

Antropologia

Studio della differenza culturale

- Ma come si configura questa differenza?
- XIX secolo → Adesione a concetto **discontinuista** di gruppi umani e culture che abbiamo rifiutato
 - Differenza si articola attorno ai concetti di:
 - **Razza** (differenza genetica)
 - **Cultura** (differenza culturale irriducibile)
 - **Etnia** (sostrato territoriale/culturale/nazionale... che determina la differenza: es. della «cultura come elemento ereditario» di cui parlava Aime)

Inculturazione

Processo di trasmissione dei saperi all'interno di una stessa cultura → Idea replicativa e meccanica della trasmissione cult., che riprodurrebbe sempre gli stessi modelli

→ Concezione **processuale** culture → Anche la trasmissione diventa un **processo** → Superamento idea inculturazione

Soprattutto, è un processo **relazionale**, interattivo, ove gli attori sono molti ('insegnanti', 'allievi', quadri e disposizioni istituzionali, ecc.)

(→ nuove generazioni = **soggetti attivi** di apprendimento,
≠ oggetti passivi di inculturazione)

- Razza
- Cultura
- Etnia
(e identità)

Concetti su cui si definisce, si organizza e si giustifica la **differenza** (una differenza stabilita su basi **arbitrarie**, contestuali, storiche e contingenti, che non trova fondamento in alcun fattore ontologico, naturale e immutabile)

Concetti che non corrispondono a un'essenza (anche se possono diventarlo)

Come spiega Ugo Fabietti (1995, p. 133), l'identità etnica «*corrisponde al sentimento che determinati individui hanno di una comune appartenenza ad una "tradizione" che è, il più della volte, immaginata*»; essa tuttavia «*non è il frutto della pura immaginazione. Una volta "immaginate", le etnie assumono una consistenza molto concreta per coloro che vi si riconoscono*». Alla base del sentimento di appartenenza vi è un dogma. «***Ma è proprio tale dogma a fondare una ontologia che, per quanto prodotta soggettivamente, ha una portata oggettiva per coloro che a quel dogma aderiscono. "Credere", da questo punto di vista, equivale a "essere"***» (ivi, p. 135).

Nome

(p. es nome dato alle cose/popolazioni)

- Processo di **categorizzazione**
- Definizione umana (culturale) che può anche arrivare a definire l'umanità e la dis-umanità (chi può essere considerato 'umano' e chi no – secondo presupposti, ancora, arbitrari)
- Es.: «boscimani» → definizione modello/prototipo che raramente corrisponde alla realtà empirica (per il motivo stesso per cui è stata rifiutata una interpretazione discontinuista delle culture e proposta quella relazionale, processuale, storica, contestuale)

Globalizzazione

- Fattore storico che ha reso gli antropologi più consapevoli del fatto che le culture sono sistemi processuali, relazionali, ibridi
- Così globalizzazione = uno dei temi principali antropologia contemporanea (in una realtà interconnessa, esiste ancora la differenza? Dove si colloca e come si manifesta?) → ripensamento concetto cultura
- Definizione: v. pp. 201-202 manuale Dei → Globalizzazione = sistema 'trans-nazionale' (superamento confini Stati-nazione come unità organizzative di economia, politica, società, ...)

Globalizzazione

- diffusione globale elementi culturali che si intrecciano alle tradizioni locali (elemento di novità)
- **Globalizzazione** = fenomeno economico, politico, sociale e culturale
 - Economico (unificazione e liberalizzazione mercati mondiali; delocalizzazione attività industriali; spostamento lavoratori verso i centri economici principali)
 - Politico (i flussi di persone, capitali e beni superano lo Stato-nazione come cornice organizzativa di economia, politica, cultura)
 - Intensificazione **relazioni sociali**
 - 'Restringimento' del pianeta (dato da possibilità di movimento, tecnologie di comunicazione e trasporto, media che veicolano immagini e contenuti culturali da un luogo all'altro)

Globalizzazione

- Interpretata come imperialismo culturale dell'Occidente, che avrebbe esportato modelli economico-sociali, politici e stili di vita distruggendo specificità locali e imponendo una **omogeneizzazione culturale**
- Antropologia (e studi etnografici in contesti locali) dimostra che (come sempre!) le cose sono più complesse di così:
- globalizzazione → **deterritorializzazione** (sempre più persone, prodotti e immagini attraversano costantemente confini territoriali)
→ superamento idea |una società = una cultura| di stampo funzionalista e idea discontinuista del mondo come 'mosaico di culture' → ripensamento concetto stesso di cultura
- Ulf Hannerz (1992): i «**flussi culturali**» globali sono oggetto di costanti **rielaborazioni** da parte di individui e gruppi locali → globalizzazione non significa necessariamente omogeneizzazione

Globalizzazione

Globale <--> Locale

Omologazione <--> Distinzione

Aspetto fondamentale per antropologia: **transnazionalismo**

Transnazionalismo = movimenti diasporici di persone e gruppi che mantengono però contatti costanti (e riferimenti) col gruppo di provenienza

Transnazionalismo

Da modello 'internazionale' a modello 'transnazionale' di migrazione (contatti con luogo/cultura di origine) (cit. Appadurai p. 205 Dei)

Transnazionalismo: concetto che supera dualismo assimilazione / riconoscimento (melting pot / salad bowl)
[dualismo che riproponeva concezione discontinuista delle culture]

spazi transnazionali = spazi di migrazione 'diasporica' (che mantiene contatti con la comunità d'origine), deterritorializzata e spesso transitoria (professionale, turistica, formativa, ecc.)

spazi transnazionali = spazi ibridi di 'frontiera' (distinti sia da quello di 'provenienza' che da quello di 'destinazione': es. comunità accoglienza turistica; campi profughi; 'badanti'...)

Postmodernità

Avanzamento tecnologico/mediatico → oltre alle persone si muovono con inedita facilità segni, simboli, significati, immagini, idee...

Frammentarietà e molteplicità esperienza rende difficili analisi 'totalizzanti'

Alla frammentarietà si contrappone quella che Deleuze chiama la de-differenziazione = superamento dei confini settoriali tra ambiti e livelli culturali diversi (cultura 'pop')

[→ problemi di riconoscimento autorevolezza]

Globalizzazione

Forza **omogenizzante** | forza **ibridativa** (che moltiplica le differenze)

Teorie dell'omologazione (centro/periferie; 'McDonaldizzazione del mondo'; imperialismo cult.; 'acculturazione' delle 'periferie')

→ riproposizione idea del consumo di Adorno, come 'dispositivo' di dominio imposto dall'alto (dai grandi gruppi economici; il 'Nord' del mondo) e subito dal basso (i consumatori; le 'periferie' economiche)

Come vedremo per il consumo, vale qui lo stesso assunto: 'McDonaldizzazione' non viene solo e semplicemente subita, ma **adottata** e fatta propria dai 'fruitori' (discorso sull'**appropriazione** – es. cricket indiano)

Globalizzazione

Forza **omogenizzante** | forza **ibridativa** (che moltiplica le differenze)

Teorie dell'eterogeneità/ibridazione:

globalizzazione risponde alla spinta di grandi forze economiche e di modelli culturali (e politici) egemonici, MA questi **interagiscono coi contesti locali su cui vorrebbero imporsi o da cui vengono adottati**

(Produzione <--> Consumo)

E questi fenomeni possono incontrare anche forme di **resistenza** o moti contrari (lottatori bretoni; 'slow-food' come reazione alla McDonaldizzazione dell'alimentazione; idea di decrescita...)

Globalizzazione

Secondo Hannerz, ≠ replica uniforme di modelli unici, ma «**organizzazione della diversità**», secondo logiche inedite

- Arjun **Appadurai** (*Modernità in polvere*, 1996): i «**flussi culturali**» riguardano **persone**, ma anche **tecnologie**, **capitali/finanza**, **immagini** e **informazioni** veicolate dai **media**, idee e **ideologie** politiche/religiose
 - le forme che assumono questi flussi globali a livello locale sono **variabili**, esito di forze convergenti, divergenti o contrastanti
- In questo contesto, Appadurai evidenzia anche il carattere di **esplicita e consapevole adesione** a modelli culturali e identitari differenti, che sono ormai svincolati da un legame diretto col territorio in cui si vive

Globalizzazione

Cultura come 'scelta'

- (Non necessariamente deliberata e consapevole: si sceglie entro un ventaglio di possibilità)
- Scelta che ci rappresenta
 - Sport
 - **Pratiche di consumo**

Consumo culturale

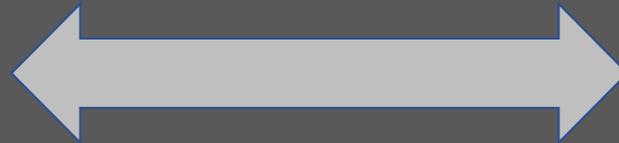
Pratiche e rappresentazioni legate al consumo

- Ambito multidisciplinare
- Consumo = vuota pratica meramente economica (dunque a-culturale)? Pura 'razionalità' economica?
- Consumo = costruzione dei 'bisogni' di cui consumatore è oggetto passivo? (strumento di dominio e assoggettamento alle regole economiche?)
- Consumo = pratiche, rappresentazioni e **processi di attribuzione di senso** a beni o attività che danno senso alla nostra esistenza e hanno molto di culturale

Società industriali

Divisione tra

Produzione
(industria)



Consumo

Consumo culturale

Stuart Hall (*Cultural studies*):

codifica | *decodifica* prodotti culturali di massa

Consumo culturale = processo **non passivo**

Michel De Certeau (1984):

strategie di produzione | *tattiche* di consumo

Prodotti

Possono essere sia quelli **tangibili** che quelli **intangibili** (film, media, attività e pratiche culturali)

Differenza culturale si esprime anche attraverso:

- Disponibilità e **accesso differenziale** a questi prodotti (possibilità economiche; disponibilità risorse...)
- **Scelta** dei prodotti
- **Modi di appropriazione**, di dar loro valore (valore che non si riduce a quello economico), di utilizzarli, di condividerli...

Consumo

Idea di **scelta** = idea di **democratizzazione** (prodotti accessibili per tutti)

Theodor Adorno (e scuola Francoforte, anni 1940)

→ consumo = strumento di **dominio** e di **assoggettamento** alle logiche del mercato (nascosto dietro l'idea seducente di democratizzazione)

→ Idea di '**industria culturale**' (beni culturali prodotti in maniera seriale, su scala industriale)

→ Teoria che supera visione del consumo come sfera futile e insignificante d'azione economica (consumo come significativo **mezzo di controllo** e di **costruzione della soggettività** e del **desiderio**)

Cultura di massa

Proponendo immagini desiderabili, l'industria culturale di fatto **costruisce il desiderio**

Industria culturale **crea serialmente modelli condivisi** (desideri e immaginari condivisi) e assoggetta i consumatori, omologandoli al conformismo

→ Impossibilità di autonomia individuale (poiché chi non si adegua si trova escluso)

Cultura di massa = conformista e alienante ('oppio dei popoli')

→ Posizioni che lasciano da parte il consumatore

Società industriale

Divisione tra

Produzione
(industria)



Consumo

Consumatore

Soggetto attivo di pratiche di consumo (scelte, resistenze, 'resilienze'...) e non oggetto passivo dell'industria, che lo costruirebbe a sua immagine e somiglianza

Analisi prodotti insufficiente: come le persone **fruiscono** dei prodotti? Come li utilizzano? Come li fanno propri? A cosa danno importanza? (es. drago cinese)

→ Antropologia (**etnografia**) = Strumento fondamentale per indagare le concrete **pratiche** di consumo, di **appropriazione** e di **significazione** (**rappresentazione**) delle merci