

# Cultura e industria nel XX secolo

*La ricercatrice ha trattato il tema dell'evoluzione del prodotto culturale*

**SONDRIO - (Ilo)** "L'evoluzione del prodotto culturale nel ventesimo secolo" è stato il tema del 18 febbraio nei salotti di "Argonaute". La relatrice Elena Braitto, con lunghe esperienze di ricerche svolte al dipartimento di Scienze della Comunicazione e dello Spettacolo dell'Università Cattolica di Milano, ha dato un'interessante lezione sul percorso storico, sociale e culturale dell'industria culturale, che nasce verso la metà dell'800, portando uno sconvolgimento storico sulle strutture produttive, che da artigianale diventano industriale.

"In mezzo secolo si è potuto assistere ad una tra-

sformazione epocale - spiega la Braitto -, un'evoluzione che ha cambiato totalmente la cultura dell'Europa. All'inizio con la diffusione di libri, fumetti, stampe, per poi arrivare all'industria cinematografica di Hollywood nei primi del Novecento e successivamente allo sviluppo dei media, nascita della radio e televisione per raggiungere ai giorni nostri con i prodotti multimediali".

Tutti prodotti che non sono più soggetti a consumo, ma hanno una valenza culturale, ed è così che si affina il gusto individuale del proprio senso di appartenenza. Si può scegliere il canale televisivo più piacevole o i pro-

grammi del computer, divenendo tutto più ampio e sofisticato come spazio e tempo. Si ha una forma interattiva perché ognuno può scegliere a suo gusto e piacimento. I nuovi media entrano in casa, con pro e contro, per interagire con centinaia e centinaia di persone.

Il taglio scientifico della conversazione, adatto al pubblico presente, ha messo in luce gli sfondi disciplinari della sociologia dei processi culturali e della semiotica dei mezzi di comunicazione di massa, effetti sociali del prodotto culturale come oggetto comunicativo di massa, per poi delineare gli studi che nel corso della storia han-

no affrontato il prodotto culturale come luogo di sedimentazione, di espressione, di diffusione e di rafforzamento di conoscenze, credenze, atteggiamenti, valori e norme propri di una società. E' stato inoltre approfondito l'approccio semiótico al prodotto culturale, snodo decisivo tra dinamiche comunicative e sociali. La serata si è conclusa con una breve riflessione sulle tematiche che caratterizzano la ricerca sul prodotto culturale: autorialità, gusto, ipertualità, messa in forma dell'esperienza, passioni ed emozioni, stile, tecnologie e visibilità.