

# La etnografía visual: técnica o disciplina

HERVÉ PRADO



Es innegable que estamos más acostumbrados a ver que a leer; la imagen puede representar mil palabras con infinitos significados en el complejo proceso del acto cognitivo. El riesgo está, muchas veces, en perderse en esos abismos interpretativos que escapan al objeto mismo de lo que se requiere saber. Sin embargo, el recurso de la imagen puede ser valorado en su lectura asertiva en cualquier propuesta central de una investigación.

El desarrollo de métodos de investigación en *marketing* que pasan por la mirada antropológica está más presente que nunca en nuestro país: observar, entender y decodificar siguen siendo la génesis del acto investigativo para entender los comportamientos del ser humano en su hábitat. Tales actos adquieren sentido para otro (que no es el propio investigador) cuando se registran en un medio comunicativo que, bajo ciertos códigos, se convierte en fundamento de conocimiento para su receptor.

La antropología visual puede explicarse como la transcripción de una observación etnográfica a un discurso expresado en imagen y sonido: fotografía, video, cine; en lugar de usar el texto escrito, se utiliza la narrativa visual. Podemos decir que en la antropología visual se puede partir de la etnografía o de la observación participativa, o de una mezcla de ambas dependiendo de las necesidades del proyecto.

La antropología visual y la producción visual de carácter antropológico convergen en sus agentes creadores: la primera es una forma de ilustrar lo ya investigado y registrado por el antropólogo y por lo tanto accesorio de éste; la segunda puede ser la intervención de un no antropólogo experto en la técnica de grabación y filmación que registra los fenómenos sociales bajo los preceptos conceptuales de la antropología. Es así como detectamos dos agentes creadores: el antropólogo y el técnico, los cuales están en las mismas condiciones y en estrecha relación cooperativa. No hay que olvidar que el conocimiento de una teoría del lenguaje de la imagen



es un campo pertinente para ambos. No necesariamente el antropólogo maneja la narratología o la semiótica del discurso visual, ni el técnico deja de ser un excelente fotógrafo e iluminador si no conoce cómo articular lo registrado por su cámara en un texto discursivo coherente desde las perspectivas antropológicas (Moreyra y Gómez, 1996-2009, <http://www.naya.org.ar/articulos/visual02.htm>).

Frente a este cruce de discursos se tiene que analizar, por un lado, la observación y el análisis teórico de lo registrado y, por otro, la creación de una estructura audiovisual propia. Es necesario que quien realice la observación con la herramienta de la etnografía visual tenga suficientes conocimientos en antropología y en realización cinematográfica.

Gracias al avance tecnológico que permite el manejo de cámaras más pequeñas y fáciles de operar y al *software* de edición que es más accesible a un público en general, es posible que una persona pueda capturar, recabar, analizar y presentar su propio material audiovisual de carácter concluyente y antropológico sin sesgos y con costos reducidos.

El análisis del texto, la narratología y la semiótica han sido disciplinas aplicadas constantemente dentro del contexto del discurso audiovisual, lo cual ha implicado una consolidación de la teoría cinematográfica y, por ende, el desarrollo de la antropología visual en el campo de la investigación. Considerando lo anterior, no podemos pasar por alto algunos de los aspectos que creemos debe contener un ejercicio antropológico visual en la aplicación de estudios de mercado:

- Trabajo interdisciplinario entre antropólogos y técnicos.
- Realizaciones valiosas desde el punto de vista visual cognitivo y narrativo en el ámbito de las ciencias sociales.
- Veracidad *versus* ficción.
- Ejercicio final de conclusiones gramaticales que apuntan al objeto del estudio.

El futuro de la antropología visual es halagador mientras el desarrollo de la tecnología lo permita a partir de la producción y distribución de medios técnicos con mayor facilidad. Actualmente hay una gran cantidad de etnografías digitales que se publican en CD-ROM o distribuidas a través de la web; algunos ejemplos que podemos encontrar son: “El Pulque”, trabajo realizado por Scott S. Robinson (<http://antropologiavisual.net>); “Un día en Casa Joven Paso de la Arena”, realizado con jóvenes entre 15 y 18 años en Montevideo, Uruguay por Lourdes Núñez (<http://antropologiavisual.org>) o una entrevista con el cineasta y antropólogo francés Jean Rouch, de mucho interés en este campo (<http://www.antropodocus.com/blog/index.php/tag/rouch/>).

*Hervé Prado Garibay nació en la ciudad de México. En el campo de la investigación se ha interesado por el desarrollo de metodologías innovadoras en el ámbito cualitativo y social. Es apasionado de las nuevas tendencias en el arte; entre sus aficiones se encuentra un gusto muy acentuado por la música rock, contemporánea, experimental, jazz, así como el cine, la literatura de ficción y la poesía.*

