

CRAZYSKILL

Seconda esercitazione:

L'esercitazione di questa settimana prevede lo studio e la descrizione di un esempio di consumatore postmoderno, a partire da una osservazione diretta sul campo. In particolare va approfondita la dimensione ludica del consumo (homo ludens).

COME NATURALISTI OSSERVIAMO LA BESTIA IN AZIONE

Luoghi: Le vie del centro di Padova
Strumenti: Blocnotes e macchina fotografica
Modalità: Interviste singole, osservazione



Provocazione: Il consumatore postmoderno è paragonabile per l'istintività con cui conduce i suoi acquisti ad un animale?



INTERVISTE

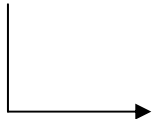
Target: la fascia giovane degli studenti, prevalentemente studentesse universitarie, con o senza acquisti.

Negozi: Foot Locker, Ricordi, Scout, Benetton, Zara, Sisley, EuroShop, Prima Visione, Lush, Pam, 99 cent, Rovere



INTERVISTE : Tipologia

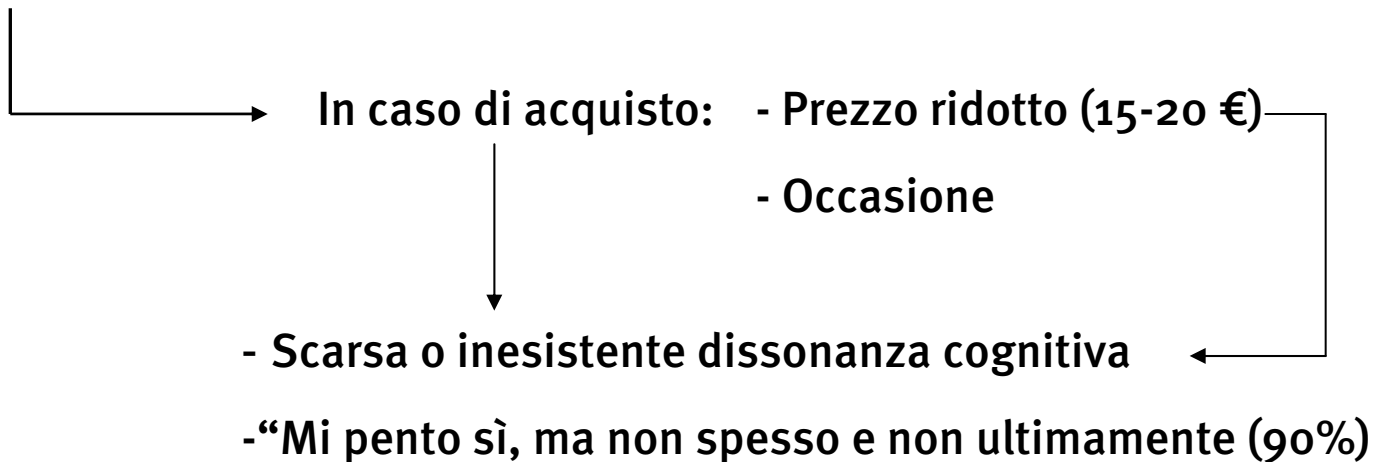
- Interviste Semi-Strutturate



- Domande:**
- Aveva in mente qualcosa quando è entrata?
 - L'ha comprata?
 - Da quanto lo cercava?
 - Frequenta abitualmente il negozio?
 - Compra prodotti di marca?
 - Si è mai pentita dell'acquisto?
 - Si fa consigliare dagli amici negli acquisti?
 - Preferisce negozio o centro commerciale?
 - Acquista mai on-line?
 -
 -

CASI FREQUENTI : WINDOW SHOPPING

" Window Shopping ", passatempo pomeridiano che spesso si traduce in ore a gironzolare, quasi sempre concluse senza comprare nulla.



Seconda Esercitazione

Vesti di marca? “Sì e no, dipende...”

Spesso non c'è autoconsapevolezza, possiamo ipotizzare che la facciata, l'apparenza e l'identità sociale che gli intervistati vogliono mantenere, o che vorrebbero mostrare, siano semplicemente stati smentiti da acquisti che rispondono invece a pulsioni inconsce: così una ragazza che si sente del tutto indipendente e non influenzata dalla moda, potrebbe trovarsi a non resistere all'impulso di comprarsi una borsa di marca.

Nella foto: la cintura indossata da una intervistata che non si sentiva troppo influenzata dalla moda.



ASPETTO LUDICO : QUALCHE CASO

Foot Locker: ragazzino che ha appena acquistato un paio di Nike Silver della nuova collezione e se ne esce gongolante canticchiando la canzone trasmessa ad altissimo volume, stile discoteca, dal negozio.

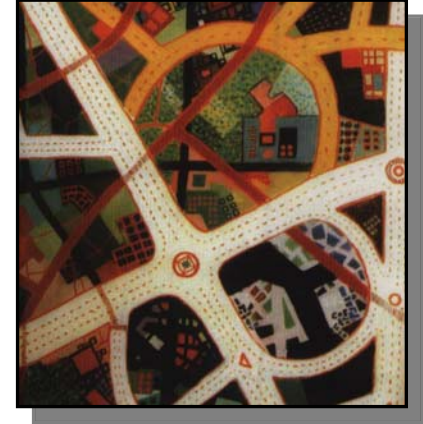
Ricordi: ragazzo che entra da Ricordi solo per ingannare l'attesa dell'autobus ascoltando qualche disco e guardando i nuovi arrivi senza intenzioni d'acquisto, conscio di essere uscito senza portafogli.

Disney Store, Scout : in entrambi i negozi sono in molti ad entrare per il solo gusto di ammirare qualche novità, dal peluche dell'ultimo film della Disney-Pixar alle coloratissime felpe esposte sul banco frigo o sul mobile vintage di Scout.



ASPETTO LUDICO : CONCLUSIONI

L'aspetto ludico investe la globalità dei sensi del consumatore (polisensualismo) che rimane affascinato dall'estetica di questi prodotti di cui, molto probabilmente, non avrà alcun bisogno ma che semplicemente desidera per poter comunicare, magari senza esserne consapevole, ciò che è o ciò che vorrebbe essere agli altri.



Nella foto: particolare esempio di consumatrici postmoderne in cui l'aspetto ludico è evidente.