

© Núria Oliva i Barceló 2003

Reservats tots els drets. Està prohibida la reproducció total o parcial d'aquesta obra per qualsevol mitjà o procediment, compresos la impressió, la reprografia, el microfilm, el tractament informàtic o qualsevol altre sistema, així com la distribució d'exemplars mitjançant lloguer i préstec, sense l'autorització escrita de l'autor.

METODOLOGIA QUALITATIVA D'ANÀLISI D'IMATGES

Resum

Les imatges sintetitzen, en el seu contingut, una gran quantitat d'informació construïda per la subjectivitat de l'observador i la seva comprensió contextual. El valor de les imatges com a dades per una anàlisi qualitativa va lligada al significat que li atorga cada investigador en la seva observació profunda i porta a una construcció simbòlica flexible que genera un discurs fruit de la interacció amb l'observador.

Per tant l'anàlisi de la imatge s'aborda en dues vessants: l'anàlisi del seu contingut (latent i manifest) i l'anàlisi del discurs; ambdues, formes subjectives d'anàlisi, estan lligades al context i a la forma que té l'observador d'interpretar el simbolisme que representa cada imatge i dins el context on s'interpreta.

METODOLOGIA QUALITATIVA D'ANÀLISI D'IMATGES

Objectiu

L'objectiu del present treball és fer una aproximació a l'ús dels mètodes qualitius per l'anàlisi de les imatges en general com a referent en la interpretació del retorn de la informació generada per les CP Boxes.

Metodologia pel tractament d'imatges

Les imatges sintetitzen una gran quantitat d'informació que pot analitzar-se des de diferents disciplines i des de perspectives molt diverses, sempre qualitativament i en ocasions associades a un text. La gran quantitat d'informació que genera una imatge com a dada i el grau de subjectivitat que porta associat, aboca a l'anàlisi qualitativa com el mètode més adequat, tot i que sovint també hi intervenen mètodes quantitius per a la seva interpretació, especialment quan tractem l'anàlisi del contingut. La interpretació de les imatges es fa seguint processos similars als usats per l'anàlisi de textos o discursos, i sense diferenciar les imatges fixes (fotografies, dibuixos, etc.) de les imatges amb moviment (pel·lícules, vídeos, etc.)

Tot i la subjectivitat proporcionada pel context i per la mirada de l'investigador, la imatge s'ha d'entendre com un conjunt, amb un significat global inseparable de les diverses visions. Per això, cada interpretació és diferent i l'anàlisi no és replicable, especialment per l'absència de regles metodològiques homogènies i normalitzades.

Per tant, el mètode qualitatiu no compleix els criteris d'objectivitat i replicabilitat pròpies de la investigació quantitativa; tot i així, cal una interpretació qualitativa per desxifrar les imatges i el seu discurs. El significat de les imatges i el discurs iconogràfic no es pot sotmetre únicament a les lleis de les metodologies quantitatives.

La imatge com a dada

La imatge, qualsevol que sigui el seu format de presentació, és una dada amb un gran valor de síntesi i carregat d'expressió; determina les formes mentals que els grups socials han construït a partir de l'entorn on s'han desenvolupat. La interpretació i la comprensió de les dades que ens ofereixen les imatges estan sotmeses a la mirada de cada intèrpret i a la manera d'inferir el seu significat.

La imatge, carregada de simbolisme, no es pot deslligar del discurs que porta associat i del significat que li atorga cada observador. Interpretar la imatge, requereix també la comprensió de l'entorn on es genera, conèixer els símbols que hi apareixen i descobrir tot el significat implícit que conté. La imatge transmet el missatge proposat mitjançant la relació que sorgeix entre el seu contingut i l'observador. Les diferents interpretacions individuals configuren l'impacte que té la imatge a nivell col·lectiu.

Així, les imatges transmeten un significat i estan carregades de simbolisme que s'entén i s'explica lligat al context social comunitari i a la vegada no es poden deslligar de les interpretacions individuals generades per les característiques particulars de cada observador. La imatge proporciona una informació inesgotable; la seva interpretació és il·limitada.

Són moltes i molt variades les disciplines que han abordat el seu estudi i ho han fet des de diverses òptiques: l'antropologia, la religió, l'art plàstic, el cinema, la investigació de mercats, investigació social, l'arxivística, etc. Des de totes les disciplines, l'interès de les imatges s'ha centrat en el seu caràcter simbòlic que proporciona significat i dona sentit a les manifestacions humanes. L'ús de la imatge depèn de la lògica de les estratègies de recerca de l'investigador i de com es posiciona en relació a la seva disciplina.

No és estrany trobar imatges acompanyades de text; sovint el text aporta alguna traça per a la seva interpretació o aclareix certs símbols o significats. El text pot aproximar les diferents visions a un llenguatge comú, tot i que no es pot assolir un únic sentit i es manté en tot cas l'heterogeneïtat interpretativa i la multiplicitat significativa. Les imatges no expliciten tot el seu significat en una primera aproximació, requereixen una anàlisi qualitativa profunda per a la seva interpretació exhaustiva.

Les imatges poden tenir un significat directe amb una interpretació molt generalitzada o bé incloure un sentit més connotatiu, segons les necessitats individuals i la complexitat del missatge que es vol transmetre. La diversitat d'interpretacions és major davant d'imatges més complexes i simbòliques que impliquen importants referències contextuals i que tenen un gran nombre d'elements simbòlics implícits.

La imatge és una construcció simbòlica que requereix un llenguatge, també simbòlic, per comunicar el seu significat i la manifestació d'allò que representa; per això la imatge parla a cadascú segons el seu món i és imprescindible considerar el pluralisme d'interpretacions en els diferents nivells d'anàlisi i des de diverses òptiques, sense oblidar la pluralitat i la seva transcendència en un entorn dominat per la cultura de la imatge.

En la interpretació de les imatges cal diferenciar el contingut manifest, que és allò explícit i que té una significació social comuna, i el contingut latent, que es refereix al que és implícit; la seva interpretació és l'única manera de descobrir el significat real de tot allò que amaga el contingut manifest. Si bé el contingut manifest pot ser reduït fàcilment a estructures formals lògiques, no passa el mateix amb el contingut latent donat que l'enunciat visual està dotat d'extraordinària flexibilitat significativa que li atorga l'ésser humà amb la seva capacitat de construir i comprendre una quantitat pràcticament infinita d'imatges. El discurs associat a la imatge es modula en un procés interactiu allunyat de l'ordenació lògica i comporta un grau de polisèmia i ambigüitat que el fa il·limitadament interpretable. La significació s'aconsegueix per les relacions que es generen entre la imatge i els observadors en un entorn comú.

Interpretació de les imatges. Anàlisi del contingut. Interpretació pragmàtica

L'elecció de les imatges com a dades i font d'informació per a l'anàlisi qualitativa ve determinada, entre d'altres, per diversos motius: el primer és la capacitat que té la imatge de recollir un instant; un altre, la concreció que atorga respecte a mètodes de recerca de psicologia social que són més teòrics i, per últim, l'actual importància del mitjans de comunicació de masses recolzats especialment en les imatges.

Però el tractament de les imatges presenta també alguns inconvenients: d'una banda la representació en dues dimensions, en front de la tridimensionalitat de la realitat i per altra banda la dificultat de detectar la seva manipulació o trucatge i també la diversitat del sentit atorgat i la intenció de l'emissor de la imatge que no assegura una interpretació homogènia.

La interpretació de la imatge està lligada al context i està sotmesa a una història i a una cultura tant per part de l'investigador com pels símbols que apareixen en la imatge. L'interpretació cal fer-la des de la comprensió i el coneixement del context, dels

símbols i dels significats socials, històrics i culturals per tal d'aportar l'exactitud que l'estudiós requereix en la seva anàlisi. La imatge interpretada es converteix en símbol, adquireix significat propi, representa alguna cosa sense perdre el vincle contextual i remetent-se a ella mateixa i a la seva representació.

La interpretació iconogràfica es realitza en dues vessants estretament relacionades. D'una banda l'anàlisi del contingut i de l'altra, l'anàlisi del discurs des de la pragmàtica. Ambdues tècniques se solen aplicar tant a les imatges, en qualsevol de les seves formes, com als textos i als discursos. L'anàlisi del contingut és un mètode que combina la vessant qualitativa i la quantitativa, mentre que l'anàlisi del discurs de la imatge és fonamentalment qualitatiu.

L'anàlisi del contingut aplicat a la interpretació de la imatge ha estat una eina de gran utilitat històricament en el camp de l'antropologia i més recentment, en el camp de la investigació de mercat i la publicitat. És des d'aquesta disciplina que s'usa sovint l'anomenat "collage", una tècnica projectiva de recollida d'informació consistent en fer que els participants plasmin en imatges el que significa per a ells una marca o categoria de mercat. Aquesta disciplina no recull ni analitza el posterior diàleg que es genera per consensuar quines són les imatges més representatives tal com es fa en el procés d'anàlisi de les imatges generades pel retorn d'informació de les CP Boxes.

Des de la perspectiva subjectiva de la interpretació, l'investigador es considera un subjecte actiu que interpreta i construeix el significat del llenguatge associat a la imatge; així, s'atorga a la imatge la qualitat de llenguatge amb característiques i codis propis i amb capacitat per representar la realitat. Des d'aquesta visió l'anàlisi es fa en dues fases: una primera anàlisi descriptiva del discurs iconogràfic (anàlisi del contingut) i una segona fase, avaluativa, de la impressió que les imatges tenen sobre l'observador (anàlisi pragmàtica).

Una anàlisi del contingut de les imatges se centra en aspectes formals i de contingut manifest; la interpretació requereix la recerca de detalls referits al contingut explícit i latent, introduint variables i indicadors. Les unitats de l'anàlisi són: la mostra (realitat a investigar), les unitats de registre (parts analitzables) i les unitats de context (informació contextual). Pel que fa a les variables es refereix a les qualitats dels objectes o les relacions entre elles i els indicadors són els valors quantificables d'aquestes variables.

La quantificació dels valors i la sobreestimació dels mètodes quantitativs fa que sovint, l'anàlisi del contingut de la informació recollida s'aproximi o derivi a un mètode purament quantitativ, sobretot pel sentiment de seguretat i exactitud matemàtica que generen les dades estadístiques. Per tant, l'anàlisi del contingut se situa entre el mètode qualitativ i quantitativ donat que la seva complexitat es pot reduir a un simple gràfic o a una dada estadística, però la interpretació del contingut no és reversible, ni replicable. L'anàlisi de contingut es jutja en termes de creixement i congruència amb la teoria analitzada.

L'anàlisi de contingut pretén descobrir la significació d'un missatge; el mètode classifica i codifica els diversos elements de la imatge per tal de donar-los un sentit, és una tècnica per a la descripció objectiva i sistemàtica del contingut de tot allò que sigui comunicatiu (text, imatge, discurs, etc.) amb la finalitat d'interpretar-ho i extreure conclusions no explícites de les persones i les comunitats socials. Per tant, l'anàlisi del contingut és una tècnica que analitza la realitat social a través de l'observació i l'anàlisi

de les imatges que es creen o generen en el si d'una societat, per tal d'esbrinar la significació de la imatge.

Tota anàlisi de contingut suposa la descomposició del material tractat en elements d'anàlisi. Aquests elements es classifiquen en categories que poden variar segons els objectius de la investigació i les hipòtesis de treball, però que la seva tria determina la validesa i qualitat de l'anàlisi. Per assegurar una anàlisi acurada cal considerar certes propietats de les dades estudiades: exhaustivitat, representativitat, homogeneïtat, pertinença i que les categories tinguin el mateix sentit per a tots els investigadors.

Els avantatges de l'anàlisi de contingut és que permet analitzar material no estructurat amb una gran riquesa d'interpretació que representa la forma de fer i de pensar de les societats en una època i una cultura determinada, és a dir, és una eina per aprofundir en la vida individual i col·lectiva. Els seus inconvenients són la complexitat de l'anàlisi que pot comprometre la fiabilitat i validesa de les dades.

La pragmàtica permet l'estudi de la imatge des de la intencionalitat comunicativa de l'enunciador i de la seva interpretació inferencial; també possibilita la redefinició del discurs visual com un acte comunicatiu íntegre i únic, és a dir, tal i com es rep. La interpretació del discurs visual requereix el coneixement de les regles, acords d'ús social i simbolisme cultural, per això ve determinat per la situació concreta, per les exigències d'ús, interessos o nivells culturals de qui les utilitza. Les imatges seran comunicativament correctes si es basen en les lleis que regeixen el nostre món i la nostra experiència, sigui sensorial o de comprensió.

L'experiència sensorial està subjecta a regles perceptives que permeten avaluar els resultats des de l'observació que es compon del saber quotidià d'una part de la realitat i del saber preteòric, intuïtiu i provocat per l'analogia entre la imatge i l'objecte real. Per altra banda, trobem la comprensió que forma part de la consciència comunicativa i diu alguna cosa sobre la realitat. És un saber categorial on les imatges adquireixen un significat que les fa intel·ligibles i creïbles. Per tant la imatge queda constituïda en un doble pla: realitat perceptible (signes icònics) i realitat simbòlica (intencionalitat interpretativa).

El saber preteòric sorgit de l'analogia amb la realitat, i el saber categorial, sorgit del coneixement convencional del seu ús, constitueixen les referències inicials de la comunicació visual i tots dos ens condueixen al saber competencial que possibilita el coneixement d'una realitat social intencionada, inèdita i comprensible. Per tant, el sentit d'un discurs visual no es pot atribuir únicament a l'objecte sinó a la fusió del saber categorial i preteòric que possibilita l'elaboració d'hipòtesis i descripcions estructurals inèdites i coherents.

Comprendre una imatge és captar les estructures perceptibles dels elements representacionals i posteriorment, amb una orientació cap a l'estructura que generen les expressions, transformar-la en productes simbòlics que diuen alguna cosa.

L'anàlisi pragmàtica de les imatges se centra en la polisèmia i ambigüïtat del discurs. Els signes interrelacionen arbitràriament, creant-se un llenguatge propi fruit de la convenció social que atorga significació a les imatges clarificada amb el text que sovint les acompanya. L'anàlisi de les imatges des de l'enfocament semiòtic es pot desglossar en els passos següents: a) tria de material representatiu; b) identificació de les propietats objecte d'anàlisi; c) anàlisi dels nivells de significació, presents i absents; d) fixar el

final de l'anàlisi (les imatges sempre ofereixen més elements d'anàlisi); i, e) seleccionar la forma de reportar la informació

Una de les principals mancances d'aquest mètode és la subjectivitat de l'anàlisi que es pot resoldre mitjançant grups de discussió. També cal tenir en compte que l'anàlisi no pot garantir l'existència de resultats similars en successives anàlisis posteriors donada la diversitat d'interpretacions detallades i abstractes que de les imatges fan els investigadors

L'anàlisi pragmàtica és purament qualitativa, donat que els discursos que generen les imatges són interpretats amb un alt grau de subjectivitat que li confereix la diversitat de visions i d'interpretacions. Les imatges pretenen comunicar mitjançant un codi simbòlic socialment establert i comunament acceptat, però carent d'una homogeneïtat significativa.

L'emissor d'imatges, immers en un context i afectat pels seus coneixements i experiències vitals, intenta generar un acte comunicatiu carregat de simbolisme. L'observador, dins un context similar però amb coneixements i experiències vitals diferents, interpreta les imatges sota un codi simbòlic propi. L'èxit de la interpretació està en arribar a la coincidència entre allò que la imatge vol comunicar i el que comprèn i interioritza l'observador.

Les imatges generades per les CP Boxes

En les cas de l'anàlisi de les imatges generades per les CP Boxes, el diàleg que es genera entre els participants per arribar al consens de quines són les imatges més significatives permet una interpretació més adequada del significat i simbolisme de les imatges triades. Les sessions pel consens permeten explicitar el contingut significatiu que està implícit en les imatges.

Les imatges triades no són simples substitucions de la realitat, sinó que fan referència a continguts convencionals i a la realitat social del barri de la Mina. Els participants intenten que les imatges escollides infereixin allò que no s'explicita i que no es mostra directament a l'enunciat visual. Per tant la seva interpretació ha de recollir allò que es vol transmetre encara que no sigui explícitament.

La comunicació que generen les imatges no és possible sense la cooperació dels participants i dels investigadors, és a dir, cal la col·laboració entre emissors i destinataris. L'adequació de la interpretació se centrarà en l'intercanvi comunicatiu efectiu i en la comprensió i coneixement del context i dels símbols inherents a la imatge.

Conclusions

L'anàlisi de les imatges amb mètodes qualitius s'ha abordat al llarg de la història des disciplines molt diverses i allunyades. L'ús de les imatges com a dades és una font inesgotable d'informació, i la seva interpretació està vinculada al context social, històric i cultural i l'experiència personal de l'observador. Les imatges, per tant, no transmeten un únic significat, sinó que la seva interpretació és polisèmica i plena de simbolisme implícit. Les imatges tenen un discurs propi que està determinat per les relacions que s'estableixen entre les persones, les seves experiències i coneixements, i la imatge mateixa dins d'un context propi, socialment construït.

Per tant, la interpretació heurística de les imatges requereix un ampli coneixement de l'entorn social històric i cultural i l'aplicació d'un simbolisme comú als elements representats en la imatge. L'anàlisi del contingut és un híbrid entre el mètode qualitatiu i quantitatiu; l'anàlisi del discurs, en canvi, és metodològicament quantitativa. La combinació de totes dues metodologies permet una interpretació àmplia i completa de les imatges.

Bibliografia

ARDEVOL I PIERA, ELISENDA. (2001). Imatge i coneixement antropològic. Revista Anàlisi. Bellaterra: UAB

BAUER, MARIN W. i GASKELL, George. (2000) Qualitative Researching with Text, Image and Sound. London

CALVI, J.C. La imagen en el discurso televisivo.

CARLÓS, Luis y TELMO, Daniel. El análisis de contenido: su presencia y uso en las ciencias sociales.

CELI WUNDER, Carina. La percepción de la imagen a través de los carteles publicitarios.

Concejalía de la mujer. Ayuntamiento de Pamplona. Otra mirada sobre Pamplona: la interpretación de la ciudad desde el punto de vista de las mujeres. 1997. Taller sobre el Nuevo Plan de Ordenación Urbana de Pamplona.

ELVIRA GARCIA, Dora. Hermenéutica e imagen: una mirada hermenéutica a los supuestos del diseño gráfico. UPAEP

FERNÁNDEZ GUTIÉRREZ, Fernando y ASENJO PELEGRINA, Rafael. La visión subjetiva del espacio urbano almeriense. Almería. Instituto de Estudios almerienses, 1998.

GABARRE FIBLA, ALEIX I BELMONTE CASO, MARTA. Investigació de mercat i qualitat de vida. UOC. Mòdul 2 "Lògiques de la investigació de mercat".

GÓMEZ DE MENDOZA, MIGUEL ANGEL. Análisis de contenido cualitativo y cuantitativo: definición, clasificación y metodología. Ciencias Humanas. Revista núm. 20.

LEON GARCIA, ORFELIO G. i MONTERO GARCIA-CELAY, IGNACIO, Metodologies científiques en Psicologia. UOC. Mòdul 1 "Addenda: algunes controvèrsies metodològiques".

MADRID DIAZ, Ma. Victoria. El análisis de contenido en la imagen fija. Jornadas Andaluzas de Documentación. 1997

MAGARIÑOS DE MORENTIN, Juan A. 1999. Fronteras de la semiótica. "Operaciones semióticas en el análisis de las historietas". Ed. Óscar Quezada macchiavello. Universidad Nacional de La Plata.

MARTÍNEZ OMAÑA, Ma. Concepcion. (1999). Análisis cuantitativo y cualitativo en los testimonios orales. Ideas a debate. "El uso diverso y complementario de las fuentes de información en historia oral". Instituto Mora.

PERICOT, Jordi. La imagen gráfica: del significado implícito al sentido inferido. 2003. UPAEP

RODRÍGUEZ, MARIANGÉLICA i ROMERO, JOEL. La creatividad en collage: su validación social. Universidad Central de Venezuela.

SIVA, AIDA. La metodología cualitativa y su aplicación internacional. Boletín de la asociación mexicana de agencias de investigación de mercado y opinión pública.

SIVA, AIDA. Algunas técnicas proyectivas utilizadas en sesiones de grupo: diálogo íntimo. Boletín de la asociación mexicana de agencias de investigación de mercado y opinión pública.