

# Globalizzazione e imperialismo culturale

[Selezione diapositive]

# La globalizzazione della comunicazione

1. Emergere di reti di comunicazione globali.
2. Globalizzazione = processo strutturalmente squilibrato (egemonia di alcuni paesi, grandi conglomerati).
3. Teoria dell'imperialismo culturale (Disney).
4. Diffusione globale delle forme simboliche (globale/locale → Dallas).

# Globalizzazione



## DEFINIZIONI

Processo di crescente interconnessione fra regioni diverse del mondo;

(interconnessione, interazione, interdipendenza);

interconnessione sistematica, reciproca, che coinvolge effettivamente l'intero pianeta.

# Globalizzazione

Dato oggettivo: economia, politica,  
comunicazione (concetto di cosa)

Dato soggettivo. Es.: globalizzazione come  
coscienza di interdipendenza (società civile  
globale, movimenti per la pace, movimenti no global)

# Ottocento



Nascono reti di comunicazione “organizzate sistematicamente su scala globale”:

1. Sviluppo di reti telegrafiche sottomarine
2. Organismi internazionali con la funzione di intervenire sull’allocazione delle frequenze
3. Agenzie di informazione internazionali

# Agenzie di informazione internazionali

1° agenzia: 1835 Parigi (C. Havas)

Fine anni '40: Reuter (Londra); Wolff (Berlino)

1848: Ap (USA)

1907: Upa poi Upi (USA)

Dalla seconda guerra mondiale le principali agenzie sono: Reuter (GB), Ap (USA), Upi (USA), AFP (Agence France-Presse).

E i paesi meno sviluppati?

# Flusso di informazioni

Chi produce informazioni?

Da dove vengono le informazioni?

Ovvero, qual è la direzione del flusso di informazioni?

Anni '70/'80: l'Unesco si adopera per un nuovo ordine mondiale dell'informazione e della comunicazione.

# Teoria dell'imperialismo culturale



H. Schiller, *Mass Communications and American Empire*, (1969, 1992<sup>2</sup>)



Predominio economico e culturale degli Usa

# H. Schiller

Dopo la seconda guerra mondiale:



- crescente dominio degli Usa nel campo economico e in quello delle comunicazioni;
- parallelo declino delle potenze coloniali dell'800: Gran Bretagna, Francia, Olanda, Spagna, Portogallo

# H. Schiller

## CRITICHE

l'economia globale è multipolare;  
gli Usa non hanno più una posizione egemone  
nella produzione cinematografica.

## RISPOSTA

Risposta di Schiller: l'egemonia della cultura  
statunitense e dei prodotti medialti americani non  
si sarebbe ridotta in modo apprezzabile.

# Teoria dell'imperialismo culturale



“[...] la tesi di Schiller ignora il processo ermeneutico di appropriazione”.

L'informazione circola su scala **globale**.

La ricezione è **locale** e consiste in un “processo ermeneutico di appropriazione” (ermeneutica).

Schiller non considera:

- le diverse forme di resistenza all'imperialismo culturale;
- l'attuale comportamento delle élite delle società non occidentali.

# Disney



## Imperialismo culturale?

Ariel Dorfman, Armand Mattelart

*Come leggere Paperino*, Feltrinelli, Milano, 1972

[*Para leer al Pato Donald*, Valparaiso, Chile, 1971]

[A. Dorfman: addetto stampa di S. Allende]

Esempio di **analisi del contenuto visuale** (cfr. Conti U., *Lo spazio del visuale. Manuale sull'utilizzo dell'immagine nella ricerca sociale*, Armando, Roma, 2016, p. 50).

# Disney

“pericolo [...] per i paesi dipendenti come il nostro. La minaccia non sta nel fatto che egli sia il portavoce dell'*american way of life*, del modo di vita nordamericano, ma nel suo farsi rappresentante dell'*american dream of life* [...]” (p. 163).

# Disney

*American way of life*

Coca-colonizzazione → Coca Cola

Mcdonaldizzazione → McDonald's

Coca Cola:

“Dietro la Coca Cola c'è tutta una struttura di aspirazioni, di modelli di comportamento; quindi modelli di un tipo di società presente e futura, e un'interpretazione del passato”.

# McDonald's

McDonald's = modello di alimentazione

McDonald's = logica, stile di vita



efficienza, velocità

omogeneità, prevedibilità



Fast food, slow food, world food

*American dream of life*



Valori

immagine del mondo



Es.: l'accettazione della sottomissione

# Disney



## Il potere e l'accettazione della sottomissione:

“Ogni personaggio è da una parte o dall'altra della linea di demarcazione del potere. Quelli che stanno sotto devono essere obbedienti, sottomessi, disciplinati, e accettare con rispetto e umiltà gli ordini dei superiori. Quelli che stanno sopra esercitano la coercizione costante [...]” (p. 31).

# Disney



## L'antagonismo

“... quello di Disney è un mondo [...] dove **l'antagonismo non è mai sociale** (competizione tra bene e male, individui più o meno fortunati, stupidi e intelligenti). Quindi, la **base materiale** che esiste in ogni azione del nostro mondo quotidiano concreto non è presente nei fumetti Disney” (pp. 164-165).

# Come leggere Paperino

## Valori proposti: il denaro

(p. 98)

riscuote. Devo brevettare questo nuovo proverbio.  
"Devi aver speso un mucchio di soldi per dare questa festa, Paperino." Esempi espliciti, ma in genere è implicito che tutto giri attorno al denaro o all'oggetto e al modo di ottenerlo.

In questo mondo di Walt, in cui ogni parola è la pubblicità di una cosa o di un personaggio, si





# Come leggere Paperino

Pace e amore: la strategia  
della diluizione (p. 77)



Dorfman, Mattelart

Cosa significa leggere Disney?



“Leggere Disney significa inghiottire e digerire la propria condizione di sfruttamento” (p. 170).

# Dorfman, Mattelart

Cosa rappresenta il mondo Disney?



“Il mondo-Disney non è il rifugio nella sfera del divertimento occasionale, è la nostra vita quotidiana di **dominio** e di **sottomissione sociale**. Mettere in questione Paperino significa mettere in questione le diverse forme di cultura autoritaria e paternalistica [...]” (p. 172).

Dorfman, Mattelart

Paperino (p. 173)



“Finché la sua figura sorridente passerà innocentemente per le strade del nostro paese, finché Paperino sarà potere e rappresentazione collettiva, l'imperialismo e la borghesia potranno dormire tranquilli”.

# Walt Disney (1901-1966)

- Fumetti
- Film di animazione (es.: *Biancaneve* – 1937; *Fantasia* 1940)

- Anni '50: *Disneyland*

Parco a tema. Parco che offre ai visitatori l'opportunità di entrare all'interno dei film sia mediante giochi, sia incontrando incarnazioni dei personaggi più famosi dei cartoni animati.

Una città nella città: “Questa città non sarà mai completata del tutto: continuerà a crescere, ad espandersi, a produrre cose nuove fin tanto che vi sarà immaginazione nel mondo” (Disney).

## Disneyland

Walt Disney	Dorfman, Mattelart
<p>“La gente qui è in una condizione naturale: si divertono, comunicano fra di loro”.</p> <p>“[...] fuori dai cancelli di Disneyland [...] le persone sono ostili e hanno pregiudizi”.</p> <p>(Bolter, Grusin, 2002)</p>	<p>“[...] Disneylandia nasce al servizio di una società che ha bisogno di divertirsi, è un’industria del divertimento, che nutre l’ozio con altro ozio mascherato da fantasia</p> <p>(p. 165)</p>

## *Disneyland*

“Disneyizzazione della società” → effetti omogeneizzanti della globalizzazione

(A. Bryman, D. Lyon, K. Kumar)

M. Ciotta, *Walt Disney. Prima stella a sinistra*, Bompiani, Milano, 2005 → riabilitazione di Disney

# *Disneyland*



Falsificazione della realtà, fuga dalla realtà [-]

Ciotta 2005 [+]:

progetto alternativo di vita;

invito alla trasformazione delle città → piccole città  
(postmodernità)

# Riassumendo

## GLOBALIZZAZIONE



Imperialismo, effetti omologanti.

Critiche alla teoria dell'imperialismo:



- l'economia globale è diventata multipolare
- l'ibridazione culturale è normale
- Schiller ignora il processo ermeneutico di appropriazione [Es.: Dallas] → ricezione.