

## *Una propuesta para iniciarse en la Antropología visual*

José C. LISÓN ARCAL  
Universidad Complutense

### DEL CINE ETNOGRÁFICO A LA ANTROPOLOGÍA VISUAL

Probablemente, la frustración más recurrente de cualquiera que tenga verdadero interés por la antropología visual, es la de tener que iniciar cualquier conversación relacionada con esta disciplina dando una serie de explicaciones acerca de la naturaleza de la misma. Definirse como antropólogo visual siempre ha supuesto asumir una identidad ambigua, de dudosa valía académica y, no digamos ya, científica. Cualquier calificativo que se añada al término antropología, sea política, económica, urbana, aplicada, etc., tiene, por lo general, connotaciones y resonancias supuestamente claras, perfectamente asumibles como una especialización disciplinar de reconocida solvencia y prestigio académico y científico. Sin embargo, como señala Collier, lo visual en la cultura occidental suele ir asociado con intuición, arte y conocimiento implícito, mientras que lo verbal se asocia con razón, hechos e información objetiva (Collier & Collier 1986, apud Scherer, 1992: 32). Más aún, antes que Collier, Margaret Mead (1975) definió la antropología como una “disciplina de palabras, debido según ella a que los antropólogos se suelen preocupar más por el pasado cultural que por el presente, por lo que se dedicaron a recoger grabadas en cinta magnetofónica las palabras de los informantes y convirtieron la entrevista oral en el modelo por excelencia de recogida de datos etnográficos; esto no tendría mayor importancia si no fuera porque “el énfasis en la etnografía de la memoria y de las palabras” (Scherer, 1992: 33) continúa sin cambios en una época en la que lo audiovisual prima en la mayoría de las esferas de la cultura. Por otro lado, en la actualidad el término visual, probablemente

por su vinculación con el cine y la televisión y por estar estos medios asociados en el imaginario popular con el ocio y la falta de sofisticación intelectual, ha contribuido a suscitar no pocos recelos, incluso entre los profesionales de la antropología.

Claro que, aunque me gustaría poder decir lo contrario, no siempre tales recelos han sido infundados. Si algo he percibido de forma reiterada, tras más de dos décadas fascinado por las posibilidades de la antropología visual, es que todavía, cuando leo un artículo relacionado con esta materia, con demasiada frecuencia, tiendo a encontrarme frente a un planteamiento en el que la perspectiva desde la que se elabora el discurso es primordialmente cinematográfica o fotográfica, o lo que es peor, televisiva. Es decir, se piensa desde la fotografía o el cine como artes o como disciplinas proyectadas hacia la absorción de la antropología como un género más a incluir en sus ya largas listas; se reflexiona desde los pre-juicios de unas disciplinas de corte fundamentalmente artístico, dominadas, por tanto, por cánones de representación de carácter estético (casi siempre además orientados a la obtención de cuotas de pantalla, especialmente en el caso de la televisión) y, por ello, distantes de los intereses de análisis e interpretación culturales propios de la antropología.

De este planteamiento habitual no son únicamente responsables los cineastas que, en defensa de sus legítimos intereses, tienden a arrimar el ascua a su sardina, sino también los propios antropólogos. Esta actitud de reconocer una prioridad a lo cinematográfico puede encontrarse incluso en la obra de un antropólogo de reconocido prestigio, pionero en los intentos más serios de desarrollar una antropología visual con una identidad diferenciada. Me refiero a Karl Heider, quien en la segunda mitad de la década de los setenta realizó uno de los trabajos más concienzudos y sistemáticos tratando de desarrollar una teoría de la película etnográfica. Durante dos décadas su obra *Ethnographic Film* (1976) ha sido un punto de referencia constante para quienes se iniciaban en el campo de la antropología visual y aunque el paso del tiempo y los desarrollos y tendencias más recientes le restan vigencia, ha quedado, mercedamente, como un texto clásico. Así pues, en esta obra tantas veces referenciada, se abordan fundamentalmente dos cuestiones: cómo las películas pueden complementar los escritos etnográficos y cómo pueden hacerse más etnográficas esas películas, intentando resolver los conflictos entre los estándares cinematográficos y los etnográficos. Por ejemplo, Heider critica el que películas como *The Nuer* apenas tengan lo que él denomina integridad etnográfica porque sus encuadres, edición y yuxtaposición de imágenes están hechas teniendo en cuenta convenciones artísticas (1976: 35) y sin tener en consideración ningún criterio de los que considera adecuados para representar la realidad etnográfica y que pueden resumirse en tomas completas de cuerpos completos. Estos criterios se basan en una ingenua pretensión de realismo y

holismo ya superada que rechaza el uso de tomas de primeros planos por ser descontextualizadoras (véase Heider, 1976: 78-81). Sin embargo, tras esta inicial defensa de los criterios etnográficos prevaecientes sobre los que denomina puramente artísticos y propios del cine, luego insiste en construir precisamente películas etnográficas, es decir productos cinematográficos en los que tenga cabida la etnografía.

Esta misma crítica de dar prioridad a los aspectos cinematográficos (o si se quiere audiovisuales) la he encontrado expresada también por José Fonseca, antropólogo visual brasileño, que afirma, refiriéndose a un artículo de Heider de 1976, traducido en la obra *Imagen y Cultura* (Ardévol y Pérez Tolón, eds., 1995): *Como se ve, la cinematografía no es entendida como una posible técnica de recoger y presentar datos de la realidad social, sino un campo paralelo a la etnografía, con la cual puede incluso entrar en conflicto* (Fonseca, 1999: 37). Y ciertamente, esta parece ser la impresión que a veces se obtiene de la lectura de algunos textos de Heider, que nuestra humilde disciplina etnográfica debería cuidarse de no ofender al poderoso señor “cine” pretendiendo desligarse de él. Fonseca va más allá y en sus quejas y nos recuerda que en 1977 se fundó en la University of Southern California el ya muy famoso Center for Visual Anthropology con la finalidad de formar estudiantes que *pudieran hacer películas y videos de calidad técnica profesional, basadas en una verdadera investigación etnológica* (o. c.: 37). No se trataba tanto de formar antropólogos que supieran utilizar los medios audiovisuales para sus propios fines como una herramienta más, sino más bien de dar un cierto barniz antropológico a quienes fueran a hacer películas o videos destinados a merecer el calificativo (secundario, por supuesto) de etnográficos. Más aún, Timothy Asch, renombrado cineasta etnográfico y director del citado centro, afirmaba sin empacho que en nuestra cultura, o contamos historias o aburrimos al personal y arruinamos nuestras posibilidades de comunicarnos, por lo que hay que aprender de la eficacia narrativa del cine para contar mejor nuestras historias y de paso, *hacer justicia* a aquellos a quienes nos referimos en nuestras monografías. Es decir, insiste Fonseca, que lo que menos importa es el contenido antropológico pues lo más relevante es entretener, no aburrir a la audiencia y luego, si se tercia, como algo accesorio, *hacer justicia* (supongo con Fonseca que se refiere a tratar con “objetividad”) al otro (o. c.: 37-38). Hay aquí un detalle harto inquietante desde mi punto de vista y es la preocupación de Asch (y con él la de muchos de sus numerosos discípulos) por una audiencia aburrída. Sin duda, cuando hace esta reflexión es porque está pensando en grandes audiencias populares y por tanto en un producto para el consumo de masas y no en antropología científica o académica.

Quizá, en el caso de Heider, buena parte de todo este problema se deba a que él se define como antropólogo y cineasta (filmmaker), y debido a esta do-

ble identidad profesional encuentra dificultades en desvincular lo que el antropólogo pueda hacer con una cámara (de cine o de video) de una película tal como se entiende en términos cinematográficos. Y es que tampoco ayuda el propio lenguaje, que se convierte a su vez en un curioso laberinto de términos superpuestos. La propia palabra “película” (o si se quiere: film) sirve igualmente para designar tanto al soporte de acetato en el que se impresionan las imágenes, como cualquier resultado de hacer unas tomas sin mayores pretensiones cinematográficas con la cámara, como el resultado final de un complejo y elaborado trabajo de producción cinematográfica según estrictas reglas y cánones del llamado séptimo arte, que luego se exhibe en salas comerciales. Todo ello son “películas”, pero lo que se dice un producto estrictamente cinematográfico sólo lo es aquello que he mencionado en último lugar. Por tanto, cuando un antropólogo toma una cámara (de cine o video, por ejemplo) y hace unas tomas para satisfacer cualquiera de sus necesidades de investigación o exposición de datos (entre otras posibilidades) no hace cine, ni suele tener demasiado en cuenta las reglas que rigen en el séptimo arte, ni debería preocuparse (aunque no pueda evitar verse influido por el cine que ha visto) por intentar hacerlo, porque además, como antropólogo, le corresponderá hacer antropología y no cine. Así pues, puede que sus tomas tengan interés para el investigador antropológico, pero difícilmente cumplirán los mínimos estándares cinematográficos, ni tienen por qué cumplirlos porque lo que pretendemos hacer es antropología. Otra cuestión es que queramos realizar un producto audiovisual en video con el que pretendemos exponer los resultados y conclusiones de nuestra investigación. Para ello será necesario conocer mínimamente las reglas de comunicación audiovisual, del mismo modo que cuando escribimos una monografía tenemos que manejar con un mínimo de soltura la composición sintáctica y las reglas de ortografía. Lo que debe preocuparnos en uno y otro caso no es ganar el premio Nobel de literatura o consagrarnos como ganadores de un Óscar, sino construir un mensaje comprensible para iniciados e iniciados en antropología que transmita con claridad aquello que deseamos dar a conocer. Ninguna disciplina científica basa su identidad ni su prestigio como tal en llegar a las masas y ser un éxito comercial, y sus trabajos profesionales, incluso los audiovisuales, no pretenden la distribución comercial masiva. El problema radica en que, como receptores habituales de productos audiovisuales, asociamos éstos directamente con una amplia difusión y grandes audiencias, cosa que no sucede con nuestras monografías, para las que nos conformamos con que lleguen a ser publicadas y mínimamente conocidas entre los colegas y los estudiantes. Si empezamos por plantearnos nuestro trabajo como antropólogos visuales en estos términos acordes con los intereses de nuestra disciplina tendremos mucho menos riesgo de caer en viejas trampas. Con esto no quiero decir que no sea conveniente

también realizar una labor de divulgación y que no se pueda colaborar con especialistas en productos para los grandes medios de comunicación de masas, de igual modo que también se pueden escribir textos divulgativos, pero esa es una labor diferente a la de investigación y explicación de resultados para profesionales o iniciados.

Después de lo que acabo de exponer y en consonancia con ello he de declarar que, inicialmente, no soy partidario de trabajar con cineastas para introducirnos por los caminos de la antropología visual. Exploremos primero los medios audiovisuales desde nuestra perspectiva antropológica y en función de nuestros intereses, descubramos las posibilidades que nos ofrecen pensando como antropólogos, sin pretender hacer otra cosa que antropología, eso sí, con otra herramienta diferente a la tradicional del cuaderno y el texto monográfico, pero sin excluir nada. Considero fundamental partir de una postura que no rechace ni los métodos tradicionales ni la posibilidad de explorar y arriesgar en nuevas empresas y enfoques. A partir de ahí reflexionemos sobre cómo sacar todo el partido posible a las herramientas audiovisuales de que dispongamos, sin obsesionarnos nunca por los grandes medios. Nuestro trabajo tiene que tener como metas básicas la creatividad y la honestidad antropológicas, entendida esta última como una aplicación rigurosa de la metodología y las técnicas antropológicas; el trabajar con unos soportes u otros, en principio, ni le quita ni le añade valor al contenido que es lo que importa. Luego, una vez que hemos hecho nuestra investigación antropológica explorando las posibilidades de las diferentes herramientas y tecnologías audiovisuales, si nos ponemos como meta la realización de un producto en soporte video y conseguimos disponer de medios suficientes para ello, podemos recurrir al apoyo de los técnicos para conseguir resolver problemas, pero éstos han de trabajar para nuestros intereses y debemos tener claro que el trabajo es nuestro, el guión también y ellos tienen que estar al servicio de nuestra perspectiva antropológica. Sin embargo, para poder controlarlos hay que conseguir que piensen como nosotros y eso es difícil, a no ser que nosotros sepamos lo suficiente de cine y ellos de antropología; así pues, mejor vamos a prendiendo algo de las técnicas de representación audiovisual, pero eso sí, recordando siempre que solo se trata de técnicas al servicio de nuestros contenidos.

Claro que si los antropólogos pretendemos hacer cine etnográfico, como ya he señalado en repetidas ocasiones en otros textos y contextos (véase, p. e., Lisón Arcal, 1999: 62) nos estamos metiendo en el terreno de los cineastas que, evidentemente, no es el nuestro. En el cine etnográfico siempre ha primado el aspecto cinematográfico, pues el propio término de referencia así lo indica: la palabra cine, que va por delante, ejerce además de sustantivo, mientras que etnográfico queda reducido a mero calificativo de la identidad sustancial del producto al que se refiere. Aunque en el término inglés más habitual,

ethnographic film, el orden de los términos varíe, la condición de sustantivo la ostenta también “film”; es decir, que la identidad de los productos que merecen esta denominación es primordialmente la de “película”, la cinematográfica. Quizás por esto, los antropólogos deberíamos ser más cautos en nuestra terminología y denominar a nuestros trabajos audiovisuales etnografía audiovisual o antropología visual. Personalmente, discrepo de la mayoría de los intentos de establecer una definición delimitadora entre los productos cinematográficos y los antropológicos en términos de la audiencia de destino (Banks, 1992; Heider, 1976; Nichols, 1994, etc. ). No obstante, sí soy estoy de acuerdo en que plantearse una audiencia limitada y especializada puede evitar que caigamos en ciertas trampas propias de la perspectiva audiovisual de construcción de productos para el consumo masivo. Asumo esta postura a pesar de tener en cuenta lo que dice Wilton Martínez (1992) en su estudio sobre la audiencia estudiantil de cine etnográfico cuando observa que las películas etnográficas con un modelo de representación más televisivo fueron las que no tuvieron lecturas aberrantes o éstas lo fueron menos. Entre otras cosas, la audiencia con que trabajó Martínez eran estudiantes de “college” en Estados Unidos que se acercaban por primera vez a la antropología. Sin pretender, en absoluto, descartar la validez de tal audiencia y sin haber hecho análisis tan sistemáticos como los realizados por Martínez, la experiencia que yo he tenido con mis alumnos de doctorado, tras una década impartiendo cursos de antropología visual, es la contraria. Sin duda, mi audiencia estaba mucho más preparada que la de Martínez, pues se ha tratado siempre de alumnos licenciados con un buen conocimiento de antropología. Sus respuestas en los comentarios escritos que han realizado tras ver algunas películas etnográficas, en las discusiones mantenidas en clase, han expresado siempre posturas respetuosas con las culturas más extrañas. Su forma de ver las películas era también distinta, pues se orientaba, con mucha frecuencia, hacia una visión crítica de la forma en que estaban construidas y a su contenido etnográfico. En ningún caso buscaban atribuirles sus propias presunciones, ni se conformaban con aprender a inferir el significado pretendido por el autor, sino que elaboraban interpretaciones más abiertas, intentando reflexionar sobre cómo incorporar y yuxtaponer diversas perspectivas de forma paralela como, por ejemplo, la de los propios sujetos representados además de la del autor. Creo, por tanto, que hay una audiencia especializada a la que se deben dirigir nuestros trabajos y en función de la cual han de construirse si no queremos perder la perspectiva antropológica y si queremos pensar en términos de antropología visual y no de cine etnográfico.

Así pues, en la búsqueda de esa delimitación frente al cine etnográfico preferiría retomar los planteamientos de Rollwagen (1988) que ya he defendido en repetidas intervenciones (véase, Lisón Arcal, 1999) y que implican que

sea un profesional de la antropología quien, haciendo uso de cualesquiera medios audiovisuales como herramienta y soporte de su trabajo antropológico, construya un producto al servicio de su análisis. Que el soporte de una información sea audiovisual no la convierte automáticamente en cine, al igual que no es cine el compendio de imágenes que componen un telediario y suelen narrar, aunque brevemente, una acción o una historia. Tampoco el hecho de que el soporte de unos datos o de un análisis antropológico sea audiovisual implica necesariamente que nos hallemos ante “cine” etnográfico o antropológico, ni que este producto deba ser medido con el rasero cinematográfico. Hasta ahora, a la antropología visual le sobran cineastas y películas etnográficas que reciben esta denominación porque en ellas aparecen gentes de culturas exóticas —no occidentales— o como es frecuente en el contexto español, reconstrucciones descontextualizadas de técnicas y formas de vida tradicionales extinguidas o en vías de extinción. Además, le sobran también antropólogos pusilánimes que, temerosos de las críticas que puedan venirles desde el ámbito cinematográfico, prefieren dejar en manos de los cineastas un trabajo que les correspondería hacer a ellos y que es necesario e inevitable que se haga, como es la construcción de una antropología visual con una identidad propia y bien diferenciada que evite el confusionismo en que vivimos. Y todo ello, sin acritud, sin buscar revanchas frente a los cineastas que han dominado el panorama del “cine” etnográfico y que como “cine” les corresponde construir y desarrollar, aceptando también que sus producciones pueden ser de utilidad y que la colaboración con ellos puede ser fructífera, pero en otros términos diferentes a los de someterse a sus reglas. Por ejemplo, en el caso del cine etnográfico (o de la película etnográfica como traducción más literal del término *ethnographic film*) se respetan a rajatabla las estructuras narrativas cinematográficas y para valorar la calidad de estos productos se tienen muy en cuenta las convenciones cinematográficas como el formato canónico de la historia, algo que según McDougall (apud Nichols, 1994: 67) no sólo delata a las películas etnográficas sino también la selección de las culturas a estudiar.

A esta carencia de una identidad propia clara, ha contribuido también la tradición anglosajona de la película etnográfica (*ethnographic film*) o cine etnográfico que, como señala Banks (1992: 116-8) refiriéndose al caso británico (afirmación extensible a USA y Canadá), ha reducido la participación de los antropólogos a meros autenticadores de un producto ya acabado que les imponen las compañías de televisión mientras dictan las normas de producción pensando en sus audiencias. Sigue diciendo que en Gran Bretaña es raro encontrar antropólogos en activo que hayan hecho sus propias películas y aquellos que lo consiguen suelen hacer una única película que versa sobre una cultura en la que son especialistas. Por lo general, los antropólogos actúan

como consultores en productos televisivos, y raramente son los que llevan la iniciativa del proyecto. No es de extrañar, entonces, que los valores imperantes en estas producciones sean los propios de los *dominios del cine o de la televisión* ('buenas' tomas, una edición emocionante, la división del material para adecuarlo a los cortes para introducir la publicidad, fuerte contenido narrativo, personalidades atractivas)... (o. c.: 119) Pues bien, esta tradición anglosajona que domina el ámbito de los productos denominados "cine etnográfico" ha acabado por imponer unos estándares que parecen aceptarse sin demasiada oposición por parte de los antropólogos. Tan influyentes son estos productos que invaden los grandes festivales de cine etnográfico, que pretenden asimilarse a la antropología visual a pesar de que para su realización no han prevalecido (probablemente ni se han tenido en cuenta) criterios antropológicos y, en la mayoría de los casos, ni siquiera etnográficos. Tampoco ha habido trabajo de campo adecuadamente realizado, ni análisis de la etnografía producida tras esa observación participante a la luz de la teoría antropológica, ni nada que se le aproxime. Con frecuencia, muchas de las producciones que acaban etiquetadas como cine etnográfico responden a visiones superficiales de observadores sin una adecuada preparación antropológica (aunque suelen contar con una preparación cinematográfica) que creen que un puñado de metros de celuloide de algún pueblo exótico y unas observaciones personalizadas son suficientes para obtener tal denominación.

Afortunadamente, parecen ser cada vez más numerosas las voces que se levantan contra esta colonización (Ruby, 1980; Rollwagen, 1988; Fonseca Ferreira, 1999) y que insisten en la necesidad de ser más cuidadosos con la identidad de nuestra disciplina y más exigentes respecto a la valoración de lo que deben ser tanto el cine etnográfico como la antropología visual. Los peligros son muchos y entre ellos está la mencionada tendencia a imitar de forma acrítica los modelos de representación exclusivos del cine, sin preocuparnos por desarrollar unos propios que respondan directamente a nuestras necesidades. En este sentido van también las críticas de un cineasta como Nichols (1994: 67) cuando advierte que la película etnográfica *repite estructuras narrativas y cualidades cinematográficas sin, aparentemente, saberlo o reconocerlo*. Si queremos tener una identidad propia y que se nos tome en serio tenemos que partir de la premisa recurrentemente expresada a lo largo de este texto de que la antropología visual no *hace cine* de ningún tipo; utiliza los medios audiovisuales para sus intereses antropológicos y tiene muy claro que la única perspectiva que puede y debe dominar su quehacer es la antropológica. La antropología visual se basa en el conocimiento antropológico y cuando recurre a los medios audiovisuales, como importante y poderoso medio de captar y comunicar información que son, debe ser para ponerlos al servicio de sus fines antropológicos. Sin duda, y no me cansaré de reconocerlo, el medio es tam-



bién parte del mensaje y conocer sus reglas técnicas de representación es más que conveniente para controlar mejor nuestro quehacer antropológico, pero debemos ser conscientes, en la medida de lo posible, de los condicionantes del mismo, en especial de aquellos propios de una industria o un mercado. Si, por el contrario, nuestro propósito es hacer cine, tendremos que ajustarnos a las normas de representación y, especialmente, a las de mercado que rigen para el tipo de productos industriales que dominan el mundo cinematográfico y audiovisual.

También hay otro componente importante en la corta tradición de la antropología visual que contribuye a dar una imagen poco acorde con la que debería ser reconocida como la identidad de esta disciplina. Se trata de los textos que se escriben acerca de la misma, casi siempre procedentes de entornos culturales anglosajones, que en su mayoría se centran en hablar de *cine* etnográfico (ethnographic film), como si ésta fuese la única opción posible y como si el *cine* etnográfico fuese sinónimo de antropología visual. No lo es, como acabo de señalar repetidamente. Si buscamos una definición de la antropología visual, optemos por una que esté abierta a lo mucho que todavía queda por explorar: la antropología visual es, ante todo, antropología que hace uso de cualquiera de los medios audio-visuales existentes o de sus productos (estos últimos, siempre adecuadamente contextualizados) para investigar, analizar, abordar desde nuevas perspectivas problemas nuevos y de siempre; recoger, archivar datos y producir una nueva etnografía; enseñar antropología; ilustrar, personalizar, mostrar, simbolizar y, por tanto, representar y transmitir con eficacia significados densos; retroalimentar y precipitar la acción en procesos de recogida de datos, y muchas otras cosas, en su mayoría todavía por descubrir, que seguro abrirán paso a nuevas y enriquecedoras posibilidades de aproximación al conocimiento del *otro*. Cuanto más se nos asocie con el cine, más tendencia a limitar nuestra creatividad antropológica, a reducirla a un único ámbito audiovisual, a caer en una esfera dominada por cineastas y por los intereses de una industria dispuesta siempre a sacar beneficios de cualquier tema llevable a las pantallas, bien sean las grandes o las pequeñas, tras tritarlo convenientemente para su adaptación al consumo.

## LA PRÁCTICA DE LA ANTROPOLOGÍA VISUAL A TRAVÉS DE LA AUTO-FOTOGRAFÍA

Antes que plantearse complejas producciones audiovisuales, no siempre al alcance de cualquier investigador, existen muchas otras posibilidades alternativas de practicar la antropología visual que precisan de muy pocos medios, se pueden realizar a pesar de no tener conocimientos técnicos y suelen

ser de gran ayuda en nuestro trabajo. Empecemos pensando como habitualmente lo haríamos si siguiésemos el camino tradicional de formación *literaria* como antropólogos. La lógica nos impone que a nadie se le ocurra plantearse, desde el primer momento escribir un libro de antropología, sino que se piensan metas más limitadas. Primero se suele empezar redactando trabajos sencillos, luego se pasa a escribir ensayos más elaborados, después se continúa con algún artículo susceptible de ser publicado y, luego, finalmente, se encuentra uno en condiciones de escribir una obra de carácter más amplio como es un libro. Por supuesto, la elaboración de cualquiera de los citados textos pasa por una investigación previa (contando con hipótesis de partida y metodología adecuadas), continúa con una acumulación de datos, (producción de la etnografía) un análisis de los mismos (a la luz de la teoría antropológica) y luego una explicación de las conclusiones a las que se ha llegado. En el proceso, uno va aprendiendo a construir los textos de acuerdo con una serie de pautas genéricas que suelen prevalecer en el ámbito académico. Es decir, hay que aprender a escribir para el mundo académico. Con la antropología visual deberíamos exigirnos, cuando menos, un recorrido paralelo. Podríamos empezar con algo tan asequible como una cámara fotográfica de bajo coste o incluso con una de esas desechables y comenzar a explorar las posibilidades que nos ofrece en nuestro aprendizaje como investigadores. Y digo como investigadores porque antes de producir resultados hay que investigar, así que nada mejor que empezar por el principio.

A medida que se adquiere control de la técnica de la fotografía y se van descubriendo sus amplias posibilidades como herramienta para los procesos de investigación, análisis y exposición de datos, se abren ante nuestros ojos nuevas fronteras por explorar y técnicas por explotar. De este modo, a través de la práctica podemos ir avanzando escalonada y sistemáticamente hacia una mayor comprensión de las ventajas e inconvenientes de aplicar las diferentes tecnologías audiovisuales en nuestro trabajo antropológico. Aunque no es obligado empezar por la fotografía y seguir luego con otras tecnologías supestantemente más complejas, apoyándome en mi experiencia, me atrevo a recomendar este orden de aproximación porque suele proporcionar un conocimiento más global y posibilista. Por el contrario, si desde el primer momento uno se centra exclusivamente en la aplicación de una determinada tecnología audiovisual, como por ejemplo el video, se corre el riesgo de encerrarse en un reduccionismo, a mi entender poco deseable, y de acabar siendo absorbido por los condicionantes propios de la misma. Con esto no pretendo mantener una postura contraria a la especialización, sino alertar contra el peligro de perderse una perspectiva más profunda y abierta como la que suele adquirirse a través de un proceso de aprendizaje y descubrimiento de las potencialidades de los diversos medios que, en ningún caso, son excluyentes entre sí. Esta ad-

vertencia no es banal y debería ayudarnos a mantener nuestra conciencia antropológica despierta, evitándonos el caer en el error de imponer a nuestro *modus operandi* la perspectiva propia de los productos del mercado audiovisual, convirtiendo lo que para nosotros no es más que una herramienta en un fin en sí mismo.

Por otro lado, si algo he podido comprobar personalmente a través de los cursos de antropología visual que he impartido, es que muchos alumnos suelen acudir a ellos atraídos por la posibilidad de aprender a hacer documentales en video del estilo de los que se emiten por televisión, mientras piensan a su vez que la antropología visual se reduce, en última instancia, a construir ese tipo de productos. Mi primera tarea con ellos suele ser la de romper con esa visión y abrirles la mente a otras opciones, sin duda no tan de moda, pero no por ello menos interesantes para nuestro trabajo antropológico. Se trata de una labor ardua, pues implica enfrentarse con el poder y el prestigio sociales que tienen la tecnología punta del video y los medios, como la televisión, que la utilizan como principal soporte. Esto contribuye también en buena medida a que la instantánea fotográfica resulte menos atractiva y se considere un género menor, ya que carece de movimiento, no lleva banda sonora, además suele estar impresa en ese material tan anacrónico como es el papel y no requiere de la sofisticada parafernalia de alta tecnología con mando a distancia para ser visualizada. Esta parafernalia tecnológica es un símbolo de poder y suele conferir un status elevado a quienes la utilizan, mientras que las fotografías han quedado reducidas al ámbito de lo más común y cotidiano. Claro que, visto desde otra perspectiva, esa facilidad de manipulación propia de la imagen impresa en papel ofrece muchas ventajas para el trabajo del antropólogo. ¿Por qué vamos a dejar de aprovecharlas?

Sin duda, después de las advertencias anteriores, a nadie se le ocurrirá pensar que, a continuación, se le van a proporcionar una serie de indicaciones acerca de cómo tiene que hacer fotografías y de qué, para convertirse en un excelente reportero gráfico. Tampoco se le va a proponer, de buenas a primeras, que corra a empaparse de un buen manual de fotografía, aunque nunca está de más un cierto conocimiento de la técnica fotográfica. Estoy de acuerdo, en cierto modo con la recomendación que hace Jesús de Miguel en su interesantísimo ensayo *Fotografía* (1999: 33) cuando dice que los científicos sociales: *si quieren saber más de la realidad social es preciso que estudien Fotografía, seriamente, y sobre todo que vean y hagan muchas fotos*. Creo que es importante este aprendizaje, pero más que en el sentido técnico en el de captar y hacer nuestras las posibilidades de ver e interrogar a través de las fotos. Quizás, como señala Weston la clave está en *aprender a ver el objeto relevante en términos de la capacidad de sus herramientas y procesos* (de ahí la necesidad de cierto conocimiento técnico), *de modo que pueda traducir*

*instantáneamente los elementos y los “valores” de la escena que tiene ante sí en la fotografía que quiere hacer* (apud Edwards, 1999: 54). Sin embargo, para esta primera aproximación no es preciso siquiera apretar el disparador. Otros, o mejor, *los otros* se encargarán de hacerlo para el investigador. Se trata de la vieja técnica de la auto-fotografía y consiste en utilizar la cámara fotográfica para *entrevistar* a los informantes. Es un enfoque cuyos orígenes se atribuyen a Worth (véase Okura, Ziller & Osawa, 1982) que ya en 1964 publicaba un artículo sobre el uso de la filmación hecha por los propios informantes como medio de mejorar la comunicación y en él resalta las ventajas de *... una película hecha por una persona para mostrar lo que siente acerca de sí misma y de su mundo. Es una forma de mostrar cómo es el mundo objetivo que ve una persona... Además ... suele captar sentimientos y revelar valores, actitudes, y preocupaciones que están más allá del control consciente de quien hace la película.* Sin embargo, hacer películas, en especial en aquellos años en los que no se había desarrollado la tecnología del video, era algo extremadamente complejo y caro. Sobre todo, había que dedicar un largo periodo de preparación de los informantes enseñándoles a manejar unos equipos cinematográficos complicados, engorrosos de manipular y que implicaban una tediosa posproducción. Al final, la información proporcionada por estas películas era abrumadora y difícil de analizar, debido en parte a la naturaleza del propio medio cinematográfico.

Fue realmente Robert Ziller quien, en la segunda mitad de la década de los setenta, en colaboración con otros colegas, comenzó a aplicar este enfoque pero sustituyendo la filmación cinematográfica por la instantánea fotográfica. De este modo, a las personas objeto de estudio se les entregaba una cámara tipo “Instamatic” o “Polaroid”, con un sencillo flash incorporado y un cartucho de película de doce fotos. A esto se añadían unas sencillas instrucciones acerca de lo que el informante tenía que hacer para responder a una pregunta que esencialmente se resumía en *¿Quién eres?* Las instrucciones que se leían a los entrevistados mediante esta técnica eran exactamente las siguientes (Okura, Ziller & Osawa, 1982: 5-6): *Queremos que te describas tal como te ves. Para hacerlo nos gustaría que tomaras (o hicieras que alguien las tome para ti) doce fotos que digan quién eres tú. Las fotos pueden ser de cualquier cosa en tanto digan algo sobre quién eres. No nos importa tu habilidad como fotógrafo. Ten siempre en cuenta que las fotografías deben describir quién eres tal como tú te ves. Cuando termines tendrás un libro sobre ti mismo hecho de sólo doce fotos.*

La finalidad de este enfoque, orientado al conocimiento del concepto de sí mismo del investigado, pretendía introducir un componente afectivo y motivador que personalizaba la labor de investigación y conducía, según los citados autores, a un contenido más pleno de significados para el sujeto y elegi-

dos por él mismo entre una amplia gama de alternativas. A esto se añadía un componente activo, al tener que ser el sujeto el que buscara el entorno apropiado y se centrara en la elección del mismo que le sirviera como base para el mensaje, en este caso no verbal, tomando la decisión de disparar la foto. Luego venía el análisis de contenido de los conjuntos de fotografías obtenidos que habría de realizarse de forma consistente con la teoría de las orientaciones de la que, Okura, Ziller y Osawa, habían partido.

Esta técnica podría muy bien introducirse, con muy leves variaciones, en nuestro trabajo de investigación en antropología social. Los medios materiales son muy asequibles y lo que habría que variar, fundamentalmente, es el tipo de pregunta a realizar y la cantidad de fotografías a tomar, algo que vendría condicionado por la orientación del trabajo de investigación que se estuviera realizando. La expresión y los términos de la pregunta habrán de ser cuidadosamente elaborados por el investigador, quien supuestamente tendrá un conocimiento del contexto en el que trabaja y de las personas entre quienes investiga que le situarán en inmejorables condiciones para tomar esa decisión. Sin embargo, también le resultará de ayuda para tomar esa decisión el conocer *previamente algunas de las características de este tipo de técnica de recogida* de datos para una mejor adecuación de sus posibilidades a los fines perseguidos. Me refiero a esas cualidades enunciadas por Okura, Ziller y Osawa cuando dicen que de este modo se introduce un componente afectivo y motivador que personaliza la labor de investigación y también a la libertad de elección de la que goza el sujeto cuando se le entrega la cámara y se le deja un tiempo, sin la presencia del investigador, para que tome las fotos. Esta última condición, que permite al investigado alejarse del plano formal de la investigación, me parece uno de los aspectos más relevantes a tener en cuenta, ya que, de algún modo, cambia la situación desde la que sujeto reflexiona sobre su propio entorno cultural para dar respuestas acerca del mismo. Es decir, que se pasa, por ejemplo, de una entrevista en profundidad, donde se somete al informante a preguntas a las que se espera respuesta de forma inmediata y con palabras, elaborando un discurso oral, ante la mirada atenta del investigador que le interroga y conmina a responder con su presencia autoritaria, a otra situación diferente. En esta nueva situación se le hace una sola pregunta a la que puede contestar de forma más relajada, utilizando fotografías (un medio más asociado con el ocio y lo lúdico que las palabras en un contexto formal de entrevista y con grabadora delante), tomándose más tiempo para elegir sus respuestas y sin la presencia del interpelador.

Por otro lado, si bien es cierto que el informante se encuentra enfrentado con un medio con el que, en principio, no está acostumbrado a expresarse y sobre el que *tiene menor control que con la expresión verbal*, por otro lado, dispone de la posibilidad de dilatar el periodo de reflexión antes de verse obli-

gado a dar una respuesta y puede elaborarla de manera más libre, ya que tiene la posibilidad de elegir los elementos, el momento y lugar oportunos y acercarse a ellos para retratarlos y reflejarlos a través de la cámara, como “supuestamente” él los ve. Sin duda, aquí va a influir, de alguna manera, el deseo del informante de tomar las fotos de manera que muestren aquello que él piensa que se adecua mejor a la imagen que quiere transmitir de sí mismo ante el investigador-observador. Como señala Scherer (1992: 35), *todos los fotógrafos tienen una audiencia en mente* y en este caso, esa audiencia es el investigador al que se le van a presentar las fotos y que ha creado la demanda. Dependiendo del tipo de relación entre el informante y el investigador que crea la demanda de las imágenes, variará, sin duda, el contenido considerado aceptable y este condicionamiento es algo que debemos tener en cuenta para intentar superarlo con un adecuado análisis de las fotos mediante la técnica de la retroalimentación. Por otro lado, al disponer de más tiempo para elaborar una respuesta aumenta la sensación de seguridad y de control de la situación, lo que supuestamente debería equilibrar el desconcierto inicial que pudiera producir el tener que utilizar la fotografía como medio de expresión o la mirada escrutadora de la audiencia. Además, esta sensación de distancia y de cierta libre disponibilidad para elegir pausadamente la respuesta, podría dar lugar a elaboraciones más controladas y menos espontáneas que las emitidas en una entrevista formal bajo la presión del momento. Sin embargo, aunque este posible sesgo pudiera producirse, la permanencia de la imagen fotográfica y su amplitud de contenidos, casi nunca controlables con tanta precisión como las respuestas de un discurso oral, facilitan otro tipo de análisis que puede reducir, al menos en cierta medida, el supuesto sesgo. No cabe duda de que se cambia una situación y un medio de respuesta por otro diferente, no exento este último de sus propias limitaciones y condicionantes, pero si no tomamos una postura excluyente, sino complementaria, la cantidad y calidad de información que podemos obtener aumenta y esto ya es suficiente para justificar el uso de esta técnica de investigación.

En contra de esta propuesta algunos alegarán que la cámara puede hacer que el informante se sienta incómodo por tener que habérselas con un medio de expresión —la fotografía— y un aparato —la cámara— con los que no está acostumbrado a expresarse. Esta dificultad suele responder más a un prejuicio cultural o profesional que a una situación real. De hecho, en la actualidad los antropólogos trabajamos con mayor frecuencia en contextos culturales industriales donde el uso de una cámara fotográfica es algo tan habitual que no debe suponer grandes inconvenientes a la hora de poner en práctica esta técnica que propongo. En algunos casos puede resultar incluso un atractivo añadido frente a la alternativa de tener que soportar, por ejemplo, una entrevista oral de corte más tradicional o incluso un interrogatorio intenso propio

de una entrevista en profundidad al viejo estilo. Pensemos, por ejemplo, en las ventajas que puede reportar este tipo de entrevista con fotografías a la hora de trabajar con gente joven (de la generación de los *screenagers*, por ejemplo) más acostumbrados a los medios audiovisuales que a textos escritos o discursos verbales abstractos y sin imágenes. En este caso, aunque luego vamos a utilizar las fotografías tomadas por los informantes para continuar interrogándolos acerca de los significados contenidos en las mismas, tener delante imágenes puede hacer mucho más atractiva su colaboración.

Aunque inicialmente el informante pudiera sentirse intimidado por tener que utilizar una cámara, a pesar de que debe insistírsele en que no se trata de comprobar su capacidad como fotógrafo, esto no tiene por qué resultar un obstáculo insalvable y, de hecho, la mayoría de las personas suelen aceptar el reto de descubrir qué son capaces de hacer con la cámara en cuanto se les explica la sencillez de funcionamiento y que la “máquina lo hace todo sola”, pues basta con mirar a través del visor, elegir el encuadre deseado y apretar el botón. En el más que improbable caso de que la persona o personas que hayamos elegido para nuestra investigación tuviesen dudas sobre su capacidad para hacer las fotos o sobre el resultado de las mismas, que no podrían controlar hasta después del revelado, podemos proveerlos con una cámara “Polaroid” y hacer que se sientan más cómodos al comprobar de inmediato el resultado de su decisión de enfocar la cámara sobre determinado objeto, lugar o persona. Claro que esta sensación de mayor control sobre el producto final suele ser ficticia, pues aunque estamos muy acostumbrados a ver fotografías, no lo estamos tanto a analizar con detalle y de forma sistemática ni su contenido, ni su significado, más allá de si ha salido representado lo que queríamos y más o menos como queríamos. Como señala Scherer (1992: 33) cuando *vemos palabras utilizamos nuestro conocimiento de la gramática para interpretarlas y entenderlas. Cuando vemos fotografías no disponemos de reglas comparables que nos ayuden a “leerlas” y la información que contienen puede sobrecargar la mente.* Así pues, cuando tomamos fotografías solemos concentrarnos en lo que consideramos el centro de atención de las mismas, aquello o aquellas personas o cosas que nos mueven a hacer la foto. Posteriormente, como ya acabo de señalar, tendemos a interesarnos por ver si en el papel aparece lo que nosotros queríamos reproducir y en los términos en los que deseábamos, pero a partir de ahí suelen acabarse nuestras reflexiones. Pocas veces tenemos en cuenta, por ejemplo, todos y cada uno de los elementos que entran en nuestra composición, o cómo se hallan situados dentro de la misma y, por supuesto, con mayor frecuencia aún se nos olvida pensar en qué sentido tiene el haber excluido de nuestro encuadre ciertas personas u objetos. Todos estos aspectos tienen su significado y no deben escapar al análisis del antropólogo, aunque sí suelen pasar, al menos en cierta medida, desapercibidos para el que ha hecho las fotos.

Además de esa carencia de un referente “gramatical” sistemático al que recurrir para “leer” las fotos, el propio proceso de creación de las mismas contribuye a crear una cierta distancia con su contenido. Por un lado, lo que se refleja en el papel fotográfico es siempre el pasado y aunque en muchos casos el fotógrafo lo que pretende es alguna forma de apropiación del mismo, un intento de conservarlo para sí, sabe que sólo es una copia (de hecho a las fotografías en papel se les denomina *copias*). Por otro lado, el proceso de toma de la fotografía es simbólicamente distanciador, ya que para captar algo con la cámara hay que separarse de ello, alejarlo del objetivo y una vez situado a la distancia adecuada aprieta el botón que activa el proceso para que la persona u objeto enfocados, sin necesidad de tocarlos o manipularlos y sin perder ellos ninguna de sus cualidades, pasen a dejar su huella en la película o soporte fotográfico. A primera vista parece una actividad bastante aséptica. Luego, en la mayoría de los casos, hay que llevar a procesar la película y ha de transcurrir un tiempo antes de disponer del resultado, lo que contribuye a incrementar más aún esa distancia de la que hablo (sin contar con que haya que gastar todo el carrete antes de revelarlo, etc. y esto implique distancias temporales aún mayores). Incluso en el caso de las cámaras “Polaroid”, la instantánea tarda un cierto tiempo en aparecer mientras se completa la reacción química que imprime la foto. Esta distancia o separación simbólica puede ser una buena aliada para el antropólogo que ha de investigar sobre algunas cuestiones que las convenciones sociales vigentes hacen difíciles de abordar de forma directa en una entrevista tradicional en la que, además, se graba en magnetofón el discurso del informante.

Hasta aquí, estoy tratando de señalar que las fotografías que se producen mediante este tipo de técnica de investigación suelen contener mucha más información de la que, en principio, creía proporcionarnos su autor. Además, la metáfora del contenido, el encuadre, el color, el estilo y otros diversos aspectos de la propia imagen sirven para comunicar más allá de la pura presencia representada icónicamente, al igual que el lenguaje comunica más allá de la pura presencia de las letras y de las palabras escritas sobre el papel. Por supuesto, esa información procede de la adecuada contextualización del producto fotográfico y no de la imagen en sí, pero como antropólogos deberíamos estar en excelentes condiciones de obtenerla, ya que nuestro trabajo analítico comienza una vez reveladas las instantáneas.

Antes de pasar al proceso de análisis, quisiera señalar algunas otras ventajas que nos ofrece el entregar la cámara a los informantes para que sean ellos quienes tomen fotos para nosotros. Pensemos por un momento en el hecho de que en todas las culturas hay entornos o reductos que por muy diversos motivos nos están vedados o no nos resultan fácilmente accesibles porque, por ejemplo, nuestra presencia o interpelación sobre los mismos no sería cultural-



mente correcta por tratarse de ámbitos muy personales e íntimos, privados, sagrados, exclusivos de personas de otro grupo de edad o de otro género, peligrosos para los profanos, etc. A veces, incluso hablar sobre ellos puede resultar relativamente incómodo y generar tensiones, pero es posible una aproximación indirecta a través de las fotografías realizadas por los propios informantes. Tal es el caso, por ejemplo, del ámbito doméstico y familiar en nuestro país, donde es poco correcto preguntar a las personas con las que no se tiene una cierta confianza por cómo es su vida familiar, cómo se distribuye el espacio doméstico, y en qué términos se establecen las relaciones en el espacio privado de la casa. Sin embargo, puede resultar relativamente fácil conseguir que, a través de una cámara y de una pregunta relativamente neutral el informante se sienta cómodo tomando fotografías en las que se hacen patentes algunos de esos aspectos que nos cuesta abordar de forma más directa. No olvidemos que la cámara libera al informante de nuestra presencia física y, por tanto, de nuestra observación directa y, en cierto modo, de nuestro control. Sabe que puede orientar la cámara hacia donde quiera, elegir solo aquello que desee mostrar y ocultar el resto, incluso "hacer trampas" porque no le estamos mirando. Todo ello, unido a su relativo poco control del medio icónico, le suele impulsar a revelar cosas que de otro modo le harían sentirse incómodo si tuviera que hablar de ellas con nosotros.

Probablemente, en todo esto influyan diversos hábitos culturales firmemente establecidos, como por ejemplo esa tradición de utilizar la cámara para privatizar lo público y publicitar lo privado. Las imágenes (las fotos) tienen cierto prestigio, ya que en el imaginario popular lo que se toma con la cámara son cosas importantes (las noticias para el periódico) o aquello que se quiere preservar y que abarca una amplia gama de eventos, situaciones, lugares, personas animales y cosas. Hacemos fotos de y con los amigos, familiares, mascotas y animales de compañía, sitios visitados, y por supuesto de los ritos de tránsito. Con las fotos intentamos capturar y preservar momentos y cosas, impedir que el paso del tiempo nos arrebatase y acabe por borrar vivencias y situaciones que deseamos hacer perdurables. La fotografía parece garantizarnos el haberlos vivido y poder demostrarlo ante los demás, porque la instantánea es también una prueba, un testigo seguro, un garante de que ese pasado existió y tenemos derecho a recuperarlo para justificar, explicar o defendernos del presente/futuro. Por tanto, cuando el informante hace fotos, se aproxima a aquello que retrata con un espíritu diferente que cuando habla de ello. Al hablar de algo en una entrevista las palabras que emite desaparecen en el aire o quedan capturadas en la grabadora del investigador que se apropia así de cuanto se dice, que es, al mismo tiempo, todo lo que se aporta en una entrevista (las fotos pueden y deben quedar en poder del informante, al menos un juego de copias). La famosa posición simbólica de poder del antropólogo en su relación

con el otro y con su discurso, queda evidenciada de este modo en todo su esplendor, al absorber la información con su máquina traga-palabras mientras escucha con avidez, pensando en nuevas e inverosímiles preguntas en un intento de exprimir hasta secarla la fuente del conocimiento "nativo". Al mismo tiempo, su presencia y su tenaz insistencia en volver una y otra vez sobre los detalles más irrelevantes le confieren una imagen, sin duda merecida, de resuelto e incansable colonizador de vivencias y experiencias ajenas.

Cuando le entregamos la cámara al informante y le damos unas breves instrucciones sobre el tipo de fotos que debe tomar (o hacer que le tomen), le imponemos una forma de reflexión diferente acerca de aquello sobre lo que le interrogamos. Tampoco aquí desaparece la posición de poder del investigador, que ha elegido el medio y la forma de hacer las preguntas y su no presencia física mientras el sujeto de la investigación toma las fotos no implica, ni mucho menos, falta de control sobre el proceso. Lo que sí es cierto es que el informante puede (tiene que) tomar decisiones con más tranquilidad y escoger entre una gama más amplia de factores, pero su proceso de selección se realiza en términos de elementos susceptibles de ser representados icónicamente. Eso implica elegir partes "reales" de su entorno para atribuirles significados; partes que sean susceptibles de re-presentar los significados que nos quiere transmitir. Al final, cada fotografía puede ser tratada como parte de un discurso en el que hay que prestar atención, no sólo a los significados que ha querido comunicar el informante, sino a los símbolos elegidos para representarlos, a cómo los ha encuadrado y de dónde los ha tomado, qué otros elementos los acompañan, qué se ha dejado o intentado dejar fuera del encuadre. Todo esto habremos de tenerlo muy presente en el siguiente paso de esta técnica de investigación que implica introducirse de lleno en el análisis de contenido del conjunto de instantáneas.

Una vez reveladas las fotos tenemos que devolverlas al informante-fotógrafo para que las vea y nos explique qué le parecen en cuanto que resultado de sus esfuerzos por expresar lo que deseaba. Aquí debemos prestar especial atención a sus explicaciones respecto a lo que él deseaba expresar y cómo ha elegido determinados elementos o personas para construir el conjunto e significados que quería transmitir. Estaremos ante una explicación de un proceso de elección de símbolos y de atribución de significados que no suele tener desperdicio y que puede aportarnos claves importantes en nuestro intento de conocer al otro. A continuación, tras dejar explayarse a sus anchas a nuestro improvisado fotógrafo y aprovechar la oportunidad de introducir nuestras insidiosas preguntas, conviene pedirle que ordene el conjunto de fotos; el criterio para ordenar podemos imponerlo nosotros tras haber reflexionado previamente acerca de qué datos deseamos obtener, o podemos dejarlo a la libre interpretación del entrevistado y que sea luego él quien nos explique sus crite-

rios. Por otro lado, los propios negativos, si utilizamos la película convencional, pueden también servirnos de guía acerca del orden que el informante ha seguido a la hora de hacer las tomas y utilizarlo como contraste con respecto al que luego produzca para nosotros con las copias en la mano. En todo momento hemos de contar con sus aclaraciones e interpretaciones de las diferentes clasificaciones puesto que nuestras interpretaciones desde una perspectiva *etic* son insuficientes para descubrir significados. Hago esta advertencia porque he observado en ocasiones cómo hay una tendencia a considerar el material fotográfico como una evidencia total susceptible de ser interpretada de forma única y cerrada, un peligro ante el que nunca se toman suficientes precauciones.

Las fotografías son un material complejo que no es posible descifrar sin la colaboración de su creador y, al igual que he advertido repetidas veces acerca de las imágenes cinematográficas o de video, no son una réplica exacta, impoluta y objetiva de la realidad retratada. Por el contrario, detrás de cualquier cámara hay una persona que toma decisiones de hacia dónde dirigir la mirada de la lente, qué tipo de lente utilizar, qué encuadrar y qué dejar fuera, etc., por no hablar ya de las dos dimensiones de la fotografía frente a las tres de la realidad, los colores, y otros numerosos aspectos que intervienen en la “creación” de cualquier producto icónico. Cualquier fotógrafo, por inexperto que sea, crea representaciones de la realidad que como muy bien señala Scherer (1992:32) *requieren una lectura y una interpretación. Ni la propia foto como artefacto, ni la interpretación del que la mira, ni una comprensión de la intención del fotógrafo, pueden por sí solas dotar a las imágenes de un sentido holístico. Sólo atendiendo a las tres como parte de un proceso, idealmente en referencia a grupos de imágenes relacionadas, puede uno extraer significado sociocultural a las fotos.* Cómo antropólogos realizando una investigación con un informante que ha producido el material a analizar para responder a nuestra pregunta, nos encontramos en una posición ideal para contar con un conocimiento completo de las tres perspectivas aquí mencionadas. Por otro lado, tenemos que adquirir práctica en la “lectura” de las fotografías y buscar en ellas los significados que encubren el encuadre, la pose de las personas que aparecen o el emplazamiento de los objetos y que pueden ser reveladores de su relación con el fotógrafo. También es importante atender a la inclusión en la foto de objetos o elementos que se utilizan para señalar o simbolizar status social o que están ahí para identificar la situación retratada. Si ponemos en práctica esta sencilla técnica y utilizamos las fotos para luego interrogar a nuestro informante acerca de cómo ha introducido en ellas sus significados, poco a poco iremos perfeccionando nuestra capacidad de aprovechamiento de sus ventajas que, sin duda, son muchas más de las que he mencionado aquí. Las orientaciones generales que acabo de señalar deben servirnos para

iniciar nuestra andadura y darnos cierta seguridad en nuestras primeras exploraciones pero nunca deben limitarnos en nuestra creatividad y búsqueda de nuevas posibilidades de análisis. La antropología visual es todavía *terra incognita* en la que hay que aventurarse y descubrir sus grandes recursos abriendo nuevos caminos y evitando circular por esas mal definidas trochas que a veces han abierto los cineastas y que, además de no ser adecuadas para nosotros, no nos conducen a nada nuevo.

## BIBLIOGRAFÍA

- ARDÉVOL, E., y PÉREZ TOLÓN, L. (eds.): *Imagen y Cultura*, Edita Diputación Provincial de Granada, Granada, 1995.
- BANKS, M., y MORPHY, H. (eds.): *Rethinking Visual Anthropology*, Yale University Press, New Haven and London, 1999.
- BUXO, M. J., y DE MIGUEL, J. M. (eds.): *De la Investigación Audiovisual*, Proyecto A Ediciones, Barcelona, 1999.
- CRAWFORD, P., y TURTON, D. (eds): *Film as Ethnography*, Manchester University Press, Manchester and New York, 1992.
- EDWARDS, E. (ed.): *Anthropology and Photography 1860-1920*, Yale University Press, New Haven and London, 1992.
- : “Beyond the Boundary: A Consideration of the Expressive in Photography and Anthropology”, en Banks & Morphy. (eds.): *Rethinking Visual Anthropology*, Yale University Press, New Haven and London, 1999, pp. 53-80.
- FONSECA FERREIRA, J.: “Hipótesis Antropológicas sobre la Imagen”, en *Segunda Muestra Internacional de Cine, Video y Fotografía. Ponencias, Working Papers*, n.º 3, Diputación Provincial de Granada, Granada 1999, pp. 23-56.
- HEIDER, K.: *Ethnographic Film*, Texas University Press, Austin, Texas, 1976.
- LISÓN ARCAL, J. C.: “Problemas Recurrentes en el Desarrollo de una Antropología Visual Española: Perspectiva Crítica”, en *Segunda Muestra Internacional de Cine, Video y Fotografía. Ponencias. Working Papers*, n.º 3, Diputación Provincial de Granada, Granada, 1999, pp. 57-74.
- MARTÍNEZ, W.: “Who Constructs Anthropological Knowledge? Toward a Theory of Ethnographic Film Spectatorship”, en Crawford & Turton (eds): *Film as Ethnography*. Manchester University Press. Manchester and New York, 1992, pp. 131-164.
- MIGUEL DE, J. M.: “Fotografía”, en Buxó & de Miguel (eds.): *De la Investigación Audiovisual*, Proyecto A Ediciones, Barcelona, 1999, pp. 23-48.
- OKURA, Y.; ZILLER, R., y OSAWA, H.: *The Psychological Niche of Older Japanese and Americans Through Auto-Photography: Aging and the Search for Peace*. Artículo fotocopiado a disposición de los estudiantes en al Biblioteca de la University of Florida para el curso de Antropología Visual del profesor Allan Burns, Gainesville, 1982.
- NICHOLS, B.: “The Ethnographer’s Tale”, en Taylor (ed.): *Visualizing Theory*, Routledge, New York and London, 1994, pp. 60-83.

- ROLLWAGEN, J.: "La Función de la Teoría Antropológica en el Cine Etnográfico", en Ardévol & Pérez Tolón (eds.): *Imagen y Cultura*. Edita Diputación Provincial de Granada, Granada, 1995. pp. 325-362.
- RUBY, J.: "Revelarse a Sí Mismo: Reflexividad, Antropología y Cine", en Ardévol & Pérez Tolón (eds.): *Imagen y Cultura*. Edita Diputación Provincial de Granada, Granada, 1995, pp. 161-202.
- SCHERER, J. C.: "The Photographic Document: Photographs as Primary Data in Anthropological Enquiry", en Edwards (ed.): *Anthropology and Photography 1860-1920*. Yale University Press. New Haven and London, 1992, pp. 32-41.
- TAYLOR, L. (ed.): *Visualizing Theory*. Routledge, New York and London, 1994.