

## Progetto Media-Pedia

### Industria culturale

Già Alexis de Tocqueville, nel secondo libro della *Democrazia in America* (1840), aveva dedicato un breve e folgorante capitolo all'"industria letteraria", alla tendenza cioè della produzione culturale a irrigidirsi, e inevitabilmente banalizzarsi, secondo gli standard propri della produzione industriale.

### Il dibattito moderno

Nel dibattito moderno sulla comunicazione, l'espressione "industria culturale" venne poi introdotta nel celebre capitolo così intitolato della *Dialettica dell'illuminismo* di Theodor W. Adorno e Max Horkheimer. Al centro dell'analisi dei due autori era la natura a loro vedere intrinsecamente totalitaria della produzione culturale nel tardo-capitalismo: coordinata da un piccolo nucleo di soggetti economicamente potenti, priva nonostante l'apparenza di autentico pluralismo, autoritaria in quanto unidirezionale. Nella loro definizione, l'espressione stessa "industria culturale" suonava come una denuncia, in quanto i due termini erano visti come contraddittori tra loro: l'autentica cultura non può secondo questa interpretazione adattarsi a modelli produttivi di tipo industriale senza tradire la sua vocazione critica e la sua stessa essenza, che è gratuita e non finalizzata. Va detto per altro che gli stessi autori, in questa e altre opere, denunciavano con altrettanta durezza quegli intellettuali che si limitavano a manifestare la loro nostalgia per la cultura premoderna, in quanto la loro opposizione al presente nascondeva la mancanza di una seria interpretazione critica dei processi in corso e quindi era futile, o addirittura nascondeva la difesa di interessi costituiti. Caratteristica dell'industria culturale, secondo i due fondatori della scuola di Francoforte, è infatti anche la creazione di finti spazi "preindustriali" al fine di neutralizzare l'opposizione al suo procedere.

Il concetto di "industria culturale" sarebbe stato poi ripreso sia pure in termini meno violentemente critici da altri autori a cavallo tra anni Cinquanta e Sessanta: lo scrittore tedesco Hans M. Enzensberger dedicò un importante volume all'"industria della coscienza", mentre il sociologo francese Edgar Morin metteva in luce in *Lo spirito del tempo* (la cui prima traduzione italiana era significativamente intitolata, appunto, "L'industria culturale") la complementarità tra il carattere industriale assunto dai modelli produttivi della cultura di massa e il radicamento di quella stessa cultura nella mentalità diffusa. Per tutti questi autori, comunque, l'espressione rimaneva un ossimoro, una contraddizione in termini.

## Progetto Media-Pedia

### Un'industria come le altre?

Solo successivamente si sarebbe formata dapprima tra gli economisti americani, poi anche nella ricerca sociologica, incluse le tendenze marxiste della ricerca britannica, una corrente favorevole a un uso meno connotato del concetto. Se infatti si assume, come fanno le ricerche che hanno assunto poi il nome di economia della comunicazione, che la produzione di opere culturali, che abbiano forma di oggetti fisici (libri, dischi, film) o di entità effimere (opere teatrali, eventi collettivi), è comunque parte dell'insieme delle attività produttive umane, allora il parlare di "industria culturale" non implica più giudizi di valore, né incompatibilità concettuali. Diventa semmai necessario analizzare le logiche e i processi che la governano: così la ricerca sul giornalismo e sulla televisione, a partire dalle indagini pilota di Gaye Tuchman, ha fatto emergere i meccanismi di selezione e produzione che rendono la notizia un prodotto vendibile; così la ricerca di sociologi inglesi come Nicholas Garnham ha cercato di individuare le caratteristiche proprie degli apparati di governo e di direzione della televisione come dell'editoria.

Oggi, l'espressione "industria culturale" coincide di fatto con le attività di produzione di contenuti a fini di mercato. Al termine vengono comunque date sfumature differenti. Secondo i critici più radicali del "potere dei media", (come il linguista americano Noam Chomsky) il termine è ancora intrinsecamente contraddittorio, e l'adozione di procedure industriali costituisce comunque una minaccia ai valori più elevati della cultura, intesa come strumento di intransigente critica dell'esistente. Altri autori, soprattutto nel campo del management e del giornalismo economico, invitano al contrario a considerare l'industria culturale come una "normale" macchina produttiva, sostanzialmente non differente da quella che produce beni materiali. Infine, gli studiosi che più approfonditamente si sono occupati delle effettive caratteristiche economiche del settore tendono a considerare l'"industria culturale" come un campo fortemente specifico della vita produttiva: un'industria sì, ma oggettivamente differente dalle altre per il carattere di "bene pubblico" degli oggetti trattati, che possono essere consumati simultaneamente da più soggetti senza che l'atto di consumo dell'uno incida su quello dell'altro; per la peculiare struttura dei costi di produzione, difficilmente assoggettabili a processi di razionalizzazione quali quelli propri dell'industria delle merci.

## Progetto Media-Pedia

Mentre negli altri settori industriali la creazione di un prototipo è preliminare rispetto alla produzione vera e propria per il mercato, nell'industria culturale tutti i prodotti sono in qualche misura prototipi, il che tra l'altro è una delle cause dell'andamento spesso scarsamente prevedibile e altamente erratico di molte delle aziende del settore. La serialità, il ricorso a strategie di marketing fondate sul divismo e sulla promozione, la conoscenza sempre più approfondita delle abitudini del pubblico possono attenuare il rischio, mai sopprimerlo del tutto, se non altro perché i "bisogni" a cui questa peculiare industria risponde sono comunque meno misurabili di quelli a cui risponde la corrente produzione di merci fisiche.

### Bibliografia

- Alexis de Tocqueville, **La democrazia in America**, Einaudi, Torino, 2006
- T. W. Adorno, M. Horkheimer, **Dialettica dell'illuminismo**, Einaudi, Torino, 1997
- Hans M. Enzensberger, **Questioni di dettaglio : Poesia, politica e industria della cultura**, Edizioni e/o, Roma, 1998.
- Edgar Morin, **Lo spirito del tempo**, Meltemi, Milano, 2006
- Gaye Tuchman, **Making news : a study in the construction of reality**, The free press, New York, 1980
- Nicholas Garnham, **Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information**, SAGE, 1990
- Noam Chomsky, **Il potere dei media**, Vallecchi, Firenze, 1996