DOPPIOZERO

Globalizzazione

Vanni Codeluppi

5 Maggio 2014

Anthony Giddens ha definito nel volume *Le conseguenze della modernità* la globalizzazione come «l'intensificazione di relazioni sociali mondiali che collegano tra loro località distanti facendo sì che gli eventi locali vengano modellati dagli eventi che si verificano a migliaia di chilometri di distanza e viceversa» (p. 71). È evidente dunque che la globalizzazione si manifesta in conseguenza del verificarsi di intensi processi di scambio a livello planetario per merci, tecnologie e conoscenze scientifiche e culturali. E che essa comporta la costituzione a livello internazionale di mercati sempre più omogenei e globali.

Non si tratta perciò di un fenomeno nuovo, come apparentemente potrebbe sembrare. Infatti, esso ha operato per migliaia di anni, in quanto si è generalmente manifestato in conseguenza degli scambi resi possibili da viaggi, migrazioni e attività commerciali. Addirittura, attorno all'anno Mille, la globalizzazione seguiva un percorso che non si originava dall'Occidente verso il resto del mondo, ma andava nella direzione contraria. Ad esempio, strumenti d'uso come la carta, la polvere da sparo, la balestra, l'orologio, la bussola magnetica, il carro su ruote e il ventilatore girevole all'epoca venivano già largamente impiegati in Cina e da lì si sono diffusi anche nel resto del mondo, Europa inclusa.
Diversi autori ritengono però che di globalizzazione si possa propriamente parlare soltanto a partire dal Quattrocento, ovvero da quella vera e propria rivoluzione commerciale che ha avuto inizio con la fine del Medio Evo. Essa dunque si è originata da quella progressiva crescita della densità degli scambi economici che è una delle principali caratteristiche delle società moderne. Vale a dire che è in qualche misura figlia della modernità.

In realtà, il processo di globalizzazione si è manifestato in maniera evidente soprattutto negli ultimi cento anni e ciò è avvenuto per la spinta determinante esercitata dalle nuove tecnologie, che rendono sempre più economici e facilmente accessibili i trasporti e la comunicazione, creando quel «villaggio globale» che è stato profetizzato già molti anni fa Marshall McLuhan e che omogeneizza in maniera crescente i consumatori dei vari Paesi, raggiunti dalla stessa massa di informazioni.

Va considerato inoltre che l'incremento esponenziale delle spese di ricerca, marketing e promozione (causata dalla crescente concorrenza innescata dalla saturazione di molti mercati e dal livellamento tecnologico e qualitativo) e la tendenza verso la staticità del tasso di incremento demografico in tutti i Paesi occidentali spingono le imprese a ricercare quei vantaggi che sono propri delle economie di scala e che sono raggiungibili soltanto attraverso la standardizzazione della produzione e del marketing e l'aumento dei volumi di vendita su scala mondiale. Pertanto, anche le imprese ricoprono nelle società occidentali un ruolo che stimola il processo di globalizzazione.

Molte imprese hanno però ingenuamente ritenuto che tutti gli individui del mondo possedessero gli stessi gusti e gli stessi desideri. E con esse diversi studiosi di marketing hanno erroneamente sostenuto che la globalizzazione si può estendere a ogni categoria di prodotto. Per Theodore Levitt, ad esempio, la globalizzazione è una tendenza generalizzata che riguarda i prodotti con un elevato contenuto tecnologico, ma anche le altre merceologie. In realtà, la globalizzazione è un fenomeno che coinvolge ancora un numero limitato di settori merceologici, sebbene si tratti di settori spesso assai importanti come quelli relativi ai capi d'abbigliamento, ai prodotti alimentari, alle bevande analcoliche, all'elettronica di consumo (televisori, computer, smartphone, ecc.) e a beni durevoli vari (motociclette, automobili, ecc.). Inoltre, in tali settori non riguarda comunque tutti i prodotti, sebbene sia destinata a diventare in futuro ancora più importante. Dunque, l'economia internazionale non può essere considerata completamente globalizzata, anche perché molti mercati sono chiusi o comunque ostacolati da dazi e barriere, la mano d'opera non può muoversi liberamente a causa di politiche migratorie restrittive e le multinazionali mantengono i loro nuclei centrali nei Paesi d'origine.

Le forme contemporanee della globalizzazione si differenziano rispetto a quelle precedenti soprattutto a causa del maggior livello d'intensità e della presenza di gigantesche quantità di capitali finanziari che circolano liberamente in quanto sono indipendenti dal contesto sociale a cui dovrebbe appartenere e assumono un'elevata importanza nei confronti dei beni e dei servizi, grazie alle enormi possibilità di trasferimento create dal "denaro elettronico", che esiste soltanto come informazione presente all'interno dei computer. Tali capitali, infatti, possono mettere improvvisamente in difficoltà intere economie, come si è visto negli ultimi anni con la crisi economica che ha interessato molti Paesi occidentali.

Un'altra significativa differenza della globalizzazione odierna rispetto a quelle del passato è costituita dalla massiccia presenza di potenti marche globali in ogni angolo del pianeta. McDonald's, Coca-Cola, Disney, Sony, Levi's, Nike e tante altre marche sembrano infatti operare ovunque con la stessa intensa capacità di promuovere prodotti e modelli culturali. Sembrano cioè riuscire a imporre quel processo di «mcdonaldizzazione della società» che è stata individuato da George Ritzer, il quale con tale espressione ha cercato d'indicare l'idea che nei paesi avanzati le più importanti istituzioni sociali (scuola, sport, politica, religione, ecc.) adottino quel principio di razionalizzazione e standardizzazione nella gestione delle risorse umane ed economiche che è proprio di McDonald's, grande azienda multinazionale di ristoranti *fast food* che lo adotta quotidianamente nella sua offerta di servizi al consumatore e nella sua organizzazione del lavoro.

Tutto ciò non comporta comunque che la globalizzazione debba essere considerata come un processo che esercita principalmente un'azione omologante sulla cultura sociale e sull'economia. Possiamo invece interpretare la globalizzazione attraverso un'interpretazione di tipo dialettico e capace di mettere in luce i numerosi volti di questo complesso fenomeno sociale. Come quelli, ad esempio, che studiosi "post-coloniali" come Gayatri Chakravorty Spivak hanno messo in luce a partire da una prospettiva non-occidentale.

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO


SCAFÉ
McDonald's
Gillette
SAMSUNG
NOKIA
Marlbor
Globalization
By Guille3691