

Eredità e impegno: il contributo di Andrea Spreafico alla ricerca sociale visuale e alla rivista “Sociologie”

Francesco Sacchetti

This reflection is a tribute to our dear friend and colleague Andrea Spreafico, a leading figure, promoter and driving force behind the journal Sociologie and its visual section. His untimely death has left a void in all of us. This contribution aims to remember and honour Andrea's enthusiasm and commitment to promoting academic visual social research in our country. Through an exploration of his contributions and approach, mainly related to ethnomethodology, we aim to highlight his central role in the consolidation and advancement of this important area of study. In addition, a brief history of the birth of the visual section of the journal is offered, highlighting how his spirit and dedication inspired and will continue to inspire and guide the work of the visual section and of the journal Sociologie in general, thus reaffirming the importance of his legacy in the context of sociological and visual research.

1. Un incontro

Ho conosciuto Andrea Spreafico quando ho iniziato il dottorato a Firenze nel 2007, ma è dal 2014, quando già lui lavorava presso l'Università Roma Tre, che abbiamo iniziato a entrare in contatto e a collaborare. La nostra prima interazione è avvenuta grazie al suo interesse per la monografia che avevo appena pubblicato sui processi di categorizzazione in etnografia. Questo ha dato il via a una fitta corrispondenza tra di noi, durante la quale abbiamo discusso approfonditamente di questo tema e, infine, Andrea mi ha invitato a tenere una lezione nel suo corso di metodologia della ricerca sociale presso la sua università. Da quella volta le nostre riunioni sono diventate frequenti e anche la nostra amicizia si è consolidata.

Nonostante avessimo opinioni divergenti su diverse tematiche della sociologia e su diverse impostazioni epistemologiche, ho trovato che questa fosse la parte più affascinante del lavorare con Andrea. Ogni sua affermazione o riflessione era presentata con grande garbo e con una sincera curiosità verso chi la pensava diversamente da lui. Questo atteggiamento rendeva ogni differenza di opinioni una continua sfida ad approfondire, discutere e impegnarsi ancora di più nello studio della nostra disciplina.

Ricordo con piacere le nostre discussioni, poiché le argomentazioni e le controargomentazioni non si esaurivano facilmente. La sua capacità di confrontarsi su prospettive diverse, con eleganza e intensità, era davvero ammirevole. Non ho mai conosciuto nessun altro collega che esprimesse questa qualità di confronto con prospettive diverse con tanta grazia e profondità. È stato un vero piacere discutere con lui!

Dagli interessi condivisi per i processi di categorizzazione, il nostro percorso ci ha portato a esplorare il campo del visuale, facendo emergere una comune passione rispetto al potenziale del materiale visuale nell'ambito della ricerca sociologica.

Questo tema è emerso da accese discussioni sulla ricerca sul campo in sociologia e dalle divergenze nei nostri approcci epistemologici rispetto a percezione, cognizione e linguaggio. Era evidente che le nostre visioni contrastanti avrebbero inevitabilmente portato a una produzione scientifica.

Nel 2016, insieme a Marina Ciampi e Barbara Pentimalli, abbiamo curato il numero monografico della rivista “Società-Mutamento-Politica” dal titolo “Sociologia, Immagini e Ricerca Visuale”. Questo numero conteneva quindici articoli originali che esploravano il ruolo del visuale nelle scienze sociali, offrendo così un ampio spettro di prospettive e approcci, a cui hanno partecipato autori come Douglas Harper, Paolo Chiozzi, Philippe Sormani, Giolo Fele, Peter Burke, solo per citare alcuni degli studiosi del visuale che, da ambiti disciplinari differenti, hanno contribuito a questo lavoro.

L’anno successivo, nel 2017, abbiamo collaborato nuovamente per curare il volume “Dimensioni Visuali della Pratica Sociologica” edito da Altravista. In questa pubblicazione, le nostre prospettive divergenti sul visuale hanno avuto l’opportunità di dialogare ancora una volta, contribuendo così a una comprensione più approfondita e complessa del ruolo del visuale nella pratica sociologica.

Queste esperienze collaborative hanno rappresentato un’opportunità unica per esplorare e contestualizzare le nostre divergenze epistemologiche all’interno del contesto più ampio della ricerca visuale in sociologia. Sono stati momenti di crescita intellettuale e di arricchimento reciproco, che hanno contribuito in modo significativo alla nostra comprensione e al nostro impegno nell’esplorare le molteplici dimensioni del visuale nelle scienze sociali.

2. *Visuale: linguaggio, exteriorità, potere*

L’impiego delle rappresentazioni visuali nella sociologia ha una storia relativamente breve rispetto alla tradizione etno-antropologica. Le prime utilizzazioni di immagini, che servivano principalmente come illustrazioni nei primi studi condotti dalla Scuola di Chicago agli inizi del XX secolo, segnano un punto di partenza importante. Da quel momento, il ruolo delle immagini all’interno della disciplina sociologica ha seguito diverse direzioni e prospettive teoriche, non senza affrontare ostacoli lungo il cammino. Questo processo ha generato dibattiti e contrasti che persistono ancora oggi, a distanza di più di un secolo. In relazione a questi dibattiti sulle varie modalità di ricerca visuale, emerge la distinzione tra due estremi di un continuum che riflettono la dimensione ontologica del mondo sociale. Da una parte, si trova una prospettiva realista che pone l’accento sull’importanza dell’immediatezza del dato percettivo e delle funzioni percettive. Dall’altra parte, vi è una prospettiva costruttivista che evidenzia il ruolo attivo della sfera cognitiva nell’interpretare e mediare l’attività percettiva. Da queste prospettive divergenti nascono approcci epistemologici e metodologici differenti utilizzati nella ricerca visuale.

Secondo Andrea il lavoro del sociologo non può prescindere dall’uso dello sguardo, dall’osservazione di ciò che accade e dal tentativo di “restituire” in qualche modo quella parte di realtà sociale a cui ci si sta interessando. Questo coinvolge i diversi livelli e dimensioni della costruzione del reale, con particolare attenzione agli aspetti visibili che possono variare in base all’approccio sociologico adottato (cfr. Sacchetti, Spreafico 2017). Nello specifico Andrea sottolinea un bisogno di chiarimento rispetto

al modo in cui la dimensione visuale e quella linguistica siano intimamente connesse tra loro. Si evince una sua insoddisfazione rispetto alla maniera in cui in alcuni testi di sociologia visuale tale questione sembra essere messa rapidamente da parte; egli sostiene infatti che una mancata o insufficiente considerazione di questo rapporto tra visuale e linguaggio potrebbe costituire un limite potenziale di questa sociologia: emerge, dunque, la necessità di una descrizione preliminare, propriamente sociologica, del vedere stesso, di una sorta di sua ri-specificazione come prassi sociale e contestuale concreta (Garfinkel 1991; cfr. Sacchetti, Spreafico 2017). In questo tentativo Andrea si rifà ai lavori di Ludvig Wittgenstein (1950-51/1977 [2000]) e alla sua costituzione di una grammatica del vedere che sottende una concezione del vedere come attività pratica intersoggettiva, cooperativa e socialmente organizzata. In particolare Wittgenstein pone l'attenzione alle manifestazioni visibili della relazione attraverso regole d'uso locale del linguaggio e percezione visuale: «poiché tutto è lì in mostra [...]. Ciò che è nascosto non ci interessa» (Wittgenstein 1941-49/1953 [2009], 70); «parliamo, pronunciamo espressioni, e solo "più tardi" ci formiamo un'immagine della loro vita» (ivi, 274), ma pure «il concetto di "immagine interna" è ingannevole» (ivi, 259), «l'interno ci è nascosto» (ivi, 292)¹.

In un contesto più ampio, la concezione dell'autonomia della grammatica proposta dal secondo Wittgenstein sfida l'idea che sia la natura intrinseca della realtà a determinare il significato dei termini che impieghiamo. Piuttosto, secondo John A. Hughes e Wesley W. Sharrock (1997 [2005]), egli sostiene che le parole acquisiscano significato in virtù del contesto linguistico e delle dinamiche di attività in cui sono inserite, in relazione sia ad altri termini che alle azioni che compiamo. Questo implica che il significato di un termine non sia fissato una volta per tutte dalla realtà oggettiva, ma sia piuttosto il risultato di un processo interattivo e dinamico all'interno del linguaggio e delle pratiche sociali.

Tramite queste premesse il lavoro di Andrea si concentra allora sull'etnometodologia, per la quale da lungo tempo condivide una passione con l'amico e collega Enrico Caniglia (di cui si può apprezzare il contributo in questo special). Fin dalla sua nascita, l'etnometodologia ha mantenuto una costante attenzione rispetto alla dimensione visuale della vita sociale quotidiana, quella che il suo fondatore, Harold Garfinkel, ha definito "l'aspetto delle cose". L'apprezzamento dell'importanza dell'aspetto del mondo per i suoi membri, di come l'ordine e l'intelligibilità dell'azione umana ordinaria dipendano criticamente dal suo aspetto, ha portato gli etnometodologi ad accordare alla dimensione visiva un ruolo rilevante nelle loro analisi. Inoltre, l'apertura

¹ Questo è uno dei punti su cui io e Andrea abbiamo spesso dibattuto. Dal mio punto di vista gli elementi visuali non si possono schiacciare sul linguaggio e i significati si attribuiscono a termini legati a referenti, ma i termini sono qualcosa di diverso dai concetti. Questo elemento di differenza di approccio a cui faccio riferimento si trova ad esempio in Alberto Marradi (1994, 140): «Innanzitutto è opportuno uno sforzo costante per evitare di confondere concetti e termini. È un pericolo sempre in agguato; cito a titolo di esempio un passo di un autore attentissimo a questo genere di problemi: "Un concetto è un'unità di pensiero che ha un significato, si esprime con un termine e indica dei referenti" (Gerstlé 1989, 674). Ma è il termine, non il concetto, ad avere un significato (di solito più di uno): "Se una parola ha un significato, allora essa designa un concetto" (Carnap 1932/1969, 506). Il concetto non ha, ma è — visto dal termine — un significato. "Il fatto che i concetti possono esser visti come significati dei termini non dovrebbe indurci a supporre che i concetti siano, in qualche senso restrittivo, entità linguistiche" (Gellner 1964, 120)». Seguendo questo presupposto possiamo tantomeno (la prospettiva è legittima, ma è quella su cui io e Andrea discutevamo in modo più acceso) interessarci esclusivamente a ciò che è esterno (esteriore) perché l'interno ci è nascosto.

dell'etnometodologia all'impiego di nuove tecnologie per la raccolta dei dati e la facilitazione dell'analisi ha fatto sì che alla dimensione visuale sia sempre stata attribuita importanza all'interno di questa prospettiva. Garfinkel ha da tempo riconosciuto sia l'imprescindibilità delle dimensioni visuale e sensoriale nella vita sociale sia i problemi di rappresentazione posti da queste all'indagine sociologica. Il primo manoscritto di Harold Garfinkel (Garfinkel, Rawls, Lemert 1948 [2015]), pubblicato con il titolo *Seeing Sociologically*, sottolineava il carattere primordiale degli atti ordinari di guardare e sentire. Inoltre, nei suoi lavori ha prodotto un nuovo formato testuale per tentare di rappresentare le comprensioni di fondo che informano le conversazioni ordinarie (Garfinkel, 1967).

Nel contesto dell'analisi etnometodologica e dell'analisi della conversazione, emerge l'importanza di compiere scelte interpretative nel momento in cui ci si confronta con fenomeni osservati. Queste decisioni non sono semplici, richiedendo un approccio riflessivo e sofisticato. Inoltre, si rende necessario considerare come le categorie utilizzate per descrivere tali fenomeni influenzino non solo il processo di interpretazione, ma anche la valutazione di ciò che è considerato corretto o scorretto, importante o meno. Quando queste categorie diventano predominanti all'interno di una società, esse non solo guidano la nostra comprensione della realtà, ma plasmano profondamente la nostra percezione del mondo circostante. È come se offrissero una sorta di "filtro" attraverso cui osservare e comprendere gli eventi. Questo concetto, come sottolineato da Harvey Sacks (1964-72[1992]), mette in evidenza il ruolo cruciale che le categorie dominanti svolgono nel modellare la nostra visione del mondo e le nostre interazioni con esso.

Nell'analisi conversazionale, inoltre, emerge il concetto di "disparità di potere interazionale" nell'ambito delle interazioni umane. Questo concetto si riferisce a situazioni in cui si osservano interazioni comunicative asimmetriche, caratterizzate da una mancanza di parità nei diritti e nei doveri comunicativi tra gli interlocutori. Come evidenziato da Franca Orletti (2000[2013]) e supportato da Marty Laforest e Diane Vincent (2006), questi scambi comunicativi possono essere influenzati da disuguaglianze nell'accesso al controllo dell'interazione da parte dei partecipanti.

Tuttavia è di fondamentale importanza considerare che le interazioni umane non sono limitate al solo scambio di parole. Elementi non verbali come posture, gesti, sguardi e oggetti hanno un ruolo significativo nel modellare l'interazione. Questi componenti forniscono una dimensione visuale all'interazione, come illustrato da Andrea (Spreafico 2016) e Michaël Meyer (2008), offrendo un'immagine completa di ciò che sta accadendo (in quel momento davanti ai nostri occhi) durante l'interazione. La comprensione di questi aspetti non verbali è essenziale per una valutazione accurata delle dinamiche comunicative e sociali.

Da questi presupposti Andrea stressa la dimensione riflessiva del lavoro del sociologo visuale riportando l'attenzione sul processo di produzione di conoscenza da parte dei ricercatori:

«come abbiamo visto insegnarci Ludwig Wittgenstein (1950-51[2000]), le categorie del linguaggio che impieghiamo influenzano ciò che affermiamo di vedere (e che in diversi modi abbiamo imparato a vedere), allora ciò che si afferma di vedere risulta in certa misura indirizzato dalle categorie di cui ci si avvale» (Spreafico 2017, 65).

Quindi, nell'analisi del visuale una particolare attenzione va posta al processo con cui si descrive ciò che si sta osservando:

«Nel momento in cui descriviamo a parole le immagini che contribuiscono a "illustrare" un fenomeno mentre lo formano, inevitabilmente lo produciamo in un certo modo, attraverso certe categorie linguistiche, che esercitano così un potere su ciò che vediamo o riusciamo a vedere e poi a dirne» (ivi, 66).

Secondo la riflessione di Andrea, la nostra capacità di percepire e interpretare il mondo in generale, e nello specifico nell'analisi visuale, è intrinsecamente vincolata ai limiti del linguaggio che utilizziamo. Possiamo concepire il linguaggio come un complesso strutturale composto da diversi livelli. In primo luogo, ci troviamo immersi nel linguaggio ordinario fin dalla nascita, il quale funge da filtro attraverso il quale comprendiamo e descriviamo la realtà che ci circonda. Questo linguaggio comune condiziona le nostre capacità di esprimere e interpretare esperienze, definendo i confini entro i quali possiamo concepire il mondo.

In aggiunta al linguaggio ordinario, possiamo incontrare un secondo livello di linguaggio: quello specialistico. Questo tipo di linguaggio è caratterizzato da una grammatica e da un vocabolario specifici, costruiti e utilizzati da esperti e studiosi all'interno di determinati campi disciplinari. Il linguaggio specialistico non solo influenza la nostra percezione della realtà, ma agisce anche da strumento per descrivere fenomeni complessi in modo più preciso ed elaborato.

Tuttavia, è importante riconoscere che entrambi i livelli linguistici, sia il comune sia lo specialistico, hanno il potere di influenzare ciò che vediamo e diciamo di vedere. Questo processo di codifica e decodifica del linguaggio svolge un ruolo fondamentale nella nostra comprensione e nella nostra rappresentazione del mondo a livello visuale. Lo storico dell'arte John Berger (2008) affermava che osservare è sempre una scelta consapevole, una pratica sociale che, simile al parlare o allo scrivere, non solo richiede la capacità di interpretare, ma è intrinsecamente legata a dinamiche di potere sottostanti. Questo concetto implica che non esiste e non è mai esistito un modo di guardare innocuo e neutrale, poiché ogni sguardo è permeato dalla storia dei soggetti, delle pratiche e delle tecnologie che hanno contribuito a definire quella particolare visione come portatrice di significato. Questa riflessione di natura epistemologica è centrale nel lavoro visuale di Andrea. Diventa allora fondamentale considerare che il coinvolgimento nella cultura visuale impone al ricercatore una costante riflessione sulle proprie presupposizioni e un costante sforzo nel cercare di comprendere meglio la propria presenza sul campo di studio.

Questo concetto rappresenta un importante interrogativo di natura epistemologica molto caro ad Andrea. Risulta cruciale considerare che il nostro coinvolgimento nella cultura visuale richiede che il ricercatore adotti un approccio riflessivo, che si ponga costantemente domande sulle proprie presupposizioni e che cerchi in modo continuo di svelare e comprendere meglio la propria posizione all'interno del contesto di studio. In tal modo, emerge la necessità per il ricercatore di mettere in discussione le proprie percezioni al fine di esaminare più approfonditamente il proprio ruolo nell'ambito della cultura visuale. Quindi, stiamo affrontando un approccio notevolmente differente rispetto alla tradizionale distinzione tra sociologia "delle immagini e sociologia sulle immagini" (Harper 1988). Il pensiero di Andrea si inserisce, invece, nel solco della

riscoperta postlinguistica e postsemiotica dell'immagine, un movimento che ha preso forma già nei primi anni Novanta, noto come "iconic turn" o "pictorial turn", promosso da studiosi quali William J.T. Mitchell e Gottfried Boehm (2013). Questo approccio mira a utilizzare tale riscoperta in direzione di una sociologia visuale che sia intrinsecamente riflessiva.

3. *L'importanza e la promozione della sociologia visuale: la sezione visuale di "Sociologie"*

Nonostante le nostre differenti prospettive, Andrea e io concordavamo sulla necessità di una maggiore legittimazione dell'approccio visuale alla sociologia. Infatti, la produzione visuale nelle scienze sociali ha rappresentato per lungo tempo un potenziale spesso rimasto inesperto preferendo forme di comunicazione della conoscenza scritte, seguendo una tradizione accademica consolidata soprattutto in ambito sociologico (Bartmanski 2015). Facendo riferimento alla "cultura convergente" Rose (2014) suggerisce che l'intersezione tra cultura visuale e metodologia di ricerca visuale deve essere individuata nel loro modo condiviso di usare le immagini. In entrambi i contesti, infatti, le immagini tendono a essere implementate molto di più come strumenti comunicativi piuttosto che come testi di rappresentazione (*ibidem*). In tutte quelle produzioni che usano il visuale nella costruzione dell'informazione, anche con progetti articolati e partecipativi, videoanalisi etnometodologiche, clip, documenti videoregistrati (videointerviste, riprese di rituali o di eventi spontanei, ecc.), ma che non sono pensate esplicitamente per produzione di film etnografici, fiction o documentari, l'elemento visuale in sé può spesso perdere rilevanza, o essere relegato a un tratto evocativo, nella fase di disseminazione della conoscenza. In questo senso ci si deve interrogare, oltre che sulla possibilità di rappresentare la dimensione della materialità del visuale (Rose, Tolia-Kelly 2012; Bartmanski 2015), su nuove modalità di resa dell'elemento visuale nelle forme in cui si presenta assieme al testo scientifico (cfr. Sacchetti 2016).

Serviva uno strumento che legittimasse la produzione visuale in sociologia. Nel 2017 nessuna rivista sociologica (la forma scritta è praticamente l'unica legittimata alla produzione di conoscenza) in Italia aveva un modo per pubblicare il materiale visuale (che non fosse cinque o sei immagini), soprattutto video².

Dovevamo creare uno spazio/strumento che ci permettesse di compiere questa operazione. Il gruppo iniziale con cui si è discusso di questo era formato da Andrea (Università Roma Tre), Erika Cellini (Università di Firenze) e me (Università di Urbino Carlo Bo), a cui si è poi aggiunta Paola Toti (Università Sapienza). Nei tre anni prima del COVID ci siamo confrontati ampiamente sull'importanza di dare spazio a una sezione visuale all'interno del nuovo progetto di rivista scientifica che avrebbe preso il nome "Sociologie". Intendevamo integrare questa sezione visuale come parte fondamentale della rivista, in grado non solo di arricchire e approfondire i contenuti testuali attraverso immagini, video, contenuti grafici, audio ecc., volevamo che i

² L'unico esempio di pubblicazione di video o prodotti visuali in ambito accademico era rappresentato dalla rivista di antropologia *Visual Ethnography* fondata e diretta da Francesco Marano dell'Università della Basilicata. Tuttavia, in area sociologica non esisteva nulla del genere.

prodotti visuali fossero elementi legittimamente a sé stanti, di pari dignità ai prodotti scritti (articoli su rivista).

Nella nostra idea questa sezione visuale non doveva essere un mero accessorio, ma un elemento essenziale per valorizzare e ampliare la comprensione dei temi trattati dalla sociologia visuale e dalle scienze sociali in generale con un approccio visuale. La sua inclusione aveva l'obiettivo di offrire a chi legge/visualizza/osserva la rivista un'esperienza multisensoriale e di favorire una comprensione più profonda e completa dei concetti, dei contenuti e delle analisi presentate tramite prodotti visuali. Con la possibilità, da parte di chi legge, di accedere alla "base empirica" visuale, interagendo direttamente col testo della rivista *Sociologie*, si voleva riconoscere l'importanza cruciale dell'elemento visuale non solo nella comunicazione scientifica, ma nella costruzione stessa della teoria e dell'analisi sociologica! Eravamo determinati a integrare il visuale in modo significativo nel progetto "Sociologie", al fine di migliorare l'accessibilità, l'impatto e la fruibilità dei suoi contenuti: dovevamo trovare una soluzione.

Riprendemmo la proposta su cui stavo lavorando da qualche anno e che era uscita proprio nel volume curato assieme ad Andrea (Sacchetti, Spreafico 2017). Si trattava di rendere la possibilità materiale di far interagire testo scritto e video, immagini o elementi audio attraverso l'inserimento di codici a "risposta rapida" (QR-Code³) direttamente nel testo, con la possibilità di accedere in modo interattivo a contenuti multimediali caricati sul web, tramite l'uso di applicazioni che sfruttano il *device* di acquisizione di immagini dei dispositivi portatili smartphone e tablet (Sacchetti 2017). Questa modalità è stata sperimentata nella pubblicazione di un volume relativo a un progetto di ricerca-azione sul mondo della donazione (Fiori, Sacchetti 2015)⁴.

Il progetto *Donaction (ibidem)* prevedeva una serie di azioni multilivello integrate online e offline per la sensibilizzazione dei giovani sul tema della donazione (sangue, organi, ecc.). Il fulcro visuale del progetto consisteva nella produzione visuale degli studenti delle scuole superiori a cui era rivolto un contest creativo. Al tempo stesso anche le modalità di contatto con i potenziali partecipanti al contest erano visuali: la fase precedente del processo di ricerca-azione partecipata prevedeva la co-progettazione di video-interviste a persone che avevano ricevuto una donazione, o di familiari di chi aveva donato. Questi video, oltre a farci accedere al senso soggettivamente inteso di un'esperienza emotivamente così pregnante, sono stati poi utilizzati come materiale informativo e di sensibilizzazione durante la fase di promozione del contest nelle scuole. Nella comunicazione dei risultati attraverso un prodotto cartaceo si poneva, dunque, un problema di limitazione della rappresentazione del percorso di ricerca e di produzione della conoscenza basato sul visuale e di quello della produzione originale delle rappresentazioni dei partecipanti al contest. In particolare, per i prodotti video la modalità classica di rappresentazione sul cartaceo era quella di riportare uno o più fermoimmagine, a cui si abbinava la trascrizione del parlato. Tuttavia questa soluzione non pareva soddisfacente per quanto

³ "QR-Code" è un marchio registrato di *Denso Wave Incorporated*, utilizzabile liberamente.

⁴ Una seconda sperimentazione è stata proposta in occasione della sessione di *poster presentation* alla 6th *Ethnography and Qualitative Research Conference* (University of Bergamo), cfr Sacchetti, Scaratti (2016). In questo caso i QRcode sono stati utilizzati per inserire due contenuti visuali prodotti durante la ricerca: il primo è il video della preghiera di un rito funebre islamico svoltosi in Italia e seguito da una video-intervista all'Imam che lo ha guidato, mentre il secondo consiste in una raccolta fotografica prodotta sul campo in Marocco.

riguardava la possibilità di una immedesimazione empatica dell'audience né per la rappresentazione del senso soggettivamente inteso dai partecipanti, accompagnato dal loro carico emozionale, e nemmeno per dare a chi avrebbe letto una possibilità di interpretazione indipendente del materiale video. Per cercare di ovviare a questa impasse abbiamo inserito all'interno del testo una serie di QR-Code che lo hanno reso interattivo e hanno dato la possibilità di visualizzare, durante il processo di lettura, tutta la serie di materiali visuali – dinamici e non – a cui fa riferimento il testo (cfr. Sacchetti 2017).

L'introduzione dei codici QR ci sembrò, dunque, una buona soluzione pratica per raggiungere il nostro obiettivo con la sezione visuale della rivista. Al di là delle specifiche tecniche, reputavamo questa operazione molto importante in quanto il visuale produce degli effetti sulla conoscenza; non solo su quella delle ricercatrici e dei ricercatori che utilizzano un approccio visuale, ma anche su quella dei soggetti che partecipano alla ricerca (Banks 2001; Pink 2003; 2015) e dei destinatari della visione dei lavori di ricerca che vengono prodotti (Rose 2001). Ci si deve interrogare, allora, non solo sulle modalità di costruzione della conoscenza visuale, ma anche su come essa circoli una volta generata in forma di articolo testuale, video documentario, fotografie, o altro. Nell'ambito dell'antropologia visuale, Francesco Marano (1997, 88) mette in evidenza come

«nel passaggio dal documentalismo positivista all'osservazione partecipante e poi alla collaborazione abbiamo assistito alla sostituzione della misurazione e della classificazione con l'esperienza e la narrazione, per passare infine all'interpretazione. Questi spostamenti metodologici segnalano anche focalizzazioni diverse sui soggetti della comunicazione: la misurazione e la classificazione sono centrate sui soggetti documentati come se fossero oggetti; l'esperienza e la narrazione definiscono l'autore e il suo punto di vista, ma anche i soggetti filmati quando il film diventa spazio per una autorappresentazione o comunque per la conoscenza del punto di vista nativo; l'interpretazione è una attività del fruitore, il quale elabora, sulla base della propria competenza e dei propri desideri, un testo costruito da un autore in forma "aperta" proprio per prestarsi a letture diverse».

L'interpretazione come attività svolta da chi ne fruisce aggiunge un ulteriore livello di complessità alla fase di comunicazione dei risultati di uno studio. Questo aspetto rappresenta un'apertura significativa nel panorama della produzione visuale delle scienze sociali e dovrebbe ora incoraggiare le diverse discipline a riflettere seriamente sulle modalità di disseminazione del proprio sapere e sulle opportunità di ampliare il proprio pubblico. Le modalità di interazione con il visuale rimangono distintive e, in particolare, Gillian Rose (2014, 39) argomenta che

«il significato del visuale viene comunicato da ciò che viene fatto con le immagini in momenti specifici di interpretazione ed evocazione. Le immagini non vengono considerate come veicoli di un significato intrinseco, bensì come elementi che possono essere organizzati in varie modalità».

I materiali visivi sono concepiti per generare significato in base al contesto in cui vengono utilizzati. Questo argomento ha spinto l'autrice a riflettere sul processo di costruzione dell'interpretazione già nel 2001. Integrando le riflessioni di David Morley (1992) e Shaun Moores (1993), ha proposto un'etnografia dei pubblici (*ethnography of audiencing*), focalizzata sull'analisi delle pratiche e delle dinamiche di fruizione. Attraverso questa modalità, si intende esaminare la risposta del pubblico di fronte a un'immagine visuale e come questa risposta si traduca in una specifica comprensione

dell'immagine stessa. Inoltre, si analizza come spettatori differenti reagiscano in modo diverso alla stessa immagine al fine di evidenziare la complessità del processo di interpretazione (Rose, 2001). Questi approcci visivi rappresentano un notevole passo avanti poiché dedicano maggiore spazio e considerazione a una gamma più ampia di ruoli e partecipanti, al di là dell'ambito accademico, riflettendo sul processo sia di produzione che di ricezione della comunicazione visiva. In tal senso, le possibilità dell'incontro etnografico si espandono e si articolano in diverse fasi che coinvolgono soggetti diversi, tra cui il lavoro sul campo, la restituzione dei risultati e la diffusione/divulgazione delle informazioni.

Quando ci si riferisce a testi o formati visuali concepiti in forma aperta, si può presumere che il pubblico si impegni in un processo ermeneutico, come proposto da Hans-Georg Gadamer (1960 [1983]), nel quale le pre-comprensioni culturali di ciascun individuo influenzano la sua interpretazione. Allo stesso tempo, le teorie della ricezione letteraria si concentrano sull'orizzonte di attesa di chi legge, come suggerito da Hans R. Jauss (1982) e sulla dimensione creativa della lettura che genera una comprensione provvisoria del testo, come indicato da Wolfgang Iser (1987).

In altre parole, quando il pubblico si confronta con testi o formati visivi aperti, è coinvolto in un processo interpretativo influenzato dalla propria cultura e dalle aspettative personali. Le teorie della ricezione letteraria evidenziano il ruolo attivo di chi legge nella costruzione del significato, enfatizzando la sua capacità di produrre una comprensione dinamica e soggettiva del testo.

Nel dibattito prospettico, si mette in discussione l'idea che il fruitore o lo spettatore sia passivamente "iscritto e posizionato dal testo", sostenendo piuttosto che possa esaminare e decidere autonomamente il significato proposto dall'autore in base alle sue caratteristiche sociali. Wilton Martinez (1992) va oltre questi modelli tradizionali, ponendo l'attenzione sul ruolo attivo dello spettatore nel processo di attribuzione di significato. Egli evidenzia che, attraverso un'interazione tra gli spazi interpretativi lasciati vuoti nel prodotto visuale, la rappresentazione intesa dall'autore e le influenze culturali individuali, è lo spettatore che assume un ruolo attivo nella produzione di senso. È pertanto compito dello spettatore chiudere il discorso aperto dalla narrazione visuale, contribuendo così alla costruzione finale del significato. Questa prospettiva accentua l'importanza dell'interazione dinamica tra autore e fruitore nello sviluppo e nella comprensione delle opere visuali (cfr. Marano 2007).

La conclusione di questo processo sottolinea l'importanza di una riflessione approfondita sulla responsabilità etica che deriva dal ruolo di chi interpreta e condivide le conclusioni con il pubblico. Questo aspetto è particolarmente rilevante nel contesto della pubblicazione e della diffusione dei risultati attraverso diversi mezzi di comunicazione. È essenziale comprendere che né i ricercatori né i partecipanti al progetto di ricerca possono esercitare un controllo completo su tutte le possibili interpretazioni che potrebbero derivare dal processo di diffusione dei dati.

Questa riflessione rimane fondamentale nel contesto delle implicazioni etiche e dei potenziali danni che le comunità o gli individui coinvolti nello studio potrebbero subire. È importante considerare attentamente le modalità di comunicazione e di rappresentazione dei risultati al fine di minimizzare il rischio di interpretazioni errate o dannose, e di garantire il rispetto e la tutela dei diritti e del benessere delle persone coinvolte nella ricerca (Rose 2001; Pink 2003).

4. Un ricordo finale

L'idea di introdurre una sezione visuale nella rivista "Sociologie" fu accolta con entusiasmo da tutta la redazione, che la considerò un'innovazione assolutamente originale nel panorama delle riviste italiane. Sin dal primo numero, questa sezione è stata una presenza costante oltre alla sezione monografica e alla sezione di articoli generali. Tuttavia, sentimmo la necessità di rafforzare ulteriormente il comitato scientifico della rivista coinvolgendo un'esperta di fama internazionale nel campo visuale. Il nome di Sarah Pink emerse immediatamente come scelta ideale. La contattai: le chiesi di avere accesso al suo recente lavoro video *Laundry Lives* e chiedemmo di recensirlo all'amico e collega Dom Holdaway (2021) dell'Università di Urbino Carlo Bo.

Durante questo periodo, intrattenni una corrispondenza regolare con la prof.ssa Pink, illustrandole il nostro progetto per la sezione visuale della rivista. Ogni volta che ricevevo una sua risposta, mi affrettavo a condividerla e discuterne con Andrea, Erika e Paola, i miei colleghi della sezione visuale. Una volta pubblicata la recensione, che piacque molto alla prof.ssa Pink, le proposi di unirsi al comitato scientifico di "Sociologie". Accettò con entusiasmo!

La mia felicità per questa importante integrazione nel comitato scientifico era palpabile e ho prontamente condiviso la notizia con Andrea, Erika e Paola tramite un messaggio whatsapp (era sera). Eravamo entusiasti di accogliere nella nostra rivista la massima esperta mondiale di sociologia visuale! Mi risposero tutti felicissimi della notizia.

Il mattino dopo cominciai a cercare Andrea al telefono per parlare di questa recente conquista con lui, ma scoprii che ci aveva appena lasciati.

La perdita di Andrea ha rappresentato un duro colpo per il progetto della rivista e per me personalmente. La sua passione e il suo impegno nel portare avanti la legittimità della ricerca visuale in Italia erano stati un motore trainante per il successo della rivista, inoltre era lui ad averci fatti incontrare per portare avanti il progetto generale. Dopo la sua scomparsa non è stato facile ripartire per la rivista, eravamo **tutte e tutti** profondamente e sinceramente scossi. Ma **tutti e tutte**, indistintamente, sentivamo davvero che portare avanti *Sociologie* era il modo più importante per onorare la memoria, l'impegno, la tenacia e le idee del nostro amico. Pur con questa grande tristezza tutta la redazione ha continuato e continua a lavorare per portare avanti il suo spirito e il suo impegno nel promuovere la ricerca sociologica visuale, e non solo, nel nostro Paese.

Riferimenti bibliografici

- Banks M. (2001), *Visual Methods in Social Research*, Sage, London.
- Bartmanski D. (2015), *Refashioning sociological imagination: Linguality, visibility and the iconic turn in cultural sociology*, in "Chinese Journal of Sociology", 1(1): 136-161.
- Berger J. (2008), *Ways of seeing*, Penguin, London.
- Boehm G., Mitchell W.J. (2013), *Pictorial versus iconic turn: Two letters*, in Curtis N. (ed.) *The Pictorial Turn*, Routledge, London: 8-26.
- Carnap R. (1932), *Überwindung der Metaphysik durch Logische Analysis der Sprache*, "Erkenntnis", II: 213-41, (tr. it.) *Il superamento della metafisica mediante*

- l'analisi logica del linguaggio*, in Pasquinelli A. (a cura di), *Il Neo-empirismo*, UTET, Torino: 504-532.
- Fiori A., Sacchetti F. (2015), *Donaction. Ricerca-azione sulla donazione e i suoi processi comunicativi*, Franco Angeli, Milano.
- Gadamer H.G. (1960), *Wahrheit und Methode: Grundzüge einer philosophischen Hermeneutik*, J.C.B. Mohr, Tübingen, tr. it. Vattimo G. (a cura di) (1983), *Verità e metodo*, Bompiani, Milano.
- Garfinkel H. (1967), *Studies in Ethnomethodology*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Garfinkel H. (1991), *Respecification: Evidence for locally produced, naturally accountable phenomena of order, logic, reason, meaning, method, etc. in and as of the essential haecceity of immortal ordinary society (I) – An announcement of studies*, in Button G. (ed.), *Ethnomethodology and the Human Sciences*, Cambridge University Press, Cambridge: 10-19.
- Garfinkel H., Rawls A., Lemert C.C. (2015). *Seeing sociologically: The routine grounds of social action*, Routledge, London.
- Gellner E.A. (1964), *Concept*, in Gould J., Kolb W.L. (eds.), *A Dictionary of the Social Sciences*, Free Press, Glencoe.
- Gerstlé J. (1989), *Concepts, théories et programmes de recherche*, in "Revue Internationale des Sciences Sociales", 122: 673-681.
- Harper D. (1988), *Visual sociology: Expanding sociological vision*, in "The American Sociologist", 19(1): 54-70.
- Holdaway D. (2021), *Review of: Astari N., Pink S. (2015), Laundry Lives: Everyday Life and Environmental Sustainability, Anthropological film*, in "Sociologie", 2(1): 171-173.
- Hughes J.A., Sharrock W.W. (1997), *Filosofia della ricerca sociale*, il Mulino, Bologna, 2005.
- Iser W. (1979), *The act of reading*, Routledge, London.
- Jauss H.R. (1982), *Aesthetic experience and literary hermeneutics*, Minnesota Press, Minneapolis.
- Laforest M., Vincent D. (dir.) (2006), *Les interactions asymétriques*, Éditions Nota bene, Québec.
- Marano F. (2007), *Camera Etnografica. Storie e teorie di antropologia visuale*, FrancoAngeli, Milano.
- Marradi A. (1994), *Referenti, pensiero e linguaggio: una questione rilevante per gli indicatori*, in "Sociologia e Ricerca Sociale", 43: 137-207.
- Martinez W. (1992), *Who constructs anthropological knowledge? Toward a theory of ethnographic film spectatorship*, in Crawford P.I., Turton D. (eds.), *Film as ethnography*, Manchester University Press, Manchester, 131-163.
- Meyer M. (2008), *La sociologia visuale per "indagare visualmente"? L'immagine come oggetto, lavoro e cultura dell'inchiesta qualitativa*, in "M@gm@. Rivista Internazionale di Scienze Umane e Sociali", 6, 2: http://www.magma.analisiqualitativa.com/0602/articolo_03.htm.
- Moores S. (1993), *Interpreting Audiences: The Ethnography of Media Consumption*, Sage, London.
- Morley D. (1992), *Television, Audiences and Cultural Studies*, Routledge, London.

- Orletti F. (2000), *La conversazione diseguale. Potere e interazione*, Carocci, Roma, 2013.
- Pink S. (2003), *Interdisciplinary agendas in visual research: re-situating visual anthropology*, in “Visual studies”, 18(2): 179-192.
- Pink S. (2015), *Doing sensory ethnography*, Sage, London.
- Rose G. (2001), *Visual methodologies*, Sage, London.
- Rose G. (2014), *On the relation between ‘visual research methods’ and contemporary visual culture*, in “Sociological Review”, 62(1): 24-46.
- Rose G., Tolia-Kelly D.P. (eds.) (2012), *Visuality/Materiality: Images, Objects and Practices*, Ashgate, Farnham.
- Sacchetti F. (2016), *La ricerca visuale riflessiva tra produzione e ricezione: spunti dall’approccio culturale*, in “SocietàMutamentoPolitica Rivista italiana di sociologia”, 7(14): 57-78. <https://doi.org/10.13128/SMP-19696>
- Sacchetti F. (2017), *Realtà aumentata. Integrare la multisensorialità nella scrittura delle scienze Sociali*, in Sacchetti F., Spreafico A. (a cura di), *op. cit.*
- Sacchetti F., Scaratti M. (2016), “Muslim death rituals between Italy and Morocco. Issues about the repatriation of the body”, Conference Poster: 6th “Ethnography and Qualitative Research Conference” (University of Bergamo). DOI: 10.13140/RG.2.1.4620.4407
- Sacchetti F., Spreafico A. (a cura di) (2017), *Dimensioni visuali della pratica sociologica*, Altravista, Broni-Pavia.
- Sacks H. (1964-72), *Lectures on Conversation*, Blackwell, Cambridge, 2 vol., 1992.
- Spreafico A. (2016), *Su alcune forme dell’agire visuale*, in “SocietàMutamentoPolitica. Rivista italiana di sociologia”, 7, 14: 175-198, in Spreafico A., Ciampi M., Pentimalli B. e Sacchetti F. (a cura di), *op. cit.*
- Spreafico A. (2017), *L’uso delle immagini nella descrizione sociologica e il “potere” del ricercatore: il caso delle “data session” nell’analisi multimodale delle interazioni sociali*, in Sacchetti F., Spreafico A. (a cura di), *Dimensioni visuali della pratica sociologica*, Altravista, Broni-Pavia.
- Spreafico A., Ciampi M., Pentimalli B., Sacchetti F. (a cura di) (2016), *Sociologia, immagini e ricerca visuale*, in «SocietàMutamentoPolitica. Rivista italiana di sociologia», 7, 14.
- Wittgenstein L. (1941-49/1953), *Ricerche filosofiche*, Einaudi, Torino, 2009.
- Wittgenstein L. (1949-51/1969), *Della certezza. L’analisi filosofica del senso comune*, Einaudi, Torino, 1999.
- Wittgenstein L. (1950-51/1977), *Osservazioni sui colori. Una grammatica del vedere*, Einaudi, Torino, 2000.