



Seminario "Glocalizzazione, Italicità e Made in Italy"

Riccardo Giumelli

Universidad Nacional de Mar del Plata 10/11/12 de septiembre de 2019

Unidad 1: Introducción y discusión del paradigma subyacente. La historia de las identidades: de la modernidad a la postmodernidad. Procesos globales (Bauman, Giddens, Beck, Appadurai). La era de la Connectografía (Parag Khanna). De las comunidades territoriales a las comunidades de relación. Formas de pluripertenencia y movilidad humana: de la emigración a la diáspora y la nueva movilidad contemporánea. Formas de determinismo cultural y glocalización.

Unidad 2: El paradigma de la italicidad (Bassetti, Giumelli). ¿Qué significa ser italiano y qué significa ser itálico? Cuales son las diferencias. Porqué la italicidad es un gran recurso para Italia y para los lugares donde tiene lugar fuera de Italia. La comunidad de negocios Itálica global. La italicidad y la red: el caso de Italicos.com.

Unidad 3: Made in Italy. ¿Cómo nace el "made in"? ¿Cuánto afecta el país de origen en la percepción de un producto? Procesos glociales y made in Italy. Los paradigmas del Made in Italy, las diversas caras del Made in Italy y la definición del Post-made in Italy. Comunidad de relación como una oportunidad para el estilo de vida italiano. Made in Italy y en el mundo de la Dolce vita. Se investigarán y estudiarán casos particulares. Turismo de raíz y turismo de retorno como nuevas oportunidades itálicas.

Metodología: Lección frontal. Se mostrará material de video y audio. Se preven encuentros interactivas con los presentes. Posibilidad de interactuar también con otros posibles profesores o personajes capaces de aportar un testimonio. Proporcionar (en caso de compra) copias del texto "Post-made in Italy. Nuevos significados, nuevos desafíos en la sociedad global" ed Altravista.

<https://www.lavocedinewyork.com/arts/libri/2019/08/05/post-made-in-italy-no-il-made-in-italy-non-e-morto-ha-solo-cambiato-nome/>