

ISTRUZIONI PER ELABORATO

SOCIOLOGIA DEI CONSUMI E DEL MARKETING
IUSVE – Verona - 2014-15

PROF. PAOLO MAGAUDDA

“La biografia di un oggetto di consumo”

IN COSA CONSISTE L’ELABORATO

L’elaborato è un testo di circa 3/4 pagine (corredato con una foto originale) in cui lo studente/essa deve descrivere uno specifico oggetto di consumo (appartenente alla propria esperienza diretta) e discuterlo alla luce del concetto di “appropriazione” simbolica e culturale delle merci incontrato nel corso. L’obiettivo è quello di mostrare di aver compreso le implicazioni sociali e culturali della “riappropriazione delle merci” e di saper ragionare creativamente sulle proprie esperienze di consumo a partire dai contenuti del corso. Ci si aspetta, dunque, che lo studente/essa mostri autonomia di scelta dell’argomento, dimostri di aver compreso i contenuti del corso e sappia stabilire dei rapporti tra idee teoriche ed esperienze dirette.

COME PROCEDERE:

- Scegliere un **oggetto di consumo specifico** ed esistente, appartenente alla propria esperienza: un vestito, un accessorio, un libro, un disco, un oggetto di casa, una tecnologia, etc. L’oggetto può essere il proprio, di un amico, della famiglia, ma deve esistere ed essere fotografato nella sua forma reale.
- Raccontare **la biografia di questo oggetto**, a partire dalla propria esperienza o dai racconti che verranno chiesti al proprietario o ai membri della famiglia. Il racconto della storia dell’oggetto deve mettere in luce in che modo, nella fase di consumo, sono stati prodotti nuovi significati di consumo (o sono stati confermati quelli già esistenti); in che modo il consumo si dimostra come un momento di negoziazione dei significati delle merci; come il possesso di un oggetto articola relazioni e forme di posizionamento sociale; in che modo una merce è stata riadattata per differenti usi a partire dalle esigenze dei consumatori; come un oggetto viene usato, mantenuto, conservato, pulito in modi (ovvero “rituali”) che riflettono il rapporto emotivo e relazionale con tali merci.
- La storia dell’oggetto può essere frutto della propria esperienza, ma si può scegliere anche un oggetto altrui: in questo caso bisogna “intervistare” il proprietario, facendosi raccontare il rapporto con

questo oggetto e quali significati questo oggetto possiede. Questo vale soprattutto per gli oggetti di famiglia.

- I concetti e le teorie più rilevanti da utilizzare nell'elaborato sono i seguenti:
- **La biografia degli oggetti di Kopytoff** (Sassatelli, pp. 177-179); **i rituali di consumo** di Grant McCracken (Sassatelli, pp. 134-135); l'idea di **"appropriazione"** di Daniel Miller (pp. 136-138); il processo di **demercificazione** (ma anche ri-mercificazione, se pertinente) (pp. 176-182). Anche altre teorie o concetti possono essere utilizzati (Adorno e Horkheimer, Bourdieu, Appadurai, Simmel, Veblen, etc.), ma in aggiunta a quelli elencati, che rimangono il centro principale del lavoro richiesto.
- In sintesi, l'elaborato dovrebbe rispondere alla seguente domanda:

In che modo la storia, i racconti e l'esperienza dell'oggetto di consumo scelto ci mostrano l'importanza della fase di appropriazione delle merci da parte dei consumatori per attribuire loro significati nuovi e personali? E, più in generale: come tutto ciò ci aiuta a comprendere meglio la dimensione sociale dei processi di consumo nella vita quotidiana?

- **La foto** fatta all'oggetto ha l'obiettivo di rendere l'idea del processo di "appropriazione", dunque l'immagine dovrebbe, almeno tendenzialmente, mettere in risalto i momenti, aspetti, situazioni in cui possiamo osservare il processo di appropriazione.

Un'ipotesi di massima per la struttura dell'elaborato (Non è da seguire per forza, è solo uno dei possibili modi di procedere):

Una prima parte serve per raccontare l'oggetto di consumo, per fare capire di cosa si sta parlando, segnalando anche i significati della "produzione" (2000 caratteri).

Una seconda parte è dedicata a riportare e discutere le varie forme attraverso le quali si sviluppa il processo di appropriazione a livello materiale e culturale di questo oggetto (ovvero attraverso azioni e attraverso idee e discorsi) (3000 caratteri)

Una terza parte è dedicata a discutere in che modo gli aspetti raccontati dell'oggetto e la sua storia si collegano ai concetti teorici

incontrati durante corso. La domanda in questo caso è: in che modo il caso proposto funziona da esempio delle teorie di appropriazione della merce nella fase del consumo? (2000 caratteri).

LA FORMA DELL'ELABORATO

In alto a sinistra scrivere: “Elaborato Sociologia dei Consumi, 2014-2015”

In alto a destra: NOME, COGNOME

- Circa **7.000/8.000 CARATTERI spazi inclusi** (Circa 3/4 pagine)
- TIMES NEW ROMAN 12
- INTERLINEA 1,5
- TESTO GIUSTIFICATO

Una foto originale, scattata dallo studente/dentessa, che rappresenta l'oggetto specifico scelto, da inserire nella prima pagina dell'elaborato.

Domande da farsi dopo aver scritto, prima di consegnare:

- Una persona che non conosce l'oggetto di consumo di cui si parla è in grado, più o meno, di comprendere la descrizione fatta?
- Ho controllato con attenzione, più volte, di non aver fatto errori di grammatica/ortografia nel testo?
- Ho inserito: Nome e Cognome?

ATTENZIONE: fare copia-e-incola da qualsiasi fonte internet o cartacea è “PLAGIO”!! Verranno effettuati controlli a campione: chi risulterà essere autore di plagio sarà fortemente penalizzato nel voto finale di esame. Se non sei sicuro/a di cosa sia il plagio, leggi con attenzione la seguente pagina web: <http://www-3.unipv.it/wwwscpol/files/plagio.htm>.

CONSEGNA: 28 Dicembre 2014 in formato Word o pdf da inviare in mail a p.magauda@iusve.it.