



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PADOVA

Università degli Studi di Padova

Dipartimento di Studi Linguistici e Letterari

Corso di Laurea Triennale Interclasse in
Lingue, Letterature e Mediazione culturale (LTLLM)
Classe LT-12

Tesina di Laurea

Il valore del non detto: un'analisi della comunicazione non verbale attraverso l'etnografia sensoriale

Relatore

Prof. Paolo Grassi

Laureanda

Chiara Ferraro

n° matr.1194286 / LTLLM

Anno Accademico 2021 / 2022

Introduzione	1
1. La Comunicazione	5
1.1 Definizione del concetto di comunicazione	5
1.2 La comunicazione verbale	10
1.3 Sviluppo del concetto di comunicazione	15
1.3.1 ...Come codifica e decodifica di un messaggio	16
1.3.2 ...Come trasmissione di significati	18
1.3.3 ...Come interconnessione multimediale	20
1.4 La comunicazione non verbale	21
2. L'etnografia sensoriale	25
2.1 L'etnografia con i sensi	26
2.2 La sensorialità collettiva	32
2.3 Gli strumenti utilizzati dall'etnografia sensoriale	37
2.3.1 Un'indagine preliminare	38
2.3.2 La sensorialità dell'intervista	39
2.3.3 La partecipazione del ricercatore	42
2.3.4 L'aspetto multimediale	46
2.4 Il futuro dell'approccio sensoriale	47
3. Dalla teoria alla pratica	49
3.1 Pescivendoli in un'economia globale: artigianato e relazioni sociali in un mercato londinese	50
3.1.1 Cento anni di esperienza	52
3.1.2 Sentirsi a casa	55
3.1.3 Manualità o abilità?	57
3.2 Biancheria sporca. Pratica quotidiana, coinvolgimento sensoriale e la creazione dell'identità	58
3.2.1 I casi studio	62
3.3 Valutazioni finali	67
Conclusione	69
Bibliografia	73
Riassunto	77

Introduzione

Lo scopo di questa tesi è mettere a fuoco l'importanza della comunicazione non verbale attraverso il dominio dell'etnografia sensoriale.

L'uomo è un essere sociale e come tale ha bisogno di comunicare. Per anni, l'analisi dei processi comunicativi umani si è limitata a una visione della comunicazione ristretta e semplicistica, circoscritta alle parole. Questa concezione logo-centrica trascurava totalmente l'aspetto multisensoriale e l'insieme di elementi extralinguistici che formano parte integrante dell'atto comunicativo.

Questo testo nasce quindi dall'esigenza di fornire una concezione più ampia della comunicazione radicata nell'insieme di esperienze sensoriali vissute da ciascun individuo. Pertanto, il percorso di seguito proposto intende condurre il lettore lungo un viaggio di riscoperta delle modalità in cui gli esseri umani si interconnettono e il modo in cui queste vengono rilevate mediante una tipologia di ricerca sul campo che faccia affidamento alla sfera sensoriale.

Provenendo da una facoltà incentrata sullo studio delle lingue, il mio interessamento nei confronti della comunicazione non verbale potrebbe sembrare paradossale. In realtà, non è così, anzi, riconoscere il valore degli elementi extralinguistici non implica una svalutazione dell'aspetto verbale, ma piuttosto sottolinea un nesso di complementarità tra i due ambiti, la cui sintesi conduce ad una analisi compiuta dei processi comunicativi.

L'interesse per questa particolare disciplina trova delle radici solide nel mio percorso di studio e di vita. Innanzitutto, è doveroso sottolineare che l'attenzione all'alterità in qualità di oggetto di studio dell'etnografia, ha da sempre fatto parte dei miei interessi. Essendo originaria di una terra tanto bella, quanto provata dalla criminalità come la Calabria, ho avuto la possibilità di fare esperienza in ambiti molto particolari, come comunità per tossicodipendenti, centri di assistenza per donne vittime del circolo della prostituzione, progetti mirati a ragazzi figli di

detenuti. Ciascuna di queste esperienze ha contribuito al mio confronto con persone il cui percorso di vita differiva molto dal mio e la cui sofferenza spesso impediva loro di aprirsi con facilità al dialogo verbale. L'unica possibilità di ricercare un contatto era data quindi dall'attenzione agli elementi non verbali, capaci di comunicare il loro punto di vista, le loro percezioni e le loro emozioni. Vivere queste esperienze ha creato in me una sensibilità rinnovata che mi ha resa capace di mettermi in ascolto dell'altro, delle sue categorie culturali e delle sue modalità di comunicazione.

Questi interessi riscoperti nella sfera professionale hanno presto trovato un riscontro teorico e didattico in alcuni corsi seguiti durante gli anni di studio universitario: linguistica, psicologia dello sviluppo, fondamenti della comunicazione musicale, e in particolar modo antropologia culturale. Ogni disciplina ha declinato il concetto di comunicazione in modo proprio, consentendomi di comprendere l'immensa molteplicità dei modi di comunicare e la valenza di ciascuno di essi.

Mentre mi accingevo a preparare l'esame di antropologia culturale, mi sono imbattuta in un saggio causa della mia accresciuta curiosità nei confronti della comunicazione non verbale. Questo testo, scritto da Ruth Finnegan, il cui titolo è *Comunicare: Le molteplici modalità dell'interconnessione umana*, si pone come obiettivo quello di sostituire i diversi paradigmi comunicativi che lo hanno preceduto con una visione che tenga conto del processo come interattivo e dinamico, creato dai partecipanti mediante il loro mutuo interconnettersi.

A questo saggio si è aggiunto quello di Sarah Pink intitolato *Doing Sensory Ethnography*, in cui l'autrice definisce le modalità mediante le quali l'etnografia sensoriale sfrutta la multisensorialità dell'esperienza di ciascun individuo, le percezioni, le conoscenze e le pratiche, fornendo gli strumenti adatti per un lavoro di ricerca di questo calibro.

Questi libri mi hanno fornito un quadro generale relativo alle diverse teorie riguardanti l'etnografia sensoriale, disciplina emergente interessata all'analisi della comunicazione non verbale. A partire dagli studi proposti da queste due autrici ho quindi iniziato ad impostare il mio lavoro di ricerca, incentrandolo proprio su questo campo nascente.

Il terzo testo a cui ho fatto riferimento per la stesura di questa tesi è stato *Antropologia della Comunicazione*, redatto da Angela Biscaldi e Vincenzo Matera. Questo manuale affronta un tema molto generale e discusso, ovvero il rapporto tra cultura e comunicazione, presentando tre strumenti concettuali principali per confrontarsi con questa dicotomia: interazione, linguaggio e narrazione. Nel corso dell'esposizione delle riflessioni relative a questi tre punti, Biscaldi e Matera dedicano un capitolo anche alla comunicazione non verbale e all'etnografia sensoriale, di cui analizzano le origini, il significato e gli sviluppi futuri. Dalla lettura di questo testo ho avuto la possibilità di selezionare un gran numero di riferimenti bibliografici che si sono rivelati particolarmente interessanti per l'argomento da me trattato.

Il campo dell'etnografia sensoriale, essendo un dominio ancora in via di sviluppo, presenta molti quesiti e poche certezze. Pertanto, dopo un'attenta consultazione dei materiali scelti, mi sono dedicata alla redazione di questo testo, individuando come obiettivo finale quello di creare un prodotto frutto di una scrupolosa ricerca bibliografica, declinato, per quanto possibile, tramite la mia esperienza e conoscenze personali.

In una prima sezione della tesi affronto alcune questioni teoriche e introduco il campo dell'etnografia sensoriale. Tali nozioni vengono poi applicate a due casi di studio selezionati. Più nello specifico, il primo capitolo si interesserà al concetto di comunicazione attraverso l'analisi del linguaggio come strumento di comunicazione primario. L'attenzione si sposterà poi sull'esposizione dei diversi paradigmi relativi alla comunicazione che si sono succeduti nel corso degli anni. Infine, il capitolo si concluderà con l'analisi della comunicazione non verbale, oggetto principale dell'etnografia sensoriale.

Il secondo capitolo, prendendo in considerazione l'evoluzione subita dalla disciplina dell'antropologia e, di conseguenza, dall'etnografia, individuerà le origini dell'etnografia sensoriale, poi analizzerà la sensorialità come elemento collettivo e si concluderà quindi con un'esposizione degli strumenti utilizzati durante la ricerca etnografica sensoriale e con una speculazione sui risvolti futuri di questo ambito.

Il terzo capitolo esporrà due progetti di ricerca svolti da due studiose dell'ambito sensoriale: Dawn Lyon e Sarah Pink. L'obiettivo di entrambe le ricerche sarà quello di mettere in luce le modalità incarnate – e cioè legate alla sfera sensoriale – tramite le quali gli individui apprendono nel corso delle loro attività quotidiane.

Infine, la conclusione di questa tesi ripercorrerà il percorso proposto rispondendo alle esigenze esposte nel corso di questa introduzione e mettendo in luce i risultati raggiunti.

I

La Comunicazione

Il presente capitolo si focalizzerà sul concetto di comunicazione, argomento più volte trattato da studiosi appartenenti a diversi ambiti di ricerca, ma ricco di sfumature ancora, probabilmente, sconosciute. L'analisi si concentrerà in seguito sullo studio della comunicazione verbale, con particolare attenzione al mezzo linguistico principale: il linguaggio. Ciò condurrà alla esposizione di diverse teorie e visioni riguardanti l'atto comunicativo che si sono succedute negli anni e, tenendo conto dell'ultima teoria affermata, ossia quella della studiosa Ruth Finnegan, la quale considera il processo come un'interconnessione tra individui, questo capitolo si concluderà con l'analisi della comunicazione non verbale, oggetto privilegiato dell'etnografia sensoriale.

1.1 Definizione del concetto di comunicazione

Ogni creatura, uomo o animale che sia, nel momento in cui interagisce con l'ambiente che lo circonda e con i suoi simili si trova di fronte alla necessità di comunicare. Si ha il bisogno di far sapere agli altri che si ha fame, che si è arrabbiati, o di avvertire qualcuno di un pericolo. Anche un neonato, ad esempio, ha la necessità di rendere gli altri consapevoli dei propri bisogni e lo fa attraverso l'utilizzo di un suo codice comunicativo specifico. A volte, nella comunicazione è necessario trovare il modo per far sì che il messaggio venga interpretato correttamente – il pianto del bambino spesso può essere frainteso dai genitori che non ne comprendono i motivi. Proprio per questa ragione, nel corso degli anni,

l'attenzione sull'oggetto della comunicazione e sui suoi strumenti è incrementata notevolmente.

Comunicare significa condividere messaggi tra almeno due entità, è un processo di interazione tra parti capaci di ricevere e inviare informazioni e all'occorrenza emettere dei feedback. Questo processo è fondamentale per l'adattamento di ogni specie al suo ambiente: quella che non riesce ad interagire per soddisfare i propri bisogni è destinata a perire. Ogni individuo è perennemente coinvolto in un processo di comunicazione fisiologico, sensoriale – la comunicazione non può esistere se l'oggetto in questione non è percepito dai sensi – e cognitivo, basato cioè sulla abilità umana di codificare e decodificare delle informazioni¹.

Ogni singolo comportamento è portatore di un messaggio, il che implica la presenza di un altro individuo. Quando il neonato piange, comunica attraverso il suo grido dei bisogni e avvia questo processo alla presenza di chiunque possa soddisfare le sue necessità oppure nella speranza di attirarne l'attenzione, poiché come sostenuto da John W. Smith:

La comunicazione è un'attività sociale [...] La maggior parte delle caratteristiche fondamentali della comunicazione acquistano senso solo quando vengono intese come costruite nell'interrelazione tra diversi individui².

Nel momento in cui non è presente un altro individuo, in questo caso verosimilmente un adulto, e nessuno accorre al suo lamento, il bambino cessa di piangere, in quanto la comunicazione non si è stabilita. La tipologia di comportamento condotta – il pianto – e le modalità in cui l'individuo agisce – senza sosta, come un disperato – determinano l'informazione a cui si dà un senso, che può variare da persona a persona in base al codice utilizzato.

Pertanto, la comunicazione è un'abilità basilare comune a tutti gli esseri viventi. Questo non deve però condurre alla conclusione errata secondo cui tutti possiedono lo stesso livello di capacità comunicativa. Quella degli animali sarà molto più semplice rispetto a quella degli uomini, così come il codice utilizzato - il "linguaggio" - sarà estremamente differente, ma ciò non implica che gli animali non

¹ A. Biscaldi & V. Matera, *Antropologia della comunicazione: interazioni, linguaggi, narrazioni*, Roma, Carocci editore, 2016

² W. J. Smith, *The behavior of communicating, after twenty years*, in Owings, D.H. e Thompson, N. (a cura di) "Perspectives in Ethology", 1997, p. 7

comunicano o che la loro comunicazione sia meno valida rispetto a quella umana, semplicemente ciascuna specie modula il processo tenendo conto delle proprie esigenze.

Per quanto riguarda la comunicazione umana, è interessante considerare la *Teoria dell'agire comunicativo* di Jürgen Habermas in quanto permette di riscoprire l'essenzialità di questo processo: secondo questo ricercatore tedesco la vita associata è governata da una ragione strumentale che implica la considerazione dell'essere umano non come fine – concetto fondamentale della teoria di Kant nella filosofia morale – ma come semplice mezzo, utile per gli scopi economici e sociali. Secondo Habermas, è necessario sostituire l'agire strumentale con quello comunicativo, la cui razionalità abbandona completamente l'idea di un individuo isolato volto pienamente verso la finalità economica e pone al centro la visione di un individuo la cui coscienza cresce in relazione con gli altri, l'altro conta nella sua essenza e viene accolto nella ricerca di un'intesa. In questo senso, Habermas fa riferimento al linguaggio non come un insieme di parole a cui vengono attribuiti dei significati, ma come un discorso rivolto a qualcuno che cela in sé stesso l'obiettivo finale di creare un'intesa reciproca; la razionalità da ricercare è intersoggettiva e l'azione morale della società deve mirare ad una forte coesione³.

La comunicazione, come dimostrato anche dalla teoria appena esposta, ha per scopo primario quello di creare unità, di formare una coesione che è la base della sopravvivenza. Un gruppo che riesce a comunicare, a fare un “lavoro di squadra”, è un gruppo che sopravvive, che perdura.

Come già sottolineato in precedenza, gli uomini e gli animali condividono la capacità di poter comunicare, ma l'uomo è nettamente avvantaggiato dalla possibilità di apprendere continuamente e rapidamente nuovi comportamenti, questo perché l'oggetto principale della comunicazione umana è la cultura, che può essere definita come:

Un complesso di idee, di simboli, di comportamenti e di disposizioni storicamente tramandati, acquisiti, selezionati e largamente condivisi da un certo numero di individui, con cui questi ultimi si accostano al mondo, in senso sia pratico che intellettuale⁴.

³ J. Habermas, *Teoria dell'agire comunicativo*, Bologna, Il Mulino, 1986

⁴ U. Fabietti, *Elementi di Antropologia Culturale*, Milano, Mondadori Università, 2015, p. 18

Il patrimonio culturale, ossia la cultura, non deve essere reinventato da ogni generazione, ma appreso. L'uomo è l'unico essere, a differenza degli animali, che non dispone di informazioni genetiche sufficienti che gli consentano di adottare automaticamente dei comportamenti necessari alla sua sopravvivenza. Tutta la filosofia del Novecento sottolinea l'incompletezza dell'uomo, definita e confermata anche a livello scientifico dallo psicologo svizzero Jean Piaget, secondo cui lo sviluppo delle facoltà intellettuali non si esaurisce prima dei quindici anni⁵. Ogni comportamento è il risultato dell'imitazione di un modello rispetto ad un altro, ricevuto tramite l'educazione, sia implicita che esplicita. Questi modelli hanno il ruolo di plasmare l'individuo e renderlo come egli è, altrimenti secondo l'antropologo statunitense Clifford Geertz:

L'estrema genericità, vaghezza, e variabilità delle capacità di reazione innate (cioè geneticamente programmate) dell'uomo significa che, senza l'aiuto dei modelli culturali, egli sarebbe funzionalmente incompleto [...] una specie di mostro informe senza meta né capacità di autocontrollo, un caos di impulsi spasmodici e di vaghe emozioni⁶.

Vi è la necessità che l'uomo impari la cultura, adattandola alle condizioni ambientali attuali, selezionando i comportamenti necessari e modificandoli per ottimizzare il risultato, vale a dire per il raggiungimento dell'obiettivo della sua operatività di rendere l'individuo predisposto capace ad agire nel proprio interesse. Tale predisposizione deriva dall'assimilazione di modelli culturali ed è definita *habitus* dal sociologo, antropologo e filosofo francese Pierre Bourdieu⁷.

L'apprendimento della cultura è favorito da una caratteristica della mente umana che è la plasticità cerebrale: la potenzialità del cervello di modificare le sue strutture non soltanto nel periodo che viene comunemente definito come "sensibile" – durante il quale specifiche esperienze possono produrre delle conseguenze ricercate nello sviluppo – ma anche in età adulta.

Inoltre, la cultura è dinamica e stratificata: stratificata perché caratterizzata da possibili dislivelli interni e dinamica perché proprio così come il cervello modifica le sue strutture per accogliere nuovi modelli. Anche la cultura, essendo un insieme di modelli culturali condivisi da un gruppo di persone, è soggetta a cambiamenti e

⁵ U. Fabietti, op. cit.

⁶ C. Geertz, *Interpretazione di Culture*, Bologna, Il Mulino, 1998

⁷ U. Fabietti, op. cit.

modificazioni interne, ma anche esterne che risultano da incontri e scontri con culture differenti che conducono al fenomeno dell'acculturazione (*Cultural Change*) menzionato dall'antropologo e sociologo francese Georges Balandier nel suo libro *Le società comunicanti: introduzione all'antropologia dinamista* (1973)⁸.

La cultura è centrale in termini di comunicazione, in quanto essa si presenta nell'abilità degli uomini di trasmettere dei messaggi. Fortemente correlata al processo di comunicazione è un'ulteriore caratteristica fondamentale della cultura che è la creatività. Tale dimensione sarà discussa nei paragrafi seguenti. Qui è sufficiente sapere che alla creatività è collegata la capacità della cultura di generare infiniti nuovi significati. È possibile osservare, dunque, come la comunicazione umana sia la più sofisticata perché riunisce in sé stessa contesto culturale, linguaggio e trasmissione delle conoscenze acquisite. A tal proposito, l'etologo austriaco Irenaus Eibl-Eibesfeldt sostiene che:

Poiché spesso si sente parlare di un linguaggio degli animali, è necessario sottolineare che non esiste un linguaggio animale paragonabile a quello umano. Di regola gli animali comunicano tra di loro per mezzo di un codice innato; La trasmissione culturale è invece assai rara e manca la capacità di combinare i simboli in modo creativo. Lo scambio di informazioni tra animali riguarda essenzialmente le loro specifiche disposizioni ad agire: essi segnalano essenzialmente la motivazione. Mediante una peculiare "danza" le api sono in grado di comunicare ai componenti del gruppo la posizione delle fonti di cibo rispetto all'alveare e quindi di fornire informazioni relative a oggetti dell'ambiente circostante. Esse, tuttavia, rispettano un codice di comunicazione rigidamente programmato, che ad esempio impedisce loro di mentire. L'uomo, invece, può farlo benissimo e inoltre, grazie al linguaggio verbale, può fornire informazioni non limitate a cose presenti. L'uomo infine può descrivere azioni senza per questo doverle eseguire⁹.

Ciò sottolinea ancora una volta la differenza sostanziale tra la comunicazione umana e quella animale. Gli animali comunicano per la necessità di innescare un determinato comportamento attraverso l'utilizzo di un codice ben organizzato e altamente programmato. Al contrario, l'uomo grazie alle caratteristiche del proprio linguaggio ha la capacità di interagire per le più disparate motivazioni, senza attenersi unicamente ad una comunicazione volta alla semplice segnalazione di una motivazione.

⁸ G. Balandier, *Le società comunicanti: introduzione all'antropologia dinamista*, Roma-Bari, Laterza, 1973

⁹ I. Eibl-Eibesfeldt, *Etologia umana. Le basi biologiche dei comportamenti culturali*, Torino, Bollati Boringhieri, 1993, p.343

1.2 La comunicazione verbale

Il concetto di comunicazione verbale fa riferimento a quell'insieme di forme utilizzate col fine di comunicare trasmesse attraverso l'uso di un linguaggio. Tenendo conto di questa definizione, sia le espressioni verbali che una intera serie di altre informazioni codificate, possono essere incluse in questo insieme.

Adoperato prevalentemente con scopi comunicativi, il linguaggio si definisce come uno strumento di rappresentazione simbolica, costituito da un susseguirsi ideativo e informativo continuo di un insieme di parole e enunciati che interagiscono nelle menti dei parlanti. Da un punto di vista linguistico può essere visto come la capacità di associare suoni e significati tramite l'utilizzo di regole grammaticali¹⁰.

Il linguaggio verbale differisce da tutti gli altri sistemi comunicativi per due caratteristiche fondamentali che sono: l'universalità semantica – capacità di combinare dei suoni arbitrari (fonemi) per creare dei significati precisi – e la produttività infinita – capacità, data una preposizione, di presupporre la continuazione del messaggio in quanto individui dotati di abilità di collocare gli eventi nel tempo e nello spazio. Questo fa sì che il significato associato ad una parola non sia fisso, ma variabile (creatività) e che possa essere ridefinito liberamente (arbitrarietà)¹¹. Si tratta quindi di un fenomeno che possiede sicuramente delle implicazioni sociali – in base a regole ben precise, si apprende e conferisce ai parlanti la capacità di trasmettere delle informazioni – ma risulta avere anche delle implicazioni biologiche - perché il linguaggio sia possibile c'è la necessità di un corretto funzionamento di molteplici organi come cervello, bocca, corde vocali.

Tutta la comunicazione è basata sull'utilizzo di segni, definiti come *qualcosa che sta per qualcos'altro*, o in altre parole secondo lo studioso tedesco Gottlob Frege il segno (Zeichen/Sign) si riferisce ad oggetti extralinguistici e agli altri stati

¹⁰ G. Graffi, & S. Scalise, *Le lingue e il linguaggio: Introduzione alla linguistica*, Bologna, Il Mulino, 2013

¹¹ G. Graffi, & S. Scalise, op. cit.

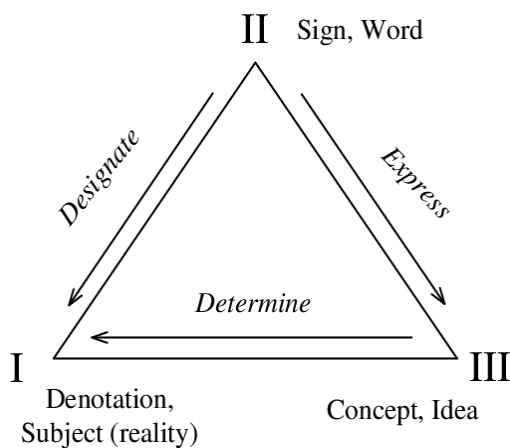


Figura 1: Modello di Gottlob Frege.
 Available via license: CC BY 4.0

delle cose attraverso la mediazione di un'altra entità che è il senso (Sinn/Concept) e che è la nozione che indica la maniera attraverso cui il riferimento (Bedeutung/Denotation) è dato¹² (Figura 1). Per lo stesso riferimento possiamo avere una molteplicità di sensi: si può designare la persona di Giuseppe Conte con “ex presidente del consiglio” oppure

“avvocato” o “professore della facoltà di legge” senza cambiare minimamente il riferimento, ma utilizzando sensi differenti.

Pertanto, si può riassumere sotto la denominazione di segno ciò che ha la capacità di trasmettere informazioni: un colore, un profumo, un movimento, un oggetto, persino il silenzio. Ovviamente, come già osservato in precedenza, affinché il segno trasporti un'informazione al momento del processo di comunicazione, è fondamentale attenersi a delle regole per garantire che il legame tra il segno e ciò per cui esso sta sia quanto più chiaro possibile al destinatario.

Nella comunicazione animale ciascun segno ha un collegamento univoco con ciò a cui si riferisce, ogni segnale è dunque indipendente e non è sovrapponibile ad altri. Nel linguaggio umano le connessioni sono più complesse, poiché, in quanto simbolico, permette di creare sempre nuovi significati associandoli a segni già esistenti.

In riferimento alla comunicazione umana risulta più proficuo parlare di simboli: questi sono semplicemente segni speciali poiché il loro significato è più flessibile e si può adattare alle diverse situazioni tenendo conto dell'accordo sociale e del contesto. Questi devono il loro significato ad un accordo tra membri di uno stesso gruppo che condividono la stessa cultura e presentano il vantaggio di poter condensare diversi significati nella propria essenza. Un esempio attuale potrebbe essere l'utilizzo della canzone Bella Ciao, simbolo per eccellenza dei partigiani, ma

¹² G. Frege, *On sense and reference*, 1892

che negli ultimi anni è principalmente associata con una popolare serie Netflix, intitolata *La Casa di Carta*, in cui compare come parte della colonna sonora. Il segno/simbolo rimane il medesimo, ma il significato che gli viene associato è altamente differente.

Nell'affrontare il tema dei simboli, dei segni e in generale della comunicazione verbale è inevitabile soffermarsi sul concetto di significato, ma per questo è indispensabile fare alcune considerazioni preliminari. La competenza linguistica comprende tre livelli che sono: livello fonologico, livello semantico e livello pragmatico. Sebbene ciascuno di essi sia essenziale per la comunicazione, il più interessante e funzionale è sicuramente il livello semantico.

La semantica è un ramo della linguistica che studia il modo in cui le parole sono collegate ai concetti e il modo in cui queste sono correlate a oggetti, situazioni o eventi, studia i collegamenti esistenti tra le parole di una lingua e cerca di denotare un segno, vale a dire attribuire un significato convenzionale neutro a un termine o enunciato, facendo sì che non mostri alcuna sfumatura di carattere soggettivo o emotivo; la denotazione è il processo inverso alla connotazione. Si tratta di un'analisi estremamente complicata appunto perché all'uso quotidiano dei termini si aggiungono sempre nuove connotazioni, dovute all'arbitrarietà dei significati, per cui accanto ad una denotazione da dizionario – che sarà comunque complessa da individuare – ci saranno innumerevoli definizioni ricche di sfumature soggettive¹³.

In questa infinità di simboli, segni, significati e connotazioni com'è possibile far sì che la comunicazione avvenga correttamente, senza fraintendimenti? Non c'è modo per assicurare al cento per cento che ciò accada, ci sarà sempre e comunque una percentuale di possibilità di errore poiché nessuna delle parti coinvolte può garantire il contrario. All'interno del processo vi sono, tuttavia, degli elementi che consentono di minimizzare questa incertezza: ridondanza, ripetizione o rinforzo del messaggio, ma primo fra tutti il contesto, costituito da tutti gli elementi, sia fisici che astratti, che svolgono un ruolo al momento del processo comunicativo, questo è attribuibile al livello pragmatico, studiato in qualità di competenza linguistica che si sviluppa per ultima¹⁴.

¹³ G. Graffi, & S. Scalise, op. cit.

¹⁴ A. Biscaldi & V. Matera, op. cit.

Dato il contesto in cui le parole e le frasi sono pronunciate, è possibile comprenderne più facilmente il significato in quanto parte integrante del processo comunicativo. L'importanza delle circostanze in cui si sviluppa tale processo viene così sottolineata da Robert Harris:

La comunicazione non è qualcosa di supplementare o di separabile rispetto al resto della vita umana e alle circostanze costantemente mutevoli che quella presenta, ma è parte integrante di essa... Non vi è alcun messaggio che si possa definire indipendente dalle attività implicate nella sua formulazione e interpretazione, e nessuno di tali processi che sia indipendente dalla particolare situazione comunicativa nella quale opera¹⁵.

Saper comunicare non è quindi un'abilità limitata alla competenza grammaticale – conoscenza della lingua, delle regole grammaticali, della sintassi – ma si estende anche e soprattutto a quella comunicativa (capire cioè come e quando utilizzare i differenti enunciati). Spesso sono le parole stesse a formare un contesto attraverso l'utilizzo di esperienze comuni al parlante e al destinatario, a tale riguardo risulta efficace la visione dell'etnopragmatica – lo studio del linguaggio attraverso l'ausilio dell'etnografia – fornita dall'antropologo italiano Alessandro Duranti:

L'etnopragmatica condivide la visione del contesto come qualcosa di più di una cornice o di uno sfondo che aiuta a dare senso agli enunciati linguistici; Il contesto è anche un prodotto della comunicazione. In altre parole il contesto non è solo qualcosa che va aggiunto a un testo altrimenti indipendente da esso (contesto = cornice del testo), il contesto è anche quello che il testo fa, raggiunge, ottiene (contesto = prodotto del testo)¹⁶.

Questa visione si rivela estremamente efficace perché tiene conto dell'essenzialità del contesto, il quale non è un semplice sfondo dell'azione, anzi è parte integrante della comunicazione, contribuisce a creare il senso e a decifrarlo. Inoltre, comprende nella concezione di contesto anche il ruolo dei parlanti in quanto attori primari che forniscono sia le informazioni sia gli strumenti necessari per interpretarle.

Nell'analisi condotta fino ad ora è stato possibile notare quanto il processo comunicativo non sia costituito semplicemente dalle parole, ma anche dalle azioni. Ciò comporta una forte dinamicità dell'atto. Lo studioso che maggiormente si è interessato a questo aspetto è John Langhshaw Austin. Il filosofo e linguista inglese

¹⁵ R. Harris, *Signs, Language and Communication. Integrational and Segregational Approaches*, Londra, Routledge, 1996, p. 13

¹⁶ A. Duranti, *Etnopragmatica. La forza nel parlare*, Roma, Carocci, 2007, p. 14

propone la cosiddetta teoria degli atti linguistici: ciascun enunciato corrisponde ad un atto linguistico che può essere definito come performativo – fa riferimento a delle intenzioni che si devono verificare – o constativo – esegue una funzione puramente descrittiva. Qualsiasi atto, sia performativo che constativo, si sviluppa su tre livelli:

1. Locutorio, si riferisce alla forma analizzando le regole semantiche e sintattiche che concatenano le parole all'interno di una frase;
2. Illocutorio, si concentra sul significato per evidenziare l'intenzione comunicativa;
3. Perlocutorio, tiene conto delle conseguenze, ossia degli effetti extralinguistici indotti dall'atto linguistico¹⁷.

L'intera teoria di Austin ruota attorno alla definizione dei differenti atti linguistici analizzando il loro valore e la necessità di rivedere e approfondire il concetto di significato e riferimento. Prendendo spunto da questi fondamenti teorici Paul Grice fonda la sua riflessione incentrata sulla intenzionalità della comunicazione. Per fare ciò parte con l'analisi del significato del verbo *to mean*, letteralmente sia intendere che significare. Secondo il filosofo inglese comunicare significa trovarsi di fronte ad un mittente che intende fare in modo che il ricevente comprenda o faccia qualcosa, attuando in modo tale che quest'ultimo riconosca la volontà iniziale. La comunicazione avviene, dunque, solo se c'è una consapevolezza di una intenzionalità reciproca delle due parti.

Questo ci porta a dedurre che la correlazione tra pensiero e linguaggio non può essere ridotta semplicemente al principio di composizionalità propugnato da Gottlob Frege per cui il significato è rappresentato da una corrispondenza estremamente rigida tra pensiero, parola e mondo. Grice propone inoltre una distinzione tra significato semantico – convenzionale e comunemente accettato dalla comunità linguistica – e significato occasionale del parlante – dipendente dalle intenzioni soggettive del parlante e relativo alla teoria della mente – e colloca al centro della sua teoria il concetto di implicatura, che esorta gli interlocutori ad andare oltre le semplici parole pronunciate, al fine di cogliere l'intento

¹⁷ J. Austin, *Come fare cose con le parole*, Genova, Marietti, 1987

comunicativo, perché ciò avvenga alla base della conversazione deve esserci il principio di cooperazione, definito da Grice come la necessità di conformare il proprio “contributo conversazionale a quanto è richiesto dall’intento comune, nel momento in cui avviene” e bisogna farlo seguendo quanto più possibile le massime della conversazione ispirate a quelle kantiane¹⁸:

1. Quantità (concisione);
2. Qualità (veridicità);
3. Relazione (pertinenza);
4. Modo (chiarezza/non ambiguità).

1.3 Sviluppo del concetto di comunicazione

L’atto di comunicare deve la sua efficacia a una molteplicità di elementi che cooperano tra di loro. Come accade nelle scienze, anche nello studio della comunicazione si fa riferimento ai paradigmi con lo scopo di analizzare i suddetti elementi, definirne il ruolo e di conseguenza comprendere in maniera più dettagliata il processo studiato. La differenza sostanziale risiede nella possibilità di far coesistere diversi paradigmi nel campo della comunicazione, al contrario delle scienze basate su un sapere cumulativo, i cui paradigmi precedenti vengono ottimizzati e superati, vale a dire accantonati completamente e sostituiti dai nuovi paradigmi.

All’interno di questo paragrafo saranno esaminati i tre modelli che, nel corso degli anni, hanno formato le basi per lo studio del processo comunicativo: il primo paradigma considera la comunicazione come una semplice codifica e decodifica di messaggi, il secondo come co-costruzione di significati e l’ultimo, che è inoltre quello più interessante in correlazione con il soggetto emergente dell’etnografia dei sensi, analizza la comunicazione in quanto processo multimediale di interconnessione.

¹⁸ P. Grice, *Logica e conversazione*, Bologna, Il Mulino, 1993

1.3.1 ...Come codifica e decodifica di un messaggio

Generalmente, la comunicazione viene associata al processo di trasmissione di un'informazione che coinvolge un mittente e un destinatario. Questo modello fa riferimento alla *teoria della comunicazione* stipulata negli anni '50 in un contesto tecnico dagli ingegneri Shannon e Weaver, i quali lavoravano presso la Bell Telephony company e miravano alla creazione di un meccanismo che consentisse la corretta trasmissione di messaggi lungo i cavi elettrici. La teoria può essere riassunta come segue (Figura 2):

The Shannon-Weaver Mathematical Model, 1949

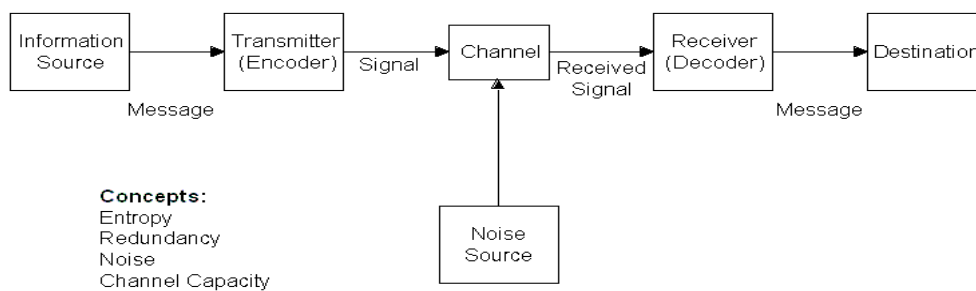


Figura 2: The Shannon-Weaver Mathematical Model, 1949. From Retrieved November 28, 2010. From <http://www.shkaminski.com/Classes/images/Shannon-Weaver%20Model.gif>. Web Image.

Negli anni questo modello è stato approfondito e, nonostante le carenze spesso riscontrate, si è dimostrato estremamente influente nel campo degli studi sulla comunicazione. Anche Roman Jakobson, noto linguista, ha trattato questa teoria e l'ha definita in maniera ancora più efficace, attribuendo a ciascun elemento coinvolto nel processo di comunicazione una specifica funzione, come di seguito (Figura 3):

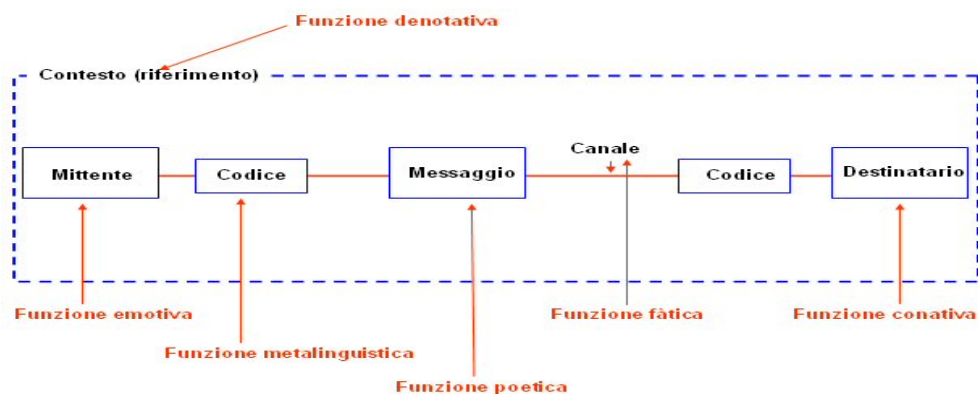


Figura 3: Le funzioni di Jakobson. Da: Intranet Management <https://www.intranetmanagement.it/articoli/jakobson-shannon-e-la-comunicazione-in-rete/>, 2018

Questo paradigma presuppone quindi che la comunicazione corrisponda alla trasmissione di un messaggio – tramite un canale – da parte di un mittente che deve codificarlo a un destinatario che ha il compito di decodificarlo, ed entrambi i ruoli sono svolti tramite l'utilizzo di un codice¹⁹.

La visione qui proposta è però estremamente semplicistica poiché non tiene conto, in primo luogo, dell'evidenza che l'intero atto del comunicare non sia riconducibile solo ad uno scambio di dati, ma implica una serie di elementi che stabiliscono una continua costruzione di significati; in secondo luogo, essa presta una eccessiva attenzione al codice, considerandolo l'unico elemento necessario per la comunicazione. Così facendo si sottovalutano i possibili errori che potrebbero condurre ad un processo comunicativo fallace e si sminuisce il ruolo dei partecipanti – riducendoli ai soli mittenti e destinatari, quando in realtà fanno o potrebbero far parte della comunicazione anche tutti gli individui esterni, seppur solo tramite l'azione involontaria di ascolto – e degli altri elementi coinvolti nel processo di comunicazione: in particolare, il destinatario è visto come un attore totalmente passivo che riceve il messaggio senza contribuire in alcun modo all'atto comunicativo. Per contrastare questa visione è stato aggiunto – dai diversi ricercatori e sostenitori di questo modello – il concetto di feedback, definito come la quantità di informazione che dal ricevente ritorna all'emittente, dandogli la possibilità di modificare i suoi messaggi successivi e che viene così definito dal filosofo e critico letterario russo Michail M. Bachtin:

In effetti l'ascoltatore, percependo e comprendendo il significato (linguistico) di un discorso, contemporaneamente assume nei riguardi di esso una posizione responsiva attiva: è in accordo o in disaccordo (del tutto o in parte), lo integra, lo applica, si prepara ad eseguirlo ecc. (...) Naturalmente non sempre si ha una risposta ad alta voce immediatamente successiva all'enunciazione: la comprensione attivamente responsiva di ciò che si è sentito (ad esempio, di un comando) può immediatamente realizzarsi in azione (l'esecuzione dell'ordine del comando compreso e accettato), può restare per il momento una comprensione responsiva tacita (alcuni generi di discorso hanno appunto come fine soltanto questa comprensione, come, ad esempio, i generi lirici=, ma si tratta, per così dire, di una comprensione responsiva ad azione ritardata: prima o poi, ciò che è stato sentito e attivamente compreso riecheggia nei discorsi successivi e nel comportamento dell'uditore (...)²⁰.

¹⁹ A. Biscaldi & V. Matera, op. cit.

²⁰ M.M. Bachtin, *L'autore e l'eroe: teoria letteraria e scienze umane*, Torino, Einaudi, 1998, pp. 254-256

Il feedback può essere espresso sia tramite il linguaggio, ma anche tramite un mezzo di comunicazione non verbale – un’espressione del viso, un gesto – e crea un appiglio per il mittente. Così facendo dà vita ad un processo circolare teoricamente privo di una fine poiché il ricevente invia al mittente delle informazioni tramite il feedback, che a loro volta vengono utilizzate da quest’ultimo per comunicare nuovamente con il destinatario. Ciascun messaggio svolge una triplice funzione: è una risposta da parte di A nei confronti di B, è uno stimolo che conduce A a comunicare con B per ottenere un ulteriore scambio di informazioni ed è un rinforzo perché alimenta questo processo di scambio tra i due partecipanti.

Un’altra criticità riscontrata all’interno di questo modello è evidenziata proprio dalla natura del feedback e dalle sue funzioni, le quali impediscono che vi sia uno scambio regolare e articolato in cui il mittente parla e il ricevente ascolta e viceversa. Tra i partecipanti c’è spesso un sovrapporsi reciproco, che non riguarda propriamente il parlare contemporaneamente, ma la possibilità che vi sia una comunicazione simultanea marcata da sguardi, espressioni, movimenti del corpo ecc. Il processo di comunicazione è un processo attivo, creativo, dinamico e talvolta caotico al quale non si può imporre l’estrema rigidità e l’esagerata meccanicità di questa teoria.

1.3.2 ...Come trasmissione di significati

Per molti anni, quindi, gli studiosi hanno considerato la comunicazione come una semplice trasmissione di dati che avviene in modo passivo e al di fuori del contesto culturale. Recentemente questa concezione è stata rivista, in quanto, ci si è resi conto che il linguaggio è azione: comunicare è un vero e proprio processo creativo tramite il quale gli uomini interagiscono attivamente in base a modelli culturalmente orientati. Intorno agli anni Settanta e Ottanta è emerso un nuovo paradigma, che ha sostituito tutti gli elementi identificati da quello precedente - “mittente”, “ricevente”, “codice”, ecc. - con le nozioni di “segno”, “significato” e “simbolo” - già definiti nel paragrafo relativo al linguaggio.

Questa nuova teoria trova le sue radici nel concetto di comunicazione, inteso non come uno scambio passivo di informazioni già prestabilite, ma come un atto di co-

costruzione di significati che permette di rivalutare la presenza dei partecipanti, i quali interagiscono attivamente allo scopo di creare dei significati condivisi. Il modello presentato trova i suoi principali sostenitori tra gli interessati alla semiotica e allo strutturalismo, come il linguista inglese Michael Halliday, che attribuisce alla comunicazione la capacità di far riflettere e agire simbolicamente sulle cose²¹, e come il linguista svizzero Ferdinand De Saussure che riscopre nella linguistica la possibilità di studiare il mondo sociale tramite l'utilizzo dei segni.

Da un lato, questo modello enfatizza gli elementi extralinguistici attribuendo la capacità di esprimere dei significati anche attraverso il modo di vestire, i beni materiali posseduti, le espressioni facciali, ecc. Un esempio efficace può essere la scelta di un determinato indumento: nel momento in cui un individuo lo sceglie, lo fa per vari motivi, tra cui il desiderio di comunicare qualcosa. Questo avviene nel momento in cui sceglie un indumento piuttosto che un altro – un cappello di lana invece che un berretto – ma anche quando decide di indossarlo in un determinato modo – di lato, con i capelli fuori, con i capelli completamente coperti, etc.

D'altra parte, tuttavia, essendo un modello di interesse particolarmente per i linguisti, il mezzo primario rimane il linguaggio, come definito da Stuart Hall, sociologo giamaicano naturalizzato britannico:

Dal momento che tutti gli oggetti culturali trasmettono un significato, e che tutte le pratiche culturali si basano sui significati, devono fare uso di segni; e poiché lo fanno, devono lavorare alla stregua del linguaggio, ed essere oggetto di un'analisi che si basa fondamentalmente sui concetti linguistici saussuriani²².

Il linguaggio, tramite l'utilizzo di segni e simboli, attribuisce dei nomi alle cose e le definisce; nominare è il primo atto di conoscenza poiché permette di assegnare un posto nel mondo a qualcosa dandogli rilevanza.

Secondo questo modello, dunque, attraverso il linguaggio (principalmente) avviene un processo creativo e attivo di co-costruzione di significati che scaturiscono da uno scambio intersoggettivo in cui gli attori si inseriscono in maniera partecipativa²³.

²¹ M. Halliday, *Sistema e funzione nel linguaggio*, Bologna, il Mulino, 1987

²² S. Hall, *Representation. Cultural Representations and Signifying Practices*, Londra, Sage/The Open University, 1997

²³ A. Biscaldi & V. Matera, op. cit.

1.3. 3 ...Come interconnessione multimediale

Mentre sono qui seduta a digitare sul mio computer, mi ritornano alla memoria i cantastorie dell’Africa Occidentale con le loro canzoni, i movimenti del corpo, e il pubblico che prende parte attiva alle performance; mi ricordo dei richiami, dei colori e dei profumi che si diffondono dai prodotti messi in mostra per attirare gli acquirenti in un mercato delle isole Fiji, e dell’esperienza condivisa, non solo acustica, ma anche corporea e visiva dei concerti inglesi. Penso ai gesti e ai segnali della quotidianità e alla comunicazione lungo grandi distanze tramite il telefono, le lettere, i regali. Tutti questi, mi sembra, sono modi in cui gli esseri umani si interconnettono l’un l’altro – modi di comunicare. Eppure sono moltissimi gli studi che sembrano non considerare questo ambito pienamente multisensoriale e che presentano invece una visione ristretta e molto più semplice del comunicare come se fosse limitato alle parole²⁴.

Da questa introduzione scritta da Ruth Finnegan nel testo *Comunicare: le molteplici modalità dell’interconnessione umana* è possibile ricavare l’essenza del terzo paradigma, ossia quello che analizza la comunicazione come un processo di interazione umana caratterizzata dall’utilizzo di una vasta serie di mezzi verbali e non verbali.

I modelli fino ad ora analizzati pongono alla base del processo comunicativo il linguaggio, comunemente considerato come un sistema autosufficiente. In realtà, la comunicazione si sviluppa attraverso un sistema intrecciato che comprende, oltre al linguaggio, anche gesti e altre modalità dell’interazione umana. Ridurre la comunicazione ad una attività puramente mentale non ne mostra l’effettivo funzionamento e, soprattutto, banalizza la potenzialità comunicativa del corpo e dell’insieme dei linguaggi non verbali. Secondo questa nuova visione, il processo comunicativo è “interattivo, dinamico e costituito da azioni e da esperienze organizzate, intenzionali, reciprocamente influenti, riconoscibili che vengono create in svariati modi da partecipanti attivi nel loro mutuo interconnettersi²⁵”. Tutte le risorse che l’uomo possiede per comunicare sono così numerose e diversificate che devono essere raggruppate in diverse aree che corrispondono alle varie modalità interdipendenti.

Ogni scelta e comportamento posto in atto quotidianamente comporta delle modifiche all’interno della propria realtà e delle proprie interazioni. Con l’ausilio

²⁴ R. Finnegan, *Comunicare: le molteplici modalità dell’interconnessione umana*, Novara, UTET Università, 2009, p. 3

²⁵ R. Finnegan, op. cit., p. 40

di questo paradigma, la comunicazione viene analizzata sia rispetto al processo comunicativo animale, relativo quindi ad un aspetto biologico, sia da un punto di vista simbolico, appartenente piuttosto ad un'inflessione culturale. La comunicazione assume una natura ampia, policentrica e multidirezionale, l'enfasi non è posta su un mezzo comunicativo piuttosto che su un altro, ma sul valore della loro interazione²⁶.

La comunicazione può essere quindi definita come lo sviluppo della capacità di stabilire relazioni con gli altri che, secondo questo paradigma, si basa sulle molteplici modalità che interconnettono individui, situazioni, oggetti, contesti per mantenere vive delle relazioni significative. "Interconnettersi": è questa la parola chiave capace di riassumere questo intero modello incentrato sulla creazione di relazioni sensoriali reciproche e simultanee che sintetizzano il concetto di comunicazione.

1.4 La comunicazione non verbale

Per anni la comunicazione animale è stata considerata come un'interazione involontaria, istintiva e a base emotiva, questa visione è stata progressivamente negata attraverso studi sul comportamento animale volti ad analizzare i loro comportamenti cognitivi. Come gli umani, anche gli animali possiedono una cultura e la trasmettono ai propri simili; un esempio notevole è quello di una particolare specie di uccelli presente in Nord America che, vedendo le proprie foreste sostituite da città, si è trovata costretta a modificare il proprio cinguettio per distinguerlo dai rumori cittadini, questo nuovo segnale è stato poi tramandato agli esemplari successivi di quella stessa specie. È impossibile non notare una differenza qualitativa tra la comunicazione animale e quella umana, ma la prima resta ugualmente un processo finalizzato, organizzato e mutualmente riconoscibile tramite il quale degli individui simili si interconnettono tra di loro, per cui può essere considerata a tutti gli effetti un processo cognitivo, culturalmente mediato e intenzionale.

²⁶ R. Finnegan, op. cit.

I cani ringhiano per mostrare rabbia, sollevano le orecchie in caso di allarme o le appiattiscono se sono intimoriti mostrando i denti e socchiudendo gli occhi. Le seppie, grazie alla presenza di cellule epiteliali specializzate (cromatofori) sono in grado di modificare il loro colore per una serie di motivazioni differenti: per camuffarsi, per andare a caccia o persino nei corteggiamenti, e proprio in questo ultimo caso, dimostrano la capacità di utilizzare due colori differenti allo stesso tempo per trasmettere due segnali opposti, ossia lo schema maschile verso l'esemplare femminile per corteggiare e lo schema femminile per ingannare gli altri esemplari maschili. Il cercopiteco verde ha la capacità di emettere quattro richiami differenti in base a quattro predatori diversi, in modo tale da indicare ai suoi simili quale tipo di comportamento adottare: se un richiamo dà l'allarme per un pitone, gli altri esemplari si arrampicano sugli alberi, invece in risposta all'allarme che indica la presenza di un'aquila, trovano riparo a terra²⁷.

Gli animali sono in grado di scambiarsi delle informazioni e di modularne il tipo in base allo stimolo ricevuto. Le loro modalità comunicative risultano differenziate e molteplici – movimenti del corpo, colori o piumaggio del mantello, odori, vibrazioni – e possono porsi su una linea di continuità con la comunicazione umana.

Precedentemente, è stata definita la funzione del linguaggio, visto come mezzo primario e autosufficiente per il processo comunicativo. Tuttavia, l'analisi della comunicazione animale, unita agli sviluppi della concezione del concetto di processo comunicativo, ha permesso di identificare il valore del ruolo della comunicazione non verbale. Gli uomini possiedono una infinità di risorse per interconnettersi: gesti, immagini, atteggiamenti, posture, abbigliamento, sguardo. Ciascuno di questi elementi è culturalmente orientato, per cui assume una specifica sfumatura di significato in relazione al suo contesto.

Nell'ambito della comunicazione non verbale, si sottolinea l'importanza dei cinque sensi che consentono di riscoprire il ruolo fondamentale del corpo nella comunicazione. Tra i diversi sensi, risulta particolarmente interessante l'analisi del funzionamento del suono e della vista.

Il suono è uno dei primi sensi a svilupparsi, tutti gli animali, incluso l'uomo seppur in misura differente, hanno la capacità di produrlo e di percepirlo. Ogni

²⁷ R. Finnegan, op. cit.

suono e persino ogni silenzio, se interpretato, possiede un'importanza non indifferente. Il ruolo dell'interpretazione è fondamentale poiché il suono è evento, vale a dire strettamente legato al contesto in cui si sviluppa. Pur seguendo delle convenzioni, l'udito e soprattutto il parlato possono essere usati in modo elaborato ed innovativo, rappresentando un processo fluido e creativo, piuttosto che rigido. Culturalmente orientato, il suono non si è sviluppato ovunque allo stesso modo e parte della sua svalutazione è dovuta alla diffusione della stampa e delle nuove tecnologie, pur rimanendo un mezzo predominante nella comunicazione occidentale contemporanea.

Per quanto riguarda la vista, invece, questo paradigma parte dall'assunto che il nostro corpo sia il riflesso della nostra "identità", per cui tutto ciò che mostriamo agli altri trasmette delle informazioni: modi di vestire, tatuaggi, perforazioni ma anche modi di muoversi, sono tutti fattori che esprimono chi siamo. Tutti i nostri movimenti, la nostra mimica facciale, i nostri sguardi, i modi in cui ci rapportiamo con gli altri trasmettono dei messaggi, talvolta più espressivi delle parole stesse, funzionano per così dire da palcoscenico per interagire con gli altri.

L'insieme dei sensi sta alla base della percezione umana del reale e conferisce agli individui la capacità di relazionarsi, la criticità maggiore riscontrata è la presenza di limiti esageratamente netti che portano a considerare i cinque sensi come indipendenti l'uno dall'altro, in realtà, c'è una forte relazione e influenza reciproca. Esiste una classificazione "del sistema di comunicazione non verbale" umano e della categoria "codici primari non verbali" o "modi di espressione non verbali" stipulata dalle ricercatrici nel campo della comunicazione Judee K. Burgoon e Laura K. Guerrero, che si rivela particolarmente utile perché consente di individuare le molteplici risorse della comunicazione umana integrando i cinque sensi con l'utilizzo di artefatti esterni, tale suddivisione studia l'interazione umana valutando l'utilizzo di diversi elementi:

1. Prosemica, uso dello spazio;
2. Tattilità, uso del tatto;
3. Cronemica, utilizzo del tempo;
4. Cinesica, utilizzo di aspetti visivi del movimento corporeo;
5. Apparenza fisica, in quanto trasportatrice di messaggi;

6. Vocalizzi, definizione dell'aspetto vocale in contrapposizione con l'aspetto verbale del linguaggio;
7. Artefatto, utilizzo di elementi esterni per veicolare messaggi o influenzare altri codici²⁸.

La comunicazione non verbale è garantita da un insieme di risorse intrinseche ed estrinseche all'uomo che trasmettono dei messaggi e formano la nostra identità nell'immaginario degli altri individui. Tutti questi elementi non sono in alcun modo delle categorie naturali, determinate biologicamente, ma concetti che si sono costruiti nel tempo grazie alle influenze e agli sviluppi culturali.

Il passaggio da una comunicazione concepita essenzialmente come uno scambio di messaggi linguistici ad un processo di interconnessione multimediale ha portato gli antropologi a modificare sia l'oggetto di studio sia gli strumenti utilizzati nelle loro ricerche. Recentemente si è affermata una nuova tipologia di etnografia: l'etnografia dei sensi, il cui scopo è quello di analizzare l'essere umano non a partire dai suoi comportamenti linguistici, ma dalle sue esperienze sensoriali. Tale dimensione sarà analizzata nel prossimo capitolo.

²⁸ J.K. Burgoon, & L.K. Guerrero, *Nonverbal communication*, in Burgoon et al., 1994

II

L'etnografia sensoriale

Agli albori della ricerca antropologica, lo studio avveniva sostanzialmente a distanza. Gli antropologi si affidavano alle testimonianze di viaggiatori, militari, esploratori e funzionari coloniali per raccogliere dati necessari per la loro scrittura. Talvolta richiedevano l'aiuto dei loro concittadini stabilitisi nelle colonie, in quanto avevano maggiori opportunità di interagire quotidianamente con i popoli studiati. La criticità maggiore di tale approccio era l'inesistenza del rapporto tra l'antropologo e il popolo oggetto di studio.

Negli anni è emersa la necessità di stabilire un contatto diretto. Ciò ha condotto, tra la fine del XIX e gli inizi del XX secolo, all'affermazione di una nuova metodologia: la ricerca sul campo. L'antropologo entra in contatto in prima persona con le diverse realtà del popolo studiato, non basandosi più su testimonianze tramandate, ma su esperienze vissute¹.

Oggi, l'oggetto privilegiato è divenuto lo studio delle relazioni simbolizzate e istituite tra individui, che prendono forma in contesti più o meno complessi. Nell'ambito dell'incontro tra due soggetti appartenenti a culture diverse viene a formarsi un dialogo. Cogliere l'essenza di una cultura vuol dire mettersi in ascolto dell'altro, riuscire ad interpretare correttamente gli elementi verbali, tanto quanto quelli non verbali implicati nel processo.

Tenendo conto di questa svolta, il secondo capitolo definirà le radici dell'etnografia sensoriale, una metodologia e un campo di studi sviluppati recentemente nell'ambito della disciplina antropologica, caratterizzati dall'analisi degli elementi non verbali. Successivamente, il capitolo analizzerà la sensorialità come elemento collettivo che accomuna gli individui, proseguirà poi concentrandosi sugli strumenti utilizzati nella ricerca etnografica sensoriale. Infine,

¹ U. Fabietti, op. cit.

si concluderà con un breve accenno su quelle che potrebbero essere le future implicazioni di questa disciplina.

2.1 L'etnografia con i sensi

L'approccio sensoriale proposto da questa nuova inclinazione dell'etnografia è centrale nel processo di conoscenza dell'altro. L'utilizzo dei nostri sensi scandisce il dialogo con il mondo: con quello che sentiamo, che vediamo, che proviamo. Non si tratta semplicemente di ribadire che i sensi contano e che tutti gli individui sono immersi in quella che il ricercatore David Howes chiama *Sensorial turn*², ma piuttosto di rendere noto che accanto alla dimensione linguistica esiste un insieme di significati interpretabili unicamente attraverso l'utilizzo dei sensi.

Come già accennato nell'introduzione di questo capitolo, nell'Ottocento l'antropologia nasce sostanzialmente come una disciplina caratterizzata da una supposta oggettività e studio a distanza. Nel tempo queste caratteristiche vengono messe in crisi da un coinvolgimento maggiore da parte dell'antropologo, sia in termini di un contatto diretto con il popolo studiato, sia per quanto riguarda la sua soggettività. Tra i primi antropologi che fanno riferimento a questo approccio, vale la pena citare Bronisław Malinowski, considerato il padre della ricerca sul campo e dell'osservazione partecipante, il quale in una delle sue maggiori opere, *Argonauti del Pacifico occidentale*³, descrive l'importanza del contatto diretto con il contesto e delle esperienze sensoriali, emotive e relazionali che ne conseguono⁴.

La ricerca sul campo è anche chiamata etnografia. Il termine deriva dal greco *ethnos*, che significa "razza", "gruppo di persone" o "gruppo culturale" e da *graphos* che vuol dire "scrittura"⁵. L'etnografia è il metodo chiave per lo studio di usi e costumi dei diversi gruppi sociali ed è annoverata tra i metodi qualitativi in

² D. Howes, *Sensing Culture: engaging the senses in culture and social theory*, Ann Arbor: University of Michigan Press, 2003

³ B. Malinowski, *Argonauti del Pacifico occidentale*, Torino, Bollati, 2004 (1922). Questo volume è il risultato della ricerca sul campo condotta dall'autore nelle isole Trobriand. Il nodo centrale riguarda una particolare forma di relazione commerciale intertribale, il *Kula*, che si svolge tra una trentina di isole e forma una sorta di associazione trasversale regolata da usi trasmessi dalla tradizione.

⁴ F. Ronzon, op. cit.

⁵ F. Ronzon, *Sul Campo*, Roma, Meltemi, 2008, p.7

quanto si basa sull'osservazione partecipante. Questa tecnica consiste nella convivenza a stretto contatto con il popolo osservato. L'antropologo studia la cultura tramite l'osservazione e l'ascolto degli individui in mezzo ai quali compie la ricerca: osserva, interpreta e paragona, condividendo quanto più possibile il loro stile di vita e mantenendo però una posizione di esteriorità rispetto all'oggetto da lui studiato. Questa posizione è tanto intellettualmente onesta quanto strategicamente utile e antropologicamente feconda. La partecipazione a cui ci si riferisce quando si parla di osservazione partecipante⁶ è perlopiù di tipo intellettuale: consiste nell'entrare nelle ragioni dell'altro, cercando di captarne il punto di vista⁷.

Il ruolo dell'antropologo lo obbliga ad allontanarsi momentaneamente dai propri schemi per adottare una morale che lo ponga a metà strada tra le due culture, che lo aiuti a mediare e a mostrare ciò che l'antropologo francese Claude Lévi-Strauss ha definito come "la capacità del soggetto di oggettivarsi indefinitamente"⁸. Tuttavia, a dover trovare una mediazione non è solo l'antropologo, anzi si può considerare l'intero processo come l'incontro di due mondi con culture diverse che interagendo ne formano una terza ipotetica. Il risultato che riceviamo quindi in antropologia non è né oggettivo né soggettivo, ma intersoggettivo, in quanto almeno due parti devono concordare⁹.

Solo a partire dal Novecento si afferma, però, una reale necessità teorica di una etnografia che abbia inizio dal corpo. Tale dimensione trova le sue radici nel testo di Marcel Mauss *Le Tecniche del Corpo* definite dall'antropologo francese come "i modi in cui gli uomini, nelle diverse società si servono, uniformandosi alla

⁶ Nonostante la sua utilità, questa metodologia presenta diverse criticità. Innanzitutto, si limita a registrare informazioni strettamente visive, pertanto trascurando l'intero insieme di informazioni tacite. Inoltre, coglie essenzialmente eventi che si producono con una certa assiduità (è difficile che registri eventi rari). Un'altra problematica scaturisce sicuramente dalla possibilità che il ricercatore influenzi, seppur inconsciamente, i comportamenti dei partecipanti, che consapevoli di essere osservati modificano le proprie abitudini. Infine, questo metodo richiede un'osservazione prolungata nel tempo, per cui faticosa, e produce dei dati che sono spesso difficili da organizzare, proprio perché distribuiti su un certo lasso di tempo e ricavati attraverso degli strumenti che talvolta non ne facilitano la gestione. (F. Ronzon, op. cit.)

⁷ M. Augé, *Il mestiere dell'antropologo*, Torino, Bollati Boringhieri, 2007.

⁸ M. Augé, op. cit.

⁹ M. Augé, op. cit.

tradizione del loro corpo¹⁰”. Anche il filosofo francese Marcel Merleau-Ponty si interessa alla dimensione corporea e definisce nella sua opera *Fenomenologia della percezione*¹¹ il rapporto esistente tra mondo e corpo come governato dalla sinestesia: i sensi vengono percepiti nella loro totalità. Qui non si parla di dati, ma piuttosto di significati. Merleau-Ponty dichiara inoltre che in “quanto veicolo del nostro essere al mondo, il corpo è un’altra cosa rispetto al meccanismo senza interiorità cui l’ha ridotto la scienza¹²”.

Da tali riflessioni si sviluppa il campo dell’etnografia sensoriale. L’etnografia sensoriale è una metodologia critica che, partendo dagli strumenti classici di ricerca, approfondisce la dimensione riflessiva e esperienziale per produrre un sapere accademico. Questa è la definizione che ne dà Sarah Pink, etnografa di fama internazionale per i suoi studi legati alla metodologia sensoriale, in uno dei suoi maggiori testi *Doing Visual Ethnography*:

L’etnografia sensoriale è un processo di creazione e rappresentazione della conoscenza o delle modalità di conoscenza che si basano sull’esperienza personale degli etnologi e i modi in cui questi si intersecano con le persone, i luoghi e le cose incontrate durante il processo. Perciò l’etnografia visuale, come io la interpreto, non pretende di produrre una descrizione oggettiva e veritiera della realtà, ma dovrebbe mirare ad offrire delle versioni della realtà sperimentate dall’etnologo che sono il più fedele possibile al contesto, alle esperienze incarnate, sensoriali e affettive, e alle negoziazioni e alle intersoggettività attraverso cui la conoscenza è stata prodotta¹³.

Il mondo sensoriale quindi non è una rappresentazione del reale, ma piuttosto un insieme di significati, a cui ciascun individuo si avvicina attraverso un lavoro di interpretazione. Questo processo è delicato, soggettivo e probabilmente infinito. La sinestesia in cui l’individuo si trova immerso innesca un continuo scambio di significati e percezioni a cui lo scrittore francese Auguste Le Breton fa riferimento in questi termini a conclusione del suo testo *Il sapore del mondo*:

Il mondo è fatto della sostanza dei nostri sensi, ma si offre a noi attraverso significati che ne modulano le percezioni. Il compito di capire è infinito. Come il pittore o il musicista, l’antropologo non ha la pretesa di esaurire il proprio oggetto: lo sfiora soltanto, ponendo alcune questioni, ed è la sua unica ambizione¹⁴.

¹⁰ M. Mauss, *Le tecniche del corpo*, in *Teoria generale della magia e altri saggi*, Torino, Einaudi, pp. 383-409, 1977 (ed. or. 1936), p.385

¹¹ M. Merleau-Ponty, *Fenomenologia della percezione*, Milano, Il Saggiatore, 1965

¹² M. Merleau-Ponty, *Il visibile e l’invisibile*, Milano, Bompiani, 2003, p. 130

¹³ S. Pink, *Doing Visual Ethnography*, Londra, Sage, terza edizione, 2013, p. 35

¹⁴ D. Le Breton, *Il sapore del mondo*, Milano, Raffaello Cortina Editore, 2006, p. 459

E proprio al fine di scovare queste percezioni e ricezioni sensoriali è necessario, secondo la professoressa di etnologia Regina Bendix, adoperare dei metodi “che siano capaci di afferrare la conoscenza più profonda che non è espressa a parole ed è perciò inaccessibile attraverso l’osservazione etnografica o l’intervista¹⁵”.

L’approccio sensoriale costituisce un elemento di rottura con il passato. Dare priorità ai sensi e alla dimensione corporea significa ridimensionare il primato detenuto per anni dal linguaggio. Affermare l’esistenza di un insieme di significati riconducibili alla sfera del *non detto* equivale a confermare l’ipotesi secondo cui oltre alla categoria di dati facilmente recuperabili tramite l’intervista e l’osservazione, vi siano delle informazioni meno immediate che richiedono una serie di strumenti differenti per essere scovate. Inoltre, ristabilisce il ruolo della scrittura, evidenziando che il carattere riflessivo non appartiene esclusivamente all’approccio scientifico mirato principalmente alla creazione di un sapere pubblico scritto, ma anche all’etnografia sensoriale¹⁶.

L’importanza dei sensi nella ricerca di informazioni meno immediate viene sottolineata anche dall’antropologo americano Paul Stoller in *The Taste of Ethnographic Things*. Qui l’autore dimostra che il dialogo tra l’etnografo e l’oggetto di studio è reso non univocamente dal coinvolgimento nelle svariate realtà, ma soprattutto dalla comprensione dei modelli altrui attraverso la propria esperienza sensoriale e fisica, guidata, per l’appunto, dai cinque sensi¹⁷.

Durante l’analisi delle realtà appartenenti agli individui studiati, gli etnografi portano un carico contenente le cosiddette *embodied experiences*, ossia le loro esperienze incarnate passate e hanno la necessità di conciliarle con i nuovi modelli incontrati.

Il concetto di *embodiment*, utilizzato per la prima volta negli anni ’90 del Novecento, viene in ausilio della dicotomia che da sempre separa irrevocabilmente le esperienze della mente e quelle del corpo. Questa distinzione venne stabilita per la prima volta dal filosofo francese René Descartes, il cui concetto *cogito ergo sum*

¹⁵ R. Bendix, “The pleasures of the ear: toward an ethnography of listening”, *Cultural Analysis*, 1: 33-50, 2000, p. 41

¹⁶ S. Pink, op. cit.

¹⁷ P. Stoller, *The Taste of Ethnographic Things*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1989

attribuisce un ruolo primario della mente, corrispondente al rifiuto totale di ogni esperienza sensoriale. Al contrario, secondo il filosofo inglese John Locke, l'individuo riesce a comprendere la sua esistenza solo dopo averne avuto prova sensoriale¹⁸. Pertanto, parlare di esperienze incarnate permette di riconsiderare il corpo non più come una semplice fonte di esperienze e attività che devono essere elaborate dalla mente, ma come fonte primaria di conoscenza e azione¹⁹. D'altronde, il corpo altro non è che un portatore di singolarità che scorre attraverso di esso: nessun gesto, nessuna espressione, nessuna sensazione appartiene univocamente all'individuo, ma piuttosto lo attraversa divenendo trasmettitore di significati. Tale aspetto viene riconosciuto anche dall'antropologo Greg Downey che osserva le *embodied experiences* come dei processi biologici²⁰. Questo conduce ancora una volta a prendere in considerazione la relazione esistente tra individuo e ambiente. Non vi è individualità che non sia ambientale e non vi è vita che non sia sociale²¹. La ricerca svolta nell'ambito dell'etnografia sensoriale è dunque inscindibile dai modelli culturali. Così come la cultura non è fissa, ma continuamente soggetta a possibili variazioni, allo stesso modo ciascun individuo si trova influenzato da processi derivanti dall'intero ambiente circostante che attraverso le esperienze sensoriali lo plasmano e lo trasformano.

Come sottolineato in precedenza, le esperienze sensoriali non devono essere prese in considerazione nella loro individualità, ma piuttosto nell'intreccio formato dalla loro coesistenza, dalla loro sinestesia. Questo concetto viene efficacemente esposto dalle ricercatrici Fiona Newell e Ladan Shams come segue:

La nostra esperienza fenomenologica non è composta da sensazioni sensoriali disgiunte ma piuttosto da un mondo multisensoriale coerente, dove suoni, odori, sapori, luci, e gesto si amalgamano. Ciò che percepiamo o dove percepiamo che ciò sia localizzato nello spazio è il prodotto di input provenienti da diverse modalità sensoriali che si combinano, si sostituiscono, o si integrano²².

¹⁸ V. Matera, op. cit.

¹⁹ S. Pink, op. cit.

²⁰ G. Downey, "Practice without Theory": A Neuroanthropological Perspective on Embodied Learning." *The Journal of the Royal Anthropological Institute*, vol. 16, [Wiley, Royal Anthropological Institute of Great Britain and Ireland], 2010, pp. S22-40, <http://www.jstor.org/stable/40606063>.

²¹ A. Mubi Brighenti, Introduzione. L'etnografia e i sensi: una riflessione preliminare, in *Etnografia e ricerca qualitativa, Rivista quadrimestrale*, Bologna, Il Mulino, 2016, pp. 5-9

²² F. Newell, & L. Shams, "New insights into multisensory perception",

Questi input che si trovano alla base delle esperienze sensoriali di ciascun individuo innescano il processo di acquisizione e trasmissione della conoscenza. Nel corso degli anni, questa tematica ha richiamato l'attenzione di diversi studiosi che hanno cercato di fornire una risposta definendo il modo in cui la conoscenza sensoriale può essere formata e trasmessa. La centralità del quesito è dovuta anzitutto al fatto che ciò spiegherebbe in che modo gli etnografi compiono le proprie ricerche a partire dalle proprie esperienze incarnate ed inoltre condurrebbe alla riflessione su un ulteriore concetto, ossia in che modo gli individui prendono parte alle ricerche²³.

Partendo dal presupposto che la conoscenza sia un processo in continuo sviluppo, gli studiosi concordano nel considerare l'acquisizione e la trasmissione della conoscenza come un evento sociale, partecipativo e incarnato. Ciascun individuo prende parte a questo processo e acquisisce delle abilità, che a sua volta trasmetterà agli altri. Secondo la professoressa Cristina Grasseni, lo sviluppo di queste abilità “non accade unicamente come risultato di funzionamenti individuali della mente, o del cervello, o del corpo, ma piuttosto attraverso dei mezzi altamente sociali²⁴”. Quanto affermato da Grasseni non deve portare ad una visione della trasmissione della cultura sensoriale come un semplice copia-incolla di modelli osservati, difatti, l'individuo accompagna all'osservazione e all'acquisizione, un processo individuale di adattamento dei modelli e dei comportamenti alla propria persona in una maniera che sia allo stesso tempo condivisibile da parte degli altri. L'individuo è quindi influenzato dagli altri, ma conserva la propria singolarità.

Nell'etnografia sensoriale il corpo diventa il centro di ogni esperienza, incontro, dialogo. Per cui, come auspica Stoller nella sua opera *Sensous Scholarship*, il primo a dover prendere confidenza con questo approccio è proprio l'etnografo che condurrà le sue ricerche guidato dalle sue esperienze sensoriali:

È veramente fondamentale incorporare nei lavori etnografici la sensorialità del corpo, i suoi odori, i suoi gusti, il suo aspetto, le sue sensazioni. Tale inclusione riveste una particolare rilevanza nelle descrizioni etnografiche della società in cui la nozione

Guest editorial in *Perception*, special issue on “Advances in multisensory research”, 36: 1415-18, 2007, p. 1415

²³ S. Pink, op. cit.

²⁴ C. Grasseni, *Skilled Visions: Between Apprenticeship and Standards*, Oxford, Berghan Books, 2009, p. 63

eurocentrica di testo – e di interpretazioni testuali – non è importante. Ho sottolineato altrove perché è importante, a livello concettuale e analitico, considerare in che modo, nelle società non occidentali, la percezione si dispieghi non solo dalla visione (e dalle connesse metafore della lettura e della scrittura), ma anche dall'odorato, dal tatto, dal gusto e dall'udito. In molte società questi sensi minori, che nel loro complesso reclamano a gran voce una descrizione sensoriale, sono centrali per l'organizzazione metaforica dell'esperienza²⁵.

In conclusione, l'invito che vuole fare questa nuova disciplina non è quello di sostituire l'analisi della comunicazione verbale con quella della comunicazione non verbale, ma è piuttosto quello di considerare, come indicato da Stoller, elementi che sono già estremamente influenti e visibili nelle nostre culture e a cui forse ancora oggi non viene data la giusta rilevanza. Da sempre, gli individui si interconnettono utilizzando tutti i mezzi a loro disposizione e soltanto analizzando ciascuno di essi con l'adeguata attenzione sarà possibile studiare l'uomo nella sua interezza.

2.2 La sensorialità collettiva

Affinché qualcosa possa esistere, è necessario che sia considerata parte di relazioni e processi condivisi. Un individuo isolato non possiede la capacità di stabilire dei processi di percezione sensoriale, poiché, come già sottolineato nel paragrafo precedente, non c'è vita che non sia sociale: l'individuo forma sé stesso attraverso uno scambio continuo e reciproco con gli altri. Pertanto, la sensorialità può essere definita come la facoltà degli esseri umani di percepire il mondo esterno²⁶.

Focalizzandosi sui cinque sensi, designati come la *finestra sul mondo*²⁷ che permette all'individuo di mettersi in relazione con ciò che lo circonda, e facendo in modo che la nostra percezione sensoriale possa interagire con quella degli altri, è possibile analizzare la realtà multiforme del paesaggio sensoriale. Lo studio del paesaggio (*landscape*) implica l'analisi delle relazioni che ne fanno parte, e nell'ambito dell'etnografia sensoriale si traduce in *soundscape*, *smellscape*,

²⁵ P. Stoller, *Sensuous scholarship*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1997, pp. 15-16 (traduzione a cura di Claudia Squarzon)

²⁶ V. Matera, "Antropologia dei sensi. Osservazioni introduttive", *La Ricerca Folklorica*, no. 45, pp. 7-16

²⁷ J. Goody, *Il suono e i segni*, Milano, Mondadori, 1989 (ed. or. 1987)

tastescape, ossia l'analisi del *landscape* condotta a partire dal punto di vista dei cinque sensi. Questi domini vengono proposti da Sarah Pink in uno dei suoi articoli *Ethnography of the invisible* e sono raggruppati dall'autrice sotto il concetto di antropologia dell'invisibile²⁸.

L'individuo percepisce il mondo attraverso modalità che sono culturalmente orientate e altamente legate al contesto sociale in cui si plasma. Questo fenomeno crea delle mappe sensoriali, percettive e affettive che danno senso alla realtà in cui l'uomo è posto. Il concetto di sensorialità quindi implica una forte correlazione tra natura e cultura: il percepito viene collegato a quanto già conosciuto, tramite operazioni di accostamento e eliminazione. Esiste un *sensorium di partenza* che viene trasformato mediante un processo di assimilazione delle realtà osservate, o in altri termini, tramite un processo di naturalizzazione a una gamma di elementi nuovi, definito dall'antropologo Francesco Remotti come *antropopoiesi*²⁹. La cultura funge da collante sociale e lega, in questo modo, gli individui tra di loro producendo una dimensione comune di esperienze, relazioni, percezioni condivise, una realtà in cui ogni individuo si riconosce come tale e in cui riscopre i modelli per entrare in interazione con gli altri. Questa dimensione rappresenta la nozione di sensorialità collettiva, il cui scopo è quello di interpretare la percezione sensoriale in qualità di processo sociale e culturale. Questa tesi, già proposta da autori come Howes, all'inizio degli anni '90, in maniera più o meno esplicita³⁰, intende analizzare tutti gli aspetti sociali e culturali necessari affinché l'individuo possa attribuire un senso a ciò che percepisce, approfondendo l'aspetto della relazione: l'individuo produce senso solo grazie alla sua appartenenza ad una collettività.

²⁸ S. Pink, *Ethnography of the invisible: energy in the multi-sensory home*, *Ethnologia Europaea: Journal of European Ethnology*, 41 (1), pp. 117-128

²⁹ F. Remotti, *Tesi per una prospettiva antro-poietica*, in *Le fucine rituali. Temi di antropopoiesi*, Torino, Il Segnalibro, 1996, pp. 9-25. Il concetto di antropopoiesi viene analizzato dall'autore a partire dallo studio condotto nel 1966 sui rituali della circoncisione fra i Nande dello Zaire, corrispondente all'attuale Repubblica del Congo. L'uomo non possedendo l'informazione genetica per la sua sopravvivenza, ha la necessità di completare la sua dimensione umana attraverso l'acquisizione della competenza culturale. Questo processo, che per l'appunto prende il nome di antropopoiesi, permette all'uomo di fabbricare sé stesso e di definire la propria identità rispetto agli altri individui attraverso i rituali e la modificazione del corpo socializzato.

³⁰ D. Howes (a cura di), *The Varieties of Sensory Experience. A sourcebook in the Anthropology of the Sense*, Toronto, University of Toronto Press, 1991

La nozione di sensorialità collettiva non deve essere intesa metaforicamente. Difatti, la collettività agisce concretamente sulle strutture mentali degli individui e ne orienta la percezione. Un esempio interessante per dimostrare quanto la relazione con gli altri influenzi le nostre strutture di partenza e di conseguenza la nostra sensorialità personale, è dato dalla descrizione offerta dall'antropologo americano Loring Danforth a proposito dei riti funebri a cui lui stesso ha partecipato nella Grecia rurale contemporanea:

Ogni volta che mi è capitato di osservare dei riti funebri nella Grecia rurale sono stato preso da una sensazione intensa e paradossale di simultaneità tra distanza e vicinanza, fra alterità e identità. [...] Ai miei occhi i lamenti funebri, i vestiti neri del lutto e i riti di esumazione erano esotici. Tuttavia [...] ogni volta ero consapevole del fatto che non sono soltanto gli Altri a morire. Ero consapevole che i miei amici e parenti sarebbero morti, che io stesso sarei morto, che la morte viene per tutti, tanto per il Sé quanto per l'Altro [...]. Una volta, mentre sedevo presso il corpo di un uomo che era morto parecchie ore prima e ascoltavo sua moglie, le sue sorelle e le sue figlie intonare i lamenti funebri per la sua morte, provai ad immaginare che questi stessi riti e lamenti fossero celebrati e cantati alla morte dei miei parenti, alla mia stessa morte [...]. Quando il fratello del morto entrò nella stanza, le donne [...] presero a cantare una lamentazione funebre in cui si parlava di due fratelli strappati con violenza l'uno dall'altro da un torrente in piena mentre, aggrappati l'uno all'altro, si afferravano ad un albero per resistere alla corrente. Io pensai a mio fratello e piansi³¹.

L'appartenenza a una collettività spinge l'antropologo a percepire le stesse esperienze sensoriali percepite dal popolo da lui preso in analisi. La morte è un tema che unisce tutti gli esseri umani e sebbene ogni cultura possieda le proprie credenze, i propri rituali, usi e costumi, lo scontro con ciò che ne consegue permette di riconoscersi parte di una stessa sensorialità collettiva.

Un'altra figura interessante per quanto riguarda il processo di assimilazione di modelli culturalmente orientati che si trovano alla base di una percezione collettiva è Edward E. Evans-Pritchard, antropologo britannico noto per i suoi studi sulle credenze e sulle pratiche degli Azande – popolazione stanziata nella Repubblica democratica del Congo, in Sudan e nella Repubblica Centrafricana – riguardanti la magia e la stregoneria. Questi due fenomeni costituiscono la base della percezione che gli Azande possiedono della realtà. Da ciò consegue la capacità della stregoneria di fornire la spiegazione ad ogni evento quotidiano, ogni conflitto, ogni avvenimento³². L'antropologo britannico si considerava a tal punto parte

³¹ L.M. Danforth, *The Death Rituals of Rural Greece*, Princeton, Princeton University Press, 1982

³² U. Fabietti, op. cit.

intellettualmente degli Azande e della logica delle sceneggiature di stregoneria alle quali aveva assistito nel corso dei suoi studi, da ritenersi capace di formulare in prima persona delle diagnosi o delle accuse, così come era tipico presso quella popolazione³³. Ciò evidenzia la coerenza di un sistema di pensiero che governa gli usi e i costumi locali, e che soprattutto possiede la capacità di limitare, acutizzare, formare, indirizzare e dare significato alla percezione, come sostenuto dall'antropologo britannico:

Gli Azande osservano l'azione dell'oracolo del veleno come l'osserviamo noi, ma le loro osservazioni sono sempre subordinate alle loro credenze, sono incorporate in esse e sono fatte per spiegarle e giustificarle³⁴.

Le modalità attraverso le quali l'individuo si relaziona con la propria percezione derivano, pertanto, univocamente dalla comunicazione e dall'interazione in un contesto sociale. La partecipazione nei processi relazionali stabilisce la sensorialità individuale: al cambiare dei gruppi sociali all'interno dei quali l'individuo interagisce e al cambiare dei riferimenti sociali, cambia anche la percezione individuale. Il ruolo del corpo risulta ancora una volta centrale all'interno di questa dinamica, esso diventa il punto di riferimento di ogni esperienza, processo, percezione riguardante l'ordine del mondo in cui viviamo, come osservato dall'antropologa Christine Hugh-Jones:

Si spiegano meglio i pericoli del corpo immaginandoselo come un recipiente con particolari orifizi attraverso cui devono entrare e uscire in modo regolare e controllato cibi, escrezioni, odori, suoni, respiro e immagini visive³⁵.

Nell'immaginario collettivo e come mostrato da questo esempio, ciascun elemento riconducibile al corpo, visto come recipiente da cui tutto ha origine, e di conseguenza ai sensi, veicola un significato ben definito. Da un punto di vista linguistico, ne danno testimonianza gli innumerevoli termini che per definire un oggetto, un'azione e così via, utilizzano i nomi delle parti del corpo, ad esempio nell'uso linguistico Korawai il corpo umano è chiamato *Iulgelip*, nome composto da *iul* (occhio) e *gelip* (naso), sensi che nella cultura suddetta possiedono una

³³ M. Augè, op. cit.

³⁴ E. E. Evans-Pritchard, *Stregoneria, oracoli e magia tra gli Azande*, Milano, Raffaello Cortina Editore, 2002 (ed. or. 1993), p. 174

³⁵ C. Hugh-Jones, *Dal fiume di latte*, Milano, Franco Angeli, 1998 (ed. or. 1979), p. 145

notevole importanza³⁶. Dal punto di vista prettamente sensoriale, esempi di correlazione tra corpo e trasmissione di messaggi possono essere trovati in tempi molto antichi in cui la collocazione odorosa portava ad una rielaborazione culturale di questa sensazione e ne faceva uno strumento per tracciare netti confini sociali, come descritto dall'accademico italiano Piero Camporesi nel suo testo *La carne impassibile*:

Attraverso la mediazione del “sacro cadavere” che, aperto il sepolcro per scoprire il “prodigio dell’odore”, “fu venduto intiero, bello e vivace, come se vivo fosse stato” gli aromi celesti del paradiso filtrano sulla terra, addolciscono, inebriano, stordiscono. Si forma un labile, precario ed effimero canale che ha nel corpo santo il centro d’irradiazione e di distribuzione di aree grazie odorose. L’ “odore di santità” non era una semplice metafora ma qualcosa di più profondo: una presenza concreta alimentata dalle allucinazioni collettive. Gli odori del paradiso, ritrasmessi dai beati, erano avvertiti come reali da una emotività impressionabile ed eccitata pronta a captare – con una sensibilità oggi totalmente perduta – il sentore del soprannaturale, l’effluvio dell’uranico, il sapore dell’ineffabile. Questa allucinata sensitività era un prodotto diretto dell’altissimo grado di sacralità in cui era immersa la vita degli uomini, abituati a forme di percezione e di conoscenza illogiche e irrazionali, ma fortunatamente balsamiche e consolatorie, a loro modo euforizzanti, rilassanti, ansiolitiche. L’esperienza del sacro (o del magico, che è quasi la stessa cosa) assorbita ora dopo ora, giorno dopo giorno, a tavola, a veglia, sul lavoro, per strada, a letto, portava a forme di conoscenza fideistiche, a contatti e colloqui con l’impossibile e coll’ultrasensibile, cui era estranea la nozione sottile ma torturante, illuminante ma destabilizzante, di “ragione”. La logica dei più sottili e melliflui maestri era lo strumento per giustificare l’ordine d’un mondo costruito sull’irrazionalità della fede, sui miti paradossali di favole orientali o sulle acrobazie funamboliche di teologi sognanti. Le suore di Montefalco che aprono il cuore a Chiara credendo di trovarvi i misteri (gli strumenti miniaturizzati della Passione); il vicario generale e i teologi che confermano il ritrovamento e sanzionano con la loro autorità l’evento miracoloso si muovono dentro una ragnatela onirica di allucinazioni collettive, sulla scena d’una drammaturgia notturna e sanguinolenta. I tre “globuli” rinvenuti nella vescica del fiele, “simbolo molto chiaro” - secondo la scienza teologale - “del mistero ineffabile della santissima Trinità”, posti sulla bilancia furono trovati uguali di peso e di qualità³⁷.

Mediante l’utilizzo di espressioni quali *allucinata sensitività, forme di percezione e di conoscenza illogiche e irrazionali*, uomini che vivono immersi in una ragnatela onirica di allucinazioni collettive, Camporesi fa riferimento proprio al dominio della sensorialità collettiva. In termini non molto diversi, anche il già citato Evans-Pritchard si avvicina a quest’area, ancora una volta descrivendo la realtà sperimentata dal popolo degli Azande:

Gli Azande ritengono che la stregoneria consista in una sostanza che risiede nel corpo degli stregoni; una credenza che si riscontra in molti popoli dell’Africa centrale e occidentale. (...) È difficile dire a quale organo gli Azande associno la stregoneria. Io

³⁶ G. J. Van Enk & L. de Vries, *The Korowai of Irian Jaya*, Oxford, Oxford University Press, 1997

³⁷ P. Camporesi, *La carne impassibile*, Milano, Il Saggiatore, 1991, p. 10-11

non ho mai visto sostanza umana stregante, ma mi è stata descritta come una protuberanza o sacca di forma ovale e di colore nerastro... Essi affermano: è attaccata all'estremità del fegato. Aprendo il ventre, basta perforarla perché la sostanza stregante schizzi fuori schioppettando. (...) Gli Azande conoscono la collocazione della sostanza stregante, poiché in passato veniva talvolta estratta con l'autopsia. Credo che si tratti dell'intestino tenue in certe fasi della digestione. A suggerire che si tratti di questo organo sono le descrizioni Azande delle autopsie (...) ³⁸.

Questa visione è utile per capire che nella visione collettiva i sensi vengono localizzati. Considerando il corpo come punto cardine del quadro di riferimento della sensorialità collettiva, è possibile percepire solo quanto si può localizzare in esso ³⁹.

A conclusione di questo paragrafo, è utile ricordare che la sensorialità non si estingue nella dimensione collettiva, ma necessita anche di quella individuale, personale. La sensorialità collettiva garantisce la distribuzione del sapere tra i membri parte di uno stesso gruppo, quella individuale permette all'individuo di adattare la conoscenza alla sua persona partecipando alle dinamiche di gruppo ⁴⁰.

Nel ramo dell'etnografia dei sensi, però, il valore della sensorialità come elemento caratterizzato da una forte componente collettiva, viene riscoperto in funzione delle relazioni significative che legano gli individui tra di loro e che grazie all'utilizzo dei sensi alimentano il sapere tacito, di cui questo particolare dominio si fa promotore.

2.3 Gli strumenti utilizzati dall'etnografia sensoriale

L'etnografia sensoriale punta ad accedere alla sfera delle conoscenze incarnate implicate nelle modalità in cui gli individui odorano, assaggiano, toccano, ascoltano per comprendere le attività, le percezioni e le esperienze umane. Questo tipo di conoscenza, per così dire imprevedibile, richiede inevitabilmente degli strumenti innovativi per riuscire nell'intento della ricerca.

³⁸ E. E. Evans-Pritchard, op. cit., p. 2

³⁹ V. Matera, op. cit.

⁴⁰ V. Matera, op. cit.

2.3.1 Un'indagine preliminare

Prima di intraprendere un percorso di ricerca, gli etnografi sensoriali fanno riferimento anzi tutto alle ricerche già esistenti relative al proprio campo di interesse per identificare eventuali elementi sensoriali già presenti in esse. Ciò include sia la letteratura, ma anche informazioni derivate da mezzi multimediali.

Per quanto riguarda il primo dominio, il già citato Howes e la storica culturale Constance Classen propongono uno schema riassuntivo dei quattro passi principali da seguire al momento della ricerca su testi già esistenti:

1. Estrarre tutti i riferimenti nell'ambito dei fenomeni sensoriali dalla fonte in questione;
2. Analizzare i dati pertinenti a ciascuna modalità in maniera individuale;
3. Analizzare le relazioni tra le modalità con riguardo a come ciascun senso contribuisce al significato dell'esperienza nella cultura;
4. Concludere con un'esposizione della gerarchia o dell'ordine dei sensi per la cultura⁴¹.

Non essendo relativa esclusivamente alla scrittura, questa indagine preliminare esamina anche altre fonti, ossia canzoni, film, registrazioni. Un esempio interessante è dato dalla ricerca condotta dall'autrice e professoressa di antropologia Marina Roseman sul significato associato alla musica dalla popolazione Temiar, stanziata in Kelatan, Malaysia. Come risulta dalla ricerca di Roseman, i Temiar sono un popolo di indigeni la cui vita è caratterizzata sostanzialmente da: deforestazione, alienazione e evangelizzazione islamica. Per quanto concerne i generi musicali "i Temiar creano una mappa mentale del loro universo esperienziale, localizzando ciò che è altro entro la portata di sé stessi"⁴². La conoscenza che i Temiar possiedono della musica è circoscritta al mondo di cui loro sono a conoscenza, non c'è canzone che possa essere derivante da un dominio

⁴¹ D. Howes, & C. Classen, "Conclusion: sounding sensory profiles", in D. Howes (ed.) *The Varieties of Sensory Experience: a sourcebook in the anthropology of the senses*, Toronto, University of Toronto Press, 1991, pp. 257-88

⁴² M. Roseman, "Engaging the spirits of modernity: Temiar songs of changing world", in D. Howes (ed.) *Empire of the senses: the sensual culture reader*, pp. 185-205, Oxford, Berg, 2005, p. 218

al di fuori della loro portata. Questa ricerca in particolare è utile per rammentare ancora una volta che la creazione di elementi sensorialmente validi non deriva soltanto da fonti scritte e visuali. La visione che i Temiar possiedono della musica in generale può essere applicata su larga scala per mostrare la concezione che queste persone possiedono della propria realtà.

Condurre un'indagine preliminare aiuta il ricercatore a riformulare le proprie domande e decidere quali siano i metodi adatti da utilizzare. La scelta degli strumenti è un passaggio delicato, in quanto è necessario individuare quelli maggiormente adeguati alle domande da porre e che soprattutto consentono ai partecipanti alla ricerca di dare il loro contributo nel miglior modo possibile. I metodi cambiano di volta in volta, non sono statici, pertanto, prima di cimentarsi in una qualsiasi ricerca sarà necessario valutare quali e quanti ne saranno utilizzati.

2.3.2 La sensorialità dell'intervista

L'intervista è stata a lungo considerata come la metodologia più diretta per recuperare le informazioni. È importante stabilirne il numero, la durata, il contesto e assicurare che ciascuna domanda posta contenga una dimensione tematica, ossia ciò che la rende rilevante per l'argomento trattato, e una dimensione dinamica, primaria per la relazione comunicativa che si crea all'interno della ricerca⁴³.

In base al grado di libertà, si distinguono le tre principali tipologie di intervista: anzi tutto esistono quelle non strutturate, che seguono lo svolgimento naturale dell'interazione e che, di conseguenza, costituiscono la forma più libera; poi vi sono quelle biografiche in cui si chiede all'intervistato di raccontare la storia della sua vita o un particolare avvenimento, anche questa tipologia garantisce una certa libertà; infine, troviamo quelle semi-strutturate. Questa è la tipologia che dispone di minore libertà in quanto l'intervistato è indirizzato dal ricercatore con l'ausilio di una guida di intervista che racchiude le aree tematiche da esplorare o le domande da porre. Nonostante la mancanza di una libertà piena, si tutela fortemente la

⁴³ F. Ronzon, op. cit.

veridicità dell'intervista, facendo sì che l'interazione avvenga senza la manipolazione del contenuto o delle strutture culturali dell'intervistato⁴⁴.

L'intervista è spesso analizzata come un evento sociale, come una conversazione. Benché in questa prospettiva l'atto del parlare abbia un ruolo centrale, sarebbe insufficiente soffermarsi su questo aspetto senza approfondire i dettagli di questo strumento che, anzi, dimostra di avere tutte le qualità di un'interazione sociale che produce significati tramite gesti, condivisione di profumi, suoni e persino sapori.

Considerare l'aspetto della partecipazione piuttosto che quello dell'osservazione è essenziale per la metodologia dell'etnografia sensoriale⁴⁵, poiché come già evidenziato, il processo comunicativo non è un mero scambio di informazioni in cui un attore parla e l'altro ascolta e viceversa, ma è piuttosto una condivisione di informazioni resa possibile dall'utilizzo di tutti i sensi umani. Lo stesso concetto vale per l'intervista considerata da un punto di vista sensoriale, definita da Barbara Sherman Heyl come composta da progetti

in cui i ricercatori hanno stabilito delle relazioni continuate e di fiducia reciproca con i loro intervistati, che includono una quantità di interazione tale da far sì che queste siano degli scambi genuini di visioni e una quantità di tempo e apertura nelle interviste tale da far sì che gli intervistati esplorino volutamente i significati che loro attribuiscono agli eventi dei loro mondi⁴⁶.

Gli intervistati non sono quindi dei fornitori passivi di informazioni, ma anzi partecipano e collaborano con i loro intervistatori in un processo di definizione e rappresentazione delle esperienze incarnate vissute nel corso della loro vita. La socialità dell'intervista e l'intersoggettività osservata da Marc Augè⁴⁷ nell'incontro tra intervistatore e intervistato spiegano la dimensione multisensoriale che si viene a creare e che viene verbalizzata tramite le categorie culturalmente orientate. Spesso, l'intervistato in prima persona risponde alle domande facendo ausilio di elementi visivi o oggetti che devono essere annusati, toccati, mantenuti. L'invito ad interagire con ciò che viene proposto implica una volontà dell'intervistato a far

⁴⁴ F. Ronzon, op. cit.

⁴⁵ S. Pink, *Doing Sensory Ethnography*, London, Sage Publications, 2009

⁴⁶ B. Sherman Heyl, "Ethnographic interviewing", in P. Atkinson, A. Coffey, S. Delamont, J.Lofland and L.Lofland (eds) *Handbook of Ethnography*, London, Sage, 2001, p. 367

⁴⁷ M. Augè, op. cit.

immergere l'intervistatore nella propria realtà fornendo delle informazioni che non sarebbero comprensibili solo tramite l'utilizzo del linguaggio⁴⁸. Questo fenomeno viene osservato dalla professoressa di antropologia sociale Helen Wulff durante un'intervista con ballerini professionisti:

Durante l'intervista che io ho fatto con i ballerini nel mio studio sul balletto transnazionale accadeva spesso che il ballerino si alzasse dal tavolo e iniziasse ad illustrare un punto che lui o lei stava facendo tramite un passo o una combinazione di passi⁴⁹.

Il corpo stesso diventa parte integrante dell'intervista, tramite il suo coinvolgimento trasmette un insieme ancora più ricco di senso rispetto alla parola. Come mostra questo esempio, le interviste possono invitare gli etnografi a partecipare in uno scambio di conoscenze multisensoriali che incorporano una serie di esperienze incarnate ed emozioni.

Il limite della metodologia qui trattata è che non permette di entrare in un contatto diretto con le realtà interessate, ma dà modo agli individui di dialogare e di riflettere sulle proprie categorie culturali, sulle loro credenze, sulle loro opinioni, sulle loro pratiche, e lo fa in una maniera proficua e focalizzata grazie al supporto della collaborazione del ricercatore. L'intervista diviene così un luogo creativo dove si producono rappresentazioni e interpretazioni soggettive delle esperienze vissute.

Una svolta interessante è quella prodotta dall'introduzione delle *elicitation interviews*⁵⁰. Questo procedimento consiste nell'utilizzo di oggetti materiali, durante l'intervista, che possano sollecitare delle risposte o dei ricordi. La sollecitazione avviene principalmente mediante l'uso di immagini e oggetti dei quali l'intervistato dovrà fornire una descrizione. Questo processo potrebbe comportare un lavoro di interpretazione delle esperienze incarnate di altre persone – ad esempio di quelle presenti nelle foto – oppure si potrebbe immaginare di essere coinvolti in una determinata attività.

⁴⁸ S. Pink, op. cit.

⁴⁹ H. Wulff, "Instances of inspiration: interviewing dancers and writers", in J. Skinner (ed.) *The Interview: an ethnography approach*, pp.163-178, Oxford, Bloomsbury, 2012, p.322

⁵⁰ S. Pink, op. cit.

La sollecitazione non si esaurisce però nel ramo del visivo, ma si occupa anche dell'aspetto sonoro, come proposto dal professore di antropologia Richard Vokes, che partendo dal ricostruire il *soundscape* dei villaggi da lui studiati, pone al centro delle sue interviste l'aspetto sonoro in cui gli intervistati sono immersi⁵¹, e anche dell'aspetto olfattivo, come dimostrato da Kelvin Low in una delle sue interviste:

Nel caso dei profumi di genere, ho indossato fragranze che erano commercialmente etichettate per donne, e ho cercato di testare come tale profumo può/non può provocare risposte da quelli che mi circondano. Inoltre, ho chiesto deliberatamente cosa gli altri pensassero del profumo, nel tentativo di sollecitare qualsiasi valutazione o interpretazione riflessiva⁵².

Attraverso l'utilizzo di profumi tipicamente femminili, Vokes cerca di sollecitare delle risposte orientate dalle informazioni olfattive raccolte. Il processo di sollecitazione riassume in maniera esaustiva la quantità di elementi significativi che possono essere ricercati all'interno di un'intervista mediante l'utilizzo della sensorialità. Nel campo dell'etnografia sensoriale l'intervista non è più analizzata come un semplice scambio di enunciati, ma come una relazione di reciproca fiducia tra intervistato e intervistatore che consente agli attori coinvolti in questo processo di creare un luogo di condivisione di esperienze sensorialmente significative.

2.3.3 *La partecipazione del ricercatore*

Attraverso la dimensione sensoriale anche il ruolo del ricercatore assume delle nuove caratteristiche. Come già accennato in precedenza, nel discorso che instaura con gli individui da lui studiati, l'etnografo può riconoscere sé stesso e avviare un processo di riflessione sulle proprie categorie culturali. Rivelando la propria realtà agli altri, viene a conoscenza dei mondi altrui e li assorbe, tramite un processo che fa affidamento sulla comunicazione extralinguistica, dove la conoscenza è incarnata attraverso la vista, gusto, udito, tatto e olfatto, come sostenuto dall'antropologa

⁵¹ R. Vokes, "Taking a trip and taking care in everyday life", in T. Ingold and J. Lee Vergunts (eds) *Ways of Walking: ethnography and practice on foot*. Aldershot, Ashgate, 2008

⁵² K. Low, "Ruminations on smell as a socio-cultural phenomenon", *Current Sociology*, 53(3): 397-417, 2005, p. 407

Judith Okely⁵³. Per imparare ad ascoltare e comprendere è necessario sapersi mettere a servizio dei modelli altrui. Questo processo tanto delicato quanto ricco viene così descritto da Tarani Chandola, professore di sociologia medica all'Università di Manchester:

Il mio ascolto iniziale era limitato perché le mie orecchie erano chiuse ad un regime sonoro, e le sue sfumature, al di fuori della mia costruzione borghese. Una volta consapevole del mio ascolto borghese (...), fui capace di porre delle domande al di fuori di questa sensibilità - "Chi sta ascoltando? Cosa stanno ascoltando? E, cosa stanno ignorando o cosa stanno rifiutando di ascoltare?". Io divenni consapevole dei miei pregiudizi sonori e di un diverso modo di ascoltare lo spazio. Ho ascoltato ciò che le persone ascoltavano e non ascoltavano, sia consciamente, che inconsciamente, di nascosto o apertamente. Li ho sentiti mentre ascoltavano altri. Ho ascoltato ciò che sentivano in quanto altri⁵⁴.

Porsi in ascolto degli altri, osservare la realtà da un punto di vista differente produce un fenomeno di co-partecipazione che a sua volta avvia un processo di costruzione intersoggettiva della realtà – più volte menzionato nel corso di questo testo – in cui, a partire dalle categorie culturali di entrambi gli attori coinvolti nella comunicazione, si viene a creare una terza realtà condivisa, per cui l'etnografo diviene allo stesso tempo ricevitore e costruttore di significato. Di conseguenza, le conoscenze e le esperienze appartenenti al ricercatore si pongono alla base di una sorta di auto-etnografia, capace di produrre sapere accademico.

La partecipazione dell'etnografo può stabilirsi in due modalità differenti. Il primo caso richiede la convivenza del ricercatore con i soggetti sui quali effettua la ricerca. Questo fenomeno si inserisce nella possibilità di recuperare la conoscenza sensoriale in maniera inaspettata attraverso la partecipazione nelle pratiche quotidiane che richiamano ricordi, riflessioni e spiegazioni⁵⁵. Il ricercatore partecipa agli eventi giornalieri e nel tempo inizia a immergersi nei comportamenti e nelle ideologie, acquisendo una conoscenza tale dell'ambiente da poter ricavare un'ampia serie di informazioni.

⁵³ J. Okely, "Vicarious and sensory knowledge of chronology and change: ageing in rural France", in K. Hastrup and P. Hervik (eds) *Social Experience and Anthropological Knowledge*, London, Routledge, 1994

⁵⁴ T. Chandola, "Listening in to water routes: soundscapes as cultural systems", *International Journal of Cultural Studies*, 16(1): 55-69, 2013, p. 58

⁵⁵ E. Cohen, "The broken cycle: smell in a Bangkok lane", in J. Drobnik (ed.) *The Smell Culture Reader*, Oxford, Berg, 2006 [1998]

Qualora la convivenza a lungo termine non fosse possibile, l'etnografo può partecipare anche in maniera sporadica agli eventi, ottenendo comunque dei risultati di ricerca più circoscritti. Nonostante questa limitazione, col tempo si sviluppa un rapporto di fiducia reciproca e di interazione con gli altri e con le loro esperienze, che solleva interrogativi sul significato delle azioni dei soggetti studiati e sulle esperienze incarnate che ne conseguono⁵⁶. Queste riflessioni possono incoraggiare gli etnografi ad analizzare più in dettaglio tutte quelle attività che in apparenza risultano faccende abituali non degne di particolare attenzione.

L'etnografo si pone al livello di studente intenzionato ad apprendere una vera e propria *cultura dell'attenzione*⁵⁷, cercando di cogliere i modi in cui gli altri individui apprendono, acquisiscono e trasmettono significati. Secondo l'antropologo inglese Tim Ingold, solo tramite la partecipazione reale nelle attività e negli ambienti interessati è possibile acquisire la conoscenza. Ciò richiama ancora una volta la centralità del corpo, perché partecipare non equivale ad osservare ma imparare a fare tramite l'utilizzo dei sensi e del corpo, come sottolineato da Greg Downey dato che "apprendere una abilità fisica richiede che una persona sviluppi sia le tecniche necessarie del corpo, che è vigoroso e modificabile, e le abilità sensoriali su cui dipende⁵⁸".

Da qui l'importanza attribuita dagli etnografi alle attività quotidiane come il mangiare insieme o il camminare insieme, in qualità di metodologie che consentono un maggiore coinvolgimento nella ricerca. Secondo Stoller, è possibile riconoscere l'umore e i sentimenti di una persona attraverso l'assaggio di un cibo da essa preparato⁵⁹. Ancora, secondo la professoressa di antropologia culturale Nadia Seremetakis, l'atto del mangiare insieme "è uno scambio di memorie sensoriali ed emozioni, e di sostanze e oggetti che incarnano rimembranze e sentimenti⁶⁰". La rinnovata visione della convivialità non come semplice consumo di cibo, ma come

⁵⁶ D. Lyon, & L. Black, "Fishmongers in a global economy: craft and social relations on a London market", *Sociological Research Online*, 17(2):23. Available online: www.socresonline.org.uk/17/2/23.html, 2012

⁵⁷ T. Ingold, *The Perception of the Environment*, London, Routledge, 2000

⁵⁸ G. Downey, *Learning Capoeira: lessons in cunning from an Afro-Brazilian art*, Oxford, Oxford University Press, 2005

⁵⁹ P. Stoller, op. cit.

⁶⁰ C. N. Seremetakis, "The memory of the senses: historical perception, commensal exchange, and modernity", in L. Tylor (ed.) *Visualizing Theory*, pp. 2-18, London, Routledge, 1994, p. 37

processo sociale diviene rilevante per gli etnografi poiché consente innanzi tutto una condivisione di ricordi che possono derivare tanto dai cibi quanto dalla comunicazione che si stabilisce al momento del pasto e inoltre, proprio perché tutti indistintamente associano dei ricordi ai sapori, offre la possibilità di analizzare non solo il ricordo in sé ma la modalità di riflessività coinvolta nella sua formazione.

Anche l'atto del camminare insieme produce degli effetti positivi nell'ambito della ricerca. Condividere i passi, il ritmo, la direzione produce un'affinità, un'empatia, un senso di appartenenza e di fiducia nei confronti della persona che ci cammina di fianco. È necessario precisare che questa affinità scaturisce dalla condivisione di un percorso, pertanto lo stesso discorso vale sia per la camminata, che per la corsa, che per un tragitto in bici. Inoltre, la condivisione che avviene al momento di questa affinità è – così come accade nell'atto del mangiare insieme – influenzata dai nostri “passi passati”, ossia dal carico di esperienze che ciascun individuo porta con sé⁶¹. Questo fenomeno è oggetto di crescente attenzione, anche nel dominio della letteratura scientifica, proprio perché si tratta di un'attività multisensoriale che fa immergere completamente gli attori nella ricerca. Secondo Geertz, condividere o creare un ritmo di camminata con altre persone può condurre a una vicinanza particolare e ad un legame tra le persone coinvolte⁶². Ancora, secondo la ricercatrice Katrin Anna Lund, questo fenomeno permette di entrare anche nella comprensione di attività religiose che altrimenti risulterebbero inaccessibili:

Per comprendere cosa è prodotto e inteso tramite l'atto del camminare con il patrono, uno deve localizzarsi all'interno del rituale prendendo parte alla camminata. (...) Per i partecipanti nella performance, l'autenticità non può essere osservata, ma è impressa nel ritmo sonoro dei movimenti sincronizzati⁶³.

L'approccio sensoriale non si limita quindi ad un'osservazione delle esperienze degli intervistati, ma richiama il ruolo dell'etnografo come produttore di significati. La buona riuscita della ricerca dipende quindi dallo scontro/incontro tra culture differenti.

⁶¹ S. Pink, op. cit.

⁶² C. Geertz, op. cit.

⁶³ K. Lund, “Listen to the sound of time: walking with saints in and Andalusian village”, in T. Ingold and J. Lee Vergunst (eds) *Ways of Walking: ethnography and practice on foot*, pp. 93-104, Aldershot, Ashgate, 2008, p.97

2.3.4 L'aspetto multimediale

In conclusione di questo paragrafo è inevitabile fare accenno all'ambito multimediale che nel corso degli anni è diventato sempre più preponderante nel campo della ricerca etnografica.

L'etnografia sensoriale intende studiare la nostra realtà quotidiana, il modo in cui noi, in quanto individui, aiutiamo a costruirla e il modo in cui la percepiamo. Ciò include l'aspetto che Sarah Pink definisce come *sensory home*⁶⁴, ossia l'insieme delle relazioni intersoggettive instaurate con gli altri e le esperienze incarnate vissute. Tutti questi elementi sono sempre più mediati tecnologicamente, pertanto, lo studio della nostra realtà coinvolge l'analisi della multimedialità come parte imprescindibile della nostra vita quotidiana. Come la tecnologia sia diventata parte integrante della nostra quotidianità può essere illustrato dalla seguente ricerca condotta da Pink e da Kerstin Leder Mackley:

La contingente vitalità dei dispositivi forma parte non intenzionale ma sentita dell'ambiente sensoriale esperienziale della casa durante il giorno, ad esempio generando calore (e.g. la tv a schermo piatto di Laura e Paul), luce o suoni (come il ronzio elettronico delle console). Dove TV, radio e videogiochi caratterizzavano in modo prominente l'ambiente audio-visuale, la casa tendeva a diventare meno direttamente intrisa di contenuti multimediali durante la notte. Eppure almeno in sette delle famiglie partecipanti ci si addormentava con suoni mediati tra cui radio, TV, iPods, telefoni o impianti stereo⁶⁵.

Come dimostrato da queste due autrici, l'ambiente sensoriale delle case è altamente digitalizzato. L'utilizzo della tecnologia, tuttavia, va ben oltre quanto precedentemente illustrato: creare atmosfera tramite calore o luci, produrre un sottofondo musicale. La sfida a cui vanno incontro gli etnografi sensoriali è pertanto quella di comprendere come e fino a che punto questo contesto sensoriale mediato dalla tecnologia possa diventare uno strumento per comprendere le esperienze sensoriali ed affettive degli altri, col fine di spiegarne la loro visione della realtà.

⁶⁴ S. Pink, *Home Truths: gender, domestic objects and everyday life*, Oxford, Berg, 2004

⁶⁵ S. Pink, & K. Leder Mackley, "Saturated and situated: rethinking media in everyday life", *Media, Culture and Society*, 35(6): 677-91, doi: 10.1177/0163443713491298, 2013, p. 688

2.4 Il futuro dell'approccio sensoriale

L'etnografia sensoriale riveste un ruolo principale nella creazione del futuro, poiché dà rilevanza alle modalità tacite di conoscenza e di azione. Tali attività, a primo impatto mondane e scontate, racchiudono il modo di pensare, di pianificare, di sperare degli individui. Si tratta di esperienze passate e presenti che fanno da ponte con il futuro. Pertanto, tanto gli etnografi, quanto i singoli individui hanno il compito di prendere parte nella svolta sensoriale della ricerca, per essere parte del cambiamento.

Oggi, è possibile individuare tre scuole di pensiero interessate allo studio dell'etnografia sensoriale, i cui principali rappresentanti sono tutti autori ed autrici già citati in questo testo. Negli Stati Uniti, Paul Stoller e Nadia Seremetakis propongono un approccio altamente descrittivo ed evocativo; in particolare, l'autrice sostiene che esista la possibilità di creare delle associazioni affettive tra esperienze passate e presenti grazie alla percezione del paesaggio olfattivo⁶⁶, ed intende inoltre riscoprire “le inclinazioni percettivo-sensoriali spesso nascoste, delle società tradizionali, recuperando in tal modo la memoria culturale radicata nei ricordi personali e negli artefatti⁶⁷”.

In Canada, Constance Classen e David Howes mettono in primo piano la socialità della sensazione e della percezione, definiscono la storia e l'antropologia come discipline primarie di questo campo, attribuendo un approccio culturale allo studio dei sensi, e un approccio sensoriale a quello della cultura⁶⁸.

Sullo sfondo Anglosassone, vi sono Tim Ingold in Scozia, che concentra il suo concetto di sensorialità sulla nozione precedentemente menzionata di *cultura dell'attenzione*⁶⁹. L'etnografo deve allenare i suoi sensi per cimentarsi nel lavoro sul campo che “è in realtà un corso di perfezionamento in cui il principiante impara gradualmente a vedere le cose, e anche ad ascoltarle e a provarle, nei modi in cui

⁶⁶ C. N. Seremetakis, *The Last World. Women, death and divination in inner Mani*, Chicago, Chicago University Press, 1991

⁶⁷ C. N. Seremetakis, *The Senses Still. Memory and perception as material culture in modernity*, Chicago, Westview Press, 1994, p. 9

⁶⁸ C. Classen, & D. Howes, *Ways of Sensing*, New York, Routledge, 2014

⁶⁹ T. Ingold, op. cit.

fanno i suoi mentori⁷⁰”. In linea con questa teoria, vi è il pensiero della studiosa Sarah Pink, il cui approccio è stato ampiamente analizzato in questo testo, poiché pone al suo centro il concetto di multidisciplinarietà, mettendo in discussione i metodi classici di ricerca, con l’obiettivo di adoperarli in modi innovativi. Come sottolineato dalla professoressa del Design Research Institute and The School of Media and Communications della RMIT University in Australia, apprendere attraverso l’utilizzo di un approccio sensoriale e creare significati così come fanno gli altri “implica non solo che noi osserviamo cosa fanno ma che impariamo ad utilizzare tutti i nostri sensi per partecipare nei loro mondi, in termini di comprensioni incarnate⁷¹”.

Gli studiosi che applicano un approccio sensoriale alle loro ricerche invitano gli altri a dividerlo. Questo orientamento corrisponde ad abbandonare una visione superficiale di identità, per riconoscere le differenze trasmesse dal *sensorium di partenza* di ciascun individuo, che si pongono alla base della ricchezza culturale. Fare etnografia con i sensi, utilizzare il corpo per mettersi in relazione con l’altro richiede dunque di porsi in ascolto, aprendosi a innumerevoli possibilità e facendo in modo che l’interazione con le percezioni sensoriali, con le attività, con le realtà sperimentate dagli altri possa ispirare, guidare o essere parte di un movimento volto al cambiamento.

Definendo le origini del concetto di etnografia sensoriale e cercando di prevederne i risvolti futuri a partire dalle visioni degli studiosi maggiormente interessati a questo campo, questo capitolo ha designato i passaggi teorici principali da seguire per ottenere una buona ricerca etnografica che ponga al suo centro l’utilizzo della sensorialità. Il prossimo capitolo esporrà due casi di studio appartenenti all’ambito della ricerca etnografica sensoriale, per mostrare nella pratica quanto finora analizzato solo nella teoria.

⁷⁰ T. Ingold, *Making: Anthropology, Archaeology, Art and Architecture*, London, Routledge, 2013, p. 2

⁷¹ S. Pink, op. cit., p. 72

III

Dalla teoria alla pratica

I primi due capitoli hanno fornito un'analisi approfondita degli aspetti teorici relativi alla ricerca etnografica sui e con i sensi. Il primo capitolo ha descritto il passaggio da uno studio della comunicazione strettamente vista come uno scambio di informazioni tra individui a un processo comunicativo che coinvolge l'intero ambito sensoriale. Questa concezione conduce all'insieme di elementi appartenenti al ramo della comunicazione non verbale, mai presi in considerazione dagli scienziati sociali fino agli anni '90. Il repertorio del *non detto* è oggetto privilegiato dell'etnografia sensoriale che, come osservato nel secondo capitolo, tramite l'utilizzo di strumenti innovativi mira a accedere alle conoscenze incarnate, coinvolte nelle modalità in cui gli individui si relazionano con la realtà mediante i cinque sensi.

Nel corso di questo testo, è stato possibile comprendere che una buona ricerca etnografica nasce certamente da una base di partenza teorica, ma il ruolo principale appartiene all'esperienza e alla pratica, al lavoro di campo. Pertanto, questo terzo e ultimo capitolo si concentrerà sull'esposizione di due casi studio condotti nell'ambito dell'etnografia sensoriale, col fine di dimostrare l'effettivo funzionamento di una ricerca che ponga le sue basi sull'aspetto non verbale piuttosto che su quello linguistico.

Entrambe le ricerche di seguito prese in considerazione sono state condotte da due ricercatrici già incontrate nei precedenti capitoli: Dawn Lyon, professoressa di sociologia, e Sarah Pink, studiosa altamente influente nel campo dell'etnografia sensoriale. Anche se simili da un punto di vista cronologico e geografico, i due casi di studio affrontano delle tematiche molto differenti, con individui appartenenti a realtà diametralmente opposte. La scelta di questi due casi studio è stata determinata in primo luogo dalla completezza con cui entrambe le autrici si avvicinano alla

sfera sensoriale (nessun senso viene trascurato, l'individuo viene riconosciuto nell'insieme delle sue esperienze incarnate) e, in secondo luogo, dalla relazione di complementarità che riescono a stabilire tra i diversi sensi al momento della ricerca.

3.1 Pescivendoli in un'economia globale: artigianato e relazioni sociali in un mercato londinese

Il primo caso di studio che verrà qui analizzato è stato condotto da Dawn Lyon, professoressa di sociologia nella School of Social Policy, Sociology and Social Research, presso l'Università del Kent, in Inghilterra¹. Lyon ha pubblicato diversi testi riguardanti il campo della sociologia di genere, del lavoro e della migrazione. I suoi interessi attuali riguardano la sociologia visuale, l'identità lavorativa e l'economia sociale. L'autrice è stata affiancata in questa ricerca da Les Back, sociologo attivo presso la Goldsmiths, Università di Londra, interessato particolarmente alla sociologia del razzismo, alla cultura popolare e alla vita urbana.

Precedentemente, è già stato fatto rimando nel secondo capitolo a questa particolare ricerca in quanto prodotto derivante da un contatto costante ma non continuato del ricercatore con gli individui oggetto di studio. Come già sottolineato, il ricercatore può espletare il suo ruolo in due modi differenti: attraverso una convivenza continuata che permette di immergersi nelle pratiche quotidiane e di comprendere così il punto di vista dei soggetti su cui si effettua la ricerca, oppure mediante delle visite ripetute che conducono nel tempo alla creazione di un rapporto di reciproca fiducia capace di produrre dei buoni risultati di studio.

Lyon e Back nel 2012 conducono uno studio etnografico multisensoriale sui pescivendoli presenti in un mercato situato a sud di Londra. L'attenzione dei ricercatori si concentra sulle tattiche lavorative che quotidianamente vengono poste in atto dai pescivendoli al momento della vendita al pubblico.

Particolarmente stimolante risulta, in primo luogo, la messa in atto delle metodologie innovative tipiche di una ricerca etnografica sensoriale analizzate già

¹ D. Lyon & L. Back, op. cit.

nel secondo capitolo: l'intervista non statica ma condotta mentre gli intervistati lavorano, camminano, tagliano il pesce, e soprattutto la presenza di elementi multimediali quali video, registrazioni, fotografie che consentono una maggiore attenzione agli elementi meno immediati. Inoltre, ciò che rende interessante questa ricerca è l'analisi, seppur sullo sfondo, di un ambiente culturalmente diversificato. Difatti, come vedremo, i protagonisti di questo studio sono Charlie, un londinese la cui famiglia opera nel settore della vendita del pesce da oltre 100 anni, e Khalid, immigrato proveniente dal Kashmir, che è riuscito a posizionarsi in questo commercio pur non possedendo nessuna conoscenza preliminare.

L'idea di questa ricerca nasce dalla partecipazione di Dawn a Live Sociology, un progetto guidato da Back e dai suoi colleghi della Goldsmiths nel 2008, riguardante l'uso delle nuove tecnologie nelle ricerche di etnografia sensoriale. L'obiettivo principale di questa analisi equivale a quanto più volte ripetuto nel corso di questo testo, ossia la necessità di recuperare informazioni relative al repertorio del *non detto*, considerate come primarie nell'atto della comunicazione. Per fare ciò, i due ricercatori si servono delle metodologie ritenute più idonee al recupero di tali conoscenze.

I due ricercatori hanno fatto visita ai soggetti studiati, insieme o individualmente, per circa una ventina di volte, sempre senza preavviso. Durante le visite li osservavano lavorare, li fotografavano, ponevano loro delle domande dirette alle quali Charlie e Khalid rispondevano con piacere, contrari però alla possibilità di effettuare un'intervista formale. L'interazione che i due ricercatori hanno cercato di realizzare corrisponde appieno a quella *cultura dell'attenzione* definita nel capitolo precedente come la capacità di sapersi mettere in ascolto dell'altro e dei suoi modelli culturali, complementare alla necessità delineata da Tim Ingold di vivere in maniera esaustiva nell'ambiente di cui si vuole recuperare la conoscenza. I due ricercatori erano soliti passeggiare e chiacchierare nel mercato, ascoltando storie dagli intervistati mentre essi scaricavano il pesce o mentre lo tagliavano e lo pulivano. L'intervista così condotta, cioè mentre l'intervistato è in movimento, produce, come testimoniano autori e autrici tra cui Pink, Geertz e Lund, un legame particolare e di conseguenza la possibilità di ricavare le informazioni con maggiore facilità.

Tuttavia, secondo Paul Sweetman, l'uso di metodologie di supporto, come fotografie e registrazioni, durante l'intervista consente di documentare e soprattutto di comprendere delle conoscenze che fanno parte dell'*habitus* di una persona, ma che sono spesso difficili da rendere a parole². Il ruolo della fotografia non si limita all'illustrazione, ma illumina e rende noti degli elementi che potrebbero essere trascurati durante l'intervista. Allo stesso modo, la registrazione presenta un sovrapporsi di livelli sonori a cui, con molta probabilità, non si fa attenzione durante l'intervista poiché ci si concentra sull'intervistato e sulle sue parole³. Lyon e Back fanno un grande affidamento su questi strumenti, in particolare, l'uso che ne fanno consiste nel fotografare un dettaglio e proporre, nella stesura della ricerca, l'ascolto di una registrazione relativa a quel determinato evento mentre si osserva la fotografia. Ciò avviene semplicemente scorrendo il mouse del computer sulla fotografia. Questa metodologia è molto efficace perché permette di immergersi nella situazione osservata con maggiore coinvolgimento.

L'analisi del lavoro del pescivendolo risulta con tutta evidenza molto utile per affrontare la tematica del corpo, in quanto lavoro di artigianato che richiede una buona capacità nell'utilizzo di vista e tatto, inteso come manualità, da parte del soggetto studiato, e una buona comprensione corporea, ossia attenzione alla sensorialità e alle esperienze incarnate, da parte del ricercatore⁴.

3.1.1 Cento anni di esperienza

Il primo intervistato con cui Lyon e Back entrano in interazione è Charlie, un 72enne londinese, membro di un'azienda familiare attiva da tre generazioni sulla Deptford High Street, una località di Londra, situata sulla sponda sud del Tamigi, nella parte sud-orientale della città. Alla domanda su come abbia imparato il

² P. Sweetman, "Revealing habitus, illuminating practice: Bourdieu, photography and visual methods", *The sociological Review* 57(3):491-511, 2009

³ D. Manning & M. Neumann, *Recording Culture: Audio Documentary and the Ethnographic Experience*, London: Sage, 2008

⁴ E. O'Connor, "Embodied knowledge in glassblowing: meaning and the struggle towards proficiency" in C. Shilling (ed.) *Embodying Sociology: Retrospect, Progress and Prospect*. Oxford: Blackwell, 2007

mestiere del pescivendolo Charlie risponde “Beh, semplicemente lo fai, no?”⁵. L’assenza di una risposta può significare o che l’intervistato abbia implicitamente compreso che non è possibile spiegare verbalmente conoscenze tacite acquisite nel corso degli anni in quanto capacità “coltivate, come ogni abilità, attraverso la pratica e l’allenamento in un ambiente”⁶; oppure, indica la volontà dell’intervistato di mostrarsi come da sempre capace di lavorare in questo settore, probabilmente per dare un’immagine più sicura di sé agli occhi dei clienti che si sentono certamente più fiduciosi nell’acquistare da chiunque dimostri una tale conoscenza del proprio mestiere. Il figlio di Charlie, Gary, alla medesima domanda risponde di aver imparato all’età di 14 anni, su una nave; ma nel momento in cui il suo lavoro viene messo a paragone con quello di Jim, unico impiegato del negozio non appartenente alla famiglia e dotato di esperienza trentennale nel campo, Gary sottolinea di aver “visto cose che Jim non ha mai visto”⁷, insinuando l’esistenza di un sapere tacito che non dipende dall’esperienza ma da una *pratica incarnata*⁸.

Questo concetto risulta nelle parole di Charlie riguardo all’importanza di “conoscere il proprio pesce” per ottenere rispetto e consensi. Il pescivendolo londinese racconta di come l’incontro con la materia prima coinvolga l’interezza dei suoi sensi: ne valuta il colore, l’odore, la grandezza, dimostra una connessione sensoriale profonda con ciò che è il materiale, l’oggetto e il prodotto della sua lavorazione. Sia Charlie, che suo

figlio Gary, che il suo dipendente Jim parlano del pesce attenendosi all’area lessicale della bellezza in termini di colore, forma, consistenza e spesso fanno riferimento alla sua vitalità, che per quanto paradossale possa sembrare, è una caratteristica fondamentale nella valutazione



Figura 4: La lavorazione
D. Lyon, 2012, Londra, p. 16

⁵ D. Lyon & L. Back, op. cit., p. 5

⁶ T. Ingold, *The Perception of the Environment*, London: Routledge, 2000, p. 283

⁷ D. Lyon & L. Back, op. cit., p. 12

⁸ P. Connerton, *How Societies Remember*, Cambridge, Cambridge University Press, 1989

della materia prima poiché implica la sua freschezza data da un colore brillante, una consistenza vigorosa e un aspetto piacevole.

Questo tipo di professione implica un “modo di comprendere il mondo che deriva dalla dimensione corporea del loro lavoro”⁹. Gli strumenti utilizzati e il pesce stesso diventano un’estensione dell’apparato senso-motorio del pescivendolo¹⁰ (Figura 4). Tra i coltelli e le mani che lavorano si crea un’interconnessione in cui l’artigiano “maneggia i propri strumenti” e contemporaneamente “viene guidato dalla sua percezione”, come sostenuto da Ingold¹¹.

Tuttavia, l’interazione di questi artigiani non avviene unicamente in relazione al prodotto del loro lavoro, ma in contemporanea con coloro che usufruiranno della loro produzione, ossia la clientela. Qui di seguito è possibile osservare Charlie intento a lavorare la sua materia prima circondato dai clienti con cui interagisce



Figura 5: Charlie nella dualità della sua interazione
D. Lyon, 2012, Londra, p. 14

(Figura 5). Così, il mercato in cui avviene la vendita diviene in questo modo ambiente di scambio di parole, ma anche e soprattutto di sguardi, odori, suoni.

La materia prima con cui questi artigiani si trovano a confrontarsi è molto particolare, non si parla di creta, legno, ma di qualcosa che prima era vivente, pertanto, il modo

in cui il pesce si presenta è una caratteristica fondamentale. A seconda della qualità e della tipologia, è possibile che sia semplice da maneggiare, o molto resistente alla lavorazione, o facilmente danneggiabile perché delicato, per cui è importante approcciarsi alla materia sapendo bene come destreggiarsi, o come sostiene Charlie bisogna “sentirlo”, familiarizzare con esso e adottare le tecniche adeguate per valorizzarlo. È oltremodo evidente quindi che questa occupazione richieda tanto un possesso di conoscenze tacite e incarnate, quanto un’abilità fisica specifica.

⁹ J. Zandy, *Hands: Physical Labor, Class and Cultural Work*, New Jersey: Rutgers University Press, 2004, 4

¹⁰ J.P. Warnier, “A praxelological approach to subjectivation in a material world”, *Journal of Material Culture* 6(5): 5-24, 2001

¹¹ T. Ingold, op. cit., p. 289

3.1.2 Sentirsi a casa

Non lontano dal negozio di Charlie, c'è quello di Khalid, un 40enne originario del Kashmir, che gestisce la sua attività insieme alla sua famiglia, compresi cugini e nipoti. A differenza di Charlie, Khalid lavora nel suo negozio da soli 10 anni, senza alcuna esperienza precedente. Oltre alla vendita del pesce, il secondo intervistato offre anche una serie di prodotti difficili da reperire indirizzati alle minoranze culturali presenti nel territorio. Lyon e Back pongono a Khalid la stessa domanda posta a Charlie, sul come e quando abbia imparato a lavorare il pesce; a differenza di quest'ultimo, Khalid risponde “Sono originario del Kashmir, lì non abbiamo pesce, abbiamo i laghi e le montagne. Abbiamo delle dighe molto vicine e lì c'è del pesce d'acqua dolce ma non abbiamo alcuna conoscenza sul pesce; tutto ciò che ho imparato viene da qui”¹². Questa risposta produce un'importante riflessione: quanto conta la genetica? Zero! Quanto invece l'esperienza? La risposta va ricercata nel diverso approccio di Khalid nei confronti di questo mestiere.

Come abbiamo osservato, Charlie è il classico pescivendolo che si posiziona in



Figura 6: Il negozio di Khalid
D. Lyon, 2012, Londra, p. 22

mezzo alla gente, che si occupa esclusivamente della lavorazione e della vendita del pesce, che affascina le persone con la sua manualità e infonde nei clienti la voglia di acquistare. Al contrario, Khalid basa la sua attività su un approccio differente già a partire dall'ambiente in cui lavora, ossia

un piccolo negozietto che tra i vari prodotti propone anche la vendita del pesce (Figura 6).

Non si fa spazio tra la gente, non urla per attirare l'attenzione, non affascina con la sua manualità, ma piuttosto osserva i passanti e a detta sua ciò che deve acquistare “lo apprende dai clienti” e aggiunge “se un cliente passa e ha un sacchetto di plastica

¹² D. Lyon, & L. Back, op. cit., p. 22

trasparente, allora io guardo cosa ha comprato per strada. Io imparo dai clienti”¹³. Charlie crea il desiderio, Khalid fa in modo che i clienti possano trovare da lui ciò che già desiderano.

La manualità e il tatto sono sostituiti dalla sfera visiva, dall’osservazione. In particolare, ciò che favorisce questo approccio è l’osservazione e la comprensione di un territorio sempre più multiculturale che di volta in volta modifica le sue esigenze e che risulta essere inaccessibile a Charlie, focalizzato su una diversa clientela e di conseguenza basato su un diverso stile di marketing. L’inserimento di Khalid nel commercio del pesce non è stato facile: i pescivendoli locali compravano la sua stessa quantità di pesce a un terzo del prezzo, c’era una gerarchia che escludeva chiunque venisse dal di fuori della cerchia ristretta di lavoratori locali. Pertanto, ha dovuto lavorare duramente per entrare nella parte psicologica di questi meccanismi commerciali. Al tempo della ricerca, pur mostrandosi rispettoso nei confronti degli altri venditori, Khalid ha dimostrato di essere riuscito a posizionarsi all’interno del mercato acquistando da un cartello asiatico e pagando la merce meno dei suoi concorrenti.

Il negozio di Khalid, è un negozio che pone le sue basi sull’esperienza sensoriale: la sua strategia di marketing gioca su slogan divertenti e ammiccanti (Figura 7), e sulla possibilità di far sentire le persone a casa attraverso il cibo venduto. D’altronde come dimostrato nel precedente capitolo, secondo molti etnografi tra cui Seremetakis, l’atto del mangiare insieme, o come in questo caso, la presentazione di un particolare alimento produce lo scambio di emozioni sensoriali e rimembranze, ancor di più se gli individui si trovano lontani dalla propria casa di origine.



Figura 7 Sexy Fish
D. Lyon, 2012, Londra, p. 4

¹³ D. Lyon & L. Black, *op. cit.*, p. 23

3.1.3 Manualità o abilità?

I due casi presi in considerazione da Lyon e Back presentano una serie di elementi in contrasto tra di loro, seppur gli intervistati lavorino nello stesso campo e a pochi passi di distanza l'uno dall'altro. Comprendere l'abilità di entrambi e le modalità sensoriali con cui ciascuno di loro si relaziona con la propria attività richiede, come osservato anche da Ingold relativamente ad ambiti differenti, un'interpretazione che tenga conto del contesto in cui si sviluppano, poiché tali modalità non sono “un attributo del singolo corpo individuale, ma dell'intero sistema di relazioni instaurate dalla presenza dell'artigiano nel suo ambiente”¹⁴.

Così, mentre Charlie e i suoi dipendenti attirano la clientela attraverso l'interazione, scambiandosi battute, richiamando l'attenzione sulla loro abilità nel lavorare la materia prima, invitando i clienti a comprare, Khalid utilizza le sue conoscenze di marketing e nel silenzio della sua attività, invita le persone ad acquistare tramite l'esperienza sensoriale evocata dagli alimenti presenti nel suo negozio. Più che manualità, Khalid dimostra abilità nel destreggiarsi in una mappa urbana multiculturale. Egli è anche in grado, inoltre, di sviluppare una conoscenza relazionale tacita e di intersecarla con la capacità di lavorare il pesce, o, come definita da Harry Collins, con la conoscenza somatica tacita¹⁵. Ciò gli permette di comprendere e anticipare i desideri dei clienti attraverso un'attenta osservazione.

Le categorie culturali mediante le quali Khalid e Charlie si avvicinano alla vendita sono orientate dalle loro esperienze incarnate passate. Queste categorie si tramutano in un particolare approccio comunicativo che pone i due intervistati su due piani diversi del mercato: Charlie continuerà a vendere ai clienti che, affascinati dall'esperienza centenaria e dal discorrere scherzoso e socievole del venditore, scelgono di acquistare da lui; invece, Khalid sarà il punto di riferimento per i clienti che si lasceranno sedurre dall'esperienza sensoriale che questo pescivendolo “silenzioso” propone all'interno del suo negozio.

¹⁴ T. Ingold, op. cit., p. 291

¹⁵ H. Collins, *Tacit and Explicit Knowledge*, Chicago and London: The University of Chicago Press, 2010. La conoscenza somatica tacita si riferisce ad un sapere e a delle abilità relative alla dimensione corporea che non sono esplicite ma tacite, ossia derivanti dall'esperienza e di conseguenza fortemente legate al contesto.

3.2 Biancheria sporca. Pratica quotidiana, coinvolgimento sensoriale e la creazione dell'identità

La seconda è una ricerca condotta da Sarah Pink, autrice più volte incontrata nel corso di questo testo in quanto internazionalmente nota per l'influenza esercitata nel campo dell'etnografia sensoriale¹⁶. Professoressa del Design Research Institute and The School of Media and Communications della RMIT University in Australia, si cimenta più volte nella descrizione di un sapere collegato alla sfera sensoriale e si dedica alla stesura di diversi testi col fine di spiegarne le finalità, gli strumenti e le implicazioni future. Il testo per eccellenza in cui pone le basi per questa sua popolarità è *Doing Sensory Ethnography*¹⁷, analizzato in maniera dettagliata nel secondo capitolo.

Nel corso della sua carriera, Pink fa più volte riferimento all'ambiente domestico come prodotto di diversi elementi sensoriali che viene creato e compreso dagli individui che lo abitano, attraverso l'esperienza sensoriale e la manipolazione di questi elementi. Sono molteplici le ricerche svolte da lei in merito: lo studio riguardante la pulizia, la casa e gli stili di vita iniziato nel 1999 per l'Unilever Research con Katie Deverell; un'analisi sulle diverse pratiche riguardanti il bucato – che sarà oggetto di questo paragrafo – svolta nel 2000 con Jean Rimmer sempre per l'Unilever Research affiancata da Marie Corbine, professoressa dell'Università del Kent, in qualità di co-ricercatrice; una ricerca sul consumo di energia attraverso la sensorialità domestica prodotta con Kerstin Leder Mackley e pubblicata online nel 2012, e molte altre ancora.

Attraverso l'osservazione di pratiche quotidiane, Pink riesce ad analizzare degli elementi di cui solitamente i soggetti studiati non parlano. Ispezionare l'ambiente domestico permette di immergersi in un contesto intimo ricco di dettagli nascosti al pubblico. La ricercatrice svolge il suo lavoro di ricerca in diverse case situate in Inghilterra e altrettante in Spagna e in ciascuna di queste riconosce delle peculiarità dettate dal trascorso culturale e biografico. Ogni casa risulta essere la

¹⁶ S. Pink, "Dirty laundry: everyday practice, sensory engagement and the constitution of identity", *Social Anthropology*, 13(3): 275-90

¹⁷ S. Pink, op. cit.

rappresentazione dell'identità dei proprietari, formatasi mediante negoziazione con l'ambiente materiale, sensoriale, culturale e sociale circostante. Ciò che la ricercatrice tenta di ottenere in ciascuna delle sue ricerche non è scovare la verità del vivere in casa degli intervistati, ma piuttosto i modi in cui possono dimostrare di essere loro stessi durante le pratiche quotidiane domestiche¹⁸.

La ricerca proposta esamina, nel contesto della Londra contemporanea, le categorie utilizzate dalle persone per definire il concetto di “pulito”, e il modo in cui queste contribuiscono alla creazione della morale e dell'identità pubblica e privata. Pink ha iniziato a lavorare a questa ricerca negli anni 2000 in collaborazione con la Unilever Research. L'analisi a cui Pink ha sottoposto una ventina di intervistati, dei quali ha approfondito però solo tre casi, ha seguito per ciascun soggetto una sequenza ben definita: innanzitutto, un'intervista filmata, la cui attenzione si è focalizzata sulla vita e sul riconoscimento dell'identità dei partecipanti e sulle loro priorità e abitudini legate al bucato; seguita poi, dall'invito di Pink agli intervistati ad accompagnarla in un tour della casa di circa un'ora mentre lei li riprendeva, in modo tale da riconoscere le modalità mediante le quali si avvicinavano agli spazi domestici e alle attività quotidiane.

L'intero processo comprendeva sia elementi e discussioni verbali, sia rappresentazioni incarnate della loro esperienza sensoriale. Riscoprire la sfera dei sensi, senza però trascurare l'aspetto discorsivo è molto importante, poiché come sostenuto da Robert Desjarlais “il fenomenale e il discorsivo sono come fili concatenati di una corda intrecciata, ciascuno coinvolto in modo complesso con l'altro¹⁹”. L'autore sottolinea anche che noi possiamo ottenere una serie notevole di informazioni dalla descrizione che le persone ci forniscono della loro realtà. Il concetto su cui Pink insiste, però, è che per quanto dignitose siano le informazioni ricevute tramite l'ascolto dei racconti degli intervistati, è necessario invitarli a “narrare” la loro realtà tramite l'ausilio di esperienze sensoriali visuali, sonore, olfattive e tattili. La registrazione del tour domestico chiaramente non coglie questi elementi, ma cattura le modalità incarnate – espressioni facciali, gesti, movimenti – che sono espressione di come i soggetti studiati li percepiscono.

¹⁸ S. Pink, op. cit.

¹⁹ R. Desjarlais, *Sensory biographies. Lives and death among Nepal's Yolmo Buddhists*. Los Angeles, University of California Press, 2003, p. 6

Un concetto di cui è stata più volte ribadita l'importanza nel corso di questo testo è l'intersoggettività, ossia la possibilità di trovare un punto di incontro, di condivisione, tra ricercatore e soggetti studiati. Questa concezione risulta utile in questo dominio, in quanto l'incontro tra Pink e i suoi intervistati produce una terza realtà che deriva dal dialogo tra le esperienze sensoriali di entrambe le parti, che per accordo arrivano ad un resoconto audiovisuale delle esperienze e pratiche vissute in quel particolare ambito domestico. La ricercatrice condivide gli odori, gli spazi, i profumi attraverso l'esperienza pratica della casa, ma anche attraverso le narrazioni che ne fanno i suoi abitanti, si crea dunque un'incarnazione che è "il campo comune per il riconoscimento dell'umanità dell'altro e dell'immediatezza della intersoggettività"²⁰. Certamente, disporre di filmati permette di ritornare sugli elementi già osservati, ma anche di scoprirne di nuovi grazie ad una maggiore riflessività²¹.

Il dialogo formatosi grazie all'intersoggettività mette in relazione due culture e, come osservato nei precedenti capitoli, la cultura nasce da una combinazione di processi interni ed esterni alla persona, quindi affermare che due individui appartengono alla stessa società significa ben poco rispetto al concetto di cultura individuale. Molti autori precedentemente citati hanno condotto degli studi nel campo dell'etnografia sensoriale concentrandosi sulla comprensione delle esperienze incarnate culturalmente orientate e sulla creazione del *sensorium di partenza*²² di ciascun individuo.

Molti altri ancora si sono occupati di ricercare le differenze presenti all'interno di una stessa cultura. Ad esempio, Classen analizza la cultura di genere, associando le donne ai sensi minori, ossia tatto, gusto e olfatto, e gli uomini ai sensi maggiori che sono la vista e l'udito, favorendo delle tesi – ormai abbandonate – secondo cui le donne erano più indicate per la manutenzione della casa e gli uomini più intellettualmente adatti alla creazione di una carriera²³. Altri autori, tra cui

²⁰ J. Karz, & T. Csordas, "Phenomenology and ethnography in sociology and anthropology", *Ethnography*, 4: 275-88, 2003, p. 278

²¹ D. MacDougall, *Transcultural cinema*, Princeton: Princeton University Press, 1998

²² Howes, op. cit.; Classen, op. cit.; Stoller, op. cit.

²³ C. Classen, *The colour of angels*, London, Routledge, 1998

Desjarlais, si impegnano invece ad esaminare le modalità mediante le quali “membri di una stessa società vivono delle diverse biografie sensoriali²⁴”, vale a dire come l’esperienza dell’individuo lo plasma e fa sì che le sue categorie culturali siano differenti da quelle degli altri. La stessa Pink rientra in questo campo di interesse, proprio per le sue analisi comparative di ambienti domestici che variano a seconda della cultura individuale degli abitanti di una determinata casa. Secondo la ricercatrice, i diversi modi in cui ciascun soggetto si approccia al bucato e alla concezione di “sporco/pulito” traducono una volontà di resistenza, o, al contrario, di conformità all’attività umana. Il concetto di pulito inteso come igiene è stato più volte analizzato da studiosi appartenenti alla sociologia e all’antropologia. Tra questi troviamo anche lo studio dell’antropologa britannica Mary Douglas, la quale cerca di dimostrare che i riti di purezza e di impurità sono alla base dell’unificazione dell’esperienza²⁵. Secondo l’antropologa, questi concetti, che variano in base alla religione e al sistema simbolico, sono essenziali per il mantenimento delle strutture sociali esistenti. L’impurità è una paura che deriva dal superamento di confini vietati e che conduce l’individuo oltre il campo della ragione. Lo sporco equivale al disordine e l’azione del ripulire è mirata all’adattamento dell’ambiente alle nostre idee, per fare ritorno all’ambito della razionalità.

L’analisi dei comportamenti dei tre soggetti presi in considerazione da Pink mette quindi in evidenza le pratiche che costituiscono l’identità di ciascuno e come queste resistono o si allineano ai comportamenti convenzionali e di rettitudine morale. Ad esempio, rinfrescare un capo di abbigliamento è spesso associato con la possibilità di ripristinarne le condizioni originarie; questo vale anche per le lenzuola, le tende, i cuscini, etc. Per tutto ciò che può essere sottoposto ad un processo di lavaggio. Solitamente, di particolare importanza è la sensazione olfattiva dell’oggetto lavato e la sua consistenza. Generalmente, gli intervistati accettavano che una macchia rimanesse anche dopo il lavaggio, purché il capo risultasse profumato e piacevole al tatto. Questa concezione generale varia però da individuo a individuo, come dimostrato da Pink che, nella sua analisi sulle categorie di udito, tatto, gusto, olfatto e vista, cerca di recuperare le modalità in cui Mario (27

²⁴ R. Desjarlais, op. cit., p. 4

²⁵ M. Douglas, *Purezza e pericolo. Un’analisi dei concetti di contaminazione e tabù*, Il Mulino, Bologna, 2013

anni), Margaret (50 anni) e Helen (32 anni) costruiscono le loro biografie sensoriali, conoscenze, pratiche e priorità.

3.2.1 I casi studio

I tre partecipanti su cui l'autrice ha concentrato la sua attenzione presentano delle biografie, conoscenze, aspirazioni e priorità molto differenti. Mario è il presidente di un'unione studentesca e scrittore libero professionista; Margaret, invece, è madre, nonna e direttrice d'azienda e Helen è sua figlia, sposata a sua volta e madre di due bambini.

Il primo ad essere intervistato è Mario che descrive sé stesso relativamente alle pratiche del bucato con le seguenti parole:

Io sono abbastanza pignolo riguardo ai vestiti... L'ho preso da mio padre. Lui era davvero, davvero esigente sul suo aspetto esteriore, e io non sono così male ma lui era davvero meticoloso... e io ho un po' di cose nella mia lavanderia al momento, ho dei pantaloni con una piccola macchiolina di cibo come un piccolo spruzzo e devo lavare il tutto di nuovo... Quindi sono abbastanza meticoloso su questo e mi piace anche accrescere la conoscenza. Sono molto interessato alla lettura e alla scrittura, e sono molto intenzionato ad arrivare (diventare scrittore), perciò mi piace avere una specie di ambiente creativo, questo è ciò che ho. Non sono pienamente soddisfatto di questa stanza ma devo convivervi²⁶.

Al momento di questa descrizione, l'intervistato mostra la sua camera e la descrive come uno spazio in cui riesce ad essere a suo agio. Lo *spazio creativo* a cui fa riferimento implica un insieme di elementi sensoriali: gli oggetti che decorano e occupano la stanza, la musica che crea un sottofondo sonoro, gli odori e così via.

Le stesse esperienze sensoriali entrano in gioco nel momento in cui Mario valuta un capo di abbigliamento. Innanzitutto, l'intervistato fa un grande affidamento sull'aspetto tattile, sostenendo che qualora i suoi vestiti fossero ruvidi, infeltriti, lui non li indosserebbe, preferendo piuttosto materiali più morbidi e piacevoli al tocco, come la seta o il cotone. All'esperienza tattile, si aggiunge quella olfattiva: Mario considera come pulito un qualsiasi capo che non presenti odori corporei, ovvero principalmente sudore. Ciò implica che qualsiasi odore esterno, come ad esempio il fumo di sigaretta, possa essere coperto con un banale deodorante.

²⁶ S. Pink, op. cit., p. 280

Durante il tour della casa è l'intervistato stesso a proporre un esempio di processo a cui lui sottoporrebbe un determinato capo per valutarne la necessità di lavaggio. Questo fenomeno rientra nella descrizione menzionata nel precedente capitolo di *sensory elicitation*, ossia tramite l'esempio pratico affiancato dalla descrizione di quanto avviene, Mario consente alla ricercatrice di entrare nella sua sfera sensoriale:

Dunque, adesso testerò l'asciugamano, lo esamino... lo sento, è un po' umido al tatto, allora lo guardo. Bene, gli do uno sguardo e guardandolo posso dedurre che l'ho usato un bel po' e adesso passo ad annusarlo. Oh, non è così male in realtà. Non così male come pensavo che fosse. Una cosa che andrò a fare, sì, odora un po' di muffa qui al centro ma intorno ai lati non è male. Ciò che stavo facendo, ciò che sono tentato di fare, sono tentato di appenderlo sul termosifone che ho lì e sostanzialmente di farlo asciugare e vedere come va. Quindi ero tentato di fare questa cosa ma ho appena annusato un paio di parti ammuffite leggermente umide, che potrebbe essere semplicemente umidità, ma pecco di troppa cautela come faccio di solito e lo butto in lavatrice²⁷.

Per Mario il processo di valutazione di un capo prende il via dall'analisi tattile, che però non sembra essere fondamentale, poiché come testimoniano le sue parole, pur essendo umido e molto utilizzato, ciò non impone che l'asciugamano debba essere lavato. Si passa poi all'aspetto olfattivo, che come già dimostrato precedentemente risulta centrale per questo partecipante, che nel sentire un cattivo odore decide di lavare il capo. Cosa succede qualora il test olfattivo andasse a buon fine? A questo punto si passa a un'attenta analisi visiva, che viene descritta da Mario in termini fortemente legati alla sua esperienza personale:

Qualcosa che è pulito si mostra in un certo modo, le fibre scorreranno in una determinata maniera e l'aspetto assumerà una certa qualità, ossia una buona qualità, e quando non è proprio così le fibre si opacizzano insieme oppure non scorrono allo stesso modo e semplicemente sembrano un po' stanche, non appaiono così bene. Proprio come un essere umano. Uno che ha dormito quattro notti e uno che non ha dormito affatto. Solo guardandoli puoi osservarne la differenza²⁸.

Mario paragona un capo sporco e che ha bisogno di essere lavato ad una persona che ha dormito poco. La sua esperienza si riflette nella sua concezione di bucato, la metafora utilizzata ad esempio da una casalinga o da una persona con maggiori conoscenze nel campo, sarebbe sicuramente stata diversa.

²⁷ S. Pink, op. cit., p. 281

²⁸ S. Pink, op. cit., p. 281

Mario però non possiede un sapere sufficiente rispetto alle tecniche di lavaggio e in quanto scrittore libero professionista, impegnato anche nella vita studentesca, non ha né il tempo, e soprattutto la voglia di dedicare una gran parte del suo tempo al bucato. Ecco dunque, che il suo punto di vista non dipende soltanto da fattori sensoriali, ma anche dalla quantità di indumenti da lavare e dalla disponibilità delle lavatrici all'interno del campus. Di certo non si occupa di lavare le tende, i cuscini, di proprietà dell'università, ma soltanto i propri indumenti e la propria biancheria. Segue questo processo affidandosi alle indicazioni della madre, interessato solo ed esclusivamente a capire come adottare determinate tecniche per ottenere precisi risultati piuttosto che comprenderne il funzionamento: perché si usa un detersivo piuttosto che un altro, perché si fanno dei lavaggi a 90 gradi e altri a 60 gradi, e così via.

L'intervistato raccoglie i capi da lavare in una busta, li porta in lavanderia e una volta lavati e asciugati, li rimette nella stessa busta in cui li aveva raggruppati all'inizio e li riporta in camera, così per ogni lavaggio. Il processo non è giornaliero, perciò il giorno del bucato diventa per Mario un momento terapeutico, in cui con calma e in maniera rilassata mette in ordine gli indumenti, ordinando probabilmente allo stesso tempo anche le sue idee. Mi è capitato molto spesso di trovarmi a discorrere con compagni di università proprio a tal proposito, e molto spesso le pulizie di casa, così come il bucato, o una semplice doccia più lunga del solito, diventa per gli studenti un momento di relax che ridona forza dopo una settimana di lezioni, di esami o di studio in generale. Pulendo l'ambiente che ci circonda, puliamo e riordiniamo anche il nostro livello psicologico.

La descrizione che Mario fornisce delle sue pratiche evidenzia una conoscenza delle aspettative esteriori, alle quali lui si conforma attraverso il suo essere meticoloso nello stile e perennemente ben presentabile, che coesiste però con delle pratiche messe in atto nel dominio privato che sono espressione della costruzione della propria identità.

Ben diverso è il caso di Margaret, una 50enne sposata con due figli ormai adulti, che hanno da tempo lasciato casa e che lavorano nell'azienda di famiglia di cui lei è direttrice. Il suo ambiente domestico rispecchia lo stile di vita di una famiglia borghese: tutto deve essere al posto giusto e nonostante la presenza di una

domestica che si occupa settimanalmente della pulizia della casa, Margaret impegna comunque tutto il tempo possibile, lasciato libero dal lavoro, per occuparsi delle faccende domestiche. Margaret è una donna elegante, sempre truccata, ben vestita e profumata. Il profumo è per lei espressione di benessere e pulizia, quindi ogni cosa intorno a lei deve essere immersa nell'aroma scagionato dai fiori, dalle candele, da tutto ciò atto a produrlo. Lo stesso vale per il suo bucato: “Devo dire che è importante il modo in cui il mio bucato profuma. Ho iniziato ad utilizzare un particolare ammorbidente profumato e ha un buonissimo odore²⁹”. Secondo Margaret, il profumo dei suoi capi è anche dettato dal modo in cui i prodotti che utilizza influiscono sulla consistenza del tessuto. Questo spiega perché tra le sue pratiche quotidiane ritroviamo quella di sbattere i cuscini per “rimpolparli”, tale tecnica ridona freschezza al tessuto e quindi una migliore profumazione.

A differenza di Mario, Margaret conosce le diverse tecniche da applicare a ciascun tessuto. Ciò non può definirsi vero per Helen, sua figlia che come il nostro primo intervistato, dipende dalle conoscenze della madre in termini di lavaggio, anche se a differenza di Mario mostra un interesse nel comprendere il perché di determinate tecniche. D'altronde, come dimostrato da Pink stessa, in uno dei suoi principali testi *Home Truths*, uomini e donne hanno un approccio completamente diverso nei confronti del bucato e della mancanza di familiarità con tali pratiche³⁰. Pertanto, Helen dimostra di avvicinarsi a questa procedura non come a qualcosa di misterioso, al contrario, si cimenta in continui cicli di lavatrici, in attente osservazioni per comprendere quali indumenti lavare e quali no, riceve anche un senso di piacere dal fare il bucato, spiegato da lei in termini di sensazioni tattili e olfattive, ma semplicemente relega alla madre delle conoscenze che a lei non servono e in tal caso lascia che ad occuparsi del suo bucato sia lei. È il caso di due paia di pantaloni con delle macchie di erba in corrispondenza delle ginocchia: dopo diversi tentativi fallimentari Helen decide di lasciar fare a sua madre, poiché a differenza sua, lei sa come fare.

La stessa Margaret ha ereditato le sue conoscenze da sua madre, i cui lavaggi però erano settimanali, mentre quelli dell'intervistata giornalieri. Una procedura

²⁹ S. Pink, op. cit., p. 284. Tutte le citazioni in lingua straniera presenti in questo testo sono state tradotte da me, se non diversamente specificato.

³⁰ S. Pink, op. cit.

appresa dalla madre consiste nello stendere i vestiti all'aperto nel giardino, ciò le procura tutt'ora delle esperienze olfattive, visuali ed emotive che rievocano sensazioni di piacere e ricordi della sua infanzia.

La stesura dei capi è essenziale anche per l'aspetto tattile della pulizia poiché evita che siano raggrinziti e spiegazzati. Di fatti, se dopo aver usato un indumento, questo viene poggiato su una sedia, non potrà più essere indossato, se non dopo un altro lavaggio, perché secondo Margaret non basta che venga stirato per recuperare le sue caratteristiche iniziali, c'è la necessità che venga sottoposto nuovamente all'intero processo di pulizia.

L'intervistata traduce l'atto del bucato in presentazione pubblica: non esiste più la dicotomia tra apparenza esteriore e dominio privato, la pulizia impeccabile del suo ambiente domestico e dei suoi vestiti diventa espressione della sua identità di donna in carriera sempre pronta a mostrarsi perfetta, senza neanche un difetto. La figlia Helen condivide l'importanza di apparire assolutamente ineccepibile agli occhi esterni, ma accetta ugualmente la possibilità di costruire la propria identità privata con maggiore libertà, espressa anche attraverso l'abbigliamento. Per cui, indossare un capo macchiato ma pulito, vale a dire che abbia subito l'intero processo di pulizia, non sarà così imperdonabile come invece appare agli occhi di Margaret.

Come si evince da quanto analizzato, i tre intervistati instaurano relazioni differenti con le loro case e con le loro attività quotidiane. Ciò che hanno in comune è l'idea di una presentazione pubblica che sia immacolata, ma le modalità con cui si interfacciano con l'atto del fare il bucato presenta molte differenze dovute alla loro diversa identità privata. Questa analisi comparativa ha dimostrato come la moralità di ciascuno sia costruita attraverso le attività quotidiane e come il resistere o il conformarsi ad una visione generalizzata possa generare cambiamento.

Sebbene con risultati differenti, tanto Mario, quanto Margaret e Helen hanno utilizzato le loro percezioni sensoriali per consentire alla ricercatrice Sarah Pink di comprendere le loro realtà. Per Mario un capo va lavato quando sembra "stanco", per Margaret c'è la necessità di "rimpolparlo" proprio come un cuscino; Mario si focalizza sulla presenza di macchie e cattivi odori, mentre Margaret sulla consistenza del capo. Ciascuna visione è espressione di ciò che i partecipanti

considerano come moralmente appropriato, sulla base della loro esperienza e delle loro conoscenze sensoriali. Ogni soggetto attraverso processi di comparazione e di selezione, come osservato nei primi capitoli, acquisisce determinate categorie culturali che ne formano l'identità, sia pubblica che privata.

3.3 Valutazioni finali

Le due ricerche analizzate descrivono due ambiti differenti, quello lavorativo e quello domestico, che sono pur sempre relativi a delle attività quotidiane. Chiunque almeno una volta nella sua vita si è ritrovato nell'interazione venditore/acquirente e tutti hanno sperimentato la necessità di lavare dei capi e di approcciarsi quindi alle tecniche del lavaggio.

L'assetto quotidiano delle ricerche etnografiche sensoriali ribadisce l'interesse a studiare gli individui e i loro comportamenti in una situazione che gli permetta quanto più possibile di esprimere loro stessi, senza influenze esterne. Ogni singolo intervistato preso in considerazione in entrambe le ricerche ha dimostrato di possedere un bagaglio culturale e una storia biografica causa delle modalità sensoriali con cui si relaziona con gli altri. Charlie, forte di una tradizione familiare centenaria nel commercio ittico, basa il suo rapporto con la clientela sulla conoscenza ineccepibile della materia prima, con la quale si relaziona attraverso tutti i suoi sensi, osservandone il colore, percependone il profumo e la consistenza; al contrario, Khalid mancando di tale sapere, basa la sua interazione su elementi in grado di richiamare ricordi e emozioni attraverso un percorso sensoriale che permette ai propri clienti di sentirsi a casa.

Fare etnografia con i sensi significa quindi comprendere l'identità degli individui tramite le loro esperienze sensoriali. Abbiamo così visto come Mario formi il suo sé pubblico attraverso una estrema meticolosità nel vestirsi e mostrarsi, mentre il suo sé privato si esprime nei processi sensoriali messi in atto al momento della procedura del bucato, che secondo lui si sintetizza nella necessità di lavare un capo quando "sembra stanco"; Margaret invece fa coincidere la sua identità pubblica e privata in una immagine di donna sempre perfetta. Questa concezione la si ritrova nel suo bucato, dove non è tollerato alcun elemento sgradevole, che sia relativo

all'olfatto, al tatto, alla vista, etc. I capi devono essere perfettamente profumati, stirati, senza alcuna macchia e dalla consistenza "rimpolpata"; infine, Helen si pone a metà tra sua madre Margaret e Mario, ritenendo fondamentale l'attenzione all'identità pubblica ma sostenendo che ci si possa prendere qualche libertà in quella privata.

Le modalità in cui percepiamo sono espressione della nostra identità. Il modo in cui utilizziamo e diamo priorità ai nostri sensi rappresenta il bagaglio di *emodied experiences* che ciascuno di noi porta con sé.

La scelta di inserire solo alcune testimonianze discorsive – per altro quasi unicamente descrizioni di esperienze sensoriali – è stata una scelta mirata a sottolineare le modalità attuate relativamente alla sfera dei sensi che entrano in gioco durante una ricerca etnografica di questo genere. Attraverso i cinque sensi gli individui creano un percorso capace di fare da ponte che conduce alla scoperta della loro realtà. I ricercatori dovranno allora semplicemente porsi in "ascolto" e focalizzare la loro attenzione sulle modalità in cui questi soggetti ascoltano, odorano, toccano, assaggiano, col fine di creare un dialogo tra le proprie categorie culturali di partenza e quelle incontrate, per riuscire a cogliere la ricchezza della diversità culturale non come elemento che divide, ma come elemento che migliora.

Conclusione

L'uomo è un essere sociale e come tale la sua esistenza è caratterizzata dal bisogno di comunicare con i suoi simili. Questo processo è indispensabile per l'adattamento all'ambiente. Comunicare significa dare senso a un'informazione. Ciò avviene solo alla presenza di qualcuno che riceva i messaggi trasmessi, altrimenti il processo non ha luogo. Anche gli animali hanno la capacità di comunicare, ma a differenza dell'uomo non possiedono le categorie culturali, necessarie per dar vita ad una comunicazione che non sia solo espressione di bisogni primari.

La cultura permette all'uomo di apprendere modelli e comportamenti sempre nuovi. A differenza degli animali, l'uomo possiede un corredo genetico incompleto, per cui è necessario che gli vengano trasmessi dei modelli culturali affinché impari a sopravvivere. Questa procedura di trasmissione di modelli codificati tramite messaggi rende la cultura un elemento di primaria importanza anche nell'ambito della comunicazione.

Lo strumento primario analizzato nel processo di comunicazione è il linguaggio verbale, diverso da tutti gli altri per le sue due caratteristiche principali che sono: universalità semantica e produttività infinita. Tuttavia le parole da sole non bastano a garantire una comunicazione efficace: un ruolo principale viene ricoperto anche dal contesto in cui il processo si sviluppa.

Relativamente alla comunicazione umana si sono alternati tre paradigmi principali: il primo, sostenuto da Shannon e Weaver negli anni Cinquanta, osserva il processo come un meccanismo di codifica e decodifica di un messaggio; il secondo, proposto negli anni Settanta e Ottanta da figure tra le quali vale la pena citare Michael Halliday e Ferdinand De Saussure, enfatizza il ruolo dei partecipanti, considerandoli parte di un atto di co-costruzione dei significati; infine, il terzo paradigma, risalente agli anni Novanta, è quello proposto, tra gli altri, da Ruth

Finnegan che analizza la comunicazione come un processo di interconnessione multimediale.

L'ultimo paradigma è quello che più è venuto in nostro ausilio in questa sede, poiché ci ha aiutato a fornire una risposta alla necessità esposta nell'introduzione di questo testo, ossia fornire una concezione più ampia del concetto di comunicazione radicata nell'insieme di esperienze personali vissute da ciascun individuo. È essenziale, allora, focalizzarsi su elementi extralinguistici che formano il repertorio della comunicazione non verbale. Generalmente, questi sono direttamente collegati ai cinque sensi, i quali a loro volta rendono centrale il ruolo del corpo e tramite un continuo scambio con l'esterno, influenze e sviluppi culturali, formano le risorse comunicative di ciascun individuo.

Questa rivalutazione del corpo corrisponde, come osservato, a una metodologia di ricerca che prende le mosse dalla sensorialità, approfondendo la dimensione riflessiva ed esperienziale per produrre un sapere accademico. Lo scopo dell'etnografia sensoriale, equivalente a quello di questa tesi, non è di sminuire l'aspetto linguistico, ma piuttosto di richiamare l'attenzione su un repertorio molto vasto che per essere analizzato richiede lo sviluppo di metodologie innovative. Queste includono, in primo luogo, l'intervista realizzata tramite l'ausilio di elementi multimediali, quali video, fotografie, registrazioni, che consentono una maggiore riflessività, e con una particolare attenzione alle esperienze sensoriali vissute o raccontate dagli intervistati, piuttosto che sul semplice scambio di informazioni. E, in secondo luogo, il ruolo del ricercatore che diventa un partecipante alla ricerca e non un semplice osservatore.

L'efficacia dell'utilizzo di questa metodologia è stata dimostrata in questa tesi attraverso due ricerche condotte entrambe in Inghilterra negli anni 2000. Le due ricerche esprimono un interesse nella valutazione dei comportamenti degli individui in un ambiente quanto più familiare e quotidiano possibile. Lo scopo è quello di comprendere le esperienze incarnate attraverso cui gli individui percepiscono il mondo e si relazionano con esso.

La stesura di questa tesi ha richiesto un'approfondita ricerca bibliografica su materiali adatti a far da supporto ad un lavoro il cui tema centrale fosse una disciplina ancora in via di sviluppo. Il lavoro di selezione mi è stato necessario per

comprendere in prima persona quanto un campo di studio, che a prima vista può sembrare di semplice comprensione in quanto legato alla dimensione corporea, celi in realtà delle sfumature e dei concetti totalmente imprevedibili e soprattutto estremamente affascinanti.

Ogni individuo si immette quotidianamente in uno scambio di parole, tramite discorsi, messaggi, telefonate, ma tutte queste parole non sono le uniche responsabili della comunicazione, anzi, spesso più si parla meno si dice. Ciò che arricchisce la comunicazione umana è la capacità di condividere sguardi, gesti, odori, suoni. Ciascuno di questi elementi provoca delle risposte, dei ricordi, delle sensazioni che sono all'origine della trasmissione di messaggi.

Mai come in questi ultimi anni abbiamo riscoperto la necessità del contatto, eppure anche senza di esso le parole continuano ad esistere, allora cosa ci manca? Ciò che viene meno è l'interazione sensoriale: osservare gli altri, sentirne la voce, seguirne i movimenti. Tutto ciò ci permette di divenire padroni di una quantità inestimabile di informazioni tacite che ci consentono di entrare in empatia con gli altri, ossia di comprenderne i processi psichici e di osservare il mondo dal loro punto di vista, realizzando effettivamente chi abbiamo di fronte.

Realizzare quanto sia importante il repertorio di elementi non verbali significa riuscire a superare sia le barriere linguistiche – sebbene per giungere ad una analisi completa sarà necessario prima o poi integrare anche l'aspetto verbale – ma soprattutto le barriere sociali, considerato che spesso chi non parla di determinate tematiche non è perché non riesce, ma perché non vuole, magari perché esse nascondono una sofferenza o una fragilità, o semplicemente perché sono personali, intime, per cui non condivisibili con chiunque. Pertanto, utilizzare tutte le risorse che si hanno a disposizione, come ad esempio mangiare o camminare con i soggetti studiati, chiacchierare con loro senza forzare un'intervista, osservarli mentre svolgono delle attività quotidiane e cercare di comprenderne le categorie culturali, consente di instaurare un rapporto di fiducia in cui l'intervistato, con buone probabilità, si sentirà sicuro nel condividere anche a parole quella che è la sua realtà.

Osservare gli altri con uno sguardo disincantato, senza necessariamente aspettarsi che agiscano o pensino come noi, pone le basi per un'etnografia che si fa spazio nella percezione dell'intima essenza delle cose. Un lavoro sul campo che va

alla ricerca della diversità come elemento di bellezza in un mondo sempre più pieno di sfaccettature diventa promotore della ricchezza piuttosto che dell'aridità culturale.

Dunque, l'invito proposto da questa tesi è proprio quello di farsi partecipi delle categorie culturali appartenenti alle persone che incontriamo, di non restare meri osservatori che si fermano all'aspetto superficiale delle parole, limitando i punti di vista altrui a ciò che dicono, ma che piuttosto si cimentano nel dialogo con gli altri divenendo parte di quella cultura intermedia che si forma dall'incontro di due realtà diverse. L'etnografia sensoriale riveste, allora, un ruolo primario nella creazione del futuro tanto nell'ambito preso in considerazione dalla disciplina, ma anche in relazione con gli altri domini, particolarmente con quelli mirati allo studio dell'uomo, grazie all'importanza che attribuisce alle modalità tacite di conoscenza e di azione. Le esperienze incarnate vissute da ciascun individuo sono sintesi del presente e del passato e si pongono in una relazione di continuità con il futuro.

Per concludere, il principale risultato di questa tesi è stato quello di dimostrare la possibilità di condurre una ricerca relativa alla comunicazione umana prendendo come punto di riferimento la dimensione corporea e le esperienze sensoriali degli individui. Queste modalità tacite di conoscenza vengono veicolate dal corpo e tracciano delle mappe invisibili riconoscibili solo tramite l'attenzione agli elementi extralinguistici. L'approccio proposto dall'etnografia sensoriale è quindi centrale per uno studio comparato delle culture e delle società. Riuscire a conoscere i paesaggi sensoriali degli altri, e a ri-conoscere il nostro stesso paesaggio sensoriale di partenza, richiede, pertanto, un coinvolgimento con le realtà osservate tramite il lavoro sul campo, capace di eliminare le convinzioni di partenza e aprire le menti alle esperienze incarnate appartenenti ai soggetti incontrati durante la ricerca.

Bibliografia

- AUGÈ, M. (2007) *Il mestiere dell'antropologo*. Torino, Bollati Boringhieri
- AUSTIN, J. (1987) *Come fare cose con le parole*. Genova, Marietti
- BACHTIN, M.M (1998) *L'autore e l'eroe: teoria letteraria e scienze umane*. Torino, Einaudi
- BALANDIER, G. (1973) *Le società comunicanti: introduzione all'antropologia dinamista*. Roma-Bari, Laterza
- BENDIX, R. (2000) "The pleasures of the ear: toward an ethnography of listening", *Cultural Analysis*. 1: 33-50
- BISCALDI, A. & V. Matera (2016) *Antropologia della comunicazione: interazioni, linguaggi, narrazioni*. Roma, Carocci editore
- BURGOON, J.K. & L.K. Guerrero (1994) *Nonverbal communication*. in Burgoon et al.
- CAMPORESI, P. (1991) *La carne impassibile*. Milano, Il Saggiatore
- CHANDOLA, T. (2013) "Listening in to water routes: soundscapes as cultural systems", *International Journal of Cultural Studies*. 16(1): 55-69
- CLASSEN, C. (1998) *The colour of angels*. London, Routledge
- CLASSEN, C. & D. Howes (2014) *Ways of Sensing*. New York, Routledge
- COHEN, E. (2006) "The broken cycle: smell in a Bangkok lane", in J. Drobnik (ed.) *The Smell Culture Reader*. Oxford, Berg, (ed. or. 1998)
- COLLINS, H. (2010) *Tacit and Explicit Knowledge*. Chicago and London: The University of Chicago Press
- CONNERTON, P. (1989) *How Societies Remember*. Cambridge, Cambridge University Press
- DANFORTH, L.M. (1982) *The Death Rituals of Rural Greece*. Princeton, Princeton University Press
- DESJARLAIS, R. (2003) *Sensory biographies. Lives and death among Nepal's Yolmo Buddhists*. Los Angeles, University of California Press
- DOUGLAS, M. (2013) *Purezza e pericolo. Un'analisi dei concetti di contaminazione e tabù*. Il Mulino, Bologna
- DOWNEY, G. (2005) *Learning Capoeira: lessons in cunning from an Afro-Brazilian art*. Oxford, Oxford University Press
- DOWNEY, G. (2010) "Practice without Theory': A Neuroanthropological Perspective on Embodied Learning." *The Journal of the Royal Anthropological Institute*. vol. 16, [Wiley, Royal Anthropological Institute of Great Britain and Ireland], pp. S22-40, <http://www.jstor.org/stable/40606063>.
- DURANTI, A. (2007) *Etnopragmatica. La forza nel parlare*. Roma, Carocci

- EIBL-EIBESFELDT, I. (1993) *Etologia umana. Le basi biologiche dei comportamenti culturali*. Torino, Bollati Boringhieri
- EVANS-PRITCHARD, E.E (2002) *Stregoneria, oracoli e magia tra gli Azande*. Milano, Raffaello Cortina Editore, (ed. or. 1993)
- FABIETTI, U. (2015) *Elementi di Antropologia Culturale*. Milano, Mondadori Università
- FINNEGAN, R. (2009) *Comunicare: le molteplici modalità dell'interconnessione umana*. Novara, UTET Università
- FREGE, G. (1892) *On sense and reference*.
- GEERTZ, C. (1998) *Interpretazione di Culture*. Bologna, Il Mulino
- GOODY, J. (1989) *Il suono e i segni*. Milano, Mondadori, (ed. or. 1987)
- GRAFFI, G. & S. Scalise (2013) *Le lingue e il linguaggio: Introduzione alla linguistica*. Bologna, Il Mulino
- GRASSENI, C. (2009) *Skilled Visions: Between Apprenticeship and Standards*. Oxford, Berghen Books
- GRICE, P. (1993) *Logica e conversazione*. Bologna, Il Mulino, 1993
- HABERMAS, J. (1986) *Teoria dell'agire comunicativo*. Bologna, Il Mulino
- HALL, S. (1997) *Representation. Cultural Representations and Signifying Practices*. Londra, Sage/The Open University
- HALLIDAY, M. (1987) *Sistema e funzione nel linguaggio*. Bologna, il Mulino
- HARRIS, R. (1996) *Signs, Language and Communication. Integrational and Segregational Approaches*. Londra, Routledge
- HOWES, D. (1991) *The Varieties of Sensory Experience. A sourcebook in the Anthropology of the Sense*. Toronto, University of Toronto Press
- HOWES, D. (2003) *Sensing Culture: engaging the senses in culture and social theory*. Ann Arbor: University of Michigan Press
- HOWES, D. & C. Classen (1991) "Conclusion: sounding sensory profiles", in D. Howes (ed.) *The Varieties of Sensory Experience: a sourcebook in the anthropology of the senses*. Toronto, University of Toronto Press, pp. 257-88
- HUGH-JONES, C. (1998) *Dal fiume di latte*. Milano, Franco Angeli, (ed. or. 1979)
- KARZ, J. & T. Csordas (2003) "Phenomenology and ethnography in sociology and anthropology". *Ethnography*, 4: 275-88
- INGOLD, T. (2000) *The Perception of the Environment*. London, Routledge
- INGOLD, T. (2013) *Making: Anthropology, Archaeology, Art and Architecture*. London, Routledge
- LE BRETON, D. (2006) *Il sapore del mondo*. Milano, Raffaello Cortina Editore
- LOW, K. (2005) "Ruminations on smell as a socio-cultural phenomenon", *Current Sociology*. 53(3): 397-417

- LUND, K (2008) "Listen to the sound of time: walking with saints in an Andalusian village", in T. Ingold and J. Lee Vergunst (eds) *Ways of Walking: ethnography and practice on foot*. Aldershot, Ashgate, pp. 93-104
- LYON, D. & L. Back (2012) "Fishmongers in a global economy: craft and social relations on a London market", *Sociological Research Online*. 17(2):23. Available online: www.socresonline.org.uk/17/2/23.html
- MACDOUGALL, D. (1998) *Transcultural cinema*. Princeton: Princeton University Press
- MALINOWSKI, B. (2004) *Argonauti del Pacifico occidentale*. Torino, Bollati, (ed. or. 1922)
- MANAGING, D. & M. Neumann (2008) *Recording Culture: Audio Documentary and the Ethnographic Experience*. London: Sage
- MATERA, V. (2002) "Antropologia dei sensi. Osservazioni introduttive", *La Ricerca Folklorica*. no. 45, pp. 7-16
- MAUSS, M. (1977) *Le tecniche del corpo*, in *Teoria generale della magia e altri saggi*. Torino, Einaudi, pp. 383-409, (ed. or. 1936)
- MERLEAU-PONTY, M. (1965) *Fenomenologia della percezione*. Milano, Il Saggiatore
- MERLEAU-PONTY, M. (2003) *Il visibile e l'invisibile*. Milano, Bompiani
- MUBI BRIGHENTI, A. (2016) Introduzione. L'etnografia e i sensi: una riflessione preliminare, in "*Etnografia e ricerca qualitativa, Rivista quadrimestrale*". Bologna, Il Mulino, pp. 5-9
- NEWELL, F. & L. Shams (2007) "New Insights into multisensory perception", Guest editorial in *Perception*. Special issue on "Advances in multisensory research", 36: 1415-18
- O'CONNOR, E. (2007) "Embodied knowledge in glassblowing: meaning and the struggle towards proficiency" in C. Shilling (ed.) *Embodying Sociology: Retrospect, Progress and Prospect*. Oxford: Blackwell
- OKELY, J. (1994) "Vicarious and sensory knowledge of chronology and change: ageing in rural France", in K. Hastrup and P. Hervik (eds) *Social Experience and Anthropological Knowledge*. London, Routledge
- PINK, S. (2004) *Home Truths: gender, domestic objects and everyday life*. Oxford, Berg, 2004
- PINK, S. (2005) "Dirty laundry: everyday practice, sensory engagement and the constitution of identity", *Social Anthropology*. 13(3): 275-90
- PINK, S. (2009) *Doing Sensory Ethnography*. London, Sage Publications
- PINK, S. (2011) *Ethnography of the invisible: energy in the multi-sensory home*. *Ethnologia Europaea: Journal of European Ethnology*, 41 (1), pp. 117-128
- PINK, S. (2013) *Doing Visual Ethnography*. Londra, Sage, terza edizione
- PINK, S. & K. Leder Mackley (2013) "Saturated and situated: rethinking media in everyday life", *Media, Culture and Society*. 35(6): 677-91, doi: 10.1177/0163443713491298
- REMOTTI, F. (1996) Tesi per una prospettiva antropo-poietica, in *Le fucine rituali. Temi di antropopoesi*. Torino, Il Segnalibro, pp. 9-25
- RONZON, F. (2008) *Sul Campo*. Roma, Meltemi

- ROSEMAN, M. (2005) "Engaging the spirits of modernity: Temiar songs of changing world", in D. Howes (ed.) *Empire of the senses: the sensual culture reader*. Oxford, Berg, pp. 185-205
- SEREMETAKIS, C. N. (1991) *The Last World. Women, death and divination in inner Mani*. Chicago, Chicago University Press
- SEREMETAKIS, C. N. (1994) "The memory of the senses: historical perception, commensal exchange, and modernity", in L. Tylor (ed.) *Visualizing Theory*. London, Routledge, pp. 2-18
- SEREMETAKIS, C. N. (1994) *The Senses Still. Memory and perception as material culture in modernity*. Chicago, Westview Press
- SHERMAN HEYL, B. (2001) "Ethnographic interviewing", in P. Atkinson, A. Coffey, S. Delamont, J.Lofland and L.Lofland (eds) *Handbook of Ethnography*. London, Sage
- SMITH, W. J. (1997) *The behavior of communicating, after twenty years*, in Owings, D.H. e Thompson, N. (a cura di) "Perspectives in Ethology"
- STOLLER, P. (1989) *The Taste of Ethnographic Things*. Philadelphia, University of Pennsylvania Press
- STOLLER, P. (1997) *Sensuous scholarship*. Philadelphia, University of Pennsylvania Press
- SWEETMAN, P. (2009) "Revealing habitus, illuminating practice: Bourdieu, photography and visual methods", *The sociological Review*. 57(3):491-511
- VAN ENK, G.J. & L. de Vries (1997) *The Korowai of Irian Jaya*. Oxford, Oxford University Press
- VOKES, R. (2008) "Taking a trip and taking care in everyday life", in T. Ingold and J. Lee Vergunts (eds) *Ways of Walking: ethnography and practice on foot*. Aldershot, Ashgate
- WARNIER, J.P. (2001) "A praxelological approach to subjectivation in a material world", *Journal of Material Cultur*. 6(5): 5-24
- WULFF, H. (2012) "Instances of inspiration: interviewing dancers and writers", in J. Skinner (ed.) *The Interview: an ethnography approach*. Oxford, Bloomsbury, pp. 163-178
- ZANDY, J. (2004) *Hands: Physical Labor, Class and Cultural Work*. New Jersey: Rutgers University Press

Summary

The aim of this dissertation is to investigate the meaning of nonverbal communication through sensory ethnography.

The idea of this analysis stems from the need for a broader understanding of communication as a whole that includes the sensory experiences of each individual. Therefore, I will guide my readers through the reassessment of the modalities through which people connect with each other and how these modalities are identified thanks to fieldwork related to the sensory sphere.

It is important to emphasise that the recognition of the value of the extra-linguistic elements does not imply a devaluation of the verbal aspect, but rather shows a complementary connection between the two spheres, the synthesis of which leads to a complete analysis of communicative processes. In order to demonstrate this complementarity, I have decided first to present some information necessary to establish a sound theoretical basis, and then to verify what has been shown by means of two sensory ethnographic studies.

Every living being is confronted with the need to communicate when interacting with the environment that surrounds it and with its peers. Communication involves the exchange of messages between at least two participants. It is a process of interaction between individuals who are able to receive information, send it, and provide feedback when necessary. Each individual is constantly involved in a communication process that is physiological, sensory, i.e. communication cannot exist if the object in question is not perceived with the senses, and cognitive, i.e. based on the human ability to encode and decode information.

As Jürgen Habermas has also pointed out in his theory¹, the main purpose of communication is to create unity, to form a cohesion that is the basis for survival: a group that manages to communicate and cooperate is a group that survives. Humans are the only living beings that, unlike animals, do not have sufficient genetic information to automatically adopt the behaviours necessary for their survival; therefore, these behaviours must be passed on through cultural heritage, that is, culture, which does not have to be reinvented by each generation, but has to be learned.

Culture is also central with respect to communication, as it is manifested in the ability of people to transmit messages that encode information important for adaptation. The transmission of messages is usually associated with verbal language, which differs from all other communication systems for two main features: semantic universality, that is, the ability to combine arbitrary sounds (phonemes) to produce specific meanings, and infinite productivity, that is, the ability to presuppose the continuation of a proposition thanks to the ability to place events in time and space.

Communication is based on the use of signs defined as *something that stands for something else*. When we talk about human communication, it is better to replace the term sign with symbol, which is just a special sign, because its meaning is more flexible and can be adapted to different situations taking into account the social agreement and context.

Knowing how to communicate, then, is not a skill limited to grammatical competence, that is, the knowledge of language, grammatical rules and syntax, but it also extends to communicative competence, that is, understanding how and when to use the various utterances. The process of communication owes its effectiveness to a variety of elements that cooperate with each other. As in other sciences, paradigms are resorted to in communication to analyse the above elements, define their role and thus understand more precisely the process under study. However, the main difference with other sciences lies in the possibility of allowing different paradigms to coexist in the field of communication.

¹ J. Habermas, *Teoria dell'agire comunicativo*, Bologna, Il Mulino, 1986

Over the years, three models in particular have formed the basis for the study of the communication process.

In general, communication is associated with the process of transmitting information involving a sender and a receiver. This first model refers to the communication theory established in the 1950s in a technical context by engineers Shannon and Weaver and then revisited by Roman Jakobson, who assigned a specific function to each element involved in the process. This paradigm thus assumes that communication corresponds to the transmission of a message through a channel from a sender, who must encode it, to a receiver, who has the task of decoding it. Both tasks are fulfilled with the help of a certain code.

However, this view is extremely simplistic because, firstly, it does not take into account that the whole act of communication is not only due to the exchange of data, but involves a number of elements that create a continuous construction of meanings. Secondly, excessive attention is paid to code, as it is seen as the only element required for communication.

Therefore, the second theory, established in the 70-80s and supported also by Michael Halliday and Ferdinand De Saussure, introduces the concept of communication, which is not understood as a passive exchange of pre-established information, but as an act of co-construction of meanings that allows the re-evaluation of the presence of participants who actively interact through language to create shared meanings. However, language remains the centre of communication. Therefore, it is necessary to establish a paradigm that does not relate communication only to the verbal aspect.

The third paradigm, established in 1990s, considers the communicative process as "dynamic, interactive and constituted by recognisable, interacting, intentional, organised actions and experiences created by active participants in their mutual interconnecting²". All the resources available to people for communication are so numerous and varied that they need to be divided into different areas corresponding to different interdependent modalities. These resources are: images, postures,

² R. Finnegan, *Comunicare: le molteplici modalità dell'interconnessione umana*, Novara, UTET Università, 2009

bodily attitudes, clothing. Each of these elements is culturally shaped and therefore acquires a specific meaning depending on its context.

The importance of the five senses is also emphasised in the field of non-verbal communication. This enables the rediscovery of the fundamental role of the body in the communicative process.

Given the importance of the bodily dimension, a new type of ethnography has recently emerged: the ethnography of the senses, whose aim is to analyse human beings not starting from their linguistic behaviours but from their sensory experiences. The use of our senses shapes our dialogue with the outside world: how we feel, what we see, what we hear. The point is not only to emphasise that the senses are important and that all people are immersed in what the researcher David Howes calls the *Sensorial Turn*³, but rather to understand that, in addition to the linguistic dimension, there is a range of information that can only be interpreted through the use of the senses.

Sensory ethnography is a critical methodology that, starting from classical research tools, deepens the reflexive and experiential dimension to produce an academic knowledge. The world of the senses is thus not a reflection of reality, but rather an interpretation that each individual makes in a delicate, subjective and probably infinite process.

During research, ethnographers carry their own embodied experiences from the past and must relate them to the new models they encounter. The concept of embodiment, first used in the 1990s, dissolves the dichotomy that irrevocably separates the experiences of the mind and those of the body. Thus, when we speak of embodied experiences, we can no longer consider the body merely as a source of experiences and activities to be processed by the mind, but as a primary source of knowledge and action. This leads us again to consider the relationship between the individual and the environment. There is no individuality that is not environmental, and there is no life that is not social. Research in the field of sensory ethnography is, as we can see, inextricably linked to cultural models.

³ D. Howes, *Sensing Culture: engaging the senses in culture and social theory*, Ann Arbor: University of Michigan Press, 2003

It is therefore inevitable to study the acquisition and transmission of knowledge as a participatory, social and embodied event: individuals shape themselves through a continuous and reciprocal exchange with others. Therefore, sensoriality can be defined as the human capacity to perceive the external world.

By focusing on the five senses, referred to as *the window to the world*⁴ that allows individuals to relate to what surrounds them, and by ensuring that our sensory perception can interact with that of others, it is possible to analyse the multi-layered reality of the sensory landscape. This kind of unpredictable knowledge inevitably requires innovative tools to achieve the goal of the research, as we can see below.

Before beginning their research, sensory ethnographers first refer to existing data on their area of interest to identify any sensory elements. This includes literature as well as information obtained through multimedia tools. Conducting a preliminary investigation helps the researcher to reformulate their questions and decide which methods will best enable the participants to contribute.

Then there is the interview, which has long been considered the most direct method of gathering information. It is important to establish the number, duration and context, and to ensure that each question contains a thematic dimension, i.e. what makes it relevant to the topic, and a dynamic dimension, which is important for the communicative relationship that is created in the research.

Often the interview is analysed as a social event like a conversation. Although in this view the act of speaking plays a central role, it is insufficient to dwell on this aspect without going into the details of this instrument, which in fact has all the characteristics of a social interaction that creates meanings through gestures, the exchange of smells, sounds and even tastes.

Taking into account the aspect of participation rather than the aspect of observation is crucial for the methodology of sensory ethnography because, as has already been pointed out, the communication process is not a simple exchange of information in which one actor speaks and the other listens, but rather an exchange of information made possible by the use of all human senses.

⁴ J. Goody, *Il suono e i segni*, Milano, Mondadori, 1989 (ed. or. 1987)

An interesting turning point is the introduction of elicitation interviews. This process consists of the use of objects and materials during the interview that can elicit responses or memories.

Through the sensory dimension, the role of the researcher also takes on new features. In the discourse he conducts with the participants, the ethnographer can in fact recognise himself and initiate a process of reflection on his/her own cultural categories. He/her puts himself/herself on the level of a student who wants to acquire *the culture of attention*⁵, trying to understand the way other individuals learn, acquire and transmit meanings. For this reason, ethnographers attach great importance to everyday activities such as shared meals or walks as methods that allow for greater participation in research.

Finally, in an increasingly technologically mediated world, ethnographers face the challenge of understanding how and to what extent technology can become a tool for investigating sensory and affective experiences in order to discern how others see their reality.

Sensory ethnography has an important role to play in shaping futures precisely because it gives meaning to tacit modalities of knowledge and action. Such activities may seem mundane and predictable, but in fact they encompass the way individuals think, plan and hope. Therefore, both ethnographers and individuals need to participate in the sensory turn of research in order to be part of the change.

Currently, three major schools of thought can be identified that are interested in the study of sensory ethnography, each highlighting a particular feature.

In the United States, Paul Stoller and Nadia Seremetakis propose a strongly descriptive and evocative approach.

In Canada, Constance Classen and David Howes emphasise the sociability of sensation and perception.

In the Anglo-Saxon world, there are Tim Ingold in Scotland who aligns his concept of sensoriality with the aforementioned notion of the culture of attention, and the scholar Sarah Pink who analyses the concept of multidisciplinary by questioning classical research methods in order to use them in innovative ways.

⁵ T. Ingold, *The Perception of the Environment*, London, Routledge, 2000

As mentioned earlier, I decided to add two field studies to demonstrate the importance of experience and practise. They were conducted by two researchers interested in the sensory field: Dawn Lyon, Professor of Sociology in the School of Social Policy, Sociology and Social Research at the University of Kent in England, and Sarah Pink, professor of Design Research Institute and School of Media and Communications at RMIT University in Australia.

Although similar in time and geography, the two case studies address very different issues with individuals belonging to contrasting realities. The choice of these case studies was determined, on the one hand, by the attention with which both authors approach the sensory sphere without neglecting any sense and, on the other hand, by the complementary relationship they are able to establish between the different senses at the time of the fieldwork.

The first case study was conducted in 2012 by Dawn Lyon, flanked by Les Back, a sociologist currently working at Goldsmiths, University of London⁶. It is a multi-sensory ethnographic study of fishmongers at a local market in London. The attention of the two researchers is focused on the working strategies that the fishmongers use on a daily basis while selling to the public.

What is most fascinating is the use of innovative methods typical of sensory research, such as the non-static interview conducted while the interviewees are working, walking, cutting the fish, and especially the presence of multimedia elements, i.e. video recordings, photographs, which allow greater attention to less immediate information. What also makes this study interesting is the analysis of a culturally diverse environment. The protagonists of this study are in fact: Charlie, a Londoner whose family has been in the fish trade for more than 100 years, and Khalid from Kashmir, who has managed to position himself in this trade without having any previous knowledge.

The two researchers visited the participants, together or individually, about twenty times. During the visits, they watched them at work, took photos and asked

⁶ D. Lyon, & L. Black, "Fishmongers in a global economy: craft and social relations on a London market", *Sociological Research Online*, 17(2):23. Available online: www.socresonline.org.uk/17/2/23.html, 2012

them direct questions to which Charlie and Khalid were happy to answer, although they were not willing to participate in a formal interview.

There are many differences in these two cases, even though the interviewees work in the same area and only a few steps away from each other. Understanding their skills and the sensory modalities with which each of them relates to their work requires an interpretation that takes into account the context in which they create their identities, because these modalities "are not an attribute of the individual body, but of the whole system of relationships created by the presence of the craftsman in his environment"⁷.

While Charlie and his employees attract customers through interaction by sharing jokes and drawing attention to their ability to work the raw material; Khalid uses his marketing knowledge to entice people to buy in the silence of his shop through the sensory experience evoked by the food he sells (i.e. multi-ethnic products that are hard to find). Khalid is aware of London's multiculturalism and he uses it as an advantage to sell products that make people feel at home.

The cultural categories Khalid and Charlie use to approach sales are based on their embodied experiences. These categories are transformed into a particular communicative approach that places the interviewees at two different levels of the market.

The second study, conducted by Sarah Pink in 2002, explores in the context of contemporary London the categories people use to define the concept of "cleanliness" and how these categories contribute to the creation of a public and private morality and identity⁸.

The analysis, which involved twenty people, of whom Pink only delved into three cases, followed a meticulous sequence for each interviewee: first, a filmed interview was conducted that focused on the participants' lives and recognition of their identities, as well as their priorities and habits in relation to laundry. Then Pink invited the interviewees to accompany her on a tour of their home for about an hour

⁷ T. Ingold, op. cit. p. 291

⁸ S. Pink, "Dirty laundry: everyday practice, sensory engagement and the constitution of identity", *Social Anthropology*, 13(3): 275-90

while she recorded them. The recording was important to see how the respondents dealt with the domestic spaces and daily activities.

The analysis of the behaviours of the three subjects therefore highlights the practises that constitute each individual's identity and how they resist either conform to conventional behaviour and moral rectitude. The participants have different biographies, knowledge, aspirations and priorities: Mario is a student union president and freelance writer; Margaret, on the other hand, is a mother, grandmother, and corporate executive; finally, Elena is Margaret's daughter, married, and mother of two children.

As we can imagine, the three interviewees have different relationships with their home and with their daily activities. What they have in common is the idea of a public presentation that must be perfect, but the way they deal with the act of doing laundry is very different because of their different private identities. This comparative analysis shows how everyone's morality is formed through daily work and how resisting or conforming to a generalised morality can be part of a change.

Although with different results, both Mario, Margaret, and Helen used their sensory perceptions to allow the researcher Sarah Pink to understand their reality. For Mario, something needs to be washed when it appears "tired" while for Margaret it is necessary to "plump up" the laundry like a pillow. Mario focuses on the presence of stains and bad smells, while Margaret pays attention to texture.

Each vision is an expression of what the participants believe is morally appropriate based on their experiences and sensory knowledge. Through processes of comparison and selection, each respondent acquires a particular cultural heritage that forms both their individual and public identities.

The two case studies considered, conducted by Dawn and Pink, describe two distinct domains: work and home. Yet they are linked to daily activities. Everyone has interacted as a buyer or seller at least once in their lives, and we have all had the experience of doing laundry and, consequently, having to deal with washing techniques.

The daily structure of sensory ethnographic research confirms the interest in studying individuals and their behaviours in a situation that allows them to express themselves as much as possible without outside influences.

Every single interviewee in these two case studies has shown his/her personal cultural background, biographical history obtained through his/her interaction with others. To do sensory ethnography, then, is to understand the identity of individuals through their sensory experiences.

In conclusion, every individual enters into an exchange of words on a daily basis, whether in the form of speeches, messages, or telephone conversations. But all these words are not the only ones responsible for communication, in fact, often the more we talk, the less we say. What enriches human communication is the ability to exchange gestures, looks, smells and sounds. Each of these elements generates reactions, memories, sensations, which are the main cause of the transmission of messages.

Observing others with a disenchanted gaze, without necessarily expecting them to act and think as we do, creates the basis for research that explores the deep core of everything, in search of diversity in an increasingly multifaceted world.

The invitation this dissertation extends, then, is to participate in the cultural categories of those we encounter in the course of our lives, and not to be mere observers who stop at the superficial aspects of verbal language and limit other people's perspective to what they say. It is necessary to enter into a dialogue with them and become part of this culture that is created by the meeting of two different realities.

As mentioned earlier, sensory ethnography plays an important role in shaping the future thanks to the importance it gives to tacit modalities of knowledge and action. The embodied experiences that each individual has are a synthesis of the present and the past, creating a continuity with the future. The sensorial turn analysed by this discipline must not be limited to ethnographers: each individual must renew his/her own sensibility in order to participate in the change.