



Laurea Triennale  
Scienze e tecniche  
della Comunicazione  
Grafica e Multimediale

# Sociologia del consumo e del marketing

IUSVE-VERONA (2013-14)

**Lezione numero 11**

18 Dicembre 2013

*Prof. Paolo Magaudda*

# **Consumi, spazio e globalizzazione**



# I centri commerciali

- **Connotazione negativa**
- **Spazi ibridi:** consumo, divertimento, anche istruzione
- Spazi di **socializzazione al consumo**





La palestra  
come spazio di  
consumo

La palestra come metafora  
dell'ambivalenza della società dei  
consumi:

- Espressione di un **desiderio individuale**
- **Disciplinamento** e controllo (anche sociale)





## La casa come spazio sovrano di consumo



### Rapporti di potere in famiglia

### Consumi culturali (Tv, musica, libri)

- Rielaborazione attiva dei contenuti
- Mediazione della cultura familiare



# La “McDonaldizzazione”

George Ritzer: *Il funzionamento del McDonald come metafora delle trasformazioni della società*

**QUATTRO CARATTERISTICHE del McDonald**  
che si estendono all’intero mondo del  
consumo contemporaneo

**Prevedibilità** = So come funziona dovunque

**Efficienza** = Velocità e risparmio di tempo

**Calcolabilità** = So quanto pagherò

**Controllo** = Tutto è schematizzato





USA



Roma



PISA

L'articolazione globale di un prodotto globale



La globalizzazione  
rende  
tutto omogeneo





Presidi Slow Food®



Le risposte alla globalizzazione creano **ulteriori differenze e nicchie** i mercato (l'opposto della **omogeneità globalizzata**)