

Fausto Colombo e Ruggero Eugeni (2015), a cura di, “*Storia della comunicazione e dello spettacolo in Italia - Volume II. I media alla sfida della democrazia (1945-1978)*”, Vita e Pensiero, Milano.

Francesca Fichera
Università degli Studi di Napoli Federico II

In questi anni di tensioni e frizioni continue fra i concetti di globale e locale, l'idea di progettare e mettere a punto una *Storia della comunicazione e dello spettacolo in Italia* risulta tanto ambiziosa quanto necessaria. In tema di narrazioni, l'obiettivo di raccontare l'Italia attraverso i media e i media *attraversanti* l'Italia entro una prospettiva “a tutto tondo” viene colto e raggiunto dal Dipartimento di Scienze della comunicazione e dello spettacolo dell'Università Cattolica del Sacro Cuore con un'opera in tre volumi. Fra *I media alla sfida della modernità (1900-1945)* (Bernardi, Mosconi 2016) e *I media alla sfida della convergenza (dal 1975 a oggi)* (Grasso 2016) quella de *I media alla sfida della democrazia (1945-1978)*, a cura di Fausto Colombo e Ruggero Eugeni, va a costituire la tappa intermedia e insieme cruciale di tale percorso narrativo. Si parla non a caso di “normalizzazione repubblicana” al di là delle sue più ovvie conseguenze sociopolitiche, mettendo cioè sotto la lente la reazione dell'ancora giovane sistema mediatico italiano rispetto al decisivo cambio di rotta del Paese ed entro i termini della successiva cesura temporale che ne ha segnato la storia: gli anni Settanta, decennio della crisi mondiale e della sua drammatica interiorizzazione da parte del contesto nostrano.

È evidente la scelta di effettuare prima di tutto una suddivisione macrostrutturale in periodi di tempo ben definiti, *modus* che diviene necessario applicare, come precisato da Colombo stesso in introduzione al testo, anche allo sviluppo dei singoli volumi e dei saggi che li compongono. Il *fil rouge* cronologico interno passa tuttavia su un piano di minore risalto rispetto all'articolazione in sezioni tematiche del corpus testuale, diviso fra Teatro, Informazione, Editoria, Cinema, Radio, Tv, Musica e Pubblicità per quelli che paiono chiari motivi di orientamento alla lettura – e che sarebbero già di per sé sufficienti a sottolineare il ruolo di *strumento formativo* di alto livello specialistico rivestito da quest'opera. A ciò s'aggiunge l'intrinseca *coralità* del testo, resa concreta dall'ulteriore segmentazione delle sue unità e dunque dalla varietà di contributi e di autori chiamati a riempire le sue aree specifiche. Per ogni parte del discorso valgono e si dipanano narrazioni e punti di osservazione differenti, impegnati sia a passare in rassegna gli elementi storiografici più noti che a riportare alla luce quei processi spesso lasciati nell'ombra di questioni solitamente ritenute – sia per ragioni di spazio che di concetto – d'importanza prioritaria nell'ormai ampio bacino degli studi sull'industria culturale. È quanto accade per esempio con la digressione curata da Roberto Della Torre in merito ai rapporti fra pubblicità e cinema d'animazione del Belpaese, oppure nell'ambito del focus di Paola Abbiezzi che racconta della fortuna del radiodocumentario.

L'unico *a solo* del coro di interventi orchestrato dai curatori porta la firma di Gioachino Lanotte e riguarda la musica. Piuttosto che all'evidente corposità del testo, sembra abbastanza lecito riportare il senso di tale *isolamento* alla funzione particolare che l'oggetto in esame, ossia l'industria musicale, ha saputo assumere rispetto all'insieme delle produzioni culturali dell'Italia di metà Novecento: quello di catalizzatore, *contenitore*, emblematica narrazione delle narrazioni. Nel saggio di Lanotte si rispecchia l'intero impianto logico e cronologico di questo

secondo volume della *Storia della comunicazione e dello spettacolo in Italia* ma anche, e prima di tutto, trovano spazio quelli che sono i suoi nodi, i suoi temi, le sue linee-guida; non ultima, l'indagine sulle svariate implicazioni sottese al passaggio generazionale dal secondo dopoguerra in avanti. Ancora una volta nell'introduzione al testo, Colombo ribadisce quanto aveva già evidenziato fra le pagine de *La cultura sottile* (1999) e cioè che esiste una relazione decisiva fra generazioni e sviluppo di nuovi contenuti e strategie di consumo dei media. Lungi dall'approfondire un dibattito che necessiterebbe di una trattazione a sé e perciò inadeguato ai vincoli dati dal formato antologico, Colombo si limita a individuarne i punti focali raggruppando le generazioni in base all'ordine con cui si sono affacciate sulla scena sociale e al loro *peso* in termini culturali. Tale analisi delle dinamiche generazionali, che *linka* implicitamente all'articolo di Lanotte e non solo rivelando la natura ipertestuale nascosta del libro, sconfinava inevitabilmente nella riflessione su un'altra figura sociale – e nel caso specifico anche professionale – che è parte integrante degli ingranaggi dell'industria culturale: quella dell'autore. Il racconto della trasformazione della scena musicale italiana dagli anni Cinquanta ai Settanta, come pure gli excursus sui grandi nomi del teatro e del cinema presenti nelle sezioni dedicate, passa per le persone ancora prima che per gli eventi – perché *l'apparato canzonettistico* non sarebbe stato possibile senza lo spirito di iniziativa dei direttori d'orchestra prima e del coraggio di singoli autori e imprenditori nella sua fase più matura.

La narrazione delle dinamiche di scambio fra intellettuali e pubblico, sistema produttivo e personalità autoriali, è senza dubbio e giustamente uno dei principali *leitmotiv* di questo volume, fra quegli elementi che ne realizzano concretamente il desiderio di coerenza e unitarietà a scampo della straordinaria varietà di punti di vista che lo costituisce. Nella *Storia della comunicazione e dello spettacolo in Italia* il compito di fornire uno strumento storiografico completo sui decenni più complessi e tumultuosi del nostro passato culturale convive con quello di offrire un bagaglio di riferimenti utili anche alla più circoscritta delle ricerche di settore.

Bibliografia

Bernardi Claudio, Mosconi Elena (2016), a cura di, *I media alla sfida della modernità (1900-1945). Volume I*, Vita e Pensiero, Milano.

Colombo Fausto (1999), *La cultura sottile. Media e industria culturale in Italia dall'Ottocento agli anni Novanta*, Bompiani, Milano.

Grasso Aldo (2016), a cura di, *I media alla sfida della convergenza (dal 1979 a oggi). Volume III*, Vita e Pensiero, Milano.

Nota bio-bibliografica

Francesca Fichera nasce a Napoli, dove vive e studia. Dopo la laurea in Storia e Critica del Cinema conseguita all'Università di Salerno, si specializza in Sociologia e Storia dei Media presso l'Università Federico II di Napoli, dove prosegue il suo percorso come dottoranda in Scienze Sociali e Statistiche. Giornalista pubblicista iscritta all'Ordine e attiva su diverse testate, dal 2013 collabora con la rivista scientifica *Quaderni d'Altri Tempi*. Scrive e pubblica racconti di genere.