

LIBRI



## *A tu per tu con il consumatore*

L'approccio qualitativo nell'analisi dei comportamenti di consumo

Offrire un punto di vista ravvicinato sui comportamenti di consumo nella società contemporanea, superando la prospettiva delle indagini quantitative che hanno il limite di descrivere aggregati e target della popolazione in termini statistici. È quanto si propone di fare **Maura Franchi**, docente di Analisi dei modelli di consumo all'Università di Parma, con questo saggio che fa seguito a 'Il senso del consumo', altra sua pubblicazione edita lo scorso anno da Bruno Mondadori. Punto di partenza del nuovo studio è il consumo quale espressione dell'identità dell'individuo e che si muove tra due dimensioni inseparabili: la prima di matrice materiale, la seconda simbolica. Allo scopo di delineare l'evoluzione della ricerca socio-antropologica sulla materia, nel secondo capitolo l'esperta si sofferma sulle teorie di cinque tra i più significativi autori della letteratura specialistica (Thorstein Veblen, Pierre Bourdieu, Jean Baudrillard, Daniel Miller, Jonathan Friedman) correlandone le piste interpretative ai fenomeni di consumo più attuali. Segue una sezione dedicata alla narrazione dei comportamenti di consumo da parte degli individui, soprattutto di quelli più giovani che hanno imparato a raccontarsi attraverso il blog, pratica recente che oltre ad ampliare il potenziale del brand assume anche un particolare significato sociale. Chiude il saggio una carrellata d'interviste sui temi più disparati del consumo (lusso, corpo, estetica, alimentazione, identità culturale) con particolare riferimento al target delle persone anziane e al loro peculiare modo di relazionarsi alle nuove tecnologie e alla cura dell'immagine. Riportando le interviste effettuate, l'autrice intende puntare concretamente

l'attenzione sull'utilità della metodologia dell'analisi qualitativa e, sia pure in forma sintetica, dei molteplici step che la compongono: il disegno della ricerca, la costituzione della base empirica e la costruzione di piccoli campioni, l'elaborazione dei dati raccolti. Ma il focus è soprattutto sull'analisi dei dati qualitativi e dei sistemi di sintesi dei risultati, due aspetti in genere poco trattati. Spiega la studiosa in merito al tipo di orientamento consigliabile in fase di ricerca: "Nei comportamenti del consumo convergono una pluralità di influenze: l'offerta di merci correlata alla qualità delle tecnologie disponibili, le concrete capacità di spesa degli individui, ma anche gli orientamenti e le rappresentazioni sociali, i desideri e le attese, i gusti e i disgusti di un'epoca enfatizzati dalle mode e diffusi dai mezzi di comunicazione. Rispetto a dimensioni di questa natura, gli strumenti quantitativi lasciano domande inevase che solo uno sguardo ravvicinato può esplorare".

Laura Brivio

**Maura Franchi**  
**Raccontare il consumo**

**Franco Angeli, 2008**

**pagg. 190**

**18,00 euro**



N° 17 DEL 09.05.2008 **31**