

1. Record Nr.	UNINA990007088710403321
Autore	Parmiggiani, Paola
Titolo	Consumatori alla ricerca di sé : percorsi di identità e pratiche di consumo / Paola Parmiggiani ; prefazione di Egeria Di Nallo
Pubbl/distr/stampa	Milano : FrancoAngeli, ©2001
ISBN	88-464-2999-0
Descrizione fisica	135 p. ; 23 cm
Collana	Consumo, comunicazione, innovazione , Sez. 1 ; 7
Disciplina	306.3
Locazione	FSPBC BFS
Collocazione	Collez. 1928 (7) 306.3 PAR 1
Lingua di pubblicazione	Italiano
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Sommario/riassunto	Utilizziamo le "merci" per parlare di noi o, al contrario, ci lasciamo parlare dalle merci, dalla molteplicità di stili di consumo che attraversiamo? Utilizziamo il consumo per difendere la nostra interiorità o, piuttosto, per nascondere l'assenza, il vuoto interiore? E, ancora, l'appartenenza ad una pluralità di stili di consumo, di tribù di stile è il presupposto della dissoluzione dell'individualità del soggetto, del suo io, o, al contrario, è legittimo pensare che proprio la parzialità delle identificazioni, il vagare dell'io dall'una all'altra di esse, è ciò che permette di far emergere l'individualità e consente il non appiattirsi dell'io su nessuna delle oggettivizzazioni che il consumo incarna? Sono questi alcuni dei quesiti che l'Autrice affronta nel volume, in un percorso che riconduce il legame tra "identità" individuale e pratiche di consumo al problema della costituzione del soggetto moderno, giocata sul rapporto dialettico tra dimensione soggettiva e oggettiva, e, dunque, al dilemma del rapporto tra autonomia e determinismo, tra irriducibilità e riducibilità del soggetto. Numerose sono le voci che hanno interpretato il consumo come mero strumento di omologazione del soggetto, di mistificazione delle coscienze o, ancora, di spettacolarizzazione del sé dietro la quale si celebra la drammaticità del vuoto interiore. Ma il consumo può essere considerato anche una

"risorsa" per il soggetto, espressione di un'identità proteiforme, un mezzo attraverso il quale sperimentare, provare, affermare e negare i diversi modi del sé. Il percorso storico-concettuale che ha visto accostati fenomeno del consumo e identità del soggetto viene letto attraverso cinque peculiari chiavi di analisi (l'ambivalenza, l'alienazione, l'eterodirezione e le sue varianti narcisistiche, l'edonismo autonomo ed autoillusorio, e, infine, l'appropriazione simbolica), che portano l'Autrice a cogliere nell'agire di consumo quella dinamica tra vita interiore e mondo esterno, tra l'essere e l'apparire.

---