

C. CIPOLLA-P. FACCIOLO (a cura di), *Introduzione alla sociologia visuale*, F. Angeli, Milano 1993. Un volume di pp. 351.

Il questionari e l'intervista: due tecniche di rilevazione empirica che hanno notevolmente contribuito a far riconoscere uno statuto scientifico alla sociologia. Due tecniche che oggi più che mai, grazie alle tecnologie informatiche, consentono di verificare la plausibilità di un'ipotesi, in un dominio che per tradizione, nella cultura occidentale, apparteneva ad una delle sue due anime, quell'anima umanistica che forse presuntuosamente ha guardato e talvolta ancora guarda con sospetto ogni tentativo di stabilire teorie o leggi nell'analisi del comportamento umano.

Tuttavia, nonostante la diffidenza di chi sosteneva o ancora sostiene una visione dualistica della cultura, ai sociologi non è rimasto che scegliere: o dimenticarsi delle possibilità predittive delle loro intuizioni o tradurre l'aspetto analogico del comportamento sociale in digitale. Il risultato: una sorta di sacrificio calcolato sull'altare della riproducibilità scientifica.

Il consolidamento di un impianto metodologicamente corretto sotto il profilo scientifico che tale scelta ha determinato, ha tuttavia evidenziato col tempo un vuoto che neppure le tecniche più raffinate di elaborazione quantitativa dei dati sono riuscite completamente a colmare. Ed è per questo che Cipolla si chiede: «Il prevalere della comunicazione numerica sulle altre, come unica legittimata alla verità 'oggettiva', è accettabile? Lo stato di inferiorità o di assenza della comunicazione iconica è plausibile? È credibile ritenere autosufficiente un percorso scientifico di indagine ancorato ad una sola forma comunicativa?» (p. 17).

Nel tentativo di rispondere a questi ed altri

quesiti l'autore assume, dal punto di vista metodologico, una ben precisa posizione che gli consente, a partire da premesse definitorie, di sostenere che l'apporto della sociologia visuale «...produce una migliore comprensione dei fenomeni sociali verso l'empatia; pone un'attenzione congiunta ed a doppio rinvio sulla grammatica e sulla semantica dei simboli sociali; favorisce una più consona e misurata saggezza metodologica; impone una fruizione al meglio delle tecniche visive disponibili...» (p. 40).

In altri termini, Cipolla riconosce che con il contributo della comunicazione iconica, che si produce mediante l'osservazione, la percezione visiva dell'oggetto sottoposto a esame, si potrebbe ulteriormente corroborare il dato quantitativo e quindi consentire al ricercatore la possibilità di operare una maggiore integrazione metodologica delle forme comunicative, poiché una sinergia fra le differenti tipologie comunicazionali non può che aumentare le possibilità informative e quindi predittive. L'analogico, fatto uscire dalla porta rientra inevitabilmente dalla finestra. Ora, soddisfatta l'antica fame di dati metrici o comunque sperimentali, si è creato un rinnovato spazio per una più matura riflessione circa le premesse epistemologiche della disciplina stessa, aprendo la via a nuove e ulteriori legittimazioni.

Fra le tecniche che consentirebbero al ricercatore un continuo *feed-back*, un «vicendevole controllo», come sostiene lo stesso Cipolla, di verifica procedurale nell'analisi di un contesto, un posto particolare occupa la fotografia. Fra chi sostiene tale tesi, fra gli altri, Patrizia Faccioli, coautrice del testo, per la quale la fotografia consentirebbe al ricercatore di «comprendere il senso soggettivo dell'agire attraverso l'individuazione di tipi diversi di identità... condizionati dalla nostra soggettività e dalle

nostre categorie concettuali» (p. 60). Così Bernardo Valli, il quale, partendo dalla suddivisione proposta da Peirce fra Icona, Simbolo e Indice, sostiene che la fotografia come Indice basandosi soltanto sul principio elementare dell'impronta luminosa, appartiene a differenza delle Icone e dei Simboli, all'ordine del marchio, della traccia e del deposito, poiché mantiene una stretta relazione di connessione col reale e di contiguità fisica (cfr. pp. 145-158); Domenico Secondulfo e Andrea Pitasi conven-gono, l'uno che pur nella consapevolezza che la fotografia ripropone prepotentemente «il problema della soggettività della selezione operata con l'immagine, la parzialità e la soggettività della selezione può essere volta a vantaggio del percorso euristico dell'indagine, rappresentando una voluta sottolineatura di alcuni aspetti importanti per l'indagine, una sorta di profilo esasperato, in cui i tratti significativi per il ricercatore vengono marcatamente e volutamente sottolineati sino a creare, a livello iconico, qualcosa di simile alla tipizzazione ideale di weberiana memoria» (p. 161); l'altro, che partendo da un'esperienza personale attraverso un *case study* sulla povertà, risponde in prima istanza agli inevitabili interrogativi sulla attendibilità scientifica della fotografia come tecnica obiettiva di rilevazione; Simonetta Simoni, da parte sua, sostiene che «L'immagine fotografica diventa il *focus* della comunicazione, ovviando ai problemi di senso precostituito e di comprensione alle domande che insorgono sia nell'intervista che nel questionario» (p. 209).

Paradossalmente, la fotografia, che ha lottato anni affinché le fosse riconosciuta una sua legittimità nel contesto artistico, torna a far parlare di sé attraverso la sociologia, addirittura come tecnica di indagine scientifica. Essa, infatti, sembra rivelarsi un tramite che forse più di qualsiasi altro è in grado di rivelare aspetti latenti, inesprimibili altrimenti, circa la realtà sociale o antropologica. Nonostante, dal momento della sua invenzione ad oggi, i fotografi abbiano lottato contro una cultura che voleva considerare la fotografia nell'altro che una tecnica, che in quanto tale non poteva che consentire una fedele quanto asettica riproduzione, poiché non lasciava alcun spazio alla soggettività dell'autore, essa si rivela pronta a colmare quel vuoto qualitativo che le ricerche quantitative hanno rivelato.

Ed è proprio questa rinnovata attribuzione di fedeltà che le apre nuove prospettive. Non si tratta di una fedeltà *sui generis*, di una fedeltà inevitabile, ma di una fedeltà che si mette al

servizio dell'assoluta libertà intuitiva di chi osserva, di scegliere, per usare la terminologia recentemente introdotta dalla teoria dell'artificiale (M. NEGROTTI [a cura di], *Verso una teoria dell'artificiale*, F. Angeli, Milano 1993), fra i molteplici *livelli di osservazione* possibili, quello che più di ogni altro gli consentirà di riprodurre una o più *prestazioni essenziali*, quella o quelle che più di ogni altre, sembrano consentirgli di meglio rappresentare l'*esemplare*, oggetto di attenzione scientifica.

La sociologia visuale si pone quindi, fra l'altro, come una metodica che potrebbe liberare la tecnica fotografica da quei falsi preconcetti che sino ad ora ha condiviso con tutti quei dispositivi che definiamo artificiali. I tempi dunque sembrano maturi affinché non emergano, *a posteriori*, atteggiamenti culturalmente ambivalenti. Apparentemente sembra quindi superata, almeno fra i sociologi, la possibilità di assistere a comportamenti ambigui nei confronti della fotografia come quello di cui si «macchiò» Napoleone III. Si racconta infatti che Napoleone III fosse un grande estimatore del mezzo fotografico, tanto da condurre con sé, durante la Campagna d'Italia del 1859, oltre che il solito cronista che aveva il compito di prendere appunti da affidare alla storia, un fotografo, affinché immortalasse la sua gesta. Sfortunatamente, durante la battaglia di Solferino, l'Imperatore subì notevoli perdite, tanto che, nonostante la vittoria, preferì chiedere l'armistizio agli Austriaci, contro il desiderio degli alleati Piemontesi. Dopo la battaglia, che era costata alle due parti quarantamila morti e centomila feriti senza alcuna assistenza, fu proprio lui — lo stesso uomo che aveva salutato Nadar con grande entusiasmo e si era lasciato ritrarre più volte negli studi fotografici alla moda di Parigi —, a ordinare alla vigilanza militare di allontanare dal campo di battaglia ladri, profanatori di cadaveri e fotografi. Napoleone aveva intuito che lasciare un fotografo libero di riprodurre la dura realtà dei campi di battaglia poteva essere controproducente poiché, se i Francesi avessero visto quelle fotografie, egli avrebbe sicuramente perso credibilità e potere in patria, e ciò non poteva permetterselo. Fra l'altro, prima di partire si era lasciato andare a dire che la Campagna d'Italia sarebbe stata una semplice passeggiata.

DANIELA BERTASIO