

Domenico Secondulfo

Domenico Secondulfo è professore ordinario di Sociologia nell'Università degli Studi di Verona, insegna Sociologia nel Corso di Laurea Magistrale in Filosofia, Sociologia delle comunicazioni di massa nel Corso di Laurea Magistrale in Scienze della Comunicazione e Giornalismo; Sociologia dei consumi nella Laurea Magistrale in Marketing e Comunicazione del Dipartimento di Economia Aziendale.

È Coordinatore del Dottorato di ricerca di Sociologia e ricerca sociale dell'Università di Verona.

È membro della Società Italiana di Antropologia Medica, dell'Associazione Italiana di Sociologia, all'interno della quale ha fatto parte del Comitato scientifico della sezione di Metodologia della ricerca, della International Visual Sociology Association, del network dei sociologi dei consumi italiani. Dirige l'Osservatorio sulle strategie di consumo delle famiglie italiane del Dipartimento Tesis dell'Università di Verona.

Si occupa di sociologia dei consumi, di sociologia della salute, di sociologia della comunicazione, e di sociologia della cultura.

Domenico Secondulfo is Full Professor of Sociology at the University of Verona, in which he teaches Sociology in the Master Degree in Philosophy, Sociology of mass communications in the Master Degree in Communication Sciences and Journalism, Sociology of consumption in the Master Degree in Marketing and Communication at the Department of Business Administration. He is chairman of the Ph.D. in Sociology and Social Research at the University of Verona.

He is a member of the Italian Society of Medical Anthropology, of the Italian Association of Sociology, in which he was a member of the Scientific Committee of the Research Methodology section, of the International Visual Sociology Association, of the Italian Network of consumption sociologists. He directs the Observatory on consumption strategies of Italian households in the Department "Thesis" of the University of Verona

His main fields of research are the sociology of consumption, the sociology of health, the sociology of communication, and the sociology of culture.

Tra le sue opere più significative ricordiamo:

- *Sociologia del consumo e della cultura materiale*, Angeli, Milano 2012;
- *Trasformazioni sociali e nuove culture del benessere*, Angeli, Milano 2000;
- *Per una sociologia del mutamento. Fenomenologia della trasformazione tra moderno e postmoderno*, Angeli, Milano 2001;
- *L'analisi delle rappresentazioni sociali nella cultura materiale: problemi e prospettive*, in: Melchior C. (cur.), *La rappresentazione dei soggetti collettivi*, Forum, Udine 2003;
- "Family values and domestic interiors", *Italian Sociological Review*, n. 1, 2011.
- "The Three consumer profiles in Italy", *Italian sociological review*, vol.2, 3, 2012
- "Le conseguenze personali e sociali della globalizzazione: il mutamento valoriale", in: *Democrazia e Diritto*, n. 2/2004, pp. 213 – 233;
- "La famiglia nella società del consumo", in: *Quaderni della segreteria generale CEI*, anno VII, n. 21, settembre 2004, pp. 23 – 36.
- *L'evoluzione del consumatore e il movimento consumerista in Italia*, in: Tsuchiya J. (eds.), *Fashion and Culture in Contemporary Italy*, Tokio 2005;
- *La bella età. I valori dei giovani del nord – est in un'Italia che cambia*, Angeli, Milano 2005.
- (cur.), *Medicina e Medicine. Le cure "altre" in una società che cambia*, numero unico della rivista Salute e Società, Angeli, Milano anno IV, n. 3, 2005, pp. 7 – 220.
- *La grande sorella. Immagine dell'Europa e crisi europea tra i giovani del Nord – Est italiano*, in: Marisa Ferrari Occhionero, Mariella Nocenzi (cur.), *L'Europa fra memoria e cambiamento*, atti del convegno, Roma 8-9 novembre 2004, Aracne, Roma 2006, pp. 267 – 276.
- "Bavagli, informazione pilotata. Il controllo della comunicazione nella prospettiva degli scontri globali e con l'avanzare della tecnologia", in: *Intelligence*, n. 1, aprile 2007, pp. 60 . 70.