

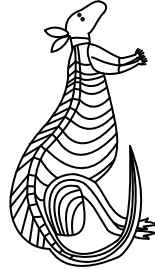


Università
Ca' Foscari
Venezia

Dipartimento di Studi Umanistici

Laboratorio demo-etno-antropologico

Lab



Dea

Lunedì 11 dicembre 2017
ore 14.30-16.30

Palazzo Marcorà Malcanton, II piano, Sala grande

LINDA ARMANO

(Université Lumière Lyon 2 - Università Ca' Foscari, Venezia),

terrà una conferenza su:

SENSO CONDIVISO

Sapere antropologico e altre expertise professionali

Abstract

Commistioni e contaminazioni di saperi e linguaggi professionali rappresentano dimensioni particolarmente sensibili per il sapere antropologico applicato. Nel lavoro applicato il “campo” rappresenta non solo il luogo materiale e simbolico della pratica etnografica ma anche uno spazio di creazione progettuale e innovazione sociale.

Muovendo da questi presupposti, questo contributo intende gettare uno sguardo critico sulle forme di collaborazione e gli aspetti interdisciplinari che si definiscono tra pratica etnografica, competenze analitiche e deontologiche dell’antropologo da un lato e gli *expertise*, gli approcci e i linguaggi professionali di altri interlocutori che sono implicati in contesti di intervento come è, nel caso presentato, il mondo delle imprese. In questo contributo si intende presentare un progetto di antropologia applicata al marketing che unisce due settori disciplinari la cui collaborazione è ancora poco esplorata. L’antropologia applicata al marketing risulta particolarmente interessante dal punto di vista metodologico, soprattutto per proporre alternative alle ricerche di mercato e allo studio del target.

Questo contributo intende presentare un caso di studio in cui è stata applicata l’analisi etnografica ai dati raccolti sul web, i quali sono stati poi integrati con colloqui in profondità off-line. Nel caso specifico si prende in esame l’analisi di un’associazione milanese di madri lavoratrici, *BusinessMum*, la cui presidentessa ha richiesto un’analisi etnografica, in particolare del blog dell’associazione, con lo scopo di migliorare la partecipazione delle utenti attraverso un stile comunicativo “più emico”.

Nota biografica

Linda Armano è collaboratrice scientifica presso TSW Experience Lab di Treviso, azienda che si occupa di marketing strategico e digital marketing, attraverso un progetto di antropologia applicata al marketing. Nel 2011 ha conseguito un dottorato di ricerca in cotutela tra l’Université Lumière Lyon 2 (Anthropologie – Sociologie) e l’Università Ca’ Foscari di Venezia (Storia Sociale Europea dal Medioevo all’Età Contemporanea) sviluppando una tesi intitolata *La cultura di miniera nelle Alpi. Autorappresentazione della categoria professionale dei minatori*, ora in fase di stampa nella collana ACEL Antropologia culturale, etnologia, etnolinguistica di Aracne Editrice di Roma.

Nel 2013 ha sviluppato il progetto “InTribe” approvato dall’azienda QCR Consulting di Milano che le ha permesso di applicare l’indagine etnografica allo studio dei Big Data entrando così in contatto anche, attraverso una collaborazione scientifica fino al 2015, con Freedatas Lab di Milano, azienda specializzata in digital e social media marketing. Armano collabora inoltre, con pubblicazioni, con l’Istituto Euro Arabo di Mazara del Vallo e con l’Associazione L’Ontano Verde di Breno. Armano sta attualmente preparando un progetto per la Marie Skłodowska-Curie Individual Fellowship assieme alla professoressa Valentina Bonifacio.