

● LA CASSETTA DEGLI ATTREZZI

STRUMENTI PER LE SCIENZE UMANE

Claudio Bezzi

FARE RICERCA CON I GRUPPI

Guida all'utilizzo di focus group,
brainstorming, Delphi e altre tecniche



FrancoAngeli

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



La cassetta degli attrezzi. Strumenti per le scienze umane

Direttore

Giovanni Di Franco, Università di Roma “La Sapienza”

Comitato editoriale

Elena Battaglini, Ires-Cgil

Sara Bentivegna, Università di Roma “La Sapienza”

Alberto Marradi, Università di Firenze

Federica Pintaldi, Istat

Luciana Quattrociochi, Istat

Marta Simoni, Iref-Acli

La collana, rivolta a ricercatori accademici e professionisti, studiosi, studenti, e operatori del variegato mondo della ricerca empirica nelle scienze umane, si colloca sul versante dell’alta divulgazione e intende offrire strumenti di riflessione e di intervento per la ricerca.

Obiettivo è consolidare le discipline umane presentando gli strumenti di ricerca empirica, sia di raccolta sia di analisi dei dati, in modo intellegibile e metodologicamente critico così da consentirne l’applicazione proficua rispetto a definiti obiettivi cognitivi.

I testi sono scritti da professionisti della ricerca che, attingendo alla personale esperienza maturata in anni di attività, offrono ai lettori strumenti concettuali e tecnici immediatamente applicabili nella propria attività di ricerca.

Tutti i volumi pubblicati sono sottoposti a referaggio.

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità o scrivere, inviando il loro indirizzo, a “FrancoAngeli, viale Monza 106, 20127 Milano”.

Claudio Bezzi

FARE RICERCA CON I GRUPPI

**Guida all'utilizzo di focus group,
brainstorming, Delphi e altre tecniche**

**La cassetta degli attrezzi
Strumenti per le scienze umane/12**

FrancoAngeli

Progetto grafico di copertina di Maria Teresa Pizzetti

Copyright © 2013 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

119. La cassetta degli attrezzi. Strumenti per le scienze umane

Volumi pubblicati:

1. Giovanni Di Franco, *L'analisi dei dati con SPSS. Guida alla programmazione e alla sintassi dei comandi.*
2. Silvia Cataldi, *Come si analizzano i focus group.*
3. Federica Pintaldi, *Come si analizzano i dati territoriali.*
4. Giovanni Di Franco, *Il campionamento nelle scienze umane. Teoria e pratica.*
5. Lucia Coppola, *NVivo: un programma per l'analisi qualitativa.*
6. Simone Gabriellini, *Simulare meccanismi sociali con NetLogo. Una introduzione.*
7. Giovanni Di Franco, *Dalla matrice dei dati all'analisi trivariata. Introduzione all'analisi dei dati.*
8. Giovanni Di Franco, *Tecniche e modelli di analisi multivariata.*
9. Federica Pintaldi, *Come si interpretano gli indici internazionali. Guida per ricercatori, giornalisti e politici.*
10. Maria Paola Faggiano, *Gli usi della tipologia nella ricerca sociale empirica.*
11. Danilo Catania, *Dati e rappresentazioni territoriali con ArcGis.*
12. Claudio Bezzi, *Fare ricerca con i gruppi. Guida all'utilizzo di focus group, brainstorming, Delphi e altre tecniche.*

Volumi in preparazione:

13. Alberto Marradi, *Tutti redigono questionari: ma è davvero così facile?*

L'essenziale è non assuefarsi. Perché le abitudini sono letali. Anche se fosse per la centesima volta, devi andare incontro a ogni cosa come se non l'avessi mai vista prima. Non importa quante volte è successo, deve essere sempre la prima volta. Tutto ciò è quasi impossibile, lo capisco, ma è una regola assoluta.
Paul Auster, *Nel paese delle ultime cose*

Ad Andrea, che non si assuefaccia mai.
A Michele e Nicole, che lo aiutino in questo.

Indice

1. Un'introduzione generale sul metodo	pag.	11
1.1 Introduzione al volume	»	11
1.2 Le tecniche sono protesi	»	13
1.3 Le tecniche organizzano e strutturano i dati	»	15
1.4 Il ruolo del linguaggio nella costruzione del dato	»	16
1.5 Il grande dilemma: troppi dubbi ammazzano la ricerca?	»	19
1.6 Le tecniche basate sul giudizio di esperti	»	22
1.7 Cosa leggere per saperne di più	»	24
2. Il focus group	»	26
2.1 Panoramica preliminare del focus group	»	26
2.2 Descrizione generale del focus group	»	28
2.3 Quanti partecipanti al gruppo?	»	30
2.4 La scelta dei partecipanti al focus	»	32
2.5 Dal reclutamento all'avvio del focus	»	37
2.6 Il conduttore	»	44
2.7 Il collaboratore	»	52
2.8 Altre presenze	»	53
2.9 Fasi di riscaldamento	»	54
2.10 La scaletta del focus e la sua conduzione operativa	»	55
2.11 Due stili fondamentali di conduzione	»	59
2.12 Il debriefing	»	62
2.13 L'analisi delle informazioni	»	62
2.14 Il focus group on line	»	64
2.15 I limiti del focus group	»	65
2.16 Cosa leggere per saperne di più	»	68

3. Il brainstorming	pag.	69
3.1 Panoramica preliminare del brainstorming	»	69
3.2 Descrizione generale del brainstorming	»	71
3.3 Quanti partecipanti al gruppo?	»	72
3.4 La scelta dei partecipanti al brainstorming	»	73
3.5 Dal reclutamento all'avvio del brainstorming	»	73
3.6 Il conduttore	»	76
3.7 Il collaboratore e altre presenze	»	77
3.8 Fasi di riscaldamento	»	78
3.9 La conduzione operativa del brainstorming	»	80
3.10 Gli stili di conduzione	»	89
3.11 L'analisi delle informazioni	»	89
3.12 I limiti del brainstorming	»	90
3.13 Cosa leggere per saperne di più	»	91
4. Il brainstorming valutativo	»	92
4.1 Panoramica preliminare del brainstorming valutativo	»	92
4.2 Descrizione generale del brainstorming valutativo	»	94
4.3 La natura delle "stringhe" nel brainstorming valutativo	»	95
4.4 Dal reclutamento alla prima fase del brainstorming valutativo	»	98
4.5 La seconda fase del brainstorming valutativo	»	98
4.6 Una breve digressione su estensione e intensione	»	110
4.7 Una pausa necessaria fra la seconda e la terza fase	»	111
4.8 La terza fase, sintetica, del brainstorming valutativo	»	114
4.9 La conclusione del brainstorming valutativo	»	120
4.10 Analisi e utilizzo delle informazioni	»	121
4.11 I limiti del brainstorming valutativo	»	123
4.12 Cosa leggere per saperne di più	»	123
5. La Scala delle Priorità Obbligate	»	124
5.1 Panoramica preliminare della Scala delle Priorità Obbligate	»	124
5.2 Descrizione generale della SPO	»	125
5.3 I partecipanti alla SPO, la sede e il conduttore	»	126
5.4 La conduzione della SPO	»	126

5.5 L'analisi delle informazioni	pag.	135
5.6 I limiti dell'SPO	»	142
5.7 Cosa leggere per saperne di più	»	143
6. La tecnica Delphi	»	144
6.1 Panoramica preliminare della tecnica Delphi	»	144
6.2 Descrizione generale della Delphi	»	146
6.3 Quanti partecipanti al gruppo?	»	148
6.4 La scelta dei partecipanti alla Delphi	»	149
6.5 Dal reclutamento all'avvio della Delphi	»	150
6.6 Sede, conduttore, collaboratori, riscaldamento	»	153
6.7 La traccia della Delphi	»	156
6.8 Due tipi fondamentali di Delphi	»	156
6.9 Un esempio di Delphi del primo tipo	»	159
6.10 Altri suggerimenti per la conduzione della Delphi	»	165
6.11 I limiti della Delphi	»	167
6.12 Cosa leggere per saperne di più	»	168
7. La Nominal Group Technique	»	169
7.1 Panoramica preliminare della NGT	»	169
7.2 Descrizione generale della NGT	»	171
7.3 Quanti partecipanti al gruppo?	»	172
7.4 La scelta dei partecipanti alla NGT	»	173
7.5 Dal reclutamento all'avvio della NGT	»	173
7.6 Conduttore e collaboratore	»	174
7.7 La prima fase della NGT	»	174
7.8 L'elaborazione immediata della prima fase	»	178
7.9 La seconda fase della NGT	»	181
7.10 Conclusioni e restituzione	»	186
7.11 I limiti della NGT	»	187
7.12 Cosa leggere per saperne di più	»	188

1. Un'introduzione generale sul metodo

Alla fine di questo nostro studio ci rimane da spiegare ancora un'ultima finzione, un'illusione fondamentale. Tutte le "spiegazioni", tutta la psicologia, tutti i tentativi di comprensione hanno bisogno di aiuti, di teorie, di mitologie, di menzogne; e lo scrittore onesto non dovrebbe fare a meno di risolvere alla fine di ogni suo scritto queste menzogne per quanto sia possibile. Se dico "sopra" e "sotto" faccio un'affermazione che esige una spiegazione, poiché sopra e sotto esistono soltanto nel pensiero, soltanto nell'astrazione. Il mondo non ha né sopra né sotto.
Hermann Hesse, *Il lupo della steppa*

1.1 Introduzione al volume

Questo libro tratta delle tecniche per gestire gruppi di persone con finalità di natura operativa, principalmente (ma non in maniera vincolante) di ricerca. Il libro è pensato in particolare per chi fa ricerca sociale (e deve acquisire dati e informazioni), ricerca valutativa (e deve arrivare a un giudizio su un programma o una politica) e consulenza in contesti decisionali di varia natura (dove occorre risolvere problemi).

L'accento prevalente è sulla ricerca sociale, e il libro è scritto pensando a ricercatori, ma mi sono accorto scrivendo che diverse tecniche qui presentate, o soluzioni operative particolari, sono molto flessibili e adattabili a contesti anche diversi da quelli da me proposti.

Lo stile del volume è volutamente colloquiale e non accademico; ciò riflette le scelte editoriali della collana in cui appare ma anche una mia antica convinzione in merito ai diversi linguaggi che occorre utilizzare per farsi capire. Questa scelta non riguarda le presunte capacità dei miei lettori, che immagino molto variegati e tutti animati da buona volontà, bensì dal fatto che voglio scrivere un manuale operativo del tipo "prima si fa così, poi si fa così", e non voglio distrarre i lettori con digressioni più o meno colte sulle diverse scuole di pensiero, sulle intenzioni dei grandi classici o sulle raffinate alternative che il tale metodologo ha descritte in una rivista neozelandese di trent'anni fa. Tutte queste cose già sono scritte e disponibili e in buona parte io stesso le ho già trattate altrove per quanto di mia

competenza. Se uno dei miei lettori cerca solo “il sodo” qui lo trova senza fronzoli, in caso contrario io non sarò stato capace di spiegar-mi; se altri lettori desiderano invece approfondimenti, alternative, giustificazioni e quadri teorico-concettuali, sapranno certamente procedere da soli grazie alle innumerevoli risorse in rete. Anche per questo ho voluto ridurre al minimo le bibliografie consigliate, limitandole a *pochi* testi, *recenti* (o, in alternativa, fondamentali), facilmente reperibili e preferibilmente in italiano (almeno dove possibile, ma in alcuni casi non ho proprio potuto fare a meno di segnalare titoli in lingua inglese). Poiché infine non è la prima volta che tratto questi argomenti confesso che in alcuni casi ho ripreso da miei lavori precedenti (in particolare ciò è accaduto per i capitoli relativi al brainstorming e alla Scala delle Priorità Obbligate); in questi limitati casi ho comunque corretto, adattato e aggiornato i testi.

Una parola sull’organizzazione del volume: la prima tecnica presentata, il focus group, costituisce il modello descrittivo per tutte le altre; la successione dei vari paragrafi (quanti partecipanti al gruppo, come sono scelti, come vengono reclutati, cosa debba fare il conduttore etc.) è ripetuta capitolo dopo capitolo con variazioni minime e spesso, per non ripetere indicazioni comuni a tecniche diverse, ho operato un semplice richiamo a quanto scritto nel capitolo sul focus, che quindi risulta più ampio degli altri.

Come il lettore vede in questo volume tratto sostanzialmente delle quattro “regine” delle tecniche di questa ampia famiglia: focus group, brainstorming, Delphi e Nominal Group Technique, ovvero le due principali tecniche di gruppo reale e le due di gruppo nominale. In aggiunta tratto una variante del brainstorming (il brainstorming *valutativo*) e la Scala delle Priorità Obbligate, mie proposte già ampiamente sperimentate che bene si integrano fra loro e che completano il quadro qui presentato. È in cantiere un ulteriore volume di tecniche di gruppo e di attività di ricerca basate su gruppi di carattere più di nicchia, a volte sperimentali, che mostreranno come un disegno di ricerca basato su gruppi consenta molte altre operazioni, anche fra loro integrate, se solo il ricercatore ha fantasia e competenza.

Nota lessicale: pur comprendendo le necessità di un corretto linguaggio di genere riconosco l’arretratezza della lingua italiana in merito e la pesantezza di continui giri di parole nel testo. Se quindi *la*

ricerca, la valutazione e così via sono sempre femminili in questo volume, per brevità gli attori sociali saranno sempre maschili (*il dirigente, l'operatore, etc.*) intendendo in realtà riferirmi a uomini e donne.

Desidero ringraziare tutte le persone che hanno aiutato l'Autore, cosa più che mai necessaria nel caso di un testo così complesso. È con vivo piacere che inizio da Giovanni Di Franco, direttore di questa collana, che mi ha sollecitato a scrivere questo volume che avevo, sì, in mente da tempo, ma che la pigrizia mi faceva rimandare di anno in anno. Di Franco mi ha sollecitato, sostenuto e dato preziosi consigli. Si deve a lui se questo volume alla fine ha visto la luce.

Come d'abitudine io faccio leggere una prima bozza dei miei lavori ad amici e colleghi competenti. Per fortuna; perché senza i consigli fondamentali di costoro il volume avrebbe lacune vistose. Un ringraziamento affettuoso quindi a Rita Bichi, Filippo Ciucci, Gianni Del Rio, Mauro Palumbo, Gabriele Tomei, Claudio Torrigiani, Stefania Vergati. Mi scuso con loro se non ho saputo approfittare pienamente del loro apporto insistendo, con la mia nota pervicacia, su taluni errori e imprecisioni.

1.2 Le tecniche sono protesi

Le tecniche vanno conosciute bene e applicate con competenza, altrimenti i dati che raccogliamo non sono quelli che vogliamo e casomai non ce ne accorgiamo nemmeno. È per questo, per aiutare a imparare alcune tecniche, che ho scritto questo volume. Conoscere bene le tecniche è importante.

Ma non così importante come qualcuno crede. Le tecniche sono importanti se sono guidate da un pensiero, da un'argomentazione, da una decisione consapevole che ci porta a ritenere che in una data ricerca, a un dato momento, occorra fare quattro focus group di un certo tipo, oppure un questionario con un determinato campione, o una Delphi con un certo *panel* e così via. Se arriviamo a decidere per il focus o per il questionario o per la Delphi senza avere una chiara collocazione di questi processi di ricerca nell'ambito del nostro disegno,

se non sappiamo dire con precisione *perché* in questo determinato caso abbiamo scelto *questa* determinata tecnica, allora forse stiamo sbagliando qualche cosa.

Perché le tecniche sono solo protesi. Come gli occhiali che porto sul naso, protesi del mio cristallino irrigidito; come il computer sul quale sto scrivendo questo testo, protesi della mia mano come strumento di scrittura e del mio cervello come capacità di memorizzare i testi.

Le tecniche di cosa sono protesi? Del nostro pensiero, della nostra creatività di ricerca e, specialmente, della nostra abilità argomentativa. Fare ricerca significa argomentare determinate tesi, fenomeni sociali, comportamenti organizzativi; l'argomentazione – nella ricerca scientifica – non riguarda l'espressione di pareri soggettivi del ricercatore ma la descrizione, che si vorrebbe fedele, di una realtà sociale; la nostra argomentazione deve quindi poggiare su evidenze, dati, descrizioni, informazioni tratte ed elaborate secondo procedure riconosciute dalle comunità scientifiche di riferimento (che sono peraltro abbastanza difforni fra loro). Non posso dire “Secondo me la condizione delle donne nel mercato del lavoro è così e cosà”, bensì “Secondo i dati Istat la condizione femminile è così”, oppure “Dalle interviste fatte risulta che il tot % delle donne dichiara che...”, o simili.

Le tecniche di ricerca sono gli strumenti tramite i quali raccogliamo e analizziamo dati e informazioni al fine di sostenere le nostre argomentazioni. Di per sé le tecniche sono *solo* protesi. Cose vuote e stupide; siamo noi a riempirle di significati e, sperabilmente, di intelligenza. Per avere qualche maggiore certezza di intelligenza occorre che la loro scelta, e ogni scelta operativa coinvolta, sia preceduta da una riflessione a volte complessa a sostegno di ogni decisione: perché fare quattro focus group e non cinque? Perché il questionario e non interviste biografiche? Perché? Naturalmente molti “perché?” sono in realtà vincolati da esigenze organizzative, di budget o altro, ma la chiara consapevolezza di quale avrebbe dovuta essere la risposta a quel “perché?” aiuta in ogni caso il ricercatore a valutare criticamente il suo lavoro, suggerirgli soluzioni migliorative, comprenderne la portata, la possibile generalizzabilità e così via. Chi non si pone il problema è sempre passibile di una critica che è la più deva-

stante per un ricercatore: avere fatta quella scelta operativa perché non ne conosceva altre.

1.3 Le tecniche organizzano e strutturano i dati

Saranno protesi in sé prive di intelligenza ma certamente fanno danni gravi se male applicate. Il paradosso è che possono fare danni anche se correttamente applicate laddove si ignori un elemento *fondamentale* di tutta la ricerca (non solo sociale): la tecnica organizza e struttura i dati.

Facciamo un esempio molto semplice. Supponiamo di voler chiedere a un gruppo di partecipanti a un corso formativo se quanto appreso è giudicato utile per la loro vita professionale; diamo per scontato che un gruppo di ricerca competente abbia opportunamente concettualizzato 'utilità professionale di quanto appreso' e che abbia concordato che una sua definizione operativa corretta sia formulare la domanda: "Secondo lei quanto ha appreso oggi potrà essere utile per la sua professione?". A tale domanda Tizio – membro del gruppo di ricerca – propone di accludere la chiusura tramite una scala ("no per niente", "un po'", "molto", etc.); Caio – suo collega – ritiene invece che un problema così complesso meriti una risposta aperta e Sempronio rilancia proponendo che – data l'importanza del gruppo-classe – la stessa domanda sia posta nel corso di un focus group con gli studenti.

Quindi: stesso contesto di ricerca, medesima concettualizzazione e identica domanda, ma la conseguente raccolta operativa delle informazioni viene proposta in tre forme diverse: domanda a risposta chiusa, domanda a risposta aperta, tema nell'ambito di un focus (e sarebbe facilissimo proporre altre soluzioni). Riflessione: in cosa consiste la differenza nel perseguire l'una o l'altra soluzione? Certo – verrebbe da dire subito – in un caso c'è una maggiore standardizzazione, interviene più pesantemente la visione del ricercatore etc., mentre in un altro caso si lascia più libertà, si va più in profondità. Tutte queste e altre risposte, relative a standard vs. non standard (più banalmente e meno correttamente: quantitativo e qualitativo), a *emic* vs. *etic* (ovvero assunzione principale del punto di vista degli attori sociali oppure del ricercatore), a estensione vs. intensione e così via sono corrette ma non arrivano sufficientemente a cogliere una questione molto semplice, che dà senso a tutte le altre: la tecnica organizza i dati prodotti e dà loro una forma, li struttura in un determinato *formato* che incide – come i semiologi ci insegnano – sui contenuti. In una parola: la tecnica *costruisce* i

dati e, a seconda delle scelte operative compiute, *si ottengono informazioni differenti*.

I dati non sono come i fiori di un prato che sono lì, nelle loro forme e colori, indipendentemente da chi passeggia e intende raccogliarli; secondo questa idea (che fuor di metafora rinvia a un positivismo ingenuo ancora dominante sotto le dichiarazioni di principio) se io vado in quel prato raccolgo *quei* fiori e non altri; se ci va il lettore di questo libro raccoglie *gli stessi* fiori. Se ciò non accade – se non raccogliamo gli stessi fiori – significa che *c'è un errore*, nello strumento o nell'osservatore.

Le cose non stanno così; i dati non sono affatto come fiori di un prato. I dati non esistono prima di essere concepiti e costruiti. Anch'essi sono *costruzioni sociali*, il che non significa che non esista un'oggettualità del mondo, una sua fisicità, una sua realtà precedente il pensiero, ma se ci pensate bene questa esistenza è del tutto priva di significati. Solo quando il mondo viene pensato esiste, ed esiste come relazione fra esseri umani, e quando pensiamo di indagarlo pensiamo all'indagine come relazione (fra il ricercatore e i soggetti depositari delle informazioni, per esempio), e i dati che rileviamo hanno a che fare con tali relazioni. E col linguaggio.

1.4 Il ruolo del linguaggio nella costruzione del dato

Tutto ciò che noi facciamo si basa sul linguaggio. Che non si possa non comunicare è noto, ma qui non intendo questo, intendo proprio riferirmi al ruolo fondamentale (e non sufficientemente considerato nella ricerca sociale) del linguaggio verbale.

Limitandomi alla ricerca sociale e per ampi titoli:

- la definizione del campo della ricerca e la sua concettualizzazione;
- ogni riferimento a teorie e la formulazione di ipotesi;
- ogni riferimento al metodo;
- ogni e qualunque tecnica, anche quelle più standardizzate e fortemente basate su approcci statistici;
- ogni analisi dei dati, ancorché di tipo statistico;

- ogni rapporto, relazione successiva, descrizione dei risultati e così via... avvengono di regola in forma verbale; possiamo anche avere dei sentimenti riguardo all'oggetto, sentirci coinvolti, averne speranze o timori, ma tutti gli aspetti che riguardano la trasformazione delle nostre idee in un progetto di ricerca sono esclusivamente basate sul linguaggio (concettualizzazione, definizioni operative etc.).

Non è possibile in questo testo aprire ora una digressione molto interessante ma anche lunga; mi limito a punti stenografici rinviando alla bibliografia per chi intende approfondire:

- *Non si può non comunicare* (Watzlawick, Beavin, Jackson 1971). Ciò significa molte cose, ma – fra le altre – questa: che il ricercatore non è solo una meteora che passa per cercare dati; qualunque cosa faccia comunica qualcosa, promette o minaccia implicitamente, suscita reazioni. E significa anche che tutto il contesto, ciascun attore sociale anche solo sfiorato dalla ricerca, comunica a sua volta. Insomma, la ricerca modifica il campo di osservazione ed è *sempre* una situazione artificiale con la quale fare i conti.
- *Persone diverse possiedono competenze linguistiche diverse* (Bloomfield 1984; Labov 1972). Noi ci dibattiamo nell'ansia della standardizzazione e della validazione (qualunque cosa significhino) dei nostri strumenti di indagine, ignorando opportunisticamente il fatto che ogni singolo individuo ha competenze diverse dovute al livello di istruzione, sesso, età, condizioni ed esperienze professionali, struttura del carattere e così via, e che conseguentemente interpreterà diversamente tali strumenti, il loro uso e le informazioni da essi prodotte. Ne deriva paradossalmente che nessuna standardizzazione è peggiore della standardizzazione, perché non tiene conto delle differenze *reali* fra esseri umani e, pretendendo di appiattirle, di fatto le esalta con incomprensioni e differenti interpretazioni degli stimoli che, alla fine, incidono in modo incontrollato sui risultati.
- *Noi pensiamo (e quindi concepiamo) solo ciò che le parole che possediamo sono in grado di farci esprimere* (Luria 1976; Vygotskij 1934-1992). Tutti i nostri dati e le nostre informazioni sono raccolti tramite un veicolo linguistico che rinvia non già una descrizione esatta della realtà, ma la concezione di realtà costruita da ciascun individuo in base alle sue possibilità, esperienze, competenze. I nostri dati non riguardano mai la "realtà", ma sempre l'individuo che li ha espressi.
- *Ciò che pensiamo è orientato e organizzato nell'ambito della cultura dominante e dei suoi valori* (Denzin 2001). Quanto sopra è poi da ri-

ferire ai condizionamenti culturali dominanti che indirizzano e strutturano i domini concettuali entro i quali costruiamo i nostri valori.

- *Le parole e le regole sintattiche di una determinata società influenzano direttamente la sua cultura, e quindi i valori espressi* (Whorf 1956). Indipendentemente dalla cultura e competenze personali e dai valori dominanti, l'uso inevitabile del linguaggio costruisce a sua volta la realtà. Il linguaggio modifica la realtà e linguaggi diversi (per esempio di comunità professionali diverse, di istituzioni diverse, di gruppi etnici diversi) hanno margini di incommensurabilità a causa delle province di significato diverse cui rinviano, ovvero di veri e propri “mondi indipendenti” sotto il profilo connotativo.
- *Le parole, e i linguaggi in generale, sono intrinsecamente ambigui* (Russell 1923; Eco 1976). La parola è ambigua o, come dicono i linguisti, “vaga”. Questa vaghezza intrinseca ed ineliminabile rende sempre ipotetica la perfetta comprensione reciproca.
- *Vi è una corrispondenza imperfetta fra struttura del linguaggio e significato e fra oggetto percepito, significato che gli viene attribuito, descrizione del referente* (Cicourel 1964). La vaghezza è ineliminabile sul piano linguistico (lo è in parte su quello pragmatico): possiamo comprendere il problema e percepirne i contorni, ma è strutturalmente impossibile stabilire una corrispondenza fra linguaggio e realtà.
- *Il linguaggio – e in generale la comunicazione – ha profondi significati simbolici e sociali spesso prevalenti rispetto ai contenuti veicolati* (Goffman 1961, 1967, 1981; Garfinkel 1967). Quello che noi diciamo non ha solo un valore strumentale. Le risposte date da persone di rango, posizione di responsabilità, ruolo sociale diversi, hanno profonde e differenti implicazioni simboliche che deformano il senso apparentemente prodotto.
- *I significati e sensi locali sono utilizzati per spiegazioni e “teorie” generali* (Geertz 1983; Denzin 2001). La maggior parte delle questioni qui sollevate hanno implicazioni diversissime entro micro-sistemi (un'azienda, un servizio, un progetto, etc.) e fra micro-sistemi diversi, con intrecci complessi (diversi attori sociali partecipano a più micro-sistemi). In generale gli attori sociali interpretano il mondo (macro-sistema) attraverso i riferimenti culturali e linguistici dei propri micro-sistemi.

Dovendo trovare una sintesi estrema – finalizzata al nostro discorso sul metodo – direi che ciò che chiamiamo ‘metodo’ altro non è che una forma specializzata di linguaggio, con una sua grammatica, una sua sintassi, ritenuto idoneo all’indagine sistematica della realtà in cui l’essere umano è immerso. Ma poiché, appunto, l’essere uma-

no vi è immerso, non può operare un distacco fra sé e l'oggetto di indagine; i "dati" che cerca per spiegare un fenomeno sono costruzioni sociali al pari di quello stesso fenomeno, e gli strumenti che utilizza per l'esplorazione sono un linguaggio convenzionale a sua volta parte del medesimo contesto.

Tutto ciò elimina definitivamente qualunque sacralità della tecnica come qualunque teleologia del dato.

1.5 Il grande dilemma: troppi dubbi ammazzano la ricerca?

Quanto scritto finora conduce inevitabilmente a un grande dilemma: se le tecniche sono mere protesi, determinano la forma dei dati raccolti, sono costrutti sociali soggetti alle incomprensioni e agli equivoci del linguaggio, etc., non significa tutto ciò che è inutile applicare tecniche e cercar dati, data l'inaffidabilità complessiva di ciò che chiamiamo 'metodo'? Indubbiamente no.

È inutile cercare dati come elementi determinati, certi ed oggettivi di una realtà immutabile e preesistente (ricordate i fiori sul prato?), ed è inutile farlo con tecniche ritenute strumenti capaci di disvelare tale realtà preesistente a patto che si sia scrupolosi nell'applicare la corretta sequenza di operazioni così come descritte nei manuali.

La ricerca sociale deve essere piuttosto intesa come un dialogo fra numerosi attori, uno dei quali è il ricercatore, in cui si costruisce il problema, si costruisce una soluzione per affrontarlo e si costruiscono le risposte (i dati e le informazioni). Ogni ricerca sociale costruisce il suo oggetto di ricerca; ogni contesto umano definisce i propri problemi e le soluzioni accettate per risolverli; la ricerca sociale è *ri-co-costruzione* di un'argomentazione attorno al problema (o concetto) indagato.

"*Ri-*" perché i dati non sono preesistenti al mondo e quindi è una *nuova* costruzione concettuale che non esisteva prima se non come brandelli di conoscenze e competenze, elementi sparsi di comprensione, schemi mentali parziali e imprecisi, conoscenze tacite che diversi attori sociali possedevano. La ricostruzione di questa concettualità non è mai necessariamente completa, fedele, migliore, è sempli-