero también se usa para significar poder de acción. La virtualidad no implica sólo participar en producciones imaginativas e ideales, sino que es un proceso cognitivo que une razonamiento y diferentes modalidades sensoriales -vista, oído, tacto, gusto, etc.- para evocar realidades y generar diversas reacciones emotivas, sentimientos, efectos catárticos y estados de conciencia alternativos.

Ahora bien, ¿dónde se expresa culturalmente esta capacidad cognitiva que, repito, implica la conjunción de pensamiento y sensorialidad como poder de acción? Para profundizar en este concepto históricamente, cabe decir que se hace complejo con el tiempo y que no es lo mismo cuando se activa en la dimensión plana del discurso visual mimético y en el discurso oral, que en la dimensión compleja del discurso gráfico, sea escrito, en foto o en cine y más recientemente en las imágenes de síntesis de las ciencias del ordenador y la robótica.

En el discurso escrito, la asociación de imágenes, ambientes, razones, sentimientos y sensaciones con la contextualización de detalles de la vida privada y si acaso la introducción de nombres reales, incrementa la identificación implicativa o empatía con la perspectiva de los actores etnográficos o ficcionales (sea en forma de primera persona, testimonio, monologo, confesión, o segunda o tercera personas). Se forman así lazos dialógicos que, al decir de Bakhtin (1981), aportan técnicas de virtualización de la experiencia muy potentes en las que no coinciden necesariamente como fueron ideados los protagonistas y leídos los hechos en sí. Virtualidad con la que se desconecta cuando se deja de leer y mirar y se reactiva cuando se vuelve a mirar o leer. Y, de igual modo, trasladado a la construcción documental, etnográfica y ficcional del cine, el productor y los espectadores se implican en la recreación de significados o la virtualización de mundos posibles a partir de imágenes, montadas y editadas selectivamente, estructuras narrativas y aquellos convenciones con los que se identifican por razones de uso, gusto y popularidad así como criterios estéticos, morales, ideológicos y de activismo político.

Si hasta ahora parecía ser, como indica Yates (1976), que el visualismo impregnaba la imaginación de Occidente constituyendo culturas como si fueran teatros de la memoria, la

tecnología de las imágenes, extendida interculturalmente, hace de la imaginación una práctica social donde cada vez más las gentes ven sus propias vidas a través de las vidas posibles transmitidas por los medios de comunicación. Esta privatización de las imágenes es extensiva al uso de la cámara fotográfica o el vídeo doméstico en juegos, bodas, turismo y fiestas populares, creando la actancialidad de ser arte y parte, filmador, actor y espectador.



Fotos de familia

Y no hay que dejar de lado tampoco la fuerza del impacto intercultural de los medios de comunicación en televisión y vídeo bajo el fenómeno de la mundialización de las imágenes. Appadurai (1991, 198) ha analizado la dinámica de la fantasía mediática en los siguientes términos:

Uno de los principales cambios en el orden cultural global, creados por el cine, la televisión la tecnología del VCR tiene que ver con el rol de la imaginación en la vida social. Hasta hace relativamente poco, fuese cual fuese la fuerza del cambio social, se convenía en que la vida social seguía una inercia basada en el hecho de que las tradiciones aportaban un conjunto relativamente finito de vidas posibles, y que la fantasía y la imaginación eran prácticas residuales, confinadas a personas y dominios especiales, restringidas a momento o lugares especiales. En general eran antídotos a la finitud de la experiencia social. En estas dos últimas décadas, la desterritorialización de las personas, las imágenes y las ideas ha tomado nueva fuerza y ha producido cambios imperceptibles. Cada vez más personas en todo el mundo ven sus propias vidas a través

del prisma de las vidas posibles ofrecidas por los medios de comunicación en todas sus formas. Esto es, la fantasía es ahora una práctica social.

Y de esta advertencia final, cabe pensar que si ahora la memoria colectiva empieza a hacerse de programas de televisión, también es plausible pensar en otros espacios cognitivos simulados, la cibercultura, que de momento el cine de ciencia ficción sitúa al inmersor virtual en el territorio de los identidades génicas y terminales y los viajes en el ciberespacio. Aprovechando la ansiedad, entremezclada de temor y perversión por el control artificial de la vida, la realidad virtual comercial augura un enriquecimiento de las experiencias visuales y del resto de las modalidades sensoriales, aunque de momento no es más que una simplificación de la percepción de modelos abstractos en escenarios basado en las imágenes animadas que residen de forma simbólica en la memoria del ordenador y en las tramas de la ciencia ficción y los juegos de rol. Otra cosa son las comunidades virtuales cuya conectividad a través de redes informáticas cruza y crea la ubicuidad de tiempos y espacios, estructura nuevos rituales de entrada y salida, descentra las núcleos identitarias y activa la experiencia de participar en comunidades de inteligencia compartida. Incluso, como señala Rheingold (1991), pasa a ser más íntimo compartir estructuras de datos de nuestras representaciones interiores, que las sensaciones genitales.

Y, las imágenes de síntesis no son simplemente un juego virtual, una tecnología intelectual, o una interfase ciberhumana, sino, como indica Quéau (1993), un nuevo prototipo en la relación entre el pensamiento formal y la imagen visible, la reconciliación entre lo inteligible y lo sensible y entre lo conceptual y lo gestual. Es el carácter interactivo de la sensación física y la representación conceptual, el tiempo real y la inmersión en la tridimensionalidad lo que hace que la simulación infográfica constituya una experiencia virtual única. Única porque no simula ni es simplemente un escenario donde se sitúa o inscribe la experiencia, sino que la imagen virtual es el espacio mismo de la experiencia sensible e inteligible. Esta virtualización de interacciones con la propia imagen –espectador-actor autoreferentes– no es, como indica Manovich (2001), inferior a la realidad sino que constituye la representación realista de una nueva realidad.

Finalmente, cabe pensar en el tratamiento de las imágenes y las experiencias que pueden converger en la creación científica de vida artificial, esto es, fundir la sustancia de la vida en programas de ordenadores moleculares propiciando condiciones emergentes propias fuera de los contextos orgánicos. Estas simulaciones, según indica Emmeche (1998) no derivan de ningún dominio natural, y menos de un sistema físico experimental precisamente porque lo que se busca es liberarse de las limitaciones de la sustancia material gobernada por un conjunto de leyes naturales, o leyes científicas, y así conseguir simular universos gobernados por otras leyes. Una naturaleza virtual, una vida virtual, un arte virtual construidos con otros límites y condiciones que no buscan veracidad, ni realismo, ni supuestos de la ciencia, sino discurrir entre la necesidad y la posibilidad. Se trata, por lo tanto, de ciencias modales basadas en el arte de lo posible porque lo importante no es como es el mundo, sino como podría ser.

BIBLIOGRAFÍA

APPADURAI, A. Global ethnoscaapes: Notes and queries for a transnational Anthropology. FOX, R. (ed.) **Recapturing Anthropology**, Santa Fe: School of American Research Press, 1991.

ARNHEIM, R. **Visual Thinking**. Berkeley: University of California Pressm, 1969.

AUSTIN, J. **How To Do Things With Words**. Cambridge: Harvard University Press, 1962.

BAKHTIN, M. **The Dialogical Imagination**. Austin, University of Texas Press, 1981.

BATTAGLIA, D. Problematizing the Self: A Thematic Introduction. BATTAGLIA, D. (ed.) **Rhetorics of Self-making**. Berkeley: University of California Press, 1995.

BATESON, B.; MEAD, M. M. Mead and G. Bateson on the use of the camera in Anthropology. **Studies in the Anthropology of Visual Communication**, v. 4, n. 2, 1995.

BAUMAN, R. y Briggs, Ch. Poetics and performance as critical perspectives on language and social life. **Annual Review of Anthropology**, n. 19, 1990.

BRUNER, J. **Actos de significado**. Más allá de la revolución cognitiva. Madrid: Alianza, 1991.

BUXÓ, M.J. Sensibilidad antropológica en la reflexión transcultural. Esencias, problemas y estéticas. J.A. FERNÁNDEZ DE ROTA (ed.) **Las diferentes caras de España**. A Coruña: Universidade da Coruña, 1996.

CLIFFORD, J. **The Predicament of Culture, Twentieth-Century Ethnography, Literature and Art**. Cambridge: Harvard University Press, 1988.

_____. Introducción: Verdades parciales. En CLIFFORD, J.; MARCUS; G. (eds.) **Retóricas de la Antropología**. Madrid: Jucar, 1991.

COLLIER J.Y. M. **Visual Anthropology: Photography as a Research Method**. Albuquerque, University of New Mexico Press, 1986.

CRAWFORD, P. Y TURTON, D. (eds.) **Films as Ethnography**. Manchester: Manchester University Press.

CHAPLIN, E. **Sociology and Visual Representation**. Londres, Routledge, 1996.

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia**, Brian Massumi. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1987. Vol II.

DUFF , E. En H. S. Becker (ed.) **Exploring Society Photographically**. Northwestern University Press, 1981.

EMMECHE, C. **Vida simulada en el ordenador**. Barcelona, Gedisa, 1998.

FOUCAULT, M. **La voluntad de saber**. Madrid: Siglo XXI, 1983.

GEERTZ, C. **The Interpretation of Cultures**. Nueva York: Basic Books, 1973.

GINSBURG, F. **Production Values: Indigenous Media and the Rethoric of Self-Determination**, 1995.

GOFFMAN, E. **Gender Advertisements**. Nueva York: Harper, 1979.

GOFFMAN, E. **The Presentation of Self in Everyday Life**. Garden City: Doubleday Anchor Books, 1959.

HASTRUP, K. Anthropological visions: some notes on visual and textual authority. En: CRAWFORD, P.; TURTON, D. (eds,) **Films as Ethnography**, Manchester: Manchester University Press, 1992.

JARVIE, I. Seeing through movies. **Philosophy of the Social Sciences**, n. 8, 1978.

KAPFERER, B. (ed.) **Transaction and Meaning: Directions in the Anthropology of Exchange and Human Behavior**. Filadelfia: ISHI Publications, 1976.

LOIZOS, P. **Innovation in ethnographic film, From innocence to self-consciousness 1955-1985**. Chicago: The University of Chicago Press, 1993.

MALINOWSKI, B. **Argonautas del Pacífico Occidental**. Barcelona: Península, 1979.

MACDOUGALL, D. The Visual in Anthropology. En M. Banks y H. Morphy (eds.), *Visual Anthropology*, New Haven Yale University Press, 1997.

_____. The Subjective Voice in Ethnographic Film. DEVEREUX, L. et al. (eds.) **Fields of Vision. Essays in Film Studies, Visual Anthropology and Photography**. Berkeley: University of California Press, 1995.

MANOVICH, L. **The language of New Media**. Harvard: The MIT Press, 2001.

MEAD, M. Visual Anthropology in a Discipline of Words. En P. Hockings (ed.) **Principles of Visual Anthropology**. The Hague, Mouton, 1975.

MIGUEL DE, J. M. Fotografía. M.J. Buxó y J.M. de Miguel (eds.) De la investigación audiovisual. Barcelona, Anthropos Proyecto A. Moliner, M. **Diccionario de uso del español**, 1975. p. 207.

MORPHY, H. Introduction: rethinking visual anthropology. En M. Banks y H. Morphy (eds.), **Visual Anthropology**, New Haven Yale University Press, 1997

PINNEY, CH. The lexical spaces of eye-spy. En P. Crawford y D. Turton (eds.) **Film as Ethnography**. Manchester, Manchester University Press, 1992.

QUÉAU, PH. **Lo virtual**. Virtudes y vértigos. Barcelona, Paidós, 1993.

RAACK, R. Historiography as cinematography: A prolegomenon to film work for historians. **Journal of Contemporary History**, 18, 1983.

Rheingold, H. **Virtual Reality**. Nueva York, Summit Books, 1975.

RUBY, J. Ethnography as trompe l'oeil : film and anthropology. J.Ruby (ed.) **A Crack in the Mirror**. Reflexive Perspectives in Anthropology. Filadelfia, University of Pennsylvania Press, 1982.

SPERBER, D. **El simbolismo en general**. Barcelona, Editorial Anthropos, 1978.

VIRILIO, P. **L' espace critique**. París, Bourgois, 1984.

YATES, F. **El arte de la memoria**, Madrid, Taurus, 1976.

