

Lo veo y lo creo:

Desde la visualización sociológica a la sociología visual. Reflexiones en torno a la imagen como fuente de conocimiento.

Pablo Iriarte Bustos; Felipe Palma Irrarrázaval y Max Ropert Rossel

Resumen

Desde la capacidad que tuvieron los clásicos de la sociología de generar imágenes mentales para transmitir el conocimiento hasta la formación de la sociología visual propiamente tal, intentamos desplegar el abanico que vincula la reflexión sociológica a la imagen, el pensar al ver.

PALABRAS CLAVE: SOCIOLOGÍA VISUAL, IMAGEN, TEORÍA.

Abstract

From the ability of the classical sociological thought to generate mental images to transmit knowledge to the formation of visual sociology itself, we try to show the link between sociological reflection and image, between thinking and seen.

KEY WORDS: VISUAL SOCIOLOGY, IMAGE, THEORY.

Parte I

Se suele mencionar que una cualidad fundamental que deben cultivar quienes se ocupan de la sociología es ser un buen “observador”. A esta capacidad de “observar” se le suele acompañar además con adjetivos como agudo, crítico, develador y otras cualidades polémicas que, adheridas al observar, prometen zamarrear a quienes se desplazan indolentes por la transitada sociedad. Por esto mismo, incluso un sociólogo conservador como Peter Berger insiste en que la “cualidad descubridora de la Sociología radica en su carácter intrínsecamente subversivo. Cualquier ordenamiento colectivo viene siempre legitimado por definiciones oficiales y la demostración de que éstas no agotan su objeto, sino que, aún peor, sirven para confundir la realidad, es algo intrínsecamente subversivo del “buen orden”. En otras palabras, la Sociología comienza su labor de subversión en el mismo momento en que aplica a la realidad social su visión peculiar. Resulta muy importante hacer hincapié en que se da este resultado *con independencia* de que cada sociólogo tenga o no intención de subvertir.” (Berger, 1985: 39). Pero volvamos al punto: la observación.

Si lo pensamos por un momento el uso de la palabra “observación”, así como el uso del término “punto de vista”, se utilizan en sociología en un sentido peculiar: se es un buen observador si se es capaz de lograr una hipótesis histórica como aquella que vincula el principio de acumulación

capitalista a las doctrinas más radicales de la *certitudo salutis* calvinista, una hipótesis como aquella que afirma que las categorías del pensamiento humano tienen un origen social, o que la sociedad se compone de comunicaciones y no de personas, entre muchas. También en el caso en que utilizamos la noción de "punto de vista" no lo decimos literalmente, sino como una forma de designar que estamos pensando con una cierta orientación, bajo el yugo de un cierto paradigma teórico y metodológico o simplemente como afirmación de los prejuicios con los que comenzamos nuestro camino en la reflexión. "Puntos de vista", perspectivas posibles, existen muchos, quizás infinitos: que la sociedad esconde en su núcleo una serie de contradicciones insalvables que producen un orden especialmente frágil; o que su unidad está metafísicamente asegurada; o si acaso es un sistema de comunicaciones que no requiere para su intelección de la consideración de los seres humanos; o incluso si su posibilidad como sociedad depende de un esfuerzo subjetivo por llegar a acuerdos racionales, son sólo algunos de ellos. Cuántos y cómo se elaboren dependerá de los descubrimientos, de las combinaciones y re combinaciones que podamos hacer con los materiales empíricos, con la teoría disponible y con la imaginación que vincula ambos en el trabajo sociológico. Una vez elaborado el "punto de vista" nos sirve como "anteojo" para observar la realidad circundante y también aquella que es más lejana.

Tomemos estas dos nociones de la jerga sociológica, las de "observador" y la de "punto de vista" y consideremos la referencia que hacen al pensamiento. Ambas nociones hacen referencia a una *capacidad de visualizar desde el pensamiento*. Nos traen a la mente la idea de que *el pensar es como un observar*. La mente es un ojo que *ve cosas* a través del pensamiento.

Consideremos entonces la siguiente analogía:

- El Observador *es como* El Pensador
- Un Punto de Vista *es como* Un Lugar desde donde se piensa

Veamos cómo esto se expresa en la teoría social de Marx:

"Un par de palabras para evitar posibles equívocos. En esta obra, las figuras del capitalista y del terrateniente no aparecen pintadas, ni mucho menos, de color de rosa. Pero adviértase que aquí sólo nos referimos a las *personas* en cuanto *personificación de categorías económicas, como representantes de determinados intereses y relaciones de clase*. Quien como yo concibe el *desarrollo de la formación económica de la sociedad* como un *proceso histórico-natural*, no puede hacer al individuo responsable de la existencia de relaciones de que él es socialmente criatura, aunque subjetivamente se considere muy por encima de ellas." (Marx, 1966: XV).

Del párrafo anterior podemos destacar tres momentos interesantes:

- Marx hace referencia a "las figuras del capitalista y del terrateniente" que en su obra "no aparecen, ni mucho menos, pintadas de color de rosa", y si no las pinta de ese color sino

de algún otro es porque antes las ha observado. La analogía entre pintar *como* describir sigue a la analogía entre haber observado *como* haber pensado las "figuras".

- Marx refiere a que su concepción del desarrollo de la formación económica, como proceso histórico natural, le impide responsabilizar al individuo concreto por relaciones a las que realmente está sometido. Dicha concepción es lo que en sociología ha llegado a denominarse "punto de vista".
- Marx hace referencia a las "figuras" del capitalista y el terrateniente en general. Este capitalista y este terrateniente particulares aquí y ahora sólo importan en la medida en que son "representantes de determinados intereses y relaciones de clase". La importancia que asigna el sociólogo al trabajo con "figuras" que rebasan la consideración de las personas concretas y particulares y que aglomeran determinaciones múltiples (características económicas, relaciones de clase, intereses, etc.) es fundamental. Su capacidad como "observador" de la realidad social y económica en síntesis con su "punto de vista" le permite generar la noción de "figura".

En la obra de Max Weber encontramos también un símil de las "figuras" de Marx en los "tipos puros" que constituyen modelos *ideales* de realidades sociales amplias e identificables por ciertas características. Weber desarrolló los tipos puros de la acción (tradicional, afectiva y racional), lo mismo hizo respecto a los tipos de dominación social (tradicional, carismática, legal), respecto a las formas de la ascesis religiosa, etc. Un gran lector de Weber decía al respecto:

"Idea y realidad, generalidad y singularidad, deber ser y ser no se confunden jamás [...] El tipo ideal tiene por función el volver posible y fecunda esa comparación. Por otra parte, Weber oponía los tipos ideales a los conceptos clásicos y a los tipos medios. ¿Cómo definir por el género próximo y la diferencia específica el capitalismo, el liberalismo o el socialismo? ¿O aun el Estado? Además, no es posible definir al "romántico", al "griego" o al "jefe de empresa" por caracteres propios de todos los románticos, de todos los griegos, de todos los jefes de empresa, ni tampoco por la media de los caracteres de los individuos pertenecientes al grupo considerado. En realidad, nosotros "estilizamos", conservamos solamente aquello que nos parece característico, amplificamos el tipo. De donde obtenemos la definición del tipo ideal como una "imagen mental" obtenida, no por generalización de los rasgos comunes a todos los individuos, sino por racionalización utópica. Reunimos caracteres más o menos presentes aquí y allá, subrayamos, eliminamos, exageramos: finalmente, sustituimos la confusión y la incoherencia de lo real por un conjunto coherente y racional." (Aron, 1965: 116-117).

Tanto en las "figuras" de Marx como en los "tipos puros" de Weber encontramos intentos por *visualizar*, por *estilizar*, por generar una *imagen mental*, por hacer visibles ciertos fenómenos sociales desde el pensar. Lo que opera en ambos casos es la vinculación de la teoría y la experiencia, del entendimiento y la sensibilidad, a través de la facultad imaginativa de los autores generando una "imagen" del fenómeno social observado, produciendo "un esquema dado en el horizonte de la sensibilidad." (Flores, 2003: 43-51). Lo importante en ambos casos es que la "figura" y el "tipo

puro" van acompañados de una importante cantidad de información sobre el fenómeno social representado, información "*coherente y racional*" que es producto de lo que Aron denomina como un esfuerzo de "*racionalización utópica*".

Parte II

Hasta ahora hemos intentado introducir la idea que la sociología utiliza una analogía fundamental entre el observar y el pensar que le es de gran utilidad y que determina sus formas de generar conocimiento. Como corolario de esta forma de generación de conocimiento de la teoría sociológica clásica encontramos las "figuras" y los "tipos puros", por contar sólo algunos de los esfuerzos por lograr una visualización mental de los descubrimientos sociológicos y de sus reflexiones.

Pero ¿tiene la sociología un interés genuino no sólo por generar "imágenes mentales" de sus investigaciones en los lectores sino por investigar sociológicamente las "imágenes" producidas por la sociedad y, más aún, a la sociedad misma cómo "imagen", la visualidad inherente a la vida social?

Terminado lo que el sociólogo romano Roberto Cipriani llamó el "largo paréntesis cuantofrenético que absorbió a la sociología" (Cipriani & Del Re, 2010: 1), haciendo referencia a la fiebre de análisis cuantitativo que por años ocupó la atención de las corrientes centrales de la disciplina en Norteamérica y en Europa, se ha dedicado una renovada atención a los artefactos visuales producidos por la sociedad, así como a la visualidad de las relaciones sociales mismas. Estudiar la visualidad social no es estudiar un fenómeno más entre otros, sino que involucra la preocupación por una cualidad capilare inherente de aquello que denominamos "lo social".

Estrategias sociales de representación visual existen desde los tiempos más remotos. Las podemos ver en los petroglifos arcaicos de Atacama o de las cuevas de Lascaux, tanto en la producción de mapas de ciudades como del "mundo conocido", en la realización de lo que denominamos "bellas artes" y en nuestros días en la fotografía y el video. Dichas representaciones visuales generan diversas actitudes culturales: se las ha glorificado, se las ha utilizado como objeto mágico, se las ha banalizado hasta el cansancio e incluso han sido objeto de las más fieras interdicciones:

"Los tepehuanes de México miraban a la cámara con miedo cerval y se necesitaron cinco días para persuadirles a fin de que se dejaran enfocar. Cuando al fin consintieron en ello, parecían criminales antes de ser ejecutados; creían que fotografiándose, el artista se llevaría sus almas para devorarlas en sus momentos de ocio. Decían que cuando los retratos llegasen al otro país, ellos morirían u ocurriría algún otro mal [...] Algunos aldeanos de Sikkim demuestran un horror vivísimo, escondiéndose lejos, siempre que la lente de una cámara o "el endemoniado de la caja" se vuelve hacia ellos. Piensan que las almas se les van con los retratos, permitiendo así al dueño de éstos embrujarlos, y aseguraban que si se hacía una fotografía del paisaje, quedaría marchito. Hasta el reinado del último rey de Siam no se estampó ninguna moneda con la imagen del rey "porque había un fuerte prejuicio contra toda clase de retratos [...] sólo el soberano que fuese bendecido con los años de un Matusalén podría permitir que su vida fuera distribuida en pequeños pedazos junto con las monedas del reino". Creencias análogas persisten todavía en varias partes de Europa." (Frazer, 1956: 234).

Aunque es de mucho interés no nos detendremos en el análisis de las diversas actitudes culturales que se adoptan frente a las representaciones visuales, los retratos, los reflejos, etc. Sin embargo, nos interesa hacer notar que la imagen, entendida como representación visual, siempre ha sido una *forma de reflexionar*. Los ejemplos citados anteriormente lo demuestran en un sentido negativo: el tabú impuesto sobre los retratos implica una elaborada concepción respecto al poder que tiene la imagen sobre el alma humana, por eso se prohíbe su producción y se coarta la imagen como *forma de reflexionar* ya que esta reflexividad opera, en dichas culturas, como captura y sometimiento del alma del retratado. En un sentido positivo, tenemos el caso de los templos que son “*imago mundi*” (imagen del mundo) y que cumplen la función de reintroducir el orden del cosmos en la cultura. Por ende, involucran un saber reflexivo del hombre sobre el cosmos que lo rodea y la capacidad de representar dicho saber en los limitados marcos de una edificación. Consideremos el caso del *zigurat*, templo babilónico que representa una montaña y que es imagen simbólica del cosmos: sus siete pisos representan siete cielos planetarios que, al ser escalados, conducen a la cima del universo¹.

Por otra parte, la imagen ha sido también una *fuerza, un incentivo para la reflexión*. Genera reflexión en el observador cada vez que éste se enfrenta, por ejemplo, al encuadre particular de una obra pictórica y lo obliga a pensar y repensar a partir de lo representado. Se dice que Modigliani después de haber estado observando detenidamente “*Les demoiselles d’Avignon*” de Picasso finalmente le pregunta al autor: “Pablo, ¿cómo le haces el amor a un cubo?”.

Durante mucho tiempo “lo visual” fue considerado por los sociólogos como una preocupación de la estética, disciplina que poco o nada tenía para dialogar con la sociología. Esto estaba acompañado por la insistencia que la disciplina ponía en el análisis cuantitativo, en la métrica de la sociedad. La imaginería dominante en ese contexto era principalmente aquella provista por las herramientas matemáticas computarizadas: gráficos, tablas, etc. Actualmente, la investigación cualitativa, en particular la que se ocupa de los fenómenos visuales de la sociedad, se ha visto fortalecida y ha sido capaz de demostrar la importancia *sui generis* de su aporte. A esto ha contribuido el renovado interés por el simbolismo social, los avances en la teoría de la comunicación y, por supuesto, acelerados avances técnicos que han llevado a las diversas estrategias de representación visual a proliferar inmensamente a través de las nuevas tecnologías de representación. La promesa que se abre a continuación es la posibilidad de diálogo entre ambas corrientes.

En este escenario, la sociología tiene la tarea de abordar la dimensión visual de la vida social que se da en, digamos, dos niveles:

- *La producción social de imágenes* (objetos e íconos como mapas, pinturas, fotografías, videos, etc.)
- *La visualidad inherente a la vida social* (la sociedad como “puesta en escena” o teatro del mundo, basada en la co-presencialidad y en sus características: la gestualidad, la distancia, las formas de presentación, el traje, etc.)

¹ Sobre el significado del templo pero también sobre la valoración de símbolos naturales como el árbol y las montañas en este mismo sentido véase Mircea Eliade, “El mito del Eterno Retorno”.

Vimos cómo los clásicos a través de las “figuras” y los “tipos puros” nos presentan imágenes mentales cargadas de información como elementos fundamentales del trabajo sociológico, reconocemos en ellos el vínculo analógico profundo que han generado entre el observar y el pensar. Ahora la tarea es ir a las imágenes mismas, producidas o inherentes a la vida social, interpretarlas sociológicamente y presentar los resultados de investigación en lenguajes, lugares y soportes adecuados a la visualidad investigada: a esto se ha denominado *sociología visual*.

Teniendo en mente los dos niveles antes mencionados y realizando un esfuerzo analítico podemos distinguir 3 posibles usos de la imagen en el trabajo sociológico:

1. Imagen como objeto de análisis: el estudio de las imágenes creadas por otros (desde la crítica sociológica del arte, al análisis de material visual, la interpretación del simbolismo religioso, hasta el estudio de las identidades en las redes virtuales mediadas por imágenes, etc.)
2. Imágenes como notas de campo y herramientas para investigar: la realización de video-etnografía, el registro fotográfico de los lugares y personas con los que se ha trabajado, entrevistas utilizando fotografías y videos para recibir interpretaciones de los participantes o hacer que los sujetos tomen fotografías o videos y den sus interpretaciones.
3. Imágenes para presentar resultados de investigación: documentales, instalaciones, fotografías en conjunto con textos, etc.

Los usos antes mencionados no son excluyentes y pueden ponerse sucesivamente en práctica utilizando uno, dos o incluso los tres a lo largo de la producción de la investigación sociológica. La mejor forma de comprender esto es utilizando algunos ejemplos. A continuación se presenta el resumen de algunos trabajos expuestos en el Congreso Internacional de Sociología Visual 2010 realizado en Bologna y que resultan de interés para comprender el estado del arte de esta perspectiva en desarrollo:

Vicky Skiftou (Grecia-Inglaterra)²: “Representando un sentido de la religiosidad a través de signos y símbolos”. Utiliza la fotografía como plataforma para entender significados múltiples de la religión y generar diálogo inter-religioso. Hace a cristianos, musulmanes y no-creyentes tomar fotografías que expresen su sentido de religiosidad. Los cristianos apelaron más a imágenes urbanas y los musulmanes a imágenes de templos y de lugares u objetos naturales.

Dimitri Sidorov (Rusia-EE.UU): “Representaciones del Otro geopolítico (Rusia y Europa del Este) en libros de texto de geografía mundial y regional de los EE.UU”. Dimitri descubre, a través del análisis de las imágenes de textos de geografía norteamericanos, que éstos sostienen una visión de una Europa del Este vulnerable, contaminada, bárbara y riesgosa para Occidente. Su hipótesis sostiene que habría influencia de los medios de comunicación en los textos ya que por lo menos se observa una coincidencia plena en las representaciones de ambos.

² El nombre del primer país indica procedencia del investigador y el segundo indica lugar de trabajo, en algunos casos ambos coinciden.

-Giulia Carabelli (Italia-Bosnia & Herzegovina): “Cómo vincular la fotografía en el análisis espacial de una ciudad dividida”. Trabaja en la ciudad de Mostar que fue destruida por la guerra y dividida territorialmente a través de la destrucción del puente que unía sus dos partes. Estudia y fotografía las imágenes urbanas (signos, rayados, carteles, posters, etc.) y las vincula al plano de la ciudad, generando entonces un mapa lleno de signos urbanos que muestran la imaginaria socialmente construida de una ciudad dividida.

-Lydia Nakashima (Chile-EE.UU): “Creando datos etnográficos en los límites de las disciplinas”. Trabaja con exiliados chilenos en California, llevándolos desde informantes (momento etnográfico) a creadores (momento artístico). Su hipótesis es que es posible elaborar una relación compleja entre el investigador y los sujetos de la investigación cuando el trabajo avanza a través de los “bordes de las disciplinas” (de la antropología al arte). Asimismo, es posible generar desde estas prácticas mixtas “representaciones visuales de la memoria” de los participantes, siendo posible también presentar el conjunto de los resultados a través de una “instalación visual de la memoria” con diversidad de soportes de información: lienzos, videos testimoniales, mapas, etc.

-Ailin María Reising (Argentina, Patagonia): “Representando el conocimiento, produciendo “objetos ci-arte”: el diálogo “tecno-visual” entre las ‘dos culturas’”. La sociología visual de la ciencia tiene un interesante tema de investigación en el actual diálogo “tecno-visual” de la “dos culturas”, la ciencia y el arte. Diversas ramas de las ciencias naturales valoran la utilización de imágenes como forma de argumentación científica (desde imágenes microscópicas a las macroscópicas). Estas imágenes sufren una posterior apropiación desde el arte contemporáneo que crea objetos de “ciencia-arte”, en una síntesis que hasta hace no mucho se pensaba imposible. Por primera vez tenemos un diálogo entre las dos culturas “irreconciliables” del arte y la ciencia. El romanticismo arriba a su ítaca en el contexto de un diálogo “tecno-visual”.

-Matthew Lancit (Canadá-Camerún): “Tiempo de funerales”. Realiza un video documental de tipo etnográfico sobre los ritos funerarios en Camerún. En su trabajo muestra, a través de la expresividad propia de los ritos funerarios, cómo estos pueden variar radicalmente desde una cultura tradicional africana a una occidental, el etnógrafo participante colabora en recalcar eso a través de la visibilización de su propia experiencia.

-E. Abbatecola, A. Diaco, L. Queirolo & L. Stagi (Italia): “Yo no me complico”. Video documental en torno a inmigrantes latinos, homosexuales y travestis, en Europa. Se recopilan testimonios y se contrastan con reflexiones desde la disciplina. La defensa de la diversidad, motivada por la discriminación de que son objeto las minorías sexuales, se ve enfrentada a una paradoja propia de la modernidad europea: con la intención de dar legitimidad social a los discriminados la sociología se ha planteado visibilizar su realidad y promover su derecho a la diferencia. Por otro lado, el proyecto moderno de la tolerancia planteaba justamente lo contrario: para hacer frente a la discriminación se debe respetar al derecho a la indiferencia y al anonimato del ciudadano.

P. Iriarte F. Palma & M. Ropert (Chile): “La construcción de discursos audiovisuales en sociología de la cultura”. Los autores del presente artículo presentamos el trabajo documental “Lalackuntur” (35 minutos) que indaga en las dinámicas estructurales de la Festividad Ritual de Guadalupe de Ayquina (Alto Loa, Calama). Dicho trabajo se enmarca en la reflexión en torno a la posibilidad de construir discursos sociológicamente relevantes utilizando la imagen audiovisual como elemento narrativo, bajo la premisa de que es la imagen y la visualidad el elemento central de dicha festividad ritual.

Parte III

Como consecuencia de lo expuesto anteriormente surgen nuevas interrogantes respecto a la imagen, en primer lugar, ¿Cómo debemos interpretar las imágenes sociales que nuestro interés sociológico nos lleva a contemplar?

No nos ocuparemos en esta ocasión de delimitar las dimensiones del arte hermenéutico que son significativas para la sociología, sino simplemente proponer una perspectiva de la imagen que da un punto de partida amplio, inteligente y rico en posibilidades de interpretación. Lo recogemos del filósofo e historiador de las religiones Mircea Eliade, hermeneuta incansable de los símbolos sociales de todas las épocas, que a propósito del complejo de Edipo planteado por Freud bosqueja una asombrosa teoría sobre la “verdad de la imagen”:

“Traducir” las Imágenes en términos concretos es una operación carente de sentido: sin duda, las Imágenes engloban todas las alusiones a lo “concreto” puestas de manifiesto por Freud, pero la realidad que intentan significar no se agota en semejantes referencias a lo “concreto” [...]. Filosóficamente, carecen de sentido estos problemas del “origen” y de la “verdadera traducción” de las Imágenes. Baste con recordar que la atracción materna [del Hijo], interpretada sobre el plano inmediato y “concreto” -como deseo de poseer a la propia madre-, *no significa más de lo que significa*; por el contrario, si se tiene en cuenta que se trata de la Imagen de la Madre, este deseo significa a la vez muchas cosas, puesto que es el deseo de devolver su beatitud a la Materia viva, todavía no “formada”, con todas las quebraduras posibles, cosmológica, antropológica, etc., la atracción ejercida sobre el “Espíritu” por la “Materia”, la nostalgia de la unidad primordial y, por tanto, el deseo de abolir los opuestos, las polarizaciones, etc. Ahora bien, como hemos dicho [...] las Imágenes son *multivalentes* por su propia estructura. Si el espíritu se vale de las Imágenes para aprehender la realidad última de las cosas, es precisamente porque esta realidad se manifiesta de un modo contradictorio y, por consiguiente, no puede expresarse en conceptos. Por tanto, la Imagen en cuanto tal, en tanto que haz de significaciones, es lo que es *verdad*, y no *una sola de sus significaciones o uno solo de sus numerosos planos de referencia*. Traducir una Imagen a una terminología concreta, es peor que mutilarla, es aniquilarla, anularla en cuanto instrumento de conocimiento.” (Eliade, 1994: 14-15).

Pensamos que la *multivalencia* estructural de la imagen, su capacidad de remitir a numerosos planos de referencia y no agotarse ni encontrar su verdad en ninguna de sus significaciones particulares, que Eliade atribuye a la imágenes de las que el espíritu se vale para aprehender la “realidad última de las cosas”, es también la perspectiva más compleja e interesante para abordar la interpretación sociológica de la imagen. Creemos que los sociólogos clásicos comprendían bien

esta propiedad de la imagen: vimos que las “figuras” “pintadas” por Marx y los *estilizados* “tipos puros” de Weber hacen referencia a diversas realidades concretas, pero no se agotan en ninguna de ellas, constituyen en sí mismos un haz de significaciones que se arrojan para la interpretación de los fenómenos sociales. El sociólogo nunca deja de poner una *intención* en su interpretación, pero tampoco olvida que la “verdad” reside en la constante incompletitud de dicha interpretación.

En segundo lugar surge también la siguiente interrogante: una vez elaborada una interpretación sociológica posible de un fenómeno social específico ¿dónde depositar dicha interpretación? La pregunta es pragmática y puede ser especificada en claves comunicativas ¿con quién dialogo a través de mi investigación y a quién quiero involucrar en el diálogo en torno a los resultados de ella?

Esta pregunta no es trivial. La desidia podría motivarnos a dejarla “para el final” pero es bastante probable que buena parte de lo que hace a un discurso sociológicamente relevante es lo que se hace con él y por ende, el circuito de información en el cual se inserta³ y las consecuencias que dicha información produce. Utilicemos como ejemplo alguno de los trabajos de video documental que se inscriben en la perspectiva de la sociología visual y que fueron antes descritos, sea “Lalackuntur” o “Yo no me complico”. Existen principalmente tres “espacios sociales” en los que depositar dichos trabajos audiovisuales:

1. Primero, la academia, donde el video se comprende como una acción de registro de un fenómeno social en torno al cual es posible reflexionar. En este caso el discurso audiovisual puede adquirir la forma de una “pregunta” que incentiva la ulterior reflexión.
2. Segundo, el video puede ser depositado dentro del mismo fenómeno social desde el cual surgió, constituyéndose como un dispositivo de memoria para el grupo o la comunidad y, en el mejor de los casos, como un mecanismo de intervención social.
3. Tercero, el video puede ser ingresado a los circuitos masivos de información (internet, cine, TV, etc.) constituyéndose como un dispositivo de difusión y de puesta en valor del fenómeno social observado, trascendiendo así tanto los límites de la academia como de los grupos directamente interesados.

Nos detenemos en este punto. El esfuerzo por transitar los rumbos desde la visualización sociológica a la sociología visual no tiene por motivo más que merodear una senda. No pretendemos fijar un itinerario definitivo sino por el contrario, levantar señas y marcas que colaboren en abrir caminos de trabajo y conversación entre quienes se interesan por el “haz de significaciones” inagotables que es la “verdad” de la sociedad misma.

³ Este insertarse es más bien un re-insertarse activo ya que la información que se obtuvo “desde” la sociedad vuelve luego a introducirse (transformada, procesada, digerida, etc.) como un objeto más en el mundo social. Esto vale para cualquier objeto construido a partir de la sociología, desde un informe de 500 páginas hasta un video documental de 5 horas, la pregunta en este caso sigue siendo ¿son dichos formatos adecuados para el interlocutor?

Bibliografía

ARON, RAYMOND. *La Sociología Alemana Contemporánea*. Ed. Paidós. 1965.

BERGER, P. & KELLNER, H. *La Reinterpretación de la Sociología*, Madrid, Ed. Espasa-calpe. 1985.

CIPRIANI, R. & DEL RE, E. "Visual Sociology and Religion". *Annual Review of the Sociology of Religion*, (2010), n.1. (Traducción de los autores del presente artículo).

ELIADE, MIRCEA. *Imágenes y Símbolos*. Buenos Aires, Ed. Planeta. 1994.

FLORES, LUIS. "La imaginación como condición de posibilidad de las ciencias", *Revista de Filosofía*, Vol. LVIII (2003), pp. 43-51, Universidad de Chile.

FRAZER, JAMES. *La Rama Dorada*, México, Ed. Fondo de Cultura Económica. 1956.

MARX, KARL. *El Capital*, México, Ed. Fondo de Cultura Económica. 1966.