

La cultura globalizzata. “Chiedigli la marca”.

Uno degli aspetti più evidenti della cosiddetta “globalizzazione” è la diffusione di culture, mode, modi di vivere e pensare, oggetti uguali in tutto il mondo. Non solo la economia, ma anche la cultura si “globalizza”.

Questa diffusione di modelli culturali, di comportamento, abitudini di vita, linguaggi in tutte le parti del mondo è favorito dalla diffusione dei mezzi di comunicazione di massa. La Tv, presente anche nelle favelas e nei quartieri di baracche del mondo sottosviluppato, ed ora Internet, che favorisce e accelera il processo di informazione e comunicazione.

Così quasi tutti conoscono la Coca cola, vedono le stesse trasmissioni, tendono a comportarsi in modi sempre più simili, perché imitano gli stessi modelli, in genere prodotti in occidente ed in particolare negli USA.

Vorrebbero vestire gli stessi abiti, comprare gli stessi oggetti, imitare gli stessi personaggi.

Ovviamente c'entra anche **la pubblicità**. Un segnale di timido cambiamento culturale nei paesi comunisti prima e nella Cina poi è stata la comparsa di cartelloni pubblicitari e quindi di prodotti quali la Coca Cola, i jeans ecc.. prodotti nel mondo occidentale e fino ad allora proibiti.

Potrebbe sembrare un po' strano, ma forse conosciamo meglio com'è fatto un quartiere di una grande città americana, perché lo vediamo tutte le settimane in tv che certi angoli della nostra città o della nostra regione.

- **Globalizzazione o occidentalizzazione?**
Cultura globale, cultura occidentale o cultura USA?

Ma stiamo vivendo un rimescolamento delle varie culture (credenze, religioni, usi, costumi, ma anche oggetti e prodotti) di TUTTO il mondo o stiamo assistendo alla diffusione della cultura e dei prodotti di una parte del mondo negli altri paesi ?

Prova discutere di questo con il tuo insegnante ed i tuoi compagni.

A quali conclusioni siete arrivati?

Con quali prove lo potete dimostrare?

Allora cosa hai o usi abitualmente di africano, asiatico, dell'Est dell'Europa, del Sudamerica ecc..

Africa:

Asia:

Sudamerica:

Europa dell'Est:

Altri paesi

- c) **Come scegli e come compri.** In genere in base a quali criteri scegli un abito o un oggetto?
Criteri più importanti della scelta.

Criteri	Peso (da 1 a 10)	Osservazioni
1- Mi piace		
2- Costa poco		
3- E' di moda		
4- E' di una marca famosa		
5- Ha un buon rapporto qualità-prezzo		

- **La globalizzazione del lavoro e la nuova schiavitù.**

Spesso prodotti di una grande multinazionale USA o europea vengono fabbricati in paesi del terzo o quarto mondo. Perché?

Se ricordi qualche anno fa c'è stata una polemica sui palloni da calcio venduti da una grande società multinazionale, ma prodotti da bambini del terzo mondo a prezzi molto bassi. Cerca qualche altra notizia del genere, discuti, rifletti.

- **Il mercato globale del lavoro.** Se si globalizza il mercato si globalizza anche quella merce che è il lavoro.

Lo sapevi che:

- 1- buon parte della contabilità di grandi aziende e banche occidentali viene fatta in India (dove ci sono ottimi informatici) tramite Internet?
- 2- nel decreto sui flussi migratori (quanti extracomunitari possono entrare in Italia a lavorare) lo scorso anno erano previsti 2000 tecnici informatici e 5000 infermieri professionali?
- 3- in Piemonte mancano da anni 5.000 infermieri che vengono importati dai paesi dell'Est, del Sudamerica e dalle Filippine ?
- 4- Se conosci persone anziane e molto malate prova ad informarti su chi li segue e li cura e da quali paesi proviene
- 5- Informati sui giornali online o carta e sulla rete sulla legge che il governo propone per regolare l'ingresso degli extracomunitari, discutine col tuo insegnante e scrivi cosa ne pensi.

Vantaggi

Svantaggi

Ti sembra una legge giusta? Perché?

- **Modelli di vita (way of life) e di comportamento, valori. Come si formano.**

Come ti formi le tue opinioni e come scegli i valori in cui credere.

a) Un giro sul satellite: film, musiche, mode.

Se hai il satellite fai un giro sul satellite e sottolinea quali sono le somiglianze e le differenze fra stazioni di tutto il mondo.

Stazione	Paese	Somiglianze	Differenze

- **L'informazione mcdonaldizzata**

a) Da quali mezzi di comunicazione prendi le informazioni che ti interessano

+ Canali TV:

+ Giornali:

+ Radio:

+ Altre:

alcuni siti: www.rai.it

www.canale5.com

b) Da dove provengono le informazioni che senti o vedi? Lo sai che tutte le informazioni del mondo provengono in genere da una decina di agenzie di informazioni o grandi network?

Controlla ai loro indirizzi Internet.

www.ansa.it Ansa (in Italiano)

www.adnkronos AdnKronos (in

Italiano)

www.afp.fr France Presse (in

Francese)

www.pa.press.net (in Inglese)

www.cnn.com CNN (in Inglese)

www.internazionale.it



For a QUICK read of the Headline News, click here.

May 12, 1999 -- Updated 1:18 p.m. EDT, 1718 GMT, @762 swatch: internet.com

c) I format. Le trasmissioni che hai visto in giro sul satellite o che vedi sui vari canali televisivi spesso non sono originali, ma riproducono un modello (format) inventato da qualche parte, in genere in USA o Europa e poi venduto in tutto il mondo. **Stiamo vedendo tutti le stesse cose.** Scorri i titoli di coda delle trasmissioni e gira sul satellite.

Titolo trasmissione	Da dove viene il format	In quali paesi è/è stata trasmessa	Osservazioni

d) **I modelli del cinema e della TV.** E' stato riconosciuto che la TV, dopo la famiglia e prima della scuola, forma idee, opinioni, ispira modelli. Se stiamo diventando tutti un po' simili è anche perché guardiamo tutti gli stessi film, telefilm, serie televisive. Da dove vengono?

Prendi uno di quei giornali che riportano tutte le trasmissioni TV. **Dove sono stati prodotti i film, i telefilm, i cartoni, le serie televisive che sono trasmesse (su tutte le reti) questa settimana.**

Se hai voglia puoi anche cercare per alcune settimane...

EDICOLA

I link a tutti i giornali del mondo online

- [Africa](#)
- [Americhe](#)
[Argentina, Brasile, Canada, Messico, Stati Uniti...](#)
- [Asia](#)
[Cina, Giappone, Hong Kong, India, Indonesia...](#)
- [Europa](#)
[Francia, Germania, Gran Bretagna, Italia, Norvegia, Portogallo, Svezia, Svizzera...](#)
- [Oceania](#)
[Australia...](#)
- [Agenzie di stampa](#)

Nome del programma	Tipo (film, telefilm, cartone, serie Tv)	Dove è stato prodotto (c'è scritto in genere accanto al titolo)	Dove è ambientato	Secondo te che modelli o valori propone?

• **Discuti con un compagno di.....**

Per confrontarti sulle trasmissioni di moda e più conosciute anche all'estero puoi cercare un contatto con un "amico di penna" in diversi paesi di cui conosci un po' lingua e discutere di cosa vedete o cosa piace ad entrambi.

<http://members.tripod.com/~Pattix/penpal.htm>

- **Il bisogno di identificazione (glocalizzazione, regionalizzazione, appartenenza ad un gruppo, identificazione)**

La ricerca di modelli, comportamenti comuni, ma anche di mode e oggetti fa parte della tua età. E' il bisogno di far parte di un gruppo (e chi fa TV o vende prodotti lo sa) che alla tua età si sente di più.

Oggi abbiamo:

- a) la possibilità "virtuale" di far parte di un gruppo di giovani grande come il mondo.
- b) la possibilità "virtuale" di essere anche un po' (anche se non abbiamo i mezzi per viaggiare o siamo in un paese povero), negli USA, in Europa, nel mondo.
- c) Insieme si sente la necessità di sottolineare a volte la nostra differenza dagli altri. Ricordi il discorso sulle tendenze alla globalizzazione (tutti simili), ma anche alla localizzazione, al rispetto delle usanze locali.
- d) Purtroppo talora anche l'odio, il terrorismo e la guerra esprimono (in modo violento) il bisogno di rendere gli altri uguali a noi o il bisogno di rimanere diversi e non farsi "colonizzare".
- e) Fanno entrambi parte di un processo di scoperta di se stessi, di identificazione che in genere si sente di più alla tua età, ma che permane per tutta la vita. Vogliamo far parte del mondo, ma anche non perdere noi stessi e le cose che ci sono vicine e care.
- f) La cosa più importante è non vivere questa ricerca in modo passivo e inconsapevole.

Prova anche a rileggere le prime 2 schede sulla cultura globalizzata.

Ciao a presto

**Albertini &
Marchisio**

gianalb@etabeta.it

marchisi@inrete.it