

*Quaderni
di Teoria Sociale*

numero

1 | 2017



Morlacchi Editore

QUADERNI DI TEORIA SOCIALE

n. 1 | 2017

Morlacchi Editore

Quaderni di Teoria Sociale

Direttore

Franco CRESPI

Co-direttore

Ambrogio SANTAMBROGIO

Comitato di Direzione

Matteo BORTOLINI, Franco CRESPI, Enrico CANIGLIA, Gianmarco NAVARINI, Walter PRIVITERA,
Ambrogio SANTAMBROGIO

Comitato Scientifico

Domingo Fernández AGIS (Università di La Laguna, Tenerife), Ursula APITZSCH (Università di Francoforte), Gabriele BALBI (Università della Svizzera Italiana), Giovanni BARBIERI (Università di Perugia), Matteo BORTOLINI (Università di Padova), Lorenzo BRUNI (Università di Perugia), Enrico CANIGLIA (Università di Perugia), Daniel CHERNILO (Università di Loughborough, UK), Massimo CERULO (Università di Torino), Luigi CIMMINO (Università di Perugia), Luca CORCHIA (Università di Pisa), Franco CRESPI (Università di Perugia), Riccardo CRUZZOLIN (Università di Perugia), Alessandro FERRARA (Università di Roma II), Teresa GRANDE (Università della Calabria), David INGLIS (Università di Exeter, UK), Paolo JEDŁOWSKI (Università della Calabria), Carmen LECCARDI (Università di Milano Bicocca), Danilo MARTUCCELLI (Università di Parigi Descartes), Paolo MONTESPERELLI (Università di Roma La Sapienza), Andrea MUEHLEBACH (Università di Toronto), Gianmarco NAVARINI (Università di Milano Bicocca), Vincenza PELLEGRINO (Università di Parma), Massimo PENDENZA (Università di Salerno), Walter PRIVITERA (Università di Milano Bicocca), Ambrogio SANTAMBROGIO (Università di Perugia), Loredana SCIOLLA (Università di Torino), Roberto SEGATORI (Università di Perugia), Vincenzo SORRENTINO (Università di Perugia), Gabriella TURNATURI (Università di Bologna)

Redazione a cura di RILES

Per il triennio 2016-2018

Massimo CERULO, Luca CORCHIA, Massimo PENDENZA, Ambrogio SANTAMBROGIO

Nota per i collaboratori

I Quaderni di Teoria Sociale sono pubblicati con periodicità semestrale. I contributi devono essere inviati a: redazioneQTS@gmail.com; ambrogio.santambrogio@unipg.it.

Per abbonarsi e/o acquistare fascicoli arretrati: redazione@morlacchilibri.com

Impaginazione: Claudio Brancaleoni

QUADERNI DI TEORIA SOCIALE, n. 1 | 2017

ISSN (print) 1824-4750 ISSN (online)-.....

Copyright © 2017 by Morlacchi Editore, Piazza Morlacchi 7/9 | Perugia.

L'edizione digitale on-line del volume è pubblicata ad accesso aperto su www.morlacchilibri.com. La presente opera è rilasciata nei termini della licenza Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0: <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>).

La licenza permette di condividere l'opera, nella sua interezza o in parte, con qualsiasi mezzo e formato, e di modificarla per qualsiasi fine, anche commerciale, a condizione che ne sia menzionata la paternità in modo adeguato, sia indicato se sono state effettuate modifiche e sia fornito un link alla licenza.

È vietata la riproduzione, anche parziale, con qualsiasi mezzo effettuata.

www.morlacchilibri.com/universitypress/

Sommario

PARTE MONOGRAFICA
WITTGENSTEIN E LE SCIENZE SOCIALI
(a cura di Enrico Caniglia e Luigi Cimmino)

ENRICO CANIGLIA	
Introduzione: Wittgenstein e le scienze sociali	11
LUIGI CIMMINO	
Wittgenstein: scetticismo e relativismo culturale. Un percorso argomentativo	17
FABIO DEI	
Il significato e l'azione: Wittgenstein tra gli antropologi	43
WES SHARROCK	
Is there only 'what can be said'?	57
LUIGI MUZZETTO	
Il senso comune e il problema della certezza. Prime riflessioni	83
GIANMARCO NAVARINI	
Il danno di Wittgenstein. Appunti foucaultiani su metodo, discorso e politica di ricerca sul campo	109
RICCARDO VENTURINI	
Wittgenstein teorico della conoscenza o antiteorico? Il confronto tra Bloor e Lynch	135

SAGGI

- VINCENZO MELE
Immagini, sintomi, tracce. La fisiognomica tra storia e sociologia 159
- CECILIA VÁZQUEZ
La lección de Gramsci y su influencia en el campo intelectual Argentino
para pensar los procesos de transformación social 183

RECENSIONI

- GERARDO PASTORE
Michele Filippini, *Una politica di massa. Antonio Gramsci e la rivoluzione della società*,
Roma, Carocci, 2015 203
- LORENZA BONINU
Pierre Bourdieu, *La miseria del mondo*, a cura di Antonello Petrillo e Ciro Tarantino,
Milano, Mimesis, 2015 209
- ALESSANDRO LA MONICA
Jean-Claude Chamboredon, *Jeunesse et classes sociales*, a cura di Paul Pasquali,
Paris, Editions Rue d'Ulm/Presses de l'Ecole Normale Supérieure, 2015 221
- ENRICO CANIGLIA
Allan Horwitz, Jerome C. Wakefield, *La perdita della tristezza. Come la psichiatria
ha trasformato la tristezza in depressione*, Roma, L'Asino d'oro, 2015 229
- MASSIMO CERULO
Paolo Gusmeroli, *Le Eredi. Aziende vinicole di padre in figlia*, Milano,
Guerini & Associati, 2016 233

<i>Abstract degli articoli</i>	237
<i>Notizie sui collaboratori di questo numero</i>	243
<i>Elenco dei revisori permanenti</i>	247
<i>Note per Curatori e Autori</i>	249

MASSIMO CERULO

Paolo Gusmeroli, *Le Eredi. Aziende vinicole di padre in figlia*, Milano, Guerini & Associati, 2016

Gli studi sociologici e il mondo del vino hanno storicamente avuto poche occasioni di incontro, sia perché i primi si sono concentrati su argomenti e temi ritenuti istituzionalmente più adeguati alle proprie categorie e tecniche di ricerca, sia perché il secondo è stato considerato ambito di studio scientifico riservato a enologi, esperti di agraria, professionisti dei laboratori, etc.

Se in lingua francese e inglese sono disponibili da diversi anni studi socio-antropologici sull'ambito vitivinicolo, è solo nell'ultimo lustro che si nota una maggiore apertura di interesse scientifico anche da parte di alcuni sociologi italiani verso i soggetti che abitano il mondo enoico, che lo costituiscono e fanno sì che esista: produttori, sommelier, esperti di comunicazione, giurati ai concorsi, giornalisti che con un articolo su riviste specializzate possono fare lievitare o precipitare il prezzo di una singola bottiglia. A titolo di esempio, ricordo il lungo studio di Gianmarco Navarini su comportamenti, pratiche e categorie utilizzati da gran parte dei soggetti sopra citati (2015) e una serie di articoli scientifici pubblicati su riviste sociologiche che si concentrano sul gusto come categoria di analisi ("Etnografia e ricerca qualitativa"; "Rassegna italiana di sociologia").

Il gusto, appunto. Perché il vino da una prospettiva sociologica può certo essere studiata *à la Bourdieu*, ossia considerandolo come prodotto attraverso il quale stratificare socialmente i soggetti: in base all'acquisto (e alla conoscenza) di determinate bottiglie o produttori nonché alle modalità di consumo del vino, si potranno creare tassonomie di gusti, pratiche, comportamenti individuali. In questo

caso l'analisi si concentrerà sui soggetti che acquistano il vino – per berlo, regalarlo o metterlo in mostra – senza considerare quello che c'è dietro la bottiglia: la filiera produttiva e, nello specifico, i rapporti tra i soggetti che il vino lo producono e ne traggono profitto economico.

Su questo secondo filone si focalizza la ricerca etnografica di Paolo Gusmeroli raccontata nel libro *Le eredi. Aziende vinicole di padre in figlia*. Il volume, pubblicato nella collana *Intersezioni e asincronie* diretta da Franca Bimbi, è uno dei frutti del lavoro di dottorato di ricerca svolto da Gusmeroli presso l'Università di Padova, negli anni 2011-2013. Lo studio è stato svolto utilizzando una metodologia qualitativa, attraverso la raccolta di storie di vita e la somministrazione di 35 interviste in profondità rappresentative di 12 casi di passaggio generazionale, a partire quindi dall'esperienza di padri e figlie (in 9 studi di caso è stato possibile intervistare entrambe le generazioni). La ricerca ha analizzato aziende venete di limitate dimensioni, per lo più a gestione familiare o con meno di 5 dipendenti (soltanto in 4 casi con più di 20 dipendenti) e caratterizzate da una conduzione imprenditoriale svolta in prima persona, ossia rinunciando a figure intermedie o di collegamento quali manager o simili. Da tenere presente la regione in cui viene svolto lo studio: in Veneto, infatti, "fare vino" ed essere titolari di aziende vinicole vuol dire essere riconosciuti economicamente e culturalmente, nonché detenere un certo livello di prestigio sociale.

Diciamo subito che il pregio principale del lavoro è quello di rivolgere la lente di analisi del sociologo a un ambito, quello delle aziende familiari vinicole italiane, utilizzando una prospettiva di genere: tradizionalmente considerati come spazi maschili di lavoro, responsabilità, eventuale prestigio e riproduzione, sono invece aperti – per necessità o scelta – all'ingresso di soggetti femminili che spesso vanno a occupare posizioni nevralgiche di potere all'interno dell'azienda. A me ricorda un importante studio storico svolto una decina di anni fa da Barbara Curli sulle donne imprenditrici (2005). Chiaramente, come si evince dal titolo, l'autore chiarisce da subito che tali soggetti femminili fanno parte della famiglia titolare dell'azienda: le figlie nel caso specifico, persone quindi che lavorano all'interno del campo di produzione-commercializzazione del vino per una sorta di diritto di ascrizione. Non tutte sono "cresciute" all'interno dell'azienda, alcune vengono invitate a farlo a un certo punto della loro traiettoria biografica. I motivi perché

tale scelta venga compiuta dal maschio titolare dell'azienda sono principalmente due: esigenze di innovazione tecnologica e organizzativa (in tal senso, le figlie detengono spesso alto capitale culturale: molte entrano in azienda dopo essersi formate in studi universitari e post-universitari); difficoltà diffusa nel trasmettere ad altri (leggi figlio maschio) il proprio sapere maturato nonché quell'*ethos* artigianale e imprenditoriale che molto spesso caratterizza i fondatori delle aziende vitivinicole italiane.

La scelta di Gusmeroli di concentrare l'indagine sulle figlie si rivela sociologicamente intelligente perché permette «di non sovrapporre due aspetti ben distinti e relativi alla tendenziale patrilinearità dell'impresa: da una parte le figlie sembrano “scegliere” meno frequentemente l'azienda come ambito di realizzazione, dall'altra questa “scelta” è in parte strutturata dal senso di adeguatezza di genere rispetto alle possibilità di farne proprie pratiche, usi del corpo, posizioni sociali» (p. 19).

L'obiettivo dell'autore, che utilizza proficuamente nel suo studio concetti e categorie bourdieusiani, è quello di studiare la riproduzione delle aziende familiari considerando come precipuo il discorso familiare che definisce di volta in volta le poste in gioco collettive e individuali (p. 14). In tal senso, è possibile osservare l'interazione che viene a crearsi tra genere e strategie di riproduzione sociale, tra caratteristiche soggettive e necessità di profitto economico e posizionamento sul mercato. Inoltre, studiare le donne che occupano una posizione di potere all'interno dell'azienda di famiglia permette di fare emergere un rapporto ambivalente tra spazio lavorativo ed esperienza soggettiva: «da una parte luogo privilegiato di trasmissioni patrilineari e di una divisione del lavoro di genere piuttosto rigida, dall'altra organizzazione che strutturalmente offre maggiori possibilità di conciliazione proprio grazie alla parziale, seppur non scontata, sovrapposizione tra spazi riproduttivi e familiari» (p. 94).

Gusmeroli studia le narrazioni di padri e figli e riesce a produrre una descrizione densa di quanto ascoltato e osservato: emergono così i conflitti e i ponti che vengono a crearsi tra le generazioni, le diverse forme di capitale utilizzate per raggiungere le poste in gioco presenti di volta in volta nel campo, le modalità attraverso cui l'inconscio familiare e di genere va a influire su comportamenti e scelte quotidiane. Soprattutto però il lavoro di Gusmeroli fa emergere, attraverso un'analisi diacronica e quindi di sociologia storica, le modalità quotidiane attraverso le quali

i soggetti – maschili e femminili – costruiscono la loro realtà sociale, contribuendo a produrre il loro mondo dato per scontato e, nello stesso tempo, producendo una narrazione di abitudine che si riverbera nelle pratiche quotidiane. Attraverso gli stralci di interviste presenti nel corpo centrale del volume, emerge quel senso pratico che i soggetti utilizzano nel lavoro di tutti i giorni, quella capacità di portare avanti l'azienda con l'apporto di innovazione ma anche e soprattutto grazie all'uso di disposizioni incorporate che legano padri e figli nella trasmissione e acquisizione generazionale di uno specifico e caratteristico *know how*.

Infine, il volume dedica alcune pagine al lavoro emozionale messo in atto dalle donne eredi alle prese con le interazioni obbligate con i maschi che lavorano in azienda. Emerge in queste narrazioni un'ambivalenza manifesta: da una parte, le difficoltà cui sono costrette a confrontarsi a causa del loro essere "precipitate" in un mondo ancora considerato maschile (e in gran parte abitato da maschi); dall'altra la loro capacità di innovazione e organizzazione della struttura aziendale utilizzando quei punti di vista e quelle competenze femminili descritti da diversi studi postfemministi, che in diversi casi sembrano rivelarsi più "pratici" e funzionali" al raggiungimento delle poste in gioco presenti nel campo. Sarebbe stato utile a tal proposito un approfondimento ulteriore sulle modalità di lavoro emozionale (ma anche di lavoro emotivo) utilizzate dai soggetti indagati e un approfondimento delle singole emozioni manifestate nelle diverse interazioni affrontate. In ogni caso, il volume rappresenta un ottimo punto di partenza per uno studio sociologico del mondo del vino non scontato e scientificamente rigoroso.

Riferimenti bibliografici

CURLI, B.

2005, *Donne imprenditrici nella storia dell'Umbria*, FrancoAngeli, Milano.

NAVARINI, G.

2015, *I mondi del vino*, il Mulino, Bologna.