

# **Presentazione del numero.**

## **Photovoice come strumento di ricerca azione partecipata**

di Massimo Santinello

Photovoice è una metodologia di ricerca-azione-partecipata (*Participatory Action Research*, PAR) che sta conoscendo una popolarità sempre maggiore, grazie, soprattutto alla diffusione del linguaggio fotografico. Infatti, l'impatto delle immagini sembra facilitare il contatto e la capacità di influenzare soprattutto i *policy makers*. E quindi, la facilità con cui si possono produrre, scambiare, modificare le immagini fa apparire questa metodologia facile, al passo con i tempi, immediata.

Difficile scardinare questo atteggiamento: scambiamo immagini in continuazione, probabilmente è il periodo storico nel quale è più facile produrre e usare le fotografie. I nostri smartphone ne sono pieni, si torna dalle vacanze con centinaia di immagini, e le tendenze della comunicazione on-line mostrano come le immagini assumano un ruolo sempre più importante. Quindi, la diffusione di questa metodologia non sembra legata tanto alla sua efficacia quanto alla sua facilità.

Difficili anche i paragoni con i primi progetti, con il celebre lavoro pionieristico di Caroline Wang e Mary Ann Burris che per prime realizzarono un progetto poi chiamato photovoice in una zona rurale della Cina. In quel progetto un piccolo gruppo di lavoratrici cinesi aveva fotografato alcuni aspetti della vita al villaggio e durante la discussione di gruppo aveva individuato alcuni nodi critici di come le loro condizioni di vita favorissero uno stile comportamentale poco salutare in presenza di una carenza di servizi; in seguito, presentando le fotografie ai politici locali riuscirono, grazie anche all'impatto delle immagini a evidenziare le condizioni precarie della loro comunità. In quel periodo fotografare, stampare, ecc. non era certo una passeggiata, ma l'effetto delle immagini, la loro capacità persuasiva era immediato. Di questi tempi nei quali si è pervasi da immagini di tutti i tipi, produrne

*Psicologia di Comunità* (ISSN 1827-5249, ISSN 1971-842X), 2, 2018  
DOI: 10.3280/PSC2018-002001

alcune in grado di impressionare i politici e i loro uffici stampa è una impresa pressoché disperata; inoltre, nel nostro caso i produttori di immagini, i fotografi sono spesso persone con una scarsa cultura del linguaggio fotografico. Ecco che allora photovoice rischia di diventare un'arma spuntata, proprio nella caratteristica che sembrava affascinare di più: produrre empowerment attraverso le mostre, l'impatto delle foto. Qui empowerment è inteso nel senso di poter influenzare i politici, gli amministratori, coloro che per il ruolo che ricoprono sono in grado di prendere delle decisioni che possono modificare realmente le condizioni di una comunità.

Per fortuna photovoice va oltre l'uso delle immagini, allontanandosi quindi dalle fantasie di molti che lo considerano una sorta di laboratorio fotografico, di attività creativa magari orientata sul sociale ma poco altro. Se restiamo agli intenti della Wang, photovoice può essere ricondotto ad un processo composto da pochi elementi chiave: fotografare, discutere, connettere. Pertanto, le fotografie diventano il nesso per raggiungere alcuni obiettivi: (1) stimolare la riflessione dei partecipanti sui punti di forza e debolezza della propria comunità; (2) promuovere un dialogo critico attraverso la discussione di gruppo; (3) dare voce a chi è generalmente marginalizzato connettendoli con i decisori politici; (4) ampliare le conoscenze attraverso il racconto della realtà vissuta dall'interno.

Negli anni si è prodotta una mole importante di ricerca scientifica e le prime rassegne della letteratura (Hergenrather, Rhodes, Cowan, Bardhoshi e Pula, 2009; Catalani e Minkler, 2009) già a 10 anni dai primi articoli documentavano la relazione tra la durata di un processo di photovoice e la sua efficacia.

Questo è un altro elemento critico che sempre più sta emergendo nell'uso di questa metodologia. Essendo uno strumento molto flessibile, spesso nel suo adattarsi a differenti contesti e necessità rischia di diventare una strumentazione sterile.

Si cerca di comprimere il numero di incontri, le possibilità di riflessioni e di scatto, il percorso di formazione iniziale: davvero ci si possono aspettare dei risultati in termini di cambiamento sociale quando il processo si limita ad un ridotto numero di incontri?

Come sempre il percorso di diffusione di una tecnica innovativa come il photovoice si accompagna ad un uso non sempre adeguato della stessa e all'originario obiettivo di cambiamento delle condizioni di vita si sta sempre più sostituendo quello di strumento per attivare delle riflessioni individuali che non sembra andare oltre l'attesa di promuovere un atteggiamento diverso e più consapevole verso una particolare tematica.

I contributi ospitati in questo numero sono uno specchio abbastanza fe-

dele delle trasformazioni in atto e degli adattamenti a cui si può prestare questa metodologia: si va dalla salute della donna con diagnosi oncologica, al lavorare con gli adolescenti allo scopo di modificare alcuni stereotipi di genere, oppure per capire i loro bisogni in un contesto particolare, all'analisi di cooperative sociali che lavorano con i senza dimora con l'obiettivo di migliorare i loro ambienti lavorativi.

L'attenzione trasversale degli autori è molto centrata sul processo: in fondo ogni photovoice è un percorso unico che va raccontato; ma il processo non basta e pur tra mille limiti e difficoltà gli articoli mostrano una particolare sensibilità alla valutazione del cambiamento, a volte misurato con strumenti quantitativi, altre volte con interviste, anche a distanza di un anno.

Certo rimangono i problemi di generalizzabilità dei risultati, tema forse poco pertinente per un obiettivo come quello del photovoice che si pone l'intento di trasformare in qualche modo la realtà interna o esterna delle persone coinvolte.

Anche in Italia, dunque, sembra esserci molta attenzione nell'uso di questa metodologia e anche un'ampia gamma di esempi da cui attingere e di risultati documentati. Certo occorre trovare il giusto equilibrio tra lunghezza del progetto, coinvolgimento e impegno richiesto ai partecipanti e risultati. Le evidenze sembrano documentare che lo strumento funziona anche a distanza di un anno dalla fine del progetto.

## Riferimenti bibliografici

- Catalani C. e Minkler M. (2009). Photovoice: A review of the literature in health and public health. *Health Education and Behavior*, 37(3): 424-451. DOI: 10.1177/1090198109342084
- Hergenrather K.C., Rhodes S.D., Cowan C.A., Bardhoshi G. e Pula S. (2009). Photovoice as community-based participatory research: A qualitative review. *American Journal of Health Behavior*, 33(6): 686-698. DOI: 10.5993/AJHB.33.6.6