

Antropologia, ricerca sul campo e comunicazione visiva: il fumetto come strumento e linguaggio della scrittura etnografica

Abstract

Lo sviluppo delle scienze sociali in ambito accademico incoraggia il confronto tra le metodologie in uso nelle diverse discipline. In particolare, in ambito antropologico il lavoro sul campo pone problemi precisi da affrontare con strumenti idonei di raccolta e di analisi.

Infatti, molte sono le espressioni della vita culturale e i modi con cui il ricercatore legge e interpreta l'esperienza vissuta dell'alterità culturale: l'allestimento museale, la fotografia e il supporto audio-visivo sono solo alcuni degli strumenti con i quali l'etnografo trae stimoli e informazioni sulla cultura studiata. Questa continua esigenza di interrogarsi sulle molteplici possibilità del "fare antropologia" nelle società contemporanee ha aperto la strada a nuove forme di rappresentazione dei contesti sociali e di ri-pensamento e messa in discussione dei modi con i quali l'etnografia può essere comunicata.

Scopo del lavoro è dunque quello di analizzare una di queste nuove forme di scrittura etnografica: il fumetto. In quanto linguaggio visivo in grado di offrire una visione culturale e sociale della realtà, esso si manifesta come strumento atto a ri-presentare il lavoro di ricerca qualitativa sotto nuovi punti di vista.

In ambito internazionale sono presenti lavori accademici che hanno utilizzato la comunicazione visiva fumettistica, come *Public space, information, accessibility, technology and diversity at Oslo University College*, ricerca etnografica che prende in esame i problemi relativi allo spazio pubblico e quelli legati alla formazione dell'identità singolare e collettiva all'interno del campus dell'Università di Oslo, e il progetto *Africa Comics*, finalizzato allo sviluppo e alla promozione del fumetto come veicolo di idee e strumento di lettura della realtà dei paesi africani.

L'immagine esercita un grande potere verso chi la osserva, e oggi, alla luce dei fatti di *Charlie Hebdo*, è importante interrogarsi sull'uso dell'immagine in ambito politico e sociale e sul suo utilizzo nella metodologia e nella ricerca delle Scienze Sociali.

Parole Chiave: Etnografia, Ricerca qualitativa, Antropologia visiva, Studi Culturali, Metodi e tecniche visuali

Premessa

Devo promettere di descrivere sempre quello che vedo, in queste pagine. La Francia soffre di negazione della realtà. Tentiamo sempre, visto che amiamo Rousseau, di dipingere un mondo meno di merda di quello vero. Questo non ci salverà. Non voglio odiare nessuno, non voglio perdere la speranza. Ma devo sforzarmi di non

descrivere un mondo diverso da quello che vedono i miei occhi. Senza edulcorarlo. E pazienza se darò un dispiacere alla mia essenza umanista.¹

Dopo l'attentato alla sede del giornale satirico *Charlie Hebdo*, l'intera società occidentale è tornata a riflettere sul discorso relativo al valore delle immagini nel mondo contemporaneo e al loro ruolo nella comunicazione di idee e significati.

Nella nostra esistenza quotidiana siamo continuamente stimolati da produzioni visive che veicolano segnali e messaggi, e l'attacco a *Charlie Hebdo* non ha fatto altro che evidenziare la forza intrinseca delle immagini e l'efficacia concreta della rappresentazione; ovvero ciò che lo storico dell'arte David Freedberg chiama "operatività delle immagini"², e l'antropologo Alfred Gell "agency"³. Per entrambi gli autori le immagini sono dotate di un potere di fascinazione, di una "tecnologia dell'incanto"⁴ in grado di produrre determinate conseguenze sociali e in cui la forza si dimostra tanto più efficace quanto più tali processi risultano incomprensibili e attribuiti ad una *agency* che lo trascende. Questa operatività della visione è evidente nell'immagine religiosa, ma è invero una potenzialità che è presente in tutte le produzioni visive: "Tutte le immagini hanno una funzione significativa e significativa che precede la loro istituzionalizzazione per mezzo della consacrazione o di qualsiasi altro atto o rito"⁵.

Questa breve premessa mi conduce a riflettere sul ruolo e sul contributo delle immagini nelle scienze sociali; nel lavoro di ricerca sul campo esse si contraddistinguono sia come oggetti da raccogliere, sia come strumenti con cui raccogliere dati: la macchina fotografica e la videocamera sono mezzi funzionali con cui catturare gesti, atti e momenti che contraddistinguono la quotidianità della realtà indagata, permettendo di far emergere particolarità e specificità che possono sfuggire nell'osservazione diretta del fenomeno sociale. Se l'ambiente culturale deve essere letto come un testo, o un insieme di testi, allora la scrittura etnografica deve essere capace di comunicare l'esperienza del campo, di suscitare sensazioni, di mettere a disagio lo spettatore; il compito del ricercatore è dunque nel saper utilizzare differenti linguaggi espressivi quali fotografia, filmati, allestimenti museali, strumenti in grado di veicolare una riflessione critica sullo stesso sguardo dello studioso:

L'etnografia odierna, anzi, quale pratica e rappresentazione, [...], è divenuta elemento distintivo delle scienze sociali nel loro complesso e delle *humanities*, configurandosi, per il suo carattere *insightful*,

¹ Sfar, J., 2016, *Se Dio esiste. Quaderni parigini. Gennaio-Novembre 2015*, Rizzoli, Milano, pag. 25.

² Freedberg, D., 1993, *Il potere delle immagini*, Einaudi, Torino, pag. 121.

³ Cfr: Gell, A., 1998, *Art as Agency. An Anthropological Theory*, Oxford University Press, Oxford-New York.

⁴ Cfr: Gell, A., 1992, "The technology of enchantment and the enchantment of technology", in Coote, J., Shelton, A., eds by, *Anthropology, Art and Aesthetics*, Clarendon, Oxford, pp. 40-66.

⁵ Freedberg, D., 1993, *Il potere delle immagini*, pag. 151.

come modello paradigmatico della conoscenza empiricamente fondata. Riflettere sull'etnografia, dunque, significa anche riflettere su un imprescindibile vettore di conoscenza.⁶

Tra questi mezzi di comunicazione, il caso della vignetta fumettistica è molto interessante da analizzare: innanzitutto, perché la produzione fumettistica nasce come linguaggio “dal basso”, come un “movimento popolare” nel quale gli autori inseriscono nelle trame delle loro storie osservazioni e critiche sociali o politiche. Questo aspetto si manifesta ancora di più oggi, con la presenza di generi quali la *graphic novel* e il *graphic journalism* che puntano a realizzare storie inerenti la realtà politica, la denuncia sociale e la descrizione di determinati contesti culturali: autori come Joe Sacco, Guy Delisle, Emmanuel Guibert hanno realizzato interessanti reportage, molto letti proprio in virtù della presenza di immagini in sequenza. È questa una delle forze dei fumetti: la loro importanza è sottolineata dal fatto che sono letti da una grande quantità di pubblico.

Ritengo però necessario sottolineare che il ruolo dei fumetti come “riflettori passivi” della cultura è forse più importante del loro ruolo attivo di artefice di quella cultura; infatti: “Ascrivere la loro grande, duratura popolarità al loro ruolo di folklore è esplorare soltanto un aspetto di questa popolarità”⁷.

Occorre dunque esaminare criticamente la *raison d'être* del fumetto sia in quanto linguaggio, sia in quanto strumento di lettura e rappresentazione della realtà. Come sostenuto dai sociologi statunitensi David White e Robert Abel:

Poiché i *comics* toccano la cultura in una moltitudine di manifestazioni, [...] essi meritano uno studio come forze attive nello sviluppo dell'ethos nazionale. E poiché i loro creatori [...] riflettono invariabilmente quel pubblico e il suo modo di pensare, i *comics* sono una straordinaria messe di immagini rispecchianti ciò che noi, come popolo, siamo stati nell'ultimo mezzo secolo e siamo oggi.⁸

Utilizzare il fumetto nell'ambito delle scienze sociali può essere utile ai fini dell'osservazione e della comprensione di determinati aspetti o problematiche socio-culturali presenti nel vissuto del contesto indagato; inoltre, esso può manifestarsi come oggetto linguistico attraverso il quale riflettere criticamente circa i modi con i quali l'etnografo descrive e comunica ciò che osserva.

A tale proposito, il presente lavoro esaminerà due casi notevoli di uso del fumetto nella ricerca sociale: il primo riguarda il progetto *Africa Comics*, realizzato in Italia e finalizzato allo

⁶Faeta, F., 2011, *Le ragioni dello sguardo. Pratiche dell'osservazione, della rappresentazione e della memoria*, Bollati Boringhieri, Torino, pag. 30.

⁷White, D.,M., Abel, R., H., a cura, 1966, *Sociologia del fumetto americano*, Bompiani, Milano, pag. 10.

⁸Ivi, pag. 11.

sviluppo e alla promozione del fumetto come veicolo di idee e strumento di lettura della realtà dei paesi africani; il secondo l'opera *Public space, information, accessibility, technology and diversity at Oslo University College*, una ricerca etnografica condotta da due antropologhe norvegesi che prende in esame i problemi relativi allo spazio pubblico e quelli legati alla formazione dell'identità individuale e collettiva all'interno del campus dell'Università di Oslo.

L'esigenza di interrogarsi sulle molteplici possibilità del "fare antropologia" nelle società contemporanee ha aperto la strada a nuove forme di rappresentazione dei contesti sociali, e la riflessione sulle immagini "consente non solo di affrontare i temi presenti negli immaginari collettivi, ma anche di render conto delle loro dinamiche storiche."⁹

Leggere la società attraverso il fumetto: il progetto Africa Comics

Il progetto ha lo scopo di promuovere e diffondere il lavoro dei fumettisti africani in Europa, per permettere loro di entrare a far parte del mercato internazionale e per sensibilizzare il pubblico occidentale alle tematiche dell'intercultura attraverso il fumetto, uno strumento di immediato impatto comunicativo.¹⁰

Africa Comics nasce nel 1999 su un'idea della ong *Cefa- Il seme della solidarietà* e della rivista *Africa e Mediterraneo*.

La proposta ha come obiettivo la ricerca della produzione fumettistica nei diversi paesi dell'Africa, in modo da usufruire di materiale per sensibilizzare il pubblico occidentale verso la realtà contemporanea africana. Successivamente, la stessa rivista ha realizzato un nuovo progetto, ribattezzato *Matite Africane in Europa*, con la collaborazione dell'associazione parigina *L'Afrique dessinée*, diretta da Christophe Ngalle Edimo, e il finanziamento dell'Unione Europea.

La diffusione del fumetto ha fondato nuovi dibattiti e riflessioni concernenti i modi di rappresentazione della cultura e della società dei paesi africani. Il merito del progetto *Africa Comics* è quello di realizzare pubblicazioni, mostre, cataloghi e incontri con l'autore atti a stimolare l'interesse e l'apertura verso un percorso artistico e comunicativo in grado di illustrare, in maniera chiara e diretta, temi e problematiche di grande complessità.

L'attenzione è incentrata sulla raccolta di storie e tavole impegnate su temi diversi: il fumetto è usato nelle sfide dell'educazione e della sensibilizzazione politica, grazie a una generazione di autori che si contraddistingue per l'acuta osservazione della realtà, per il fine umorismo e per l'attenzione sociologica.

⁹Pennacini, C., 2010, *Immagini*, in Pennacini, C., *La ricerca sul campo in antropologia. Oggetti e metodi*, Carocci, Roma, pp. 187-221, cit. pag. 200.

¹⁰Sandra Federici, direttrice della rivista *Africa e Mediterraneo*, in un'intervista svolta nell'ottobre 2011.

Tuttavia, le insidie per questi artisti non mancano: l'assenza di editori, le avversità nella pubblicazione e la mancanza di un vero mercato contribuisce a generare una condizione di grande difficoltà in tutta l'area africana (con la sola eccezione del Sud Africa).

Ciò nonostante, i fumettisti si cimentano in numerosi generi, e i principali filoni tematici sono due:

... da un lato c'è una produzione spontanea di riviste ed album [...], questo tipo di produzione spazia tra diversi generi e temi: dagli album storici alle storie poliziesche, da quelle umoristiche alle storie avventurose sul modello delle nostre riviste da edicola.

[...] Dall'altro lato c'è invece il settore in cui l'artista agisce in un'atmosfera modificata, "protetta", quella in cui è presente un finanziatore o un premio, dove l'autore produce un'opera su committenza o per colpire una giuria. I temi [...] riguardano il tema dell'immigrazione, dei diritti umani, della condizione femminile, della povertà, dell'educazione sanitaria o ambientale.¹¹

Le prime storie a fumetti pubblicate in Africa sono state fortemente influenzate dallo stile europeo, soprattutto da quello della scuola franco-belga.

È soltanto con la decolonizzazione che cominciano a comparire storie scritte e disegnate da autori africani per lettori africani: sono narrazioni che puntano ad alfabetizzare la popolazione e soprattutto a divulgare l'eroica resistenza contro i colonizzatori europei, a diffondere dunque l'orgoglio per le origini e i costumi della popolazione nera. Esse sono produzioni figlie del loro tempo, l'epoca della *nation-building*, specchio di una realtà politica che hanno sostenuto un processo di "africanizzazione", di una costruzione dell'identità. Questo sentimento legato alla rappresentazione delle radici culturali è presente anche nelle nuove generazioni di artisti, che non esitano ad attingere alla tradizione artistica e figurativa della loro terra.

A questa ricerca di un'identità culturale, espressa nella trasposizione dei racconti tradizionali e dall'impiego della senghoriana¹² *Négritude*, si è contrapposto uno stile differente stimolato dall'impatto dei mass media nell'ultimo quarto di secolo: la fiction radiofonica, il cinema, la televisione e la ricezione satellitare hanno investito il fumetto africano contemporaneo, influenzando numerosi autori e artisti.

I fumettisti africani moderni sono profondamente immersi nel loro contesto socio-politico: le loro storie hanno un taglio psicologico, c'è un interesse verso l'attualità e il disegno è sempre più curato e meticoloso nei dettagli.

¹¹ Ibidem.

¹² Leopold S. Senghor (1906- 2001), è stato un politico e poeta senegalese. Primo presidente del Senegal (in carica dal 1960 al 1980), è stato tra gli ideatori della *Négritude*, movimento letterario, culturale e politico che rivendicava le qualità peculiari delle popolazioni nere.

In particolare, si riscontra una crescita del disegno satirico, che prende di mira la venalità, la corruzione e la vanagloria degli uomini politici. Questa predilezione per la vignetta politica può collegarsi a una tradizione di dissidenza popolare nota nell’Africa francofona con il nome di *Radio Trottoir*: radio da marciapiede, ovvero una comunicazione informale e popolare propria dei contesti urbani, che con l’uso del ridicolo trasmette il dissenso contro il potere: “Attraverso la denigrazione del *Radio Trottoir*, l’uomo della strada addomestica e indebolisce il potere.”¹³

Il moderno fumetto africano è dunque una forma culturale universale, senza frontiere, e i suoi autori si orientano in questo cosmo composto da immagini compiendo precise scelte stilistiche e formali:

Al pari di altre forme espressive “venute con l’aereo” (la pittura su tela, il teatro in sala, il romanzo, il cinema) l’odierno fumetto africano testimonia di un’appropriazione riuscita, più che una forma di espressione artistica di meticcio o il frutto di un mimetismo culturale.¹⁴

Il disegno ha dentro di sé un potenziale comunicativo capace di sostenere campagne di coscienze civili e progetti di sviluppo. Lo hanno compreso anche gli autori africani che non pongono più limiti alla loro libertà espressiva e fondano la tradizione dei *griot*, i cantastorie del villaggio, con la modernità della comunicazione, ponendo in questo modo uno sguardo critico sulla società in cui vivono.

Un fumetto antropologico: la ricerca nel campus del college di Oslo

E se la gente non lo comprendesse? Come lo interpreteranno? Che cosa diranno gli antropologi? Ce lo siamo chiesti prima di pubblicare il fumetto. Non senza paura. Non senza dubbi. L’antropologia riguarda la scrittura. Ma i fumetti, queste divertenti storie che ci allietano sul giornale durante la lettura a colazione - sono una valida forma di presentazione dei risultati etnografici?¹⁵

L’idea di un fumetto antropologico rompe con le tradizionali vie di ricerca e di indagine etnografica; a tale proposito, le ricercatrici norvegesi Aleksandra Bartoszko e Anne Leseth hanno condotto nel 2009 un *fieldwork* all’interno del campus dell’Università di Oslo: l’indagine era incentrata sull’osservazione delle attività quotidiane svolte dagli studenti e dai dipendenti

¹³ Repetti, M., 2001, *Smash! Da Radio Trottoir al cartoon*, in *Africa e Mediterraneo* n. 37, Sasso Marconi, Edizioni Lai-momo, pp. 33-36, cit. p. 34.

¹⁴ Repetti, M., 2002, *Gulp!... un fumetto africano?*, in *Matite Africane. Fumetti e vignette dall’Africa*, Sasso Marconi, Edizioni Lai-momo, pp. 23-34, cit. p. 33.

¹⁵ Bartoszko Aleksandra, in un’intervista svolta nel luglio 2010.

dell'Università, al fine di valutare l'accessibilità dei luoghi e dei servizi di informazione e comprendere il meccanismo di elaborazione dello stereotipo e delle problematiche di inclusione/esclusione da uno spazio sociale.

Avevamo bisogno di qualcosa che potesse attirare l'attenzione di persone che erano “stufe di tutte queste indagini” per l'ambiente multiculturale, l'integrazione, l'esclusione e l'inclusione. Così abbiamo deciso di presentare i nostri risultati con una torsione. Abbiamo deciso di fare un fumetto antropologico.¹⁶

Presentare i risultati ottenuti sottoforma di fumetto ha stravolto il modo di pensare l'etnografia da parte delle autrici: la ricerca, pubblicata con il titolo *Public Space, information accessibility, technology and diversity at Oslo University College*, è una etnografia illustrata attraverso il linguaggio del fumetto, uno strumento che permette di colmare il *gap* tra le osservazioni delle autrici e l'immaginazione dei lettori, e consente la condivisione delle esperienze degli attori sociali coinvolti.

Il fine principale della ricerca è sottolineare i modi con cui i pregiudizi e gli stereotipi influiscono nella interazione con gli altri, soprattutto quando ci si trova di fronte a individui con una differente cultura o stile di vita, di cui si sa poco o nulla. La vignetta, in questo caso, permette di sottolineare tali atteggiamenti, rendendoli visibili e chiari:

Se non conoscono affatto l'individuo, gli osservatori possono raccogliere indizi dalla sua condotta e dalla sua apparenza, così da potersi servire di precedenti esperienze fatte con persone abbastanza simili all'individuo presente, o, cosa più importante, applicare ad esso stereotipi non controllati in precedenza.¹⁷

Sono aspetti che senza la mediazione del fumetto non sarebbero colti dal lettore, poiché il solo testo scritto, per quanto denso e ricco di informazioni, non può riuscire da solo a trasmettere l'idea delle emozioni, degli sguardi e dei messaggi provenienti dai movimenti del corpo come può farlo invece un'immagine.

Tuttavia, riuscire a instaurare un tale rapporto con il lettore non è un compito semplice, poiché ogni individuo ha una sua personale visione del mondo. Un esempio che chiarisce questa difficoltà è il rapporto instaurato dalle due ricercatrici con il disegnatore che ha collaborato alla produzione del *comic book*, il fumettista polacco Marcin Ponomarew:

¹⁶Bartoszko, A., 16 novembre - 20 novembre 2011 *What do our readers see? Lessons from making an Anthropological Comic Book*, Montreal, American Anthropological Association Annual Meeting.

¹⁷Goffman, E., 2011, *La vita quotidiana come rappresentazione*, Bologna, Il Mulino, cit. p. 11.

Abbiamo inviato i nostri manoscritti al vignettista. Alcuni disegni erano molto vicini a quello che abbiamo immaginato e visto durante il lavoro sul campo, altri erano completamente diversi. [...] Abbiamo lavorato con molte versioni di ogni storia in modo da ottenere “la giusta immagine”, per tradurre l’etnografia in parole e le parole in immagini.¹⁸

Come sostenuto dalla Bartoszko, l’ostacolo più grande da affrontare nella ricerca è stata l’individuazione di una “giusta immagine”, adatta a rappresentare dettagliatamente le situazioni osservate sul campo e in grado di evitare fraintendimenti o semplificazioni delle tematiche trattate.

Infatti, nel descrivere situazioni etnografiche, le autrici hanno presentato una loro visione della società, che ha origine dal modo di interpretare l’ambiente circostante: ogni individuo ha un proprio modo di vedere il reale derivato dal contesto culturale in cui è cresciuto, dall’educazione ricevuta e dalle esperienze vissute.

Il merito della scrittura per immagini è di avere fatto emergere questo aspetto, e le antropologhe non dimenticano di menzionarlo nei loro esempi:

La discrepanza di interpretazione [...] era visibile nei casi di descrizione delle emozioni e del linguaggio del corpo. Quando ho scritto che lo studente era disperato, ho immaginato una persona con le braccia rivolte verso il basso e con una espressione triste. Il vignettista ha disegnato un ragazzo con le mani alzate, come in un atto di preghiera, e le lacrime scendevano sul suo viso. Quindi, la parola “disperazione”, che nella mia testa, su una scala da 1 a 10, era sul livello 4, è stata disegnata come se fosse da 10. Nella testa del fumettista lo studente era molto più disperato.

Ho scritto che una ragazza era seduta da sola su una panchina, e il fumettista ha disegnato una nuvola grigia sopra la sua testa per evidenziarne la solitudine. Quando ho visto il disegno, sono tornata sui miei appunti per vedere quello che avevo annotato. E ho letto: “Una ragazza è seduta sulla panchina”. Beh, era da sola, non *sola*. Nella mia testa lei si stava solo riposando dopo alcune lezioni estenuanti.¹⁹

Le osservazioni sul campo sono state svolte in Norvegia, nel contesto scandinavo; i disegni venivano invece prodotti in Polonia, nello studio del fumettista, in un ambiente differente da quello dell’indagine. Dunque, nel disegno si riproducevano delle sfumature culturali differenti, osservabili nella rappresentazione di bevande, cibo e ambienti. È per questo che nel lavoro si è fatto uso dello *humour* e dell’ironia, poiché sono le forme più adatte ad esprimere le esperienze soggettive degli informatori.

Grazie a questa esperienza di lavoro e studio, le antropologhe hanno compreso l’importanza della consapevolezza verso il lettore e le sue predisposizioni culturali e personali. Gli studiosi danno

¹⁸Bartoszko, A., 2011, op. cit.

¹⁹ Ibidem.

spesso per scontato che i gruppi di riferimento delle indagini sociali (studenti, antropologi, professionisti, politici, pubblico in generale) hanno una percezione unanime delle cose. Purtroppo non è così, ed il fumetto, come strumento della ricerca socio-culturale, può essere considerato come un utile mezzo di presentazione delle ricerche volto a colmare le imprecisioni delle descrizioni etnografiche.

Il testo resta imprescindibile nel lavoro antropologico, ma nell'epoca dei linguaggi visivi il pubblico ha necessità di essere coinvolto nella mediazione che l'autore compie nel testo, e ricercare nuove vie di trasmissione della conoscenza antropologica deve essere il proposito di ogni autore; questo messaggio è stato colto da Aleksandra Bartszko e da Anne Leseth, che con l'ausilio del fumetto hanno affrontato temi complessi e difficili, resi più accessibili grazie alla narrazione fumettistica:

... abbiamo usato le immagini per creare comprensione dei problemi menzionati. E io vedo questo metodo assolutamente rilevante. Ed è ancora più rilevante in quanto si tratta di stereotipo e di diversità culturale, poiché spesso il nucleo dei meccanismi relativi a queste tematiche sono fortemente collegati al visivo.²⁰

Ritengo importante sottolineare che gli informatori sono stati molti disponibili poiché il fumetto, a differenza della fotografia e del video, permette di preservare l'anonimato della persona; i soggetti partecipanti sono stati allora molto più liberi e aperti nel comunicare le proprie esperienze vissute all'interno dello spazio del campus. Inoltre, il lavoro è stato accolto molto positivamente dal mondo accademico:

Abbiamo ricevuto commenti positivi da studenti, impiegati dell'Università e colleghi antropologi. Non hanno solo riguardato gli aspetti estetici del fumetto o il modo innovativo di presentare la ricerca, ma anche le valutazioni sulle questioni sollevate nei fumetti. Ci è stato detto che il libro ha fatto riflettere la gente.²¹

L'obiettivo del fumetto non era solo quello di informare ed educare, ma intrattenere e stimolare la discussione tra i lettori. Le stesse autrici affermano che il fumetto difficilmente potrà mai essere uno strumento di indagine antropologica, ma sicuramente in determinate ricerche,

²⁰ Ibidem.

²¹ Ibidem.

indagini e analisi socio-culturali, esso può rappresentare un mezzo in grado di veicolare idee e pensieri di determinati costumi e culture.

Conclusione

Il presente lavoro permette l'elaborazione di una serie di valutazioni riguardanti le nuove vie di indagine sociale nella società contemporanea.

Gli scienziati sociali si muovono all'interno di un mondo che va ridefinendo il suo immaginario, in un processo che investe la società occidentale, gli strati sociali trascurati all'interno di essa e le società non occidentali, da sempre soggetti privilegiati del discorso antropologico e della rappresentazione etnografica; negli studi sull'immagine, essi sono passati da una dimensione arcaica ad una post-moderna, da una concezione magica ad una di tipo virtuale, attraverso la diffusione di mezzi quali la televisione, il cinema, il *videogame*, la rete, il fumetto.

Attraverso la dualità "immagine esteriore/immagine simbolica" è possibile porre le basi per un discorso antropologico fondato sulla concezione che le immagini non solo sono produzioni di un determinato mezzo (fotografia, video, illustrazione) ma sono anche produzioni della nostra mente, "nel quale generiamo immagini personali (sogni, immaginazione e percezioni) che interagiscono con il mondo visibile"²².

Ogni individuo vive con le immagini, comprende il mondo attraverso esse, e questa relazione iconica si rinnova nella produzione fisica dell'immagine organizzata nello spazio sociale. In accordo con Hans Belting, se per l'antropologia contemporanea "l'uomo appare non più come signore delle proprie immagini, bensì, in maniera del tutto diversa, come "luogo delle immagini" che ne occupano il corpo"²³, allora la restituzione del vero, degli sguardi, dei gesti e delle emozioni dei fenomeni sociali diventa dunque il fine della pratica etnografica: "Il come vediamo declina e coniuga l'ideologia stessa della rappresentazione come motore della produzione di strumenti per la rappresentazione, come motore dell'inconscio benjaminiano."²⁴

L'atto del rappresentare si afferma come manifestazione contemporanea di presenza e differenza, ovvero di invenzione dell'altro, aprendo a nuove percezioni circa le narrazioni e gli sguardi presenti nelle visioni della realtà odierna.

Oggi, dal punto di vista etnografico, le immagini non postulano più la presenza continua e irrinunciabile dell'osservatore, ma hanno assunto il ruolo di modelli di una determinata realtà etnografica, riguardante l'idea del mondo che il loro autore possiede:

²² Belting, H., 2011, *Antropologia delle immagini*, Roma Carocci, p.10.

²³ Ibidem, p. 20.

²⁴ Marbello, C., 2011, *Sulle tracce del vero. Cinema, antropologia, storie di foto*, Milano, Bompiani, pag. 22.

Non si tratta soltanto di aggiungere o sovrapporre “nuove immagini” a quelle già esistenti, si tratta di integrare il movimento di un immaginario specifico, organicamente legato alla storia della Rappresentazione Figurativa, le sue poste, i suoi avatar e le sue crisi, in un altro tipo di immaginario, legato ad un ordine visivo completamente altro.²⁵

Il fumetto, nell’analisi che abbiamo sviluppato, rientra pienamente in questa nuova sfida del discorso etnografico, poiché esso scaturisce dall’incontro tra autore e realtà, tra soggetto e oggetto, tra io e altro. La sequenzialità dell’immagine costituisce di per sé un forma di linguaggio diversa dalla scrittura, ma per un verso può essere associata ad essa, pur conservando le sue peculiarità: le immagini esprimono direttamente il progetto conoscitivo che le genera, guidando il discorso dell’autore e parlando di lui.

Studiosi e critici della società di massa parlano oggi comunemente dei comics come di “un nuovo rituale religioso”, di un’arte “popolare” che avrebbe preso il posto dei paladini e degli eroi più o meno antichi, a suo tempo creati da una multiforme tradizione folcloristica, dal bisogno di conforto, speranza, giuoco, evasione, di simboli magici e ritualistici, di modelli abbastanza semplici e comprensivi da garantire l’identificazione. Ma quello che è più interessante è che tutti, indistintamente, non solo non possono più contestare ai comics il “diritto di cittadinanza” nella cultura contemporanea, ma anzi devono accettarla come una componente indispensabile e decisiva della psicologia dell’uomo-massa.²⁶

Le parole di Roberto Giammanco risuonano oggi più che mai attuali, poiché rilevano con chiarezza il ruolo del fumetto come un prodotto culturale che esprime e rappresenta il contemporaneo. Nelle scienze sociali è essenziale cogliere gli aspetti più semplici del quotidiano, quindi: “anche laddove sono presenti documenti scritti, la documentazione visiva nelle sue varie forme consente l’analisi di particolari forme sistemi di rappresentazione, integrando (o addirittura in taluni casi sostituendo) l’osservazione diretta sul campo.”²⁷

I fumetti si costituiscono come una delle forme più semplici e popolari di raccolta di “documentazione visiva” e, come mostrato nella ricerca di Oslo e nel progetto *Africa Comics*, possiedono delle potenzialità insite, in grado di coinvolgere il campo dell’antropologia e quello dell’arte, al fine di rappresentare la documentazione, la ricerca e le tematiche attraverso l’esperienza estetica. Sono uno strumento con cui sperimentare modi di comunicare il contemporaneo, di

²⁵Renaud, A., 1989, *Pensare l’immagine oggi*, in Anceschi, L., a cura, 1989, *Videoculture di fine secolo*, Napoli, Liguori Editore, cit. p. 18.

²⁶Giammanco, R., 1966, *Il sortilegio a fumetti*, Mondadori, Milano, pag. 7.

²⁷Pennacini, C., 2010, *Immagini*, in Pennacini, C., a cura, *La ricerca sul campo in antropologia*, pp.197-221, cit pag. 205.

trasmettere la conoscenza e di costruire nuovi discorsi come dispositivi sociali atti a promuovere e salvaguardare un patrimonio culturale fatto di esperienze di vita della comunità, di storie di riscatto o risarcimento, di cose minori, di narrazioni quotidiane e di nostalgie per paesaggi e luoghi perduti.

All'immagine viene quindi affidato il compito di comprendere un mondo incomprensibile e di dispiegare una rete di segni che orientino una realtà spesso sconnessa e segmentata: essa tenderà sempre più ad appartenere all'ambito interpretativo.

Una nuova strada di interpretazione e scrittura delle culture è stata tracciata: spetta ai ricercatori cominciare a lavorare e a coltivare questa nuova via, ampliandola con nuove teorie, proposte, ricerche.

Bibliografia

Abel, R. H., White, D. M., a cura, 1963, *The Funnies- an American Idiom*, New York, Free Press of Glencoe; trad. it. 1966, *Sociologia del fumetto Americano*, Milano, Bompiani.

Adams, J., 2008, *Documentary Graphic Novels and Social Realism*, Berna, Peter Lang.

Affergan, F., 1987, *Exotisme et alterité. Essai sur les fondements d'une critique de l'anthropologie*, Paris, Presses universitaires de France; trad. it. 1991, *Esotismo e alterità. Saggio sui fondamenti di una critica dell'antropologia*, Milano, Mursia.

Amselle, J. L., 2005, *L'art de la friche. Essai sur l'art africain contemporain*, Paris, Editions Flammarion; trad. it. 2007, *L'arte Africana contemporanea*, Torino, Bollati Boringhieri.

Barbieri, D., 1991, *I linguaggi del fumetto*, Milano, Bompiani.

Barker, M., 1988, *Comics: Ideology, power and the critics*, Manchester, Manchester University Press.

Bartoszko, A., Leseth, A. B., Ponomarew, M., 2010, *Public Space, Information, Accessibility, Technology and Diversity at Oslo University College*, Oslo.

Belting, H., 2001, *Bild-Anthropologie. Entwurf für eine Bildwissenschaft*, Munich, Wilhelm Fink; trad. it. 2011, *Antropologia delle immagini*, Roma, Carocci Editore.

Bertasio, D., a cura, 1998, *Immagini sociali dell'arte*, Bari, Edizioni Dedalo.

Brancato, S., 2010, *Sociologie dell'immaginario*, Roma, Carocci .

Chaney, M., 2011, *Graphic Subjects: Critical Essays on Autobiography and Graphic Novels*, Madison, University of Wisconsin Press.

- Clifford, J., 1997, *Routes. Travel and Translation in the late Twentieth Century*, Cambridge-London, Harvard University Press; trad. it. 1999, *Strade. Viaggio e traduzione alla fine del secolo xx*, Torino, Bollati Boringhieri.
- Douglas, A., Douglas, F. M., 1994, *Arab Comic Strips: Politics of an Emerging Mass Culture*, Bloomington, Indiana University press.
- Eco, U., 1964, *Apocalittici e integrati*, Milano, Bompiani.
- Esterhuysen, P., 2001, *L'azione educativa del fumetto. Un esempio sudafricano*, <<Africa e Mediterraneo>>, n. 37, pp. 42-45.
- Faeta, F., 1995, *Strategie dell'occhio. Saggi di etnografia visiva*, Roma, Franco Angeli.
- Faeta, F., 2011, *Le ragioni dello sguardo. Pratiche dell'osservazione, della rappresentazione e della memoria*, Torino, Bollati Boringhieri.
- Federici, S., Marchesi Reggiani, A., Repetti, M., a cura, 2001, *Matite africane. Percorsi di avvicinamento a realtà africane*, Sasso Marconi, Edizioni Lai-momo.
- Federici, S., Marchesi Reggiani, A., Repetti, M., a cura, 2002, *Matite africane. Fumetti e vignette dell'Africa*, Sasso Marconi, Edizioni Lai-momo.
- Franck, M., 2000, *Désirs d'Ailleurs*, Paris, Armand Colin; trad. it 2001, *Altrove, il settimo senso. Antropologia del viaggio*, Milano, MC Editrice.
- Freedberg, D., 1989, *The Power of images. Studies in History and Theory of Response*, Chicago, Chicago University Press; trad. it. 1993, *Il poteredelleimmagini*, Torino, Einaudi.
- Geertz, C., 1973, *The interpretation of Cultures*, New York, Basic Books; trad. it. 1987, *Interpretazione di culture*, Bologna, Il Mulino.
- Gell, A., 1992, "The technology of enchantment and the enchantment of technology", in Coote, J., Shelton, A., edits by, *Anthropology, Art and Aesthetics*, Clarendon, Oxford, pp. 40-66.
- Gell, A., 1998, *Art as Agency. An Anthropological Theory*, Oxford University Press, Oxford-New York.
- Giammanco, R., 1965, *Il sortilegio a fumetti*, Milano, Arnoldo Mondadori Editore.
- Goffman, E., 1959, *The presentation of Self in everyday life*, New York, Doubleday; trad. it. 1969, *La vita quotidiana come rappresentazione*, Bologna, Il Mulino.
- Grasseni, C., 2009, *Luoghi comuni. Antropologia dei luoghi e pratiche della visione*, Bergamo, Lubrina Editore.

- Grassi, V., 2006, *Introduzione alla sociologia dell'immaginario. Per una comprensione della vita quotidiana*, Milano, Guerini.
- Inge, M. T., 1990, *Culture as Comics*, Jackson, Mississippi University Press.
- Kepes, G., 1944, *Language of vision*, Chicago, Paul Theobald; trad. it. 1971, *Il linguaggio della visione*, Bari, Edizioni Dedalo.
- Marazzi, A., 2003, *Antropologia della visione*, Roma, Carocci Editore.
- Marbello, C., 2011, *Sulle tracce del vero. Cinema, antropologia, storie di foto*, Milano, Bompiani.
- McLuhan, M., 1964, *Understanding Media: The Extensions of Man*, New York, McGraw Hill; trad. it. 1967, *Gli strumenti del comunicare*, Milano, Il Saggiatore.
- Pinotti, A., Somaini, A., a cura, 2009, *Teorie dell'immagine*, Milano, Raffello Cortina Editore.
- Ramos, M. J., 2004, *Drawing the lines. The limitations of intercultural ekphrasis*, in *Working images: visual research and representation in ethnography*, London, Routledge, pp.147-156.
- Renaud, A., 1989, *Pensare l'immagine oggi*, in *Videoculture di fine secolo*, Napoli, Liguori Editore.
- Rose, G., 2003, *Visual methodologies*, Thousand Oaks, Sage Publications.
- Sahay, K. N., 1998, *An Anthropological study of cartoons in India*, New Delhi, Commonwealth Publishers.
- Schneider, A., Wright, C., 2006, *Contemporary Art and Anthropology*, Oxford-New York, Berg.
- Schneider, A., Wright, C., 2010, *Between Art and Anthropology: contemporary ethnographic practice*, Oxford-New York, Berg.
- Squillacciotti, M., a cura, 2000, *La parola e l'immagine. Saggi di Antropologia cognitiva*, Siena, Università degli studi di Siena.
- Swigart, L., 1994, *Cultural Creolisation and Language Use in Post-colonial Africa: the case in Senegal*, <<Africa>>, n.64 (2), pp.175-189.
- Thompson, J. B., 1995, *The media and modernity. A social theory of the media*, Cambridge, Polity Press; trad. it. 1998, *Mezzi di comunicazione e modernità. Una teoria sociale dei media*, Bologna, Il Mulino.