



www.ec-aiss.it

Testata registrata presso il
Tribunale di Palermo
n. 2 del 17 gennaio 2005
ISSN 1970-7452 (on-line)

© EIC · tutti i diritti riservati
gli articoli possono essere riprodotti a
condizione che venga evidenziato che
sono tratti da www.ec-aiss.it

Il metodo etnosemiotico per lo studio delle pratiche di consumo

Marianna Boero

Abstract

This paper examines the relationship between the semiotic method and the ethnographic one for the study of consumption practices. After having theoretically framed the object of investigation and recalled some foundational works on the subject, the different methods for the analysis of consumption practices will be described, highlighting their strengths and weaknesses. Particular space will be reserved to the discussion of the ethnosemiotical perspective, which aims to understand what value of meaning it is possible to attribute to the practices as objects of a scientific investigation.

Questo lavoro si propone di approfondire il rapporto tra il metodo semiotico e quello etnografico per lo studio delle pratiche di consumo. Dopo aver inquadrato teoricamente l'oggetto di indagine e ricordato alcuni lavori fondativi sul tema, verranno prese in considerazione le diverse metodologie di analisi della pratica in atto, evidenziandone punti di forza e di debolezza. Particolare spazio verrà riservato alla discussione della prospettiva etnosemiotica, che si pone l'obiettivo di capire quale valore di senso è possibile attribuire alle pratiche quali oggetti di un'osservazione a vocazione scientifica.

1. Introduzione

In questo intervento ci si propone di approfondire alcune problematiche metodologiche riguardanti l'analisi semiotica delle pratiche di consumo. Partendo dalla definizione di "pratica" fornita da Greimas e Courtés (1979) e dai primi studi sul campo condotti Floch (1990), ci si soffermerà successivamente sulle più recenti indagini etnosemiotiche, interessate a un dialogo tra il metodo semiotico e quello etnografico per l'analisi della pratica in atto. Prenderemo in considerazione i punti di forza e i rischi dei diversi approcci, con una riflessione conclusiva sulle possibilità di analisi delle pratiche di consumo nello spazio del web. L'obiettivo è quello di aggiungere un tassello al dibattito sullo studio semiotico dell'azione, con particolare riferimento alla questione prettamente metodologica delle diverse forme di testualizzazione dell'azione stessa.



2. Pratiche di consumo: una definizione

Prima di entrare nel vivo degli aspetti metodologici, è opportuno soffermarsi brevemente sulla descrizione dell'oggetto di indagine. Che cos'è una pratica di consumo? Innanzitutto, occorre definire il concetto di pratica e, a questo fine, è utile partire dal *Dizionario* di Greimas e Courtés (1979), dove le pratiche semiotiche sono definite come “successioni significanti di comportamenti somatici organizzati”: sono pratiche i riti, le cerimonie, i discorsi gestuali, le strategie prossemiche, e così via. Spostandoci su un'area disciplinare limitrofa, quella dei *performance studies*, Schechner (2006) individua un continuum delle performance che include la pratica quotidiana tra gli oggetti di senso investigati: ogni pratica è un evento performativo, con un maggiore o minore grado di consapevolezza nella costruzione del comportamento. Si tratta dunque di comportamenti, azioni, conversazioni, situazioni comunicative in senso verbale o non verbale, che prevedono interazione, movimento e intenzionalità, intesa dal punto di vista fenomenologico come una relazione orientata e transitiva tra soggetto e mondo. Accanto alla convenzione e alla ripetitività (come accade in molti rituali), la pratica contiene un certo grado di imprevedibilità, che tende a diminuire nel caso di pratiche ipercodificate (come la cerimonia del tè giapponese) e ad aumentare nel caso di quelle ipocodificate (come il comportamento di consumo, le partite di calcio, ecc.).

Nella definizione della pratica bisogna considerare poi la compresenza di quattro dimensioni che si combinano di volta in volta in maniera differente, originando configurazioni particolari. Innanzitutto una dimensione “deitica”: come messo in evidenza da Fontanille in *Pratiques sémiotiques* (2008), infatti, la pratica non possiede un significato a priori, ma si inserisce in una scena che ne determina il senso. In secondo luogo una dimensione “dell'agire”, perché, come si evince anche solo riflettendo sull'etimologia del termine, ogni pratica si caratterizza per un forte orientamento al fare. In terzo luogo una dimensione “processuale”: le pratiche sono processi, nel senso che si collocano in un flusso di altre pratiche e, a loro volta, contengono microsistemi di pratiche minori che si svolgono al loro interno. Infine, come evidenziato da Violi (2006), una dimensione “corporea”, perché le pratiche prevedono l'interazione tra Soggetti dotati di un corpo. Questo quarto aspetto rappresenta un punto centrale nella definizione della pratica: è proprio la presenza materiale dei corpi, infatti, che distingue la pratica dalle azioni che avvengono in testi come i libri, i video, i dipinti; in questi ultimi, invece, il corpo e le azioni rimangono su un piano strettamente testuale¹.

Si tratta, evidentemente, di aspetti che toccano molto da vicino gli studi semiotici sul consumo². Il consumo stesso racchiude in sé le quattro dimensioni evidenziate e, in primis, l'orientamento all'azione, come mostrano ad esempio le ricerche sull'esperienza di consumo condotte da Ferraresi e Parmiggiani (2007). L'esperienza del consumatore, i suoi comportamenti di acquisto, l'interazione tra soggetti e oggetti negli spazi di vendita sono in primo luogo delle pratiche significanti, caratterizzate dalla presenza, al loro interno, di ulteriori sistemi di significazione (posture, gesti, voce) che possono essere corporei, patemici, vocali, uditivi, e così via. Questi microsistemi che agiscono all'interno della pratica si organizzano sintatticamente in un asse temporale e possono articolarsi in modo imprevedibile nell'interazione. Le pratiche del consumatore rappresentano, dunque, degli oggetti complessi che possono rinviare a un certo modo di concepire il consumo nell'ambito di uno specifico contesto socio-culturale³.

¹ In *Soma et séma* (2004), tuttavia, Fontanille estende l'idea di corpo e involucro somatico anche a testi letterari, oggetti, con conseguente venir meno di un confine netto su base somatica.

² In questa sede ci concentreremo sulle *pratiche di consumo nello spazio di vendita*, mentre non prenderemo in considerazione le *pratiche di consumo nello spazio della città*, per le quali rimandiamo agli studi condotti in Italia da Isabella Pezzini (2016) e Ana Claudia de Oliveira in Brasile (2017).

³ Sulla complessità delle pratiche di consumo come oggetto semiotico si vedano Traini (2008) e Boero (2017).

3. Considerazioni sul metodo

Come analizzare una pratica di consumo? Per rispondere a questo interrogativo è opportuno partire da una breve ricognizione delle diverse posizioni teoriche sul rapporto testi-pratiche. Una prima posizione è quella che vede le pratiche come oggetti di studio con caratteristiche distinte rispetto ai testi tradizionali. L'idea è che non sia possibile studiare le pratiche attraverso l'omologazione ai testi: nel momento in cui si sta studiando una pratica, infatti, non si ha a che fare con un testo chiuso, coerente e stabile, ma con un senso in atto e in divenire, strettamente dipendente dalla corporeità dei soggetti. Al termine della pratica non rimane un prodotto testuale che permane nel tempo e questa è la differenza principale rispetto ad altri enunciati testuali. È la posizione di Violi (2005), secondo cui non si può parlare di completa corrispondenza tra testi prodotti, pratiche ed esperienza. Basti pensare al processo di definizione dell'oggetto: "nella definizione di pratica il ritaglio è dato da chi guarda, da chi analizza, mentre nel testo 'tradizionale', nel testo-opera la delimitazione è già data" (Violi 2006, p. 4). Quindi, se si può dire che l'oggetto semiotico è sempre un oggetto costruito, non bisogna dimenticare che la costruzione agisce nei due casi secondo forme molto diverse: "nel testo-opera è il senso a essere ricostruito, nella pratica non è solo il senso a essere oggetto di ricostruzione ma anche la delimitazione stessa di ciò che consideriamo oggetto" (*ibidem*). Le pratiche richiedono quindi una sorta di "enunciazione interpretativa", che di fatto costruisce l'oggetto di analisi, così come l'enunciazione produce il testo, ma con vincoli e modalità del tutto diversi.

Una seconda posizione è quella per cui testi, esperienze e pratiche non sono oggetti semiotici di principio distinguibili e per questo motivo studiare i testi consente indirettamente al semiotico anche di studiare le pratiche. È la posizione, ad esempio, di Fabbri che in diverse occasioni ha parlato di corrispondenza tra pratiche e testi, in quanto entrambi sono luoghi di articolazione del senso, costruiti dall'atto di selezione effettuato da chi osserva. Nel momento in cui si ritaglia la pratica le si attribuisce stabilità, la si considera *come testo*: per studiare le pratiche, quindi, l'analista esegue una strategia testualizzante. Ciò non implica che tutto sia testo, ma che tutto possa essere studiato *sub specie textis* (Fabbri e Montanari 2004, p. 3). C'è dunque differenza tra pratiche e testi, ma la metodologia per il loro studio può essere la stessa, ossia si possono studiare le pratiche come se fossero testi: il "come se" indica una presa metaforica della complessa e sfuggente dimensione delle pratiche, che non sono testi ma vengono strategicamente studiate come tali. In questo gruppo rientra anche la posizione di Marrone (2005), per cui ogni esperienza vissuta è già di per sé una totalità significativa, un insieme di forme espressive e forme semantiche in continuo divenire, dunque un testo; allo stesso tempo ogni testo è una pratica all'interno di un certo ambiente socio-culturale, che risponde a pratiche precedenti e ne provoca ulteriori. Di conseguenza, "testi, esperienze e pratiche sono, da prospettive diverse, la stessa cosa" (*ivi* p. 119). Più che studiare le pratiche *sub specie textis* come proposto da Fabbri, Marrone, rimanendo in una tradizione più strettamente narrativa, preferisce però studiare le pratiche *attraverso i testi che le raccontano* (*ivi* p. 123). Partendo dal presupposto che ciò che va al di là della testualizzazione non è pertinente al metodo semiotico, egli ritiene che l'unica via d'accesso alle pratiche siano i testi. In questa prospettiva è centrale l'idea di una *traduzione dall'esperienza al testo*: i testi catturano il flusso, parlano di quel concatenamento fluido di azioni e attività che sono le pratiche, le quali invece non si raccontano, e dunque non si prestano di per sé a uno studio narrativo.

Una terza posizione, infine, è quella che vede le pratiche semplicemente come *tipi di testi*. È quanto affermato da Lancioni e Marsciani (2007), secondo i quali la teoria semiotica, con i suoi strumenti generativi, può essere del tutto adeguata ad affrontare anche oggetti instabili e "sfrangiati" come le pratiche semiotiche: ciò con cui si ha a che fare, in un caso come nell'altro è il senso, indipendentemente dalle sostanze che lo manifestano e dalla quantità o combinazione di forme semiotiche che convoca – progressivamente o simultaneamente – per manifestarsi: "lo spaziale, il temporale, il prossemico, il cinesico, il plastico integrati nelle pratiche quotidiane, così come lo spaziale, il temporale, il prossemico, il cinesico, il plastico che si sostanziano al livello discorsivo dei testi linguistici, visivi, audiovisivi, ecc." (*ivi* p. 63). Se, come scrivono gli autori, il mondo che ci circonda è un mondo di senso, il problema del superamento del testo verso forme più sfumate di oggettualità sembra dunque un falso problema: "la comprensione del mondo della vita si darebbe nei

termini di una articolazione narrativa del senso” (*ibidem*). Di conseguenza il senso delle pratiche quotidiane può essere studiato con gli stessi strumenti usati per studiare l’organizzazione narrativa di un racconto, perché le pratiche rappresentano delle organizzazioni locali che assumono senso grazie a una loro strutturazione interna, non diversamente dai testi letterari, visivi, ecc. Se nella posizione precedente lo studio delle pratiche deriva dallo studio dei testi, ossia è considerato un effetto di senso che si coglie indirettamente, in questo caso si opta per la ricerca di strumenti in grado di rendere conto del senso delle pratiche al di là della loro presenza nei testi, e quindi “dal vivo”, nel momento della sua produzione ed evoluzione spazio-temporale.

La posizione che sembra prevalere attualmente è proprio quest’ultima, ossia quella di considerare le pratiche come testi. Del resto, come affermato recentemente da Marrone (2010), l’ambiguità è stata molto spesso quella di considerare il testo nel suo significato comune, come testo-opera, e non nel senso tecnico della semiotica. Assumendo il senso tecnico si evince che la pratica è un testo, ossia l’oggetto sul quale si concentra l’attenzione del ricercatore ai fini dell’analisi, indipendentemente dalla sua modalità espressiva. Come scritto da Floch (1990), infatti, la semiotica è innanzitutto “una relazione concreta al senso, un’attenzione portata a tutto quanto ha un senso. Ciò può essere ovviamente un testo, ma può essere altresì qualsiasi altra manifestazione significante: un logotipo, un film, un comportamento” (*ivi* p. 43). La semiotica dunque autorizza a considerare “testi” le concatenazioni sintagmatiche non linguistiche (gestuali, somatiche). Pertanto, seguendo le indicazioni di Greimas e Courtés (1979), se l’analisi testuale ci permette di distinguere una dimensione pragmatica del discorso fatta di descrizioni di comportamenti somatici significanti e organizzati in programmi, i modelli narrativi costruiti per rendere conto dei comportamenti pragmatici “su carta” possono essere trasposti in vista di una semiotica “pragmatica” naturale .

Assunto che le pratiche sono tipi di testi, rimane da riflettere sul metodo da utilizzare per la loro descrizione e analisi. Una possibilità è data dalla ripresa delle pratiche con telecamere o altri apparecchi di registrazione. Il testo, in questo caso, nasce con l’intento di catturare il continuo mutamento della pratica e qui sta la differenza fondamentale rispetto all’analisi di *testi che raccontano le pratiche*, come romanzi, film, canzoni, pubblicità, che hanno una valenza semantica in sé. Questa tecnica consente di cogliere la pratica in tutte le fasi del suo sviluppo ma bisogna considerare alcuni inconvenienti. Come scrive Mangano (2005, p. 15), non solo la ripresa è artificiale in quanto frutto di un unico occhio, ma per di più è un occhio che guarda sempre verso qualcosa che decidiamo a priori che ci interessa vedere. Inoltre, sottolinea Marrone (2005, p. 3), questo procedimento nasconde un rischio: la ripresa può diventare una situazione costruita *ad hoc* per provare ipotesi teoriche preesistenti; si tratta quindi, a suo avviso, di un qualcosa di artificiale, come le pratiche rilevate nei mondi finzionali, ma in ogni caso possibili, della letteratura o del cinema (*ibidem*).

Inoltre, come evidenziato da Dondero (2015, p. 29), non bisogna dimenticare il problema della traducibilità tra “le salienze reperite dai diversi media utilizzati ma anche e soprattutto quello di fare dialogare le diverse pratiche di osservazione attraverso, appunto, le loro traduzioni/testualizzazioni – che potremmo concepire come delle proto analisi” – : l’analisi dovrebbe ripercorrere anche il gesto mediatico che ha selezionato una certa “ripresa” della pratica, la sua specificità, le sue costrizioni tecnologiche e di punto di vista. La pratica ripresa, registrata non può sostituire dunque la pratica reale, che rimane il vero oggetto di studio di una semiotica interessata alle pratiche, ma può essere uno strumento di supporto metodologico: il vantaggio di una ripresa sta proprio nel fatto che consente di rivedere quanto registrato, recuperando magari qualche elemento sfuggito all’osservazione o confermando/mettendo in discussione delle letture fatte sul campo.

Un’altra possibilità è quella di ricorrere a strumenti sociologici come i focus group o le interviste. In questo caso si tratta dei racconti di soggetti intervistati che ricordano e testualizzano la loro esperienza; si analizzano pertanto delle pratiche raccontate, “messe su carta”. Si parte da una serie di domande o sollecitazioni proposte dal ricercatore con vario metodo, per poi analizzare i dati raccolti in vista di una successiva analisi semiotica. Questo metodo può essere importante per cogliere l’esperienza del soggetto intervistato, riconducibile a quella dimensione soggettiva che difficilmente può essere fissata in una ripresa. Una volta raccolti i dati, ossia i discorsi degli utenti, è possibile effettuare un confronto con le intenzioni di chi ha posto in essere il testo, valutando differenze o punti di incontro. Bisogna

considerare, tuttavia, che i dati emersi dalle interviste o dai *focus group* sono *testi che raccontano le pratiche*, discorsi verbali che traducono l'esperienza originale e che possono quindi rendere conto soltanto di alcuni suoi aspetti. È chiaro quindi che si tratta di un'indagine che non apporterebbe un contributo all'analisi testuale in senso stretto, ma che si pone, piuttosto, come strumento di supporto nell'operazione di analisi.

Un metodo che presenta dei vantaggi rispetto agli altri ricordati è l'osservazione, poiché in questo caso il ricercatore non analizza *pratiche testualizzate* ma le osserva in prima persona e "in atto". Il ruolo dell'osservatore può essere partecipante o non partecipante⁴. Con l'*osservazione partecipante* il ricercatore "si inserisce in maniera diretta e per un periodo di tempo relativamente lungo in un determinato gruppo sociale preso nel suo ambiente naturale, istaurando un rapporto di interazione personale con i suoi membri allo scopo di descriverne le azioni e di comprenderne, mediante un processo di immedesimazione, le motivazioni" (Corbetta 1999, p. 368). Oltre a "osservare" e "ascoltare", il ricercatore ha un contatto diretto e personale con il soggetto studiato: si immerge nel contesto sociale che vuole studiare, vive con e come le persone che studia, ne condivide la quotidianità, le interroga per scoprire le loro concezioni del mondo e le loro motivazioni all'agire. Ciò gli consente di sviluppare una visione "dall'interno" che è la base della comprensione. Gli obiettivi che si perseguono attraverso l'osservazione partecipante sono i seguenti: ricostruire il profilo della cultura che si intende studiare dal punto di vista dei suoi membri, delineare le regole, anche implicite, che governano l'interazione sociale, individuare i valori e le credenze che abitano la cultura in studio (*ibidem*). Si parla di osservazione partecipante perché al ricercatore è richiesto un livello alto di coinvolgimento nella realtà osservata, al fine di ricostruire dall'interno il mondo simbolico e le dinamiche relazionali del gruppo, della comunità oggetto di osservazione. L'immersione nel gruppo studiato non implica che il ricercatore si spogli completamente della propria individualità, dei propri orientamenti valoriali, delle teorie precostituite o che possa procedere senza un rigore metodologico. Al contrario, la ricerca etnografica valorizza la soggettività del ricercatore così come l'impiego metodico e consapevole delle sue conoscenze personali.

L'*osservazione non partecipante* è, invece, un tipo di rilevazione "dissimulata", nella quale l'osservatore, spesso utilizzando gli stessi strumenti dell'osservatore partecipante, cerca di influenzare il meno possibile ciò che avviene nel contesto osservato, ricoprendo una posizione esterna alla realtà studiata e non interagendo con essa. Il ricercatore si inserisce nella situazione sociale che intende osservare fingendo di essere un membro al pari degli altri, senza mai dichiarare apertamente i suoi reali obiettivi e la sua reale identità (*ivi* p. 370). Esistono tecniche particolari per permettere questo sguardo "dall'esterno", come lo specchio unidirezionale o strumenti di rilevazione automatica quali videocamera o registratore. L'osservazione dissimulata si fonda sull'assunto che, sapendo di essere osservato, l'individuo potrebbe comportarsi in modo diverso da come fa abitualmente. Adottando l'osservazione dissimulata sarebbe così possibile cogliere l'agire naturale delle persone. A queste argomentazioni si contrappongono quelle di coloro che ritengono che la dissimulazione abbia una serie di controindicazioni di ordine morale: presentare un'identità diversa dalla propria, infatti, pone una serie di questioni etiche con cui occorre confrontarsi, dato l'elevato valore morale delle finalità della ricerca. Un giusto punto di incontro potrebbe consistere quindi nel considerare i due tipi di osservazione come complementari: il ricercatore inizia il suo percorso ricorrendo all'osservazione dissimulata per poi passare a un'osservazione partecipante una volta inseritosi nell'ambiente studiato; in questo modo le diffidenze si attenuano e il comportamento degli osservati torna a essere spontaneo (*ibidem*).

Si parla propriamente di ricerca etnografica quando si ricorre all'uso dell'osservazione partecipante quale tecnica privilegiata di rilevazione delle informazioni per accedere allo studio di culture e subculture in contesti spazialmente determinati e si integra l'osservazione partecipante con l'utilizzo di altre tecniche di rilevazione (interviste non standardizzate, racconti di vita, ecc.) e di altre fonti documentarie (dati secondari, resoconti storici, articoli di giornale, ecc.)⁵. Con l'osservazione si opta per una etnografia della pratica, che andrebbe a integrare il metodo semiotico: si parte da rilevazioni

⁴ Cfr. in proposito Fabietti (1999), Gobo (2001), Ronzon (2008).

⁵ Cfr. Enciclopedia *Treccani*, voce "Etnografia", www.treccani.it. Consultato il 23 settembre 2018.



etnografiche (protocollo di osservazione, osservazione carta e matita, interviste per circoscrivere alcuni aspetti dell'esperienza dei soggetti), per poi sottoporre i dati raccolti al controllo offerto dalla strumentazione semiotica. Non bisogna dimenticare però i limiti connessi a questa tecnica, tra cui la forte presenza del ricercatore, l'alterazione dei dati, la scarsa possibilità di generalizzazione dei casi studiati, la focalizzazione basata su criteri soggettivi e la non standardizzazione delle procedure utilizzate, che implica la non ripetibilità degli studi.

Come scrive Marsciani (2007), "l'osservazione è un processo sotto molti aspetti sporco. Non vi è mai trasparenza, non vi è mai nettezza, mai bordi definiti, quasi mai riempimenti saturati e omogenei" (*ivi* p. 12). Questo perché l'osservazione è a sua volta *una pratica che prende una certa posizione rispetto alla pratica osservata*, che stabilisce strategie di costituzione dell'oggetto che si intende indagare. Un ulteriore punto di debolezza di questo metodo è l'eventualità di un'eccessiva contaminazione metodologica, con il rischio di addentrarsi senza un adeguato controllo nel campo etnografico. Infatti, il rischio dell'interdisciplinarietà è che una delle discipline coinvolte prenda il sopravvento sull'altra, vanificandone l'apporto. Pertanto, come affermato da Fabbri in un'intervista sul tema (cfr. Donatiello e Mazzarino 2015, p. 9), "solo a partire da un modello interdefinito, coerente e coeso, sarà possibile un confronto fruttuoso dell'etnosemiotica con altre discipline della significazione". Come procedere, allora, per sfruttare i vantaggi dell'osservazione senza perdere la coerenza e la scientificità del metodo semiotico? Nel paragrafo che segue cercheremo di rispondere a questo interrogativo prendendo in esame le caratteristiche principali del metodo etnosemiotico e ricordando alcuni studi condotti nel campo del consumo con questa metodologia.

4. La prospettiva etnosemiotica

La prospettiva etnosemiotica prevede l'incontro tra due prospettive teorico-metodologiche per molti versi autonome (etnografia e semiotica), ma profondamente coinvolte in uno stesso campo problematico: capire quale "valore di senso" hanno le pratiche quotidiane per i membri di una comunità culturale (Marsciani 2007); ossia, quale valore di senso questi membri attribuiscono alle loro pratiche e, al contempo, quale valore di senso effettivamente realizzato è possibile attribuire a queste stesse pratiche quali oggetti di un'osservazione "a vocazione scientifica" (*ivi* p. 13).

Il beneficio di questa collaborazione è duplice: se l'etnografia consente al semiologo di cogliere la pratica dal vivo, senza ulteriori passaggi e trasposizioni su supporti miranti a catturare il flusso delle azioni, l'analisi semiotica fornisce a questo flusso degli elementi di articolazione formale (schemi differenziali, sintassi attanziale, strutture modali, strategie discorsive, ecc.), che rappresentano dei punti di riferimento strutturali per i vissuti osservati. L'obiettivo di uno studio etnosemiotico è dunque trovare "i mezzi che, in immanenza, ci permettono di rendere conto del senso delle pratiche, i mezzi con i quali, in immanenza, si possa rendere conto del modo in cui un evento diventa, agli occhi di qualcuno, da quella certa distanza, azione sensata" (*ivi* p. 10). Tali mezzi, secondo Marsciani, sono quelli dell'indagine semiotica, di una teoria cioè che si applica alla ricostruzione delle articolazioni del senso, che fornisce loro un substrato valoriale e sintattico.

Questa specificità richiama subito l'attenzione su alcuni problemi di metodo. Osservare vuol dire "andare a vedere cosa succede" per poi ricostruire il senso di ciò che si è visto. Per un controllo adeguato di una "pratica", scrive Marsciani (*ivi* pp. 10-11), occorre quindi accettare perlomeno i seguenti assunti:

- a) quel che si osserva ha sempre una forma testuale, ossia è discorso che si manifesta;
- b) quel che si osserva non è mai, in linea di principio, predeterminato da macro categorie sociologiche o psicologiche;
- c) ciò che si osserva contiene i valori che ne determinano la significatività (tutto ciò che viene osservato è in qualche modo già interpretato nella e dalla immanenza dei suoi elementi costitutivi: agenti, profondità spaziali, tensioni temporali);
- d) il valore di ciò che si osserva dipende dalla relazione tra osservato e osservatore.

Inoltre, se si decide di raccogliere i dati da analizzare attraverso l'osservazione bisogna sempre ricordare due aspetti fondamentali (*ibidem*):

- 1) chi osserva costituisce l'oggetto osservato;
- 2) le pratiche osservate si inseriscono in una circolazione di senso già articolato.

Questo vuole dire che l'osservazione organizza a suo modo dati che sono già interpretati, ovvero che sono già vissuti come diverse storie. Una ricerca ricca di spunti per una semiotica delle pratiche è quella condotta da Floch (1990), che possiamo vedere a tutti gli effetti come il precursore del metodo etnosemiotico. Per mettere le sue prestazioni commerciali allo stesso livello delle sue prestazioni tecniche, la RATP ("Régie autonome des transports parisiens") commissiona una ricerca: lo scopo è ottenere un inventario che indichi i modi in cui il personale di stazione può interagire con i viaggiatori e i ruoli che i differenti tipi di viaggiatori si aspettano dal personale (informazione, vendita, ecc.). Per raggiungere questo obiettivo, Floch si è concentrato sulle pratiche dei viaggiatori, ossia sul *discorso del percorso* (*ivi* p. 60), analizzandolo con gli strumenti della semiotica strutturale. Scegliere di analizzare i percorsi come testi significa postulare che essi abbiano un senso e che non si tratti quindi di un susseguirsi casuale di gesti e spostamenti (*ivi* p. 62). Da qui il celebre quadrato incentrato sulla categoria "discontinuità *vs* continuità", attraverso il quale si analizza in profondità l'organizzazione profonda del percorso inteso come testo.

Più recentemente, Marsciani (op. cit., pp. 54-62) ha analizzato le pratiche di consumo concentrandosi sugli spazi di vendita. Il punto di partenza è l'osservazione delle diverse interazioni che si delineano al loro interno: corpi incontrano altri corpi, subiscono sollecitazioni percettive, provano sensazioni di attrazione o di repulsione, selezionano e valorizzano le porzioni di una spazialità o gli oggetti che vi sono contenuti a partire dalle reazioni a stimolazioni molto complesse, "fatte di sincretismi sensoriali e contemporaneamente di programmi e intenti, di tensioni e distensioni" (*ivi* p. 54). Senza contare poi che il punto vendita è uno spazio a cui si accede e che implica pertanto uno spazio interno in opposizione a uno esterno in cui si articolano pratiche diverse, di altra natura. Osservando i movimenti e gli atti di scelta e di acquisto dei clienti in un negozio di calzature, Marsciani rileva una duplice valorizzazione sensibile dell'oggetto scarpa: da un lato la scarpa è oggetto della visione, dall'altro oggetto della tattilità. La scarpa viene innanzitutto vista, pertanto lo spazio della vetrina è fondamentale, tanto che molti punti vendita di calzature oggi prolungano la vetrina in un percorso di accesso all'interno nel negozio. Dopo l'incontro visivo avviene l'interazione vera e propria con l'oggetto, attraverso la *prova*. Il momento della prova è un momento di passaggio necessario, che implica sguardi, tocchi, manipolazioni, commenti; un momento carico di tensioni nel quale la scarpa viene messa in scena, proiettata in un contesto immaginario di utilizzo, in uno spazio pubblico tra altre persone.

Dall'analisi emerge che le pratiche di consumo sono dei *percorsi*, comprensibili nella misura in cui si costituiscono come *sequenze di un processo che ha tutte le caratteristiche di un programma narrativo*⁶ (*ivi* p. 60): sono presenti Soggetti che entrano in contatto con Oggetti attraverso la mediazione di una serie di programmi d'uso che intervengono nella storia principale (Aiutanti, Opponent, interazioni con altri Oggetti o con altri Soggetti presenti nella scena, presenza di obiettivi intermedi, ecc.). Il cliente, infatti, passa attraverso un percorso che gli consente di valutare l'adeguatezza dell'oggetto rispetto alle sue esigenze estetiche, da un lato, e pratico-funzionali dall'altro: si può parlare a questo proposito di un processo di incorporazione, attraverso cui l'Oggetto deve diventare parte del Soggetto (*ivi* p. 52). Il metodo semiotico risulta determinante in quanto "rende possibile la generalizzazione della somma delle osservazioni prossemiche e l'estrazione di regolarità formali applicabili a una moltitudine di casi" (Hammad 2003, p. 218). L'apporto della semiotica allo studio etnografico della pratica è dunque proprio quello di fornire un metodo per l'analisi del materiale osservato, tentando così di andare oltre

⁶ Cfr. Pozzato (2002), Pezzini e Cervelli (2006).



le più tradizionali analisi di testualizzazioni di pratiche e di rendere conto del carattere effimero della pratica senza renderla inaccessibile.

5. Conclusioni: verso un'etnosemiotica del web?

In seguito all'avvento del web 2.0, nell'ambito dell'etnosemiotica del consumo sono emerse una serie di problematiche metodologiche connesse allo studio delle *pratiche sul web*⁷: pratiche di pubblicazione, di apprezzamento, di condivisione, di commento, di partecipazione emotiva, che si caratterizzano per uno statuto diverso sia da quelle raccontate in testi convenzionali come film, libri, pubblicità, sia da quelle che si osservano attraverso l'immersione etnografica nel contesto di consumo, quindi dal vivo. Le pratiche sul web sono *virtuali eppure reali*, in quanto associate a dei comportamenti effettivi di consumo, e assumono un ruolo centrale nella definizione del significato complessivo del testo. Possono essere definite infatti come *pratiche di trasformazione* perché, attraverso i commenti, le reazioni, le condivisioni, si verifica una ridefinizione strategica del messaggio originale, con la conseguente produzione di nuove immagini e percezioni.

Per comprendere meglio in cosa consista la trasformazione operata dalle pratiche sul web, è utile richiamare brevemente gli studi di Kozinets (1998) sulla *netnografia*, che l'autore definisce come un'etnografia adattata alla complessità del mondo sociale contemporaneo. Si tratta infatti di un metodo di analisi antropologica in grado di studiare le pratiche quotidiane di produzione culturale degli utenti web. Più precisamente, attraverso il metodo netnografico si intende osservare, descrivere e interpretare l'insieme delle pratiche che caratterizzano una *web tribe*, intesa come un aggregato o flusso comunicativo dotato di un proprio costume narrativo e di proprie "capacità" di produzione culturale, in quanto da essa provengono specifiche visioni del mondo e rappresentazioni condivise dell'identità. Luoghi privilegiati di interazione della *web tribe* sono spazi come blog, forum e social network, dove si delineano discussioni relative a determinati brand o prodotti. Particolarmente rilevante, ai fini dell'analisi netnografica è la *produzione discorsiva della web tribe*, ossia l'insieme delle proposizioni da essa prodotte (articoli, post, commenti, conversazioni), finalizzate a fare emergere determinate visioni del mondo. I discorsi degli utenti web, infatti, sono *creativi*, in quanto non sono il risultato automatico dell'applicazione del linguaggio e della cultura ma determinano nuovi modi di pensare il mondo (Caliandro 2011, p. 16).

Studiare le pratiche di consumo oggi vuol dire confrontarsi con questi nuovi luoghi del consumo e con le pratiche che prendono forma al loro interno. Una volta raccolti i dati attraverso il metodo netnografico⁸, ci si chiede infatti come si possa *ricostruire il senso di queste interazioni*. Le criticità che emergono dal punto di vista semiotico sono numerose e sono principalmente legate alla specificità dell'oggetto di indagine. Sappiamo che la semiotica si è tradizionalmente soffermata sullo studio di testi "chiusi", dai confini chiaramente identificabili: in questo caso alle difficoltà metodologiche connesse allo studio delle pratiche di consumo osservate dal vivo, si associano quelle legate alla necessità di definire il campo topologico entro cui si articola la produzione discorsiva di una *web tribe*, dato che tale campo topologico si configura al tempo stesso sia come un insieme di *contesti mediali*, che come un insieme di *contesti tematici*. Analizzare i discorsi delle *web tribe*, infatti, non significa semplicemente rilevare delle opinioni per controllare l'efficacia di uno studio, come fatto ad esempio da Floch nell'analisi dei *discorsi sul percorso* dei viaggiatori della metropolitana parigina⁹, ma considerare

⁷ Sulle pratiche digitali, cfr. Del Marco e Mazzucchelli (2018).

⁸ Nel processo netnografico, secondo Kozinets, ha una rilevanza centrale l'uso dell'osservazione partecipante. Sebbene molti ricercatori abbiano sviluppato forme di netnografia che non fanno uso di questa tecnica, Kozinets segue più da vicino la tradizione antropologica, sostenendo che si tratti di una componente essenziale per raggiungere una comprensione profonda della cultura studiata.

⁹ Analizzando il comportamento dei viaggiatori della metropolitana, Floch (1990) aveva individuato l'oggetto di studio nel *discorso del percorso* e dunque nel comportamento dell'utente inteso come "testo". In un secondo momento dell'analisi, l'attenzione si è rivolta anche ai *discorsi sul percorso*, ossia all'insieme delle impressioni e opinioni degli utenti relativamente all'esperienza vissuta. I commenti degli utenti, in questo studio, sono rilevanti



degli elementi che contribuiscono alla definizione del testo complessivo, che appare così “trasformato”. Non si è in presenza, in altre parole, di semplici dati, bensì di *pratiche interattive* (commenti, like, reactions, condivisioni, ecc.) che possono originare mutazioni, ricontrattare i confini del testo analizzato e incidere sul suo significato finale. Sono azioni che ridefiniscono il senso del consumo e delle interazioni tra marca e consumatori e che meritano, di conseguenza, un’attenzione specifica sia dal punto di vista teorico che metodologico. Alla discussione di tali problematiche dovrà, di conseguenza, essere dedicata la ricerca etnosemiotica dei prossimi anni, data la preminenza che il web assume nelle nostre vite e nelle pratiche di interazione quotidiana con il mondo degli oggetti.

in quanto elemento di controllo. Nel caso delle pratiche sul web essi intervengono invece come elementi costitutivi del testo, in grado di originare una trasformazione.



Bibliografia

- Basso Fossali, P., a cura, 2006, "Testo, pratiche, immanenza", in *Semiotiche* n. 5, Torino, Ananke.
- Boero, M., 2017, *Linguaggi del consumo. Segni, luoghi, pratiche, identità*, Roma, Aracne.
- Bourdieu, P., 1989, *Sens pratique*, Paris, Editions de Minuit.
- Caliandro, A., 2011, *Netnografia, Web Tribe, Social Media, Discorso, Cultura e Societing: il Manifesto teorico-metodologico del Centro Studi Etnografia Digitale*, Milano, Centro Studi Etnografia Digitale, <http://www.etnografiadigitale.it/wp-content/uploads/2011/03/manifesto-etnografia-digitale-pdf>.
- Corbetta, P., 1999, *Metodologia e tecniche della ricerca sociale*, Bologna, Il Mulino.
- De Oliveira, A. C., a cura, 2017, *San Paolo in divenire tra identità, conflitti e riscritture*, Roma, Edizioni Nuova Cultura.
- Del Marco, V., Mazzucchelli, F., 2018, "Nuove pratiche digitali La ricerca semiotica alla prova", numero monografico di *E/C. Rivista on line dell'Associazione Italiana di Studi Semiotici*, n. 23, www.ec-aiss.it.
- Donatiello, P., Mazzarino, G., 2017, *Tra "Etno" e "Semiotica": Affinità e divergenze ai margini di due discipline*, Bologna, Esculapio.
- Dondero, M. G., 2015, "Azione, testualizzazione, notazione", in D. Mangano e B. Terracciano, a cura, "Arti del vivere e semiotica", numero monografico di *E/C. Rivista on line dell'Associazione Italiana di Studi Semiotici*, nn. 18-19, www.ec-aiss.it.
- Fabbri P., Montanari F., 2004, "Per una semiotica della comunicazione strategica", in *E/C. Rivista on line dell'Associazione Italiana di Studi Semiotici*, www.ec-aiss.it.
- Fabiatti, U., 1999, *Antropologia culturale. L'esperienza e l'interpretazione*, Roma-Bari, Laterza.
- Ferraresi, M., Parmiggiani P., a cura, 2007, *L'esperienza degli spazi di consumo. Il coinvolgimento del consumatore nella città contemporanea*, Milano, FrancoAngeli.
- Floch, J. M., 1990, *Sémiotique, marketing et communication*, Paris, PUF.
- Fontanille, J., 2004, *Soma et séma. Figures du corps*, Paris, Maisonneuve et Larose.
- Fontanille, J., 2008, *Pratiques sémiotiques*, Paris, PUF.
- Gobo, G., 2001, *Descrivere il mondo. Teoria e pratica del metodo etnografico*, Roma, Carocci.
- Greimas, A. J., Courtés, J., 1979, *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Hachette.
- Hammad, M., 2003, *Leggere lo spazio e comprendere l'architettura*, Roma, Meltemi.
- Kozinets, R. V., 1998, "On Netnography: Initial Reflections on Consumer Research Investigations of Cyberculture", in *Advances in Consumer Research*, vol. 39, 1, pp. 61-72.
- Lancioni, T., Marsciani, F., 2007, "La pratica come testo: per una etnosemiotica del mondo quotidiano", in *Narrazione ed esperienza. Intorno a una semiotica della vita quotidiana*, in Marrone, G., Dusi, N., Lo Feudo, G., a cura, Roma, Meltemi, 2007, pp. 59-70.
- Landowski, E., Marrone, G., a cura, 2002, *La società degli oggetti. Problemi di interoggettività*, Roma, Meltemi.
- Mangano, D., 2005, "Pratiche semiotiche: la produzione e l'uso", in *E/C. Rivista on line dell'Associazione Italiana di Studi Semiotici*, www.ec-aiss.it.
- Marrone, G., 2001, *Corpi Sociali. Processi comunicativi e semiotica del testo*, Torino, Einaudi.
- Marrone, G., 2005, *La cura Ludovico*, Torino, Einaudi.
- Marrone, G. 2010, *L'invenzione del testo. Una nuova critica della cultura*, Roma-Bari, Laterza.
- Marsciani, F., 2007, *Tracciati di etnosemiotica*, Milano, FrancoAngeli.
- Pezzini, I., 2016, a cura, *Roma in divenire tra identità e conflitti: Pratiche di vita e produzione del senso*, Roma, Edizioni Nuova Cultura.
- Pezzini, I., Cervelli, P., a cura, 2006, *Scene del consumo. Dallo shopping al museo*, Roma, Meltemi.
- Pozzato, M. P., 2002, "La spesa al supermercato. Libertà e destinazione nel tempio contemporaneo delle merci", in Landowski, E., Marrone, G., 2002, a cura, *La società degli oggetti. Problemi di interoggettività*, Roma, Meltemi, pp. 117-127.
- Ronzon, F., 2008, *Sul campo: breve guida alla ricerca etnografica*, Roma, Meltemi.
- Schechner, R., 2006, *Performance Studies. An Introduction*, London, Routledge.
- Traini, S., 2008, *Semiotica della comunicazione pubblicitaria*, Milano, Bompiani.
- Violi, P., 2005, "Il corpo, le pratiche", in *E/C. Rivista on line dell'Associazione Italiana di Studi Semiotici*, www.ec-aiss.it.
- Violi, P., 2006, "Enunciazione testualizzata, enunciazione vocalizzata: arti del dire e semiotica dell'oralità", in *E/C. Rivista on line dell'Associazione Italiana di Studi Semiotici*, www.ec-aiss.it.