

Etnometodologia della quotidiana significatività del vedere

Enrico Caniglia

Seeing does not consist in the perception of optical input whose the mind proceeds to give meanings, but what we see is a world that endow social processes of meaning. This aspect has always been the missing what of the visual research in sociology and for this reason it has implicitly delegated to semiotics or cognitive psychology the question of meaning. Instead, it is primarily a sociological question. This essay suggests how ethnomethodology can offer rigorous research strategies for an analysis of “seeing” as a social phenomenon. The experience of seeing something is not so much an internal mind-brain process but rather an external process which is incorporated into courses of actions.

Il passeggero non vede lo
stesso cordame che vede
l'equipaggio. Se vedessimo
realmente l'universo,
forse lo capiremmo
(J.L. Borges).

Il vedere: da risorsa per la ricerca a tema di ricerca

Le neuroscienze definiscono il vedere come un processo di elaborazione di stimoli ottici all'interno del cervello: «possiamo considerare il vedere come la continua ricerca di risposte a domande poste dal cervello. I segnali dalla retina costituiscono i messaggi che stimolano queste risposte. Il cervello quindi usa queste informazioni per costruire ipotesi adeguate su cosa c'è lì fuori» (Young cit. in Bennett e Hacker 2001: 510.) Tuttavia, tale processo attiene al piano meramente fisiologico e ci dice poco o nulla sull'esperienza umana del vedere. Infatti, «non si possono elaborare informazioni [nel senso di conoscenze sul mondo] semplicemente dal vedere», anche perché si può «vedere

senza riconoscere» o «guardare senza sapere cosa si guarda», insomma il *vedere* umano non può riduttivamente definirsi un processo neurologico, perché «presuppone una serie di concettualizzazioni di fondo» (Coulter 1991: 92). In altre parole, il vedere è qualcosa che attiene al mondo dei significati: io non posso *vedere* un “tovo” se non *so* neanche che cosa sia. La psicologia cognitiva viene in soccorso alle neuroscienze affiancando al cervello i “processi mentali” come altro luogo dove sono elaborati gli stimoli visivi: attraverso cognizioni immagazzinate, la mente prima selezionerebbe (processo di salienza) e poi darebbe senso agli input che arrivano dall’esterno trasformandoli in “informazioni”. La visione sarebbe dunque il risultato di un’elaborazione di input ottici operata da processi interni alla mente. Insomma, sarebbe la mente a *vedere* e le immagini, ad esempio i colori sarebbero *costruzioni mentali*. Tuttavia, quali sono e come operano gli schemi di codifica che all’interno della mente tradurrebbero gli impulsi neuronali in informazioni-conoscenze o in immagini? Non esistono al momento scoperte empiriche che giustifichino l’esistenza di tale processo. Come è noto, le scienze cognitive postulano l’esistenza di attività di elaborazione interna alla mente sulla base dell’analogia con il computer, e però in quest’ultimo gli schemi di codifica sono elaborati dal tecnico elaboratore, insomma da un soggetto *esterno* alla “macchina” – è lui che assegna un significato agli input. Infine, tali attribuzioni di attività visive al cervello o alla mente peccano della *fallacia da mereologia* (Bennett e Hacker 2001: 512-513), perché sono le *persone* che *guardano* una partita di calcio o *testimoniamo* un incidente stradale e non i loro cervelli o le loro menti!

Se la strada intrapresa dalle neuroscienze e dalla psicologia cognitiva è tanto di moda quanto inconsistente, esiste una risposta alternativa che assume il vedere come un processo sociale, dunque *esterno* alla mente. Il *vedere* non come processo che ha luogo all’interno della mente/cervello, ma come attività pubblica costituita da procedure e competenze socialmente apprese e condivise. È questa l’idea della “retina esteriorizzata” (Lynch 1988: 202), secondo cui il vedere è sì un’attività di semplificazione e filtraggio ma non più attribuita alla psicologia di un individuo isolato, ma alle pratiche coordinate di gruppi di persone. Processi sociali interazionali assumono così il posto della mente: sono loro a operare da filtro. È dentro questa prospettiva del vedere inteso come *processo situato in un contesto di pratiche sociali* che la sociologia può trovare il suo specifico interesse. Tuttavia in sociologia visuale tale prospettiva è stata sviluppata solo marginalmente.

Una definizione classica descrive la sociologia visuale articolata in due filoni principali: *l’analisi attraverso le immagini* e *l’analisi delle immagini* (Harper 2011). Il primo filone parte dall’idea che si può studiare il mondo sociale provando a documentarlo attraverso foto e videoriprese. Il ricercatore decide di indagare

i fenomeni sociali non più attraverso il filtro di resoconti linguistici (interviste, questionari, note di ricerca etc.), bensì raccogliendo materiale visivo, insomma fotografandoli o video-filmandoli (Harper 1988). L'idea di base è che le immagini riescano meglio delle descrizioni verbali a documentare certi aspetti del sociale e a provare certe ipotesi. Gli esempi si sprecano: riprese aeree di aree rurali per documentare il mutamento sociale (Harper 2011), foto di zone urbane degradate per documentare la povertà sociale, ma anche riprese di attività lavorative per analizzarne le sequenze costitutive ed evidenziare il ruolo dei gesti o degli sguardi dei partecipanti come nei *Workplace Studies* (Heath e Luff 2000) o nella *Multimodal Analysis* (Streeck et al. 2011).

Il secondo filone analizza invece le immagini prodotte nel mondo sociale: non solo il vasto universo delle immagini diffuse dai *media* – informazione giornalistica, *fiction*, pubblicità, manifesti politici, video scaricati dal *web*, programmi televisivi etc. – ma anche le foto di famiglia contenute negli album (Poole 1997), le foto personali caricate nei *social network* e gli *home mode* video ovvero i filmini e i video delle vacanze, dei compleanni (Chalfen 1997), fino alle immagini scientifiche come le risonanze magnetiche del cervello (fMRI) o le foto al microscopio di cellule.

Entrambi i filoni peccano in egual misura di due limiti fondamentali¹. Innanzitutto sono tentati dal realismo: la credenza che la fotografia e la video-ripresa siano lo specchio fedele della realtà – una tentazione che riecheggia anche nel contributo classico di Howard Becker sulla fotografia come metodo di ricerca sociale (Becker 1983). Tale fede nel realismo delle foto e dei video è mal posta: foto e video non sono “automatiche, neutrali e trasparenti registrazioni di realtà” quanto piuttosto artefatti umani. Anche nelle produzioni puramente documentarie, le immagini non sono da intendere come dati catturati nella naturalità del mondo, ma come oggetti assemblati all'interno di precise pratiche professionali di ricerca (Lomax e Casey 1998). In altre parole, nonostante provi a catturare uno stato naturale di attività, la ricerca visuale è sempre mediata da orientamenti estetici e accorgimenti tecnici.

Non è un caso, dunque, che i due filoni non prendano in debita considerazione i problemi delle distorsioni prodotte da aspetti tecnici: sgranatura,

¹ Lascio da parte l'annoso problema della possibile distorsione creata dalla presenza del ricercatore-che-riprende all'interno della scena sociale. L'etnometodologia ha dimostrato che tale presenza non necessariamente pregiudica la ricerca. Ad esempio, se l'oggetto di studio è la direzione dello sguardo come risorsa per l'azione sociale, le riprese non introducono alcun problema di distorsione: poiché le persone reagiscono alla video-camera come reagirebbero alla presenza di qualcuno, si possono studiare le direzioni degli sguardi – verso la video-camera, oltre la video-camera, lontano dalla video-camera – intese come procedure che sono localmente gestite e organizzate dagli attori all'interno di una situazione d'interazione (Heath 1998).

filtro, inquadratura, illuminazione, durata delle riprese, posizionamento della telecamera, montaggio etc.. Tali distorsioni riguardano non solo il cosiddetto cinema etnografico classico di Robert Flaherty e Jean Rouch con il suo ricalcare il formato della fiction, ma anche le produzioni puramente documentaristiche, come dimostra l'ingente produzione di foto e video in antropologia culturale fin dalla pionieristica ricerca di Gregory Bateson e Margaret Mead (Bateson e Mead 1962). Il sociologo che video(filma) un ambiente sociale è impegnato non solo in un'impresa di raccolta di materiale visivo, ma anche in un'attività che ricorda da vicino il *film-maker*: egli deve decidere dove collocare la telecamera, quanto far durare le riprese, come organizzare un filmato che possieda coerenza interna – selezionando e creando legami tematici tra le scene, scegliendo un inizio e un finale etc. Tuttavia, di tutto ciò non si trova menzione all'interno delle ricerche in analisi visuale.

Tale occultamento dei procedimenti tecnici di produzione non è solo una mera dimenticanza, bensì un ingrediente fondamentale della ricerca visuale convenzionale, che funziona nel senso di conferire trasparenza alle foto e alle riprese. Ad esempio, grazie all'assenza di riferimenti ai procedimenti tecnici della sua produzione, il documentario ci appare come l'evento stesso che si mostra da sé. Inconsapevoli della mediazione tecnica operata da inquadratura, montaggio, filtri etc., noi spettatori riusciamo a immergerci nell'avvenimento mostrato: suoni e immagini sembrano arrivarci direttamente, proprio perché l'evento appare dispiegarsi davanti a noi senza alcuna mediazione, lo percepiamo come se fossimo lì sul posto. Tuttavia il documentario è pur sempre un "discorso" sulla realtà, un linguaggio con le sue convenzioni, i suoi accorgimenti tecnici, le sue selezioni, l'inevitabile soggettività delle scelte relative all'inquadratura, al montaggio etc.. E questo vale anche per l'immagine giornalistica (foto, video e riprese di eventi che accadono nel mondo).

Il secondo limite è che il vedere è inteso essenzialmente come una *risorsa* di ricerca e non come un *tema* di ricerca: il vedere è considerato un modo per conoscere i fenomeni sociali, ma non è un fenomeno sociale di per sé. Quando la sociologia visuale si occupa di foto giornalistiche o di video trasmessi in un notiziario televisivo, come anche di riprese compiute da un ricercatore su un'area urbana oppure di foto di famiglia conservate in un album, tali immagini sono considerate come documenti sul mondo e quindi come materiale per indagare fenomeni sociali esterni all'immagine – il mutamento sociale, il pregiudizio sessuale, i rapporti di classe, i valori etc.. In sintesi, i materiali visivi sono essenzialmente una sorta di testimonianza oculare riguardo a fenomeni cui il ricercatore non può facilmente accedere altrimenti – ad esempio, la vita quotidiana delle famiglie – oppure sono dati di ricerca per l'analisi di aspetti nascosti e latenti di fenomeni generali come la cultura di massa, l'egemonia

di classe etc.. Il vedere è solo uno strumento per conoscere la vita sociale, mai un tema di ricerca.

La ricerca sociologica più avvertita ha preso le distanze da queste due prospettive accusandole d'ingenuità e di dubbio valore sociologico. Il punto di partenza è che le foto e le immagini di un filmato o di un video non sono da intendere come entità trasparenti, vale a dire mezzi neutri da cui traspare il mondo sociale, piuttosto sono fenomeni sociali di per sé. Foto e video non sono da considerare come documenti di fenomeni sociali quanto invece come fenomeni sociali essi stessi. Ciò vuol dire spostare il focus dell'indagine dagli oggetti ritratti nelle immagini alle convenzioni sociali che sovrintendono alla loro produzione, ad esempio alle convenzioni che regolano il giornalismo fotografico o a quelle che governano i video amatoriali. Effettivamente, tutto il campo del fotografabile e del video-filmabile è definito da convenzioni sociali (Bourdieu 1972), per cui la foto d'album e il filmato amatoriale, ad esempio, vanno considerati per quanto ci dicono su queste convenzioni e non per le informazioni che ci forniscono sulle famiglie che ritraggono. Questo è il motivo per cui è fuorviante pensare di usare gli *home mode* video come documentazioni della vita domestica e familiare: tali video sono infatti pesantemente condizionati da certe convenzioni circa cosa e quando riprendere (Chalfen 1997). Altro esempio. Le foto private non vanno analizzate assumendole come mero specchio della persona, perché non ci documentano quella persona, quanto piuttosto un fenomeno sociale diverso: la sua "presentazione del sé", per dirla in termini goffmaniani – si pensi soltanto alla cura dedicata alla selezione delle foto personali su *Facebook*.

L'etnometodologia si collega a questa riconsiderazione delle immagini come fenomeni sociali di per sé e non come meri dati, tuttavia fa un lavoro ancora diverso rispetto a Bourdieu o Chalfen: prova a studiare il vedere come processo incorporato in attività socialmente organizzate. David Sudnow ha chiarito che la ricerca etnometodologica sul visuale non ha niente a che fare con l'indagine documentaria tipica della sociologia visuale. Lo scopo dell'etnometodologia visuale è di spiegare come avvenga la produzione di scene ordinarie, intese come ambienti la cui comprensibilità è immediatamente disponibile allo sguardo dei membri di una società: «sono interessato a cercare di usare la telecamera come un modo per guadagnare accesso alle proprietà familiari delle scene quotidiane così come sono accessibili ai membri di una società» (Sudnow, cit. in Hill e Crittenden 1968: 53). Anche quando studia il visuale, lo scopo ultimo dell'etnometodologia resta sempre quello di mostrare *il carattere autosignificante che la vita sociale ha per i suoi membri*.

Le immagini, quindi, non interessano per le informazioni che offrono ma per come quelle informazioni sono comprese come tali. Più esattamente: *quello*

che “naturalmente” vediamo è il risultato di attività sociali concertate (procedure di rappresentazione) che organizzano le cose in modo che vengano viste naturalmente in quel modo. Sotto questo aspetto, le finalità conoscitive dell’etnometodologia ricordano da vicino la semiotica con cui è accomunata dal principio secondo cui l’interrogativo conoscitivo dell’analisi delle immagini dovrebbe riguardare non *cosa* significa quell’immagine, ma *come* fa a significare quell’immagine (Metz cit. in McBeth 1999). Ci sono tuttavia alcune differenze e non di poco conto.

Il vedere quotidiano: etnometodologia vs semiotica

Il principale punto di divergenza tra semiotica ed etnometodologia in campo visuale è che gli interessi della semiotica riguardano principalmente comunicazioni costituite da immagini riprodotte (cinema, fotografia, spot televisivi, manifesti pubblicitari, etc.). Mai la semiotica si è occupata di comunicazione interpersonale. Al contrario, in etnometodologia l’interesse per la visione nasce dallo studio dell’interazione sociale. Gli etnometodologi provano a estendere le conclusioni raggiunte in quest’ambito al tema della comprensibilità delle immagini tecnicamente riprodotte. Inoltre, intendono lo studio del visuale come studio delle pratiche di visione e non dell’organizzazione interna delle immagini. Per questa ragione l’etnometodologia rifiuta l’idea, sostenuta dai semiologi, che il significato di una immagine sia connesso alla sua struttura interna e a presunti codici binari universali, e spiega l’emergere della comprensibilità attraverso il riferimento al contesto sociale e alle ordinarie pratiche di visione. Ma la differenza tra i due approcci è ancora più profonda. L’etnometodologia è interessata a indagare come è socialmente organizzata la visione umana e non tanto a studiare le immagini in sé. In altre parole, vuole studiare il *vedere come azione pratica e socialmente situata*, analizzare come il vedere e le immagini contribuiscono alla realizzazione di attività sociali (Goodwin 2000).

Certamente le sociologie costruzioniste hanno assimilato la lezione della semiotica e assunto la vita sociale come costituita dai significati che la gente assegna alle cose: l’osservatore esterno – il ricercatore – si confronta con un mondo già dotato di senso, non perché le cose del mondo hanno un significato intrinseco, ma perché la gente ne negozierebbe di volta in volta il significato avvalendosi di un patrimonio simbolico condiviso. Ma la posizione dell’etnometodologia è ancora più radicale: a suo avviso non esiste neanche una base stabile di simboli – o codici – condivisi con cui dare senso al mondo, tutt’al più la gente procede presupponendo che tale base esista. La posizione etnometodologica può allora essere così riassunta: la vita sociale consiste nel «pro-

durre significati definiti attraverso risorse indefinite» (Heritage 1984: 144). Il linguaggio, ad esempio, non costituisce un patrimonio simbolico dotato di significati o meta-significati (codici) stabili e generali, piuttosto è irrimediabilmente legato al contesto in cui è concretamente usato, un fenomeno indicato con l'espressione indessicalità (Garfinkel 1967). Per rendere la questione ancora più complessa, gli etnometodologi aggiungono che neanche il contesto è un elemento dato, qualcosa di stabile a cui appigliarsi per produrre senso, ma è anch'esso altrettanto prodotto socialmente, anzi incorporato riflessivamente nelle attività sociali. Il significato, dunque, non è né intrinseco alle cose né edificato su un patrimonio simbolico condiviso indagabile autonomamente, bensì è sempre localmente realizzato, situazione per situazione, avvalendosi di un certo saper fare, fatto di competenze, abilità e procedure socialmente condivise che affondano nella quotidianità.

I semiologi spiegano la natura significante delle immagini fisse (foto) e in movimento (video/film) in termini di analogia: entrambe le immagini si capiscono perché riprendono le sembianze del mondo reale. La foto giornalistica, ad esempio, non opera una trasformazione rispetto al fenomeno rappresentato – come avviene nel caso del linguaggio che è un sistema di codificazione – bensì lo riproduce per analogia. La foto pubblicata in un giornale o le riprese che accompagnano un servizio in un telegiornale sarebbero addirittura forme di comunicazione senza codice (Barthes 1982: 7). Altri semiologi, invece, spiegano la natura significante delle immagini ipotizzando l'esistenza di codici iconici generali (Eco 1984). Ciò varrebbe soprattutto per le *connotazioni* delle immagini, ovvero i “significati secondi” rispetto a quelli letterali o *denotazioni*. Mentre questi ultimi si basano sull'analogia, i significati di connotazione sono sempre ottenuti attraverso una messa in codice. Ad esempio, la foto pubblicitaria o la video-ripresa di una Rolls Royce può indicare il veicolo stesso (denotazione), ma può anche significare “lusso” (connotazione). Lo stesso Barthes ammette che anche le foto giornalistiche possono acquisire un significato connotativo, tramite certi codici universali di tipo binario, come alto-basso, chiaro-scuro etc., o tramite procedure produttive come l'inquadratura, la posa, il risalto dato a certi oggetti etc..

L'analisi etnometodologica suggerisce una interpretazione assai differente: se da un lato è vero che il rapporto tra immagine significante (foto) e cosa significata (scena reale) non è arbitrario, è pur tuttavia altrettanto vero che esistono procedure interpretative che sovrintendono all'organizzazione del significato locale delle immagini anche riguardo a quello che i semiotici chiamerebbero “denotazione”. Tuttavia queste procedure non vanno rintracciate o identificate in codici intesi come risorse generali e decontestualizzate. L'etnometodologia sostiene che la produzione del significato delle immagini

abbia a che fare con l'impiego di procedure e di competenze ordinarie in contesti specifici.

Come il significato delle azioni sociali cui assistiamo nella vita ordinaria, anche il significato delle immagini è sempre contestualmente dato. In altre parole, le immagini, pensiamo ad esempio alle foto nei giornali, sono oggetti indessicali (Garfinkel 1967). L'espressione indessicalità sta a indicare che le foto, per chi sfoglia il giornale, non sono significanti per ragioni intrinseche, come vorrebbe l'idea comune secondo cui il significato di un'immagine consiste in ciò che essa raffigura, piuttosto tale significato dipende dal contesto di pratiche sociali in cui sono inserite. L'indessicalità non va però confusa con l'espressione "polisemia" usata da Barthes (1980). Com'è noto, per lo studioso francese le foto sono *prive di significato* per cui è sempre necessaria una qualche specificazione testuale, ad esempio una didascalia o un'etichetta, per assegnargli un significato. Modificando la didascalia che accompagna la foto, il significato di quest'ultima cambia e anche radicalmente. Le foto sono dunque polisemiche, pronte ad assumere molteplici significati tutti ugualmente validi: è un po' come se Barthes dicesse che le immagini siano di per sé ambigue, una sorta di materiale instabile e che solo il ricorso a certi dispositivi testuali permetta di disambiguarle e di renderle stabili. Solo la comunicazione codificata (il linguaggio) riesce ad ancorare il significato delle immagini che sono per definizione una forma di comunicazione non codificata e quindi semanticamente fluida. Non è un caso dunque che le foto nei giornali o nei notiziari televisivi siano sempre accompagnate da un contorno di messaggi testuali: etichette didascalie, commenti verbali. Non c'è foto senza didascalia, dice Barthes. Inoltre, le immagini spesso parlano troppo, vale a dire suggeriscono un senso diverso da quello letterale degli oggetti, eventi e persone illustrate (ivi: 39), ma ciò è possibile sempre grazie al linguaggio che le accompagna, nel senso che la parola illustra l'immagine in modo da enfatizzarne una connotazione.

Questo è quanto dice la semiotica e il concetto di polisemia dell'immagine. Al contrario, dire invece che le foto sono indessicali, come si fa in etnometodologia, significa invece sostenere che esse hanno *sempre significato*: questo perché le foto sono sempre date e interpretate all'interno di un contesto e mai in modo decontestualizzato. Inoltre, se è vero che la didascalia contribuisce ad attribuire un significato alla foto pubblicata in un giornale o in qualsiasi altro caso di iconotesto (Burke 2002), è altrettanto vero che a sua volta la foto chiarisce riflessivamente il significato della didascalia: dal punto di vista del processo di *sense making*, testo e immagine si costituiscono riflessivamente. Il principio etnometodologico della riflessività (Garfinkel 1967) fa sì che un elemento di contesto quale è la didascalia, lungi dall'essere un aspetto stabile su cui fare leva per spiegare l'immagine, diventa un prodotto della relazione con l'immagine stessa.

L'indessicalità consente di aggirare il problema in cui cade il concetto barthesiano di polisemia secondo cui le immagini hanno infiniti significati, per cui chiunque può vedervi quello che più gli aggrada, al punto che nessuno può possedere per il futuro il significato delle immagini che ha prodotto. Gli etnometodologi non negano che una foto possa essere interpretata in un numero pressoché indefinito di modi diversi: ci si può cioè divertire ad assegnarle una marea di significati differenti. Tuttavia non bisogna mai dimenticare che all'interno del suo contesto di fruizione, la stragrande maggioranza dei possibili significati di un'immagine non avrebbe senso. Ecco perché l'etnometodologia intende il vedere essenzialmente come pratica *embedded* nei contesti concreti di fruizione delle immagini. Lo studio delle immagini mediatiche deve indagare come si produce il significato che gli assegnano gli attori sociali, e non esercitarsi ad attribuirgli un'infinità di significati – magari solo allo scopo di dimostrare le proprie aprioristiche teorie sull'inesistenza del significato.

L'ipotesi dell'esistenza di pratiche sociali ordinarie che sovrintendono alla significazione alle immagini rende l'etnometodologia una strategia di ricerca eminentemente sociologica. Una prima procedura analizzata dagli etnometodologi è il “colpo d'occhio”, vale a dire un'occhiata veloce e rapida che guida largamente e implicitamente il nostro vedere quotidiano. Il “colpo d'occhio” è un'unità di osservazione autonoma, con le sue regole e le sue procedure d'impiego. Anzi si tratta di una delle pratiche di visione più diffusa (Relieu 1994: 190). Pensiamo a quando attraversiamo la strada o quando, camminando su un marciapiede, incrociamo gli altri passanti: la nostra osservazione dura meno di un secondo eppure siamo in grado di avere un'idea di quello che sta succedendo intorno a noi e tale conoscenza ci permette di agire di conseguenza. Grazie ad esso siamo in grado di indovinare, o di ritenere di indovinare, quello che vediamo anche solo se abbiamo colto solo una porzione ristretta di un corso di azioni. Tale capacità non va intesa in termini meramente mentali, ma come basata su ciò che possiamo chiamare la “comprensibilità al primo sguardo” (*glance-intelligibility*) tipica della vita sociale (Jayyusi 2007: 39). Le situazioni sociali che incrociamo nella vita quotidiana sono sempre “naturalmente” comprensibili. Per “comprensibilità naturale” s'intende che le scene sociali (situazioni naturali) ci appaiono dotate di un'immediata significazione, tant'è che le capiamo soltanto vedendole, senza bisogno di alcun sforzo analitico particolare. Com'è possibile ciò? Per gli etnometodologi tale abilità è il riflesso del fatto che il mondo sociale possiede una “trasparenza scenica”: la naturale comprensibilità del mondo è tale perché “organizzata scenicamente” (Jayyusi 1991). Le scene sociali sono costituite in modo tale da esibire visivamente una comprensibilità immediata, le comprendiamo semplicemente guardandole, senza bisogno di scavare dentro la loro storia o di

farle oggetto di una meticolosa ed esplicita attività di decifrazione. Un po' come le scene in un teatro o in un set cinematografico, le azioni e le situazioni della vita sociale sono *predisposte* in modo da rendere disponibile visivamente e immediatamente la loro comprensibilità – pensiamo soltanto alle code agli sportelli, alla disposizione di pubblico e oratore in un'assemblea pubblica, alla disposizione delle persone in una cena fra amici intorno a un tavolo. Si tratta di un fenomeno cui gli etnometodologi si riferiscono anche con l'espressione "natura attestabile della vita sociale" (Livingston 2011).

Tutto ciò può sembrare un modo per aggirare la vera natura della visione, che per la psicologia cognitiva corrisponderebbe al rapporto tra stimolo visivo ed elaborazione dello stimolo che avviene nei processi mentali, un po' come fa un computer con i suoi input e output: io vedo una persona, nella mia mente scatta la cognizione corrispondente e così la riconosco: è mio cugino è un mio collega etc.. Tuttavia, a tutti sarà capitato di incontrare una persona e di sapere di conoscerla, ma di non riuscire a ricordare chi è. Che cosa è successo? Il nostro processo neuromentale di elaborazione si è imballato? Nulla del genere: è solo successo che abbiamo incontrato quella persona al di fuori del contesto in cui abitualmente la vediamo e per questo ci è difficile riconoscerla. Questo perché è il contesto, un fatto esterno alla mente, che ci aiuta a vedere. Basta cambiare il contesto e la nostra visione cambia, con buona pace dei processi mentali-cerebrali.

Socio-logica delle immagini mediatiche

Passiamo adesso alle immagini prodotte o mediatiche. Ci sono ovviamente alcune fondamentali differenze tra osservare una foto e guardare un ambiente naturale che si svolge davanti a noi. A differenza della visione di scene nella vita ordinaria, le foto stanno a indicare implicitamente che quell'azione o quell'evento fotografato è meritevole d'attenzione: «nel fotografare qualcosa e nel rendere disponibile la foto, il fotografo realizza, riflessivamente, l'interesse o il significato della scena. Nel guardare a una foto, guardi a essa in cerca di ciò che la rende interessante. T'interroghi e rispecifichi l'azione [...]. Comprendere la foto significa sempre interrogarsi sulla foto: perché mi viene mostrata quella foto? Perché quelle persone? Perché quella scena?» (Jayyusi 1991: 7). Nulla del genere vale ovviamente per la visione delle scene della vita ordinaria.

Nonostante queste differenze, comprendere quello che vediamo in un film o in un servizio televisivo fa leva su procedure, competenze e risorse simili a quelle che ordinariamente utilizziamo per comprendere quello che vediamo.

mo, ad esempio, guardando da una finestra o camminando per strada. Per l'etnometodologia la foto può essere considerata l'equivalente del "colpo d'occhio" (Sudnow 1972: 263). La foto cattura un brevissimo istante di un corso di azione in svolgimento, meno della durata di un secondo. Nella foto vedo solo un attimo congelato di un corso di azione, poiché non tutta la traiettoria di un'azione in svolgimento può essere ritratta all'interno della cornice di una foto. Il significato dell'azione o dell'evento mostrato dalla foto è solo parzialmente recuperato dai particolari disponibili nella foto (Jayyusi 1991), ma ciononostante siamo in grado di comprendere l'azione ritratta e quindi la foto (Sudnow 1972; Jayyusi 1991).

Le foto intese come immagini documentarie si distinguono dalla *fiction*² per le caratteristiche basilari dell'azione filmata. La *fiction* consiste di video-filmati che riprendono azioni e corsi di azione che sono compiuti esclusivamente a beneficio della tele(video)camera. In un film, vediamo un uomo che bacia una donna, ma l'azione che è realmente avvenuta e che ci viene fatta vedere non è un bacio bensì la recitazione di un bacio, la messa in scena di un bacio, e infatti una volta che la tele(video)camera smette di girare le persone che l'hanno messa in scena tornano alla loro esistenza normale. Si tratta insomma di un'azione prodotta solo a uso e consumo del set (televisivo, cinematografico) (Jayyusi 1991). Al contrario, nel caso delle immagini documentarie, tele(video)camere colgono azioni e corsi di azioni che non sono stati prodotti per l'uso e il consumo delle riprese o dello scatto. Insomma sono riprese di eventi che accadono naturalmente. La loro caratteristica fondamentale è che si tratta di corsi di azioni che proseguono anche dopo che le riprese sono cessate. Ciononostante, per gli scopi dell'etnometodologia tali differenze non sono rilevanti. Diversi etnometodologi si sono interessati al cinema e alla *fiction* perché attirati dal fatto che le procedure per la realizzazione del significato nelle scene e nelle riprese cinematografiche permettono di indagare pratiche e modi che creano la comprensibilità delle scene ordinarie nella vita sociale. In altre parole, comprendere quello che vediamo in un film o in un servizio televisivo si

² Possono tuttavia possedere una valenza connotativa, e ciò le avvicinerrebbe alla *fiction*. Un filmato (video) o una foto vede il concorso di tre distinti corsi di azione: l'azione che è stata filmata o fotografata, l'azione del video-operatore e del fotografo che riprende e scatta, e infine l'azione dello spettatore che interpreta le immagini (Jayyusi 1991). A livello dell'azione dell'operatore e del fotografo si colloca il tema delle connotazioni, dei significati non letterali che le immagini possono assumere. Può esserci un lavoro di scelta e di composizione della foto o delle riprese che le arricchisce di connotazioni e ciò può imporre un'azione di deciframento – di fatto si dice spesso che le foto o le riprese rappresentano il risultato di un'interazione tra fatto raffigurato e lettura personale. Tale carica connotativa e la correlata attività d'interpretazione sono ciò che viene privilegiato dall'analisi semiotica.

basa grosso modo su procedure, competenze e risorse simili a quelle che ordinariamente utilizziamo per comprendere quello che vediamo, ad esempio, attraverso una finestra o camminando per strada. Lo stesso Sudnow, sebbene non sia interessato a produrre “scene” come nella *fiction*, ammette che la produzione cinematografica può aiutare a chiarire le proprietà dei fenomeni che egli vuole indagare: la natura scenica e la comprensibilità immediata allo sguardo che è tipica delle diverse situazioni della vita sociale (Sudnow, cit. in Hill e Crittenden 1968: 53).

Nella vita quotidiana la comprensibilità dipende spesso dal fluire sequenziale delle azioni: le cose accadono in un certo ordine e così siamo messi in condizione di capirle. Il film è un formato comunicativo in cui si racconta una storia attraverso le immagini e il montaggio di quest’ultime è ciò che rende possibile la narrativa. In altre parole, il montaggio fa le veci del fluire temporale-sequenziale tipico dei corsi di azione nella vita quotidiana. «Quello che noi percepiamo nella vita quotidiana attraverso il flusso nel tempo, in termini d’immagini collegate di oggetti e persone in movimento, è ricostruito in un filmato attraverso il montaggio, una tecnica per ordinare immagini e parole in modo da ottenere il significato desiderato» (Jayyusi 2007: 11).

In generale, il montaggio è uno dei metodi privilegiati per conferire un significato alle immagini in movimento, per *istruire* il lettore a leggere il contenuto di tali immagini, nei video e nei filmati sia di natura documentaria sia artistica – cinema, *fiction* televisiva, spot pubblicitari etc. (Bjelic 2007: 7). In un film, ad esempio, l’organizzazione sequenziale con cui le immagini sono presentate, insomma il montaggio – prima vediamo questo, seguito da quest’altro e poi da quest’altro ancora – ci fornisce alcune *istruzioni* su come capire quello che vediamo e per capirlo in un certo modo e non in un altro qualsiasi.

Ritornando alla *fiction*, un’azione può essere raccontata cinematograficamente in tanti modi diversi, vale a dire scegliendo tra tante diverse possibilità di ripresa, tuttavia è sempre il montaggio che riesce a conferire unità alle riprese e trasformare una serie discontinua di singole riprese in qualcosa che ci dà la sensazione di vedere un corso unitario di azione. Non si tratta tanto di un lavoro relativo al sincronizzare le riprese o di scegliere le riprese esteticamente “migliori”, bensì di montare le riprese in modo da mostrare un determinato sviluppo di azioni, vale a dire far comprendere allo spettatore che sta vedendo un unico e preciso corso di azione: un inseguimento; un interrogatorio; un assalto; un corteggiamento etc.. Costruendo le singole azioni e i singoli corsi di azione, il montaggio arriva a raccontare l’intera storia che viene narrata nel film.

Il montaggio, e il suo modo di procedere per giustapposizioni di immagini in sequenza, è stato sempre considerato uno strumento potente per la

significazione all'interno dell'opera cinematografica, al punto che alcuni registi erano anche convinti che fosse in grado di soppiantare l'azione recitativa dell'attore. Ad esempio, si girava una ripresa del viso dell'attore senza alcuna significazione particolare, e poi quella medesima ripresa acquisiva il suo specifico significato in base alla posizione che gli si assegnava nella sequenza filmica, insomma attraverso il montaggio e non attraverso la recitazione dell'attore: una medesima espressione facciale poteva significare "curiosità" se posta all'interno di certe sequenze, oppure indicare "paura" se inserita in altre. Il noto effetto Kuleshev, dal nome del regista russo che ideò ed eseguì l'esperimento, dimostrava che una stessa espressione poteva indicare "fame" se preceduta dalla ripresa di una fumante zuppa calda, "tristezza" se invece preceduta da una scena in cui era rappresentato il corpo di una bambina dentro una bara, e desiderio se a precederla era l'immagine di una bella donna sdraiata su un divano. Insomma, «il montaggio crea il significato (rabbia, paura, desiderio) senza bisogno di ulteriori risorse cinematografiche» (Cohen, cit. in Jayyusi 1988: 279).

Il montaggio permette anche di saltare interi pezzi di un corso di azione senza tuttavia mettere in pericolo la comprensibilità del film. Il regista salta interi passaggi della storia, alcuni episodi di corsi di azioni o interi corsi di azioni, e tuttavia lo spettatore riesce a seguire benissimo film, senza che quelle assenze pongano problemi di comprensibilità. Ad esempio, se una prima scena mi fa vedere un uomo sopra una scala che pendola pericolosamente, e poi una seconda scena mi mostra l'uomo steso a terra dolorante ai piedi della scala, capisco benissimo che è caduto dalla scala, anche se la narrativa filmica non me lo ha mostrato. Se una scena mi mostra un uomo che prende la mira con il fucile e poi nella scena immediatamente successiva vedo un altro uomo che si accascia con il petto sanguinante, capisco subito che quest'ultimo è stato colpito dal primo uomo anche se il film non me l'ha mostrato direttamente. Come è possibile che la semplice giustapposizione immediata di due scene produca la loro comprensibilità? Come sappiamo che l'uomo è caduto dalla scala anche se non ci è stato mostrato o che l'uomo è stato ucciso da quel colpo di fucile?

Ancora una volta non si tratta di codici generali, ma di pratiche di senso ordinarie. Anche nella vita quotidiana, spesso non abbiamo la possibilità di vedere interamente un corso di azioni, ma ne cogliamo solo alcuni frammenti. Eppure riusciamo lo stesso a comprendere la scena o l'intero corso di azioni. Lena Jayyusi illustra questo punto con un esempio molto efficace (Jayyusi 1988: 272-273): immaginiamo di essere seduti in un caffè e osserviamo quello che succede attorno a noi; ecco che vediamo arrivare un uomo molto agitato che si guarda intorno e poi si mette a fissare una coppia seduta a un tavolo in

atteggiamento molto intimo. La donna si accorge dell'uomo e si mette anche lei a fissarlo con sguardo allarmato. Anche l'uomo che è assieme alla donna guarda nella stessa direzione. L'uomo in piedi prima volge lo sguardo al compagno della donna e poi torna a guardare la donna. Infine estrae una pistola e spara verso la donna. L'uomo seduto al tavolo salta su mentre la donna grida e si accascia a terra. Poi intervengono dei poliziotti che afferrano l'uomo che ha sparato e lo trascinano via con le manette ai polsi e infine sentiamo una sirena e presto arrivano uomini vestiti di bianco che caricano la donna su una barella e la portano via. Il punto da evidenziare è che «*questa scena ci risulta trasparente*» (*ibidem*). Siamo in grado di congetturare quello che è successo e di sapere anche quello che non vediamo. Ad esempio, noi abbiamo visto che l'uomo che ha sparato è stato arrestato, anche se non abbiamo sentito la polizia dire: "lei è in stato di arresto" e nessuno ci ha detto che è stato portato al commissariato; abbiamo visto che la donna veniva portata in ospedale per un trattamento urgente anche se nessuno ce lo ha detto. Congetturiamo anche che l'assassino aveva una qualche relazione con la donna e che ha sparato per gelosia. Per quanto abbiamo visto solo poche immagini, noi riusciamo lo stesso a sapere tante cose. Come facciamo a sapere tutte queste cose, anche se abbiamo visto solo alcuni frammenti di quel corso di azioni?

La risposta è che la nostra competenza di senso comune ci permette di evocare un sapere di *background* su persone, oggetti, luoghi e corsi di azioni (Garfinkel 1967) con cui otteniamo tutte le informazioni che le immagini evocano indirettamente. Le nostre conoscenze di *background* ci suggeriscono, ad esempio, che se vediamo una persona caricata su una barella da uomini in camice bianco, questa sarà portata all'ospedale; se vediamo un uomo agitato sparare verso una donna che è in intima compagnia di un altro tizio, penseremo che l'uomo avrà sparato per motivi di gelosia; se vediamo un uomo portato via in manette, ciò fa pensare che è stato arrestato e che sarà condotto al commissariato così via dicendo.

Ora il punto è che «noi guardiamo i film all'interno dell'atteggiamento naturale della vita quotidiana e li comprendiamo allo stesso modo con cui comprendiamo le proprietà e l'ordine della vita quotidiana e del mondo naturale – causa/effetto; azione/conseguenza, azione/motivo, connessioni logiche, durata temporale etc.» (Jayyusi 1988: 289). In altre parole, la nostra comprensione di un film si basa sulle nostre conoscenze circa le strutture della vita quotidiana. Infatti, ritornando agli esempi cinematografici di prima, le nostre conoscenze di senso comune ci dicono che si cade dalle scale instabili, e se allora vedo a terra un uomo che poco prima era su una scala molto instabile, in assenza di altre informazioni ne deduco che è caduto dalla scala; le nostre conoscenze di senso comune ci dicono che mirare è fatto per sparare,

e sparare produce squarci nel petto della gente che possono anche uccidere. Allora, se non ci sono altre informazioni filmiche che mi suggeriscano diversamente, deduco che l'uomo che mirava ha sparato e colpito l'uomo che vedo cadere col petto squarciato. In sintesi, sia nella vita quotidiana sia nel cinema, noi vediamo solo una porzione ristretta di un certo corso di azioni eppure, in forza delle nostre competenze e conoscenze socialmente condivise, siamo in grado di dedurre tutto il resto. Ovviamente ciò non avviene per caso, ma è il regista e i suoi collaboratori che hanno organizzato le scene filmiche in modo tale da essere perfettamente comprensibili in base alle abilità e competenze ordinarie degli spettatori.

Spesso la narrativa filmica non si limita a omettere alcuni episodi di un corso di azione ma arriva a stravolgere la stessa temporalità degli eventi attraverso procedure note come *flashback* e *flashforward*. Tuttavia, anche in questi casi lo spettatore non perde il filo della storia solo perché le procedure filmiche impiegate sono isomorfe rispetto alle nostre conoscenze di senso comune circa le proprietà temporali delle azioni umane e sfidano il nostro ragionamento pratico. Quello che succede è che il linguaggio e le convenzioni della *fiction* via via si sono autonomizzate dalla vita quotidiana e diventate differenti. Tuttavia anche in questo caso, sarà la pratica reiterata della visione di film che ci rende pratici e abili nel seguire il procedere narrativo: riconosceremo via via sempre più facilmente scene di *flashback* o altre specificità delle scene filmiche perché abbiamo acquisito le competenze necessarie alla visione/compressione cinematografica. Ovviamente, una guida per riconoscere *flashback* o *flashforward* sarà proprio lo scarto rispetto alle nostre conoscenze circa il fluire temporale della vita quotidiana. Il senso comune, dunque, resta l'elemento di base per la nostra comprensibilità cinematografica.

Visioni professionali

Lo studio delle attività professionali è il campo privilegiato in cui l'etnometodologia dimostra che il vedere è un processo sociale e non meramente psicologico. Come è noto, i membri di comunità professionali sviluppano un modo specifico di vedere. In altre parole, condividono una visione professionale ovvero un modo socialmente organizzato di vedere che risponde a specifici interessi e obiettivi lavorativi (Goodwin 2003: 17). Nei campi professionali, le attività procedono attraverso una specifica organizzazione della percezione, quello che comunemente si chiama l'"occhio professionale". Certe caratteristiche non sono tanto qualcosa d'intrinseco ai fenomeni osservati, bensì il risultato di un certo modo di organizzarne socialmente (nella pratica lavora-

tiva) la visione. Infatti, persone diverse, da una prospettiva professionale differente, vedono in modo diverso un medesimo oggetto. Ad esempio, un geologo e un archeologo vedranno in modo radicalmente diverso la medesima zolla di terra: un geologo vedrà certe cose, mentre un archeologo ne vedrà altre. Anche lo stesso colore, un aspetto che generalmente consideriamo oggettivo, vale a dire intrinseco alla zolla e che quindi dovrebbe essere visto da chiunque allo stesso modo, cambierà in base alla prospettiva di visione professionale adottata. Attenzione! Non si sta dicendo che differenti categorie percettive psicologicamente guidano la visione nelle due professioni, come dire che il geologo prende le mosse da certe rappresentazioni mentali mentre l'archeologo da altre. Piuttosto, è la diversa organizzazione sociale del lavoro in cui sono immersi che li porta a vedere le cose in maniera differente – dunque, un aspetto non psicologico bensì sociale.

Il vedere professionale può essere felicemente definito come un processo di filtraggio e selezione che permette l'emergere di un risultato visivo dall'invisibile o dal caos delle sensazioni. Tuttavia tale processo non va pensato come qualcosa che avviene nella singola mente, bensì prende corpo nelle pratiche coordinate di un gruppo di professionisti. In alcune professioni, come quella dei poliziotti e dei medici, il vedere professionale opera attraverso un metodo organizzato in due componenti principali: le *apparenze normali* del proprio ambito lavorativo e la *procedura d'incongruenza*. La visione professionale va intesa come conoscenza delle apparenze normali di un certo "territorio", vale a dire l'insieme di conoscenze di ciò che è normale e atteso in certi punti e in certi momenti. Tale conoscenza delle apparenze normali è ciò che permette di cogliere ciò che è *criminale*, nel caso della polizia, o ciò che è *patologico*, nel caso della medicina. La procedura d'incongruenza allude al fatto che qualora qualcosa fosse fuori posto e quindi incongruo con le apparenze normali, tale caratteristica lo renderebbe percepibile. La procedura d'incongruenza è quindi un metodo per scoprire la presenza di qualcosa che non va, un modo per usare il *vedere* al fine di evidenziare ciò che è atipico e lasciare sullo sfondo ciò che è invece tipico (Sacks 1983: 182-186). La presenza di tipi di persone in zone o orari in cui non sono "normali" è ciò che permette al poliziotto di notarle: se la presenza di ricchi in quartieri ricchi e di poveri in quartieri poveri è qualcosa che può essere lasciato sullo sfondo e quindi non attenzionato, al contrario poveri in quartieri ricchi o ricchi in quartieri poveri attirano subito l'attenzione del poliziotto che letteralmente *vede* in tale incongruenza un segnale di qualcosa che merita di essere investigato e appurato. A questo punto sorge però una questione su cui si misura la competenza e l'abilità del poliziotto. Si tratta di quello che Havery Sacks definisce il *problema del poliziotto in pattugliamento* (ivi: 191): come fare ad accorgersi di attività illecite che assumono intenzionalmente

la forma di apparenze normali del territorio? Il poliziotto impara a interagire con il suo territorio leggendone i messaggi e così ne disambigua le situazioni.

Un vedere analogo si ritrova nella professione medica. In uno studio sul vedere professionale dei radiologi, un gruppo di ricercatori di orientamento etnometodologico ha mostrato come il concetto di “apparenze normali del territorio” sia pertinente per descrivere le procedure impiegate per la scoperta di eventuali patologie nelle mammografie (Slack *et al.* 2006). «Come ci sono persone che non appartengono a certe zone della città, così ci sono oggetti che non appartengono a una normale, priva d’indicazioni possibili di patologie, mammografia» (ivi: 186). Il ricorso a procedure d’incongruenza costituisce una parte importante dell’occhio professionale del radiologo. Tuttavia come nel caso del problema del poliziotto di Sacks, il vero problema del radiologo è di individuare patologie che sono nascoste sotto le apparenze normali. L’evidenziazione di un possibile elemento sospetto in una mammografia avviene sempre attraverso il serrato confronto con radiografie precedenti dello stesso paziente in modo da far risaltare l’eventuale incongruenza e quindi “spogliare” l’elemento della sua ambiguità, designandolo come sano o come patologico (ivi: 184).

La professione del radiologo usa immagini speciali come le radiografie: si tratta di oggetti costruiti per vedere, quindi il vedere è una parte fondamentale di quell’attività professionale. Tuttavia la dimensione visuale implicata nella professione radiologica non si limita solo al fatto di produrre e maneggiare materiali visivi. In campo medico non c’è solo il compito di produrre e analizzare immagini, bisogna anche che si produca la visibilità intersoggettiva dei fenomeni (Mondada 2011: 16). Un’esigenza della visione professionale è che i professionisti, guardando il proprio oggetto di lavoro devono riuscire a vedere le stesse cose, insomma raggiungere una visione intersoggettiva di quanto stanno osservando: se sono medici, essi devono concordare che lì c’è una patologia; se sono chimici, che quello è il colore che indica una reazione chimica; se sono archeologi, che lì può affiorare un reperto etc.. Tale compito implica lo sviluppo di particolari procedure lavorative e risorse – come tracciare linee con la matita, indicare attraverso evidenziatori, uso di colori, di gesti, confronti fra radiografie in modo da evidenziare punti sospetti – che organizzano in un certo modo la visione delle radiografie e, soprattutto, ne fanno un’attività pubblica. Tali procedure permettono un vedere che è socialmente organizzato per raggiungere una visione intersoggettiva.

Gli ambiti lavorativi sono il teatro naturale di una visione che non è soltanto “percezione”, ma un *processo sociale*³. L’organizzazione lavorativa dei reparti

³ I laboratori scientifici sono luoghi ordinati agli occhi di coloro che vi s’impegnano quotidianamente. Tuttavia, se provassimo a mostrare la foto di un laboratorio scientifico a chi vi lavora,

ospedalieri di radiografia fa sì non solo che il radiologo veda quello che c'è da vedere, ma che anche altri radiologi vedano la stessa cosa: ad esempio, i radiologi lavorano fianco a fianco e non osservano mai singole mammografie alla volta, ma procedono con confronti e sovrapposizioni tra lastre diverse. Ecco perché la visione che i radiologi hanno delle mammografie è assai differente da quella che ne potrebbe avere un profano (Slack *et al.* 2006: 176). Procedure visuali di questo tipo non sono menzionate nei manuali del sapere ufficiale della professione, ma sono purtuttavia sempre rintracciabili nella pratica professionale concreta.

All'interno delle attività professionali esistono, dunque, procedure pubbliche e condivise che organizzano il lavoro in modo tale che le cose vengano viste, e intersoggettivamente, in un certo qual modo (Goodwin 2004: 204). Il lavoro archeologico fa vedere tracce di reperti dove noi profani, posti all'esterno di quelle attività lavorative, vedremo soltanto del semplice terriccio; il lavoro paleontologico permette di scoprire impronte di animali preistorici scomparsi dove noi, che non conosciamo quelle attività lavorative, vediamo a stento lievi levigature su una pietra e così via dicendo. Tale vedere è spesso ed erroneamente definito come un processo cognitivo che avviene esclusivamente nel chiuso della mente. Al contrario, per l'etnometodologia le procedure delle attività professionali dimostrano come il vedere sia sempre incorporato in attività pratiche. Ed è solo all'interno di ambiti di attività e grazie a essi che la visione diventa trasparente e quindi intersoggettiva.

Riferimenti bibliografici

- Barthes R. (1980), *Camera chiara*, Einaudi, Torino.
 Barthes R. (1982), *L'ovvio e l'ottuso*, Einaudi, Torino.
 Bateson G. e Mead M. (1962), *Balinese Character. A Photographic Analysis*, Academy of Science, New York (ed. orig. 1942).
 Becker H. (1983), *Visual Sociology, Documentary Photography, and Photojournalism: It's (Almost) All a Matter of Contest*, in «Visual Sociology», 10, 1-2: 5-14.
 Bennett M.R. e Hacker P.M.S. (2001), *Perception and memory in neuroscience: a conceptual analysis*, in «Progress in Neurobiology», 65: 499-543.
 Bourdieu P. (1972), *La fotografia*, Guaraldi, Rimini.
 Burke P. (2002), *Testimoni oculari*, Carocci, Roma
 Bjelic D. (2007), *Edited Identities and Geopolitics in Global Media*, in «Ethnographic Studies», 9: 6-18.

anche lui rimarrà sorpreso del disordine regnante, ma non perché esiste un disordine oggettivo che la foto ha immortalato, ma perché la foto decontestualizza i macchinari dalle attività facendo così apparire il laboratorio come il regno del caos (Livingston 2008).

- Chalfen S. (1987 [1997]), *Sorrìda, prego!*, Franco Angeli, Milano.
- Coulter J. (1989 [1991]), *Mente Conoscenza Società*, il Mulino, Bologna.
- Eco U. (1984), *Semiotica e filosofia del linguaggio*, Einaudi, Torino.
- Garfinkel H. (1967), *Studies in Ethnomethodology*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs.
- Goodwin C. (2000), *Practices of Seeing. Visual Analysis: An Ethnomethodological Approach*, in Van Leeuwen T. e Jewitt C. (a cura di), *Handbook of Visual Analysis*, Sage, London: 157-182.
- Goodwin C. (2004), *Il senso del vedere*, Meltemi, Roma.
- Harper D. (1988), *Visual Sociology: Expanding Sociological Vision*, in «The American Sociologist», 19: 54-70.
- Harper D. (1998), *An Argument for Visual Sociology*, in Prosser J. (a cura di), *Image Based Research: A sourcebook for qualitative researchers*, Falmer Press, London: 24-41.
- Harper D. (2011), *Visual Sociology*, Routledge, London.
- Heath C. (1998), *The Analysis of Activities in Face to Face Interaction Using Video*, in Silvermann D. (a cura di), *Qualitative Research: Theory, Method and Practice*, Sage, London: 183-200.
- Heath C. e Luff P. (2000), *Technology in Action*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Heritage J. (1984), *Garfinkel and Ethnomethodology*, Sage, London.
- Hill R. e Stones Crittenden K. (a cura di) (1968), *Proceedings of the Purdue Symposium on Ethnomethodology*, Institute for the Study of Social Change, Purdue University.
- Jayyusi L. (1988), *Towards a Socio-logic of the Film Text*, in «Semiotica», 68: 271-296.
- Jayyusi L. (1991), *The reflexive nexus: photo-practice and natural history*, in «Continuum: The Australian Journal of Media & Culture», 6, 1: 1-22.
- Jayyusi L. (2007), *Between Saying and Showing: Making and Contesting Truth Claims in the Media*, in «Ethnographic Studies», 9: 19-43.
- Livingston E. (2008), *Ethnographies of Reason*, Ashgate, Aldershot.
- Livingston E. (2011) *Etnometodologia sotto le cancellature*, in «Quaderni di teoria sociale», 11: 35-60 (numero monografico su Etnometodologia: prospettive e problemi, a cura di E. Caniglia e A. Spreafico).
- Lynch M., *The externalized retina: Selection and mathematization in the visual documentation of object in the life sciences*», «Human Studies», 11: 201-234.
- Lomax H. e Casey N. (1998), *Recording Social Life: Reflexivity and Video Methodology*», in «Sociological Research Online», 2: <http://www.socresonline.org.uk/3/2/1.html>
- MacBeth D. (1999), *Glance, Trance and Their Relevance for a Visual Sociology*, in Jalbert P. (a cura di), *Media Studies. Ethnomethodological Approaches*, University Press of America, Washington: 135-170.
- Mondada L. (2011), *Il coordinamento dell'azione nella sala operatoria. Come si realizza nell'interazione uno spazio comune di visione, d'azione e partecipazione*», in «Etnografia e ricerca qualitativa», 1, IV: 9-38.
- Poole D. (1997), *Vision, Race and Modernity*, Princeton University Press, Princeton.
- Relieu M. (1994), *Les catégories dans l'action*, in AAVV, *L'enquête sur les catégories. De Durkheim à Sacks*, Edition de l'EHESS, Paris: 185-218.
- Sacks H. (1983), *Come la polizia valuta la moralità delle persone*, in Giglioli P. e Dal Lago A. (a cura di), *Etnometodologia*, il Mulino, Bologna: 177-196 (ed. orig. 1972).

- Slack R., Hartswood M., Procter R. e Rouncefield M. (2006), *Culture of Reading: On Professional Vision and the Lived Work of Mammography*”, in Hester S. e Francis D. (a cura di), *Order of Ordinary Actions*, Ashgate, Aldershot: 175-193.
- Streeck J., Goodwin C. e LeBaron C. (a cura di) (2011), *Embodied Interaction. Language and Body in the Material World*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Sudnow D. (1972), *Temporal Parameters of Interpersonal Observation*, in Id. (a cura di), *Studies in Social Interaction*, Free Press, New York: 261-279.