

# STORIA DELLA COMUNICAZIONE E DELLO SPETTACOLO IN ITALIA

Per la prima volta un'opera interdisciplinare  
sui media e l'industria culturale italiana



VITA E PENSIERO

**U**n'operazione editoriale unica nel suo genere: una storia dei media e dello spettacolo in Italia raccontata e commentata da un eccezionale team di studiosi, tra i più accreditati nel nostro Paese.

La ***Storia della comunicazione e dello spettacolo in Italia***, progettata e realizzata dal Dipartimento di Scienze della comunicazione e dello spettacolo dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, è un'opera a più voci, ma fortemente unitaria e coerente.

I suoi tre volumi – dedicati rispettivamente al periodo precedente la seconda guerra mondiale, alla fase del dopoguerra fino al 1978 e al periodo

seguente, fino ai giorni nostri – sono articolati in sezioni, ciascuna delle quali esplora un'area specifica (teatro, informazione, televisione, pubblicità e così via). Alle sezioni introduttiva e conclusiva è affidato il compito di offrire un quadro generale del periodo di volta in volta considerato e di tracciare le linee di interpretazione complessiva.

Ogni sezione si compone di un saggio centrale, per lo più integrato da box che sviluppano brevemente temi particolari, e può prevedere alcuni saggi di approfondimento di questioni specifiche, che meritano per la loro ri-

levanza una trattazione a parte. Ciascun volume è corredata di un proprio *indice dei nomi*.

L'opera nel suo insieme compone così **una narrazione a tutto tondo sulla presenza e il ruolo dei media negli eventi italiani dall'Ottocento a oggi**.



**Volume I**  
**I media alla sfida  
della modernità (1900-1945)**

a cura di **Claudio Bernardi**  
e **Elena Mosconi**

Milano, 2016

Dopo il lungo periodo post-unitario in cui prospera e si sviluppa un'originale industria editoriale, l'Italia diventa moderna nel primo Ventennio del Novecento grazie alla prodigiosa industrializzazione del Nord. Migliori condizioni economiche favoriscono il consumo di massa, l'espansione del turismo, l'informazione e l'istruzione, per i quali si sviluppa l'industria culturale della stampa, della pubblicità, della cinematografia e

della radio, dello spettacolo. Esperienze ed esperimenti innovativi colorano la vita quotidiana della nazione: l'invenzione delle riviste illustrate, il futurismo, l'editoria popolare, fino alla radio dei primi anni Venti. Dopo la rivoluzione russa e la prima guerra mondiale si radicalizzano in Italia gli scontri sociali tra proprietari e salariati, portando ad una crisi che favorì l'avvento di Mussolini. L'ascesa e il declino del fascismo sono da mettere in relazione alla progressiva occupazione partitica, ideologica e propagandistica dei mezzi di comunicazione, della cultura, dell'economia, della amministrazione statale e della vita pubblica, in

particolare dopo la crisi finanziaria del 1929. Non a caso il volume termina con la liberazione dalle forze nazifasciste del 25 aprile del 1945, quando il processo di modernizzazione dell'Italia, avviato felicemente nel primo Ventennio, ma portato in una direzione suicida dal fascismo, può riprendere e rifiore.



**Volume II**  
**I media alla sfida**  
**della democrazia (1945-1978)**

*a cura di Fausto Colombo  
e Ruggero Eugeni*  
328 pp. | € 27,00

Milano, 2015

**E** è dedicato al periodo che va dal secondo dopoguerra agli anni di piombo. Uscita dalla guerra, l'Italia sperimenta con intensità la democrazia repubblicana. Nell'arco di poco più di trent'anni si alternano la ricostruzione, il boom economico, la crisi, la contestazione, fino agli esiti tragici del terrorismo, che culminano nel rapimento e nell'uccisione di Aldo Moro da parte delle Brigate

Rosse. In tutti questi anni i media accompagnano il cammino della nazione: **il teatro, il giornalismo e l'editoria, la radio e la televisione scandiscono la vita collettiva, prima nello sforzo condiviso di 'fare gli italiani', poi raccontando, in modo critico o partecipe, le trasformazioni economiche e sociali del Paese.** Attraverso i vari contributi degli autori, possiamo seguire l'evoluzione del teatro da Strehler a Ronconi; le sperimentazioni del giornalismo dal «Mondo» di Pannunzio al «Corriere» di Ottone; le trasformazioni dell'editoria d'élite e di massa; la vita del cinema attraverso il neorealismo, il racconto popolare, le pellicole d'autore e quelle di genere

fino allo sdoppiamento fra film d'arte e di consumo; la radio dalla rifondazione postfascista fino all'utopia delle emittenti libere; la televisione dal progetto pedagogico delle origini del servizio pubblico fino alla nascita delle prime emittenti commerciali. Sullo sfondo di questa narrazione, che mette in luce con grande chiarezza uno degli assi portanti dello sviluppo sociale, culturale ed economico del Paese, **si aprono flash anche su altre forme della cultura mediatica italiana: il fumetto, la pubblicità, la musica si inseriscono infatti nel grande affresco della comunicazione che ha educato, divertito, commosso e informato intere generazioni.**

## I SAGGI PRINCIPALI:

**Fausto Colombo**, *L'industria culturale in Italia nella prima era repubblicana*

**Laura Peja**, *Dentro e fuori dai teatri*

**Giovanni Gozzini**, *La lunga anomalia: il sistema informativo italiano*

**Isotta Piazza**, *La parabola degli editori protagonisti. Strategie dell'industria editoriale italiana*

**Maria Francesca Piredda**, *La sfida del reale. Dal neorealismo alla stagione dell'impegno*

**Paola Abbiezzi**, *Dalle radio liberate alle radio libere*

**Aldo Grasso e Cecilia Penati**, *Una storia bifronte. Origini e sviluppo della Tv italiana, tra vocazione alla cultura e inclinazione al popolare*

**Gioachino Lanotte**, *La canzone tricolore. Storie dell'industria musicale*

**Vanni Codeluppi**, *Dal nazionale all'internazionale: il sistema pubblicitario*

**Ruggero Eugeni e Mariagrazia Fanchi**, *Pubblici, consumi e trasformazioni culturali*

“ *I media e il teatro non soltanto raccontano la prima Italia repubblicana: ne sono protagonisti* ”,

## STORIA DELLA COMUNICAZIONE E DELLO SPETTACOLO IN ITALIA

VOLUME II

I MEDIA ALLA SFIDA DELLA DEMOCRAZIA (1945-1978)

a cura di FAUSTO COLOMBO e RUGGERO EUGENI



**VP** VITA E PENSIERO | TRATTATI E MANUALI  
MEDIA SPETTACOLO E PROCESSI CULTURALI

**Volume III**  
**I media alla sfida  
della convergenza  
(dal 1979 a oggi)**

*a cura di Aldo Grasso*

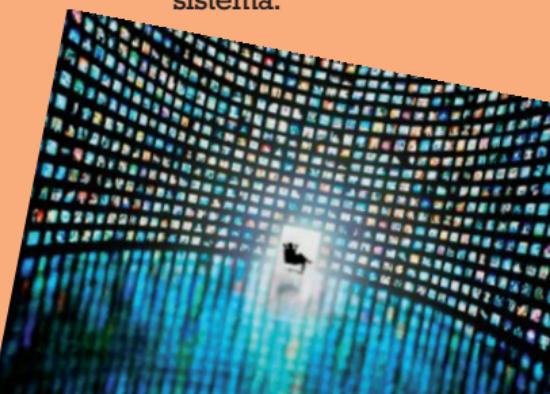
Milano, 2016

**T**re decenni cruciali, di cambiamenti radicali e di evoluzioni almeno in parte inattese che hanno investito l'intero sistema dei media e della comunicazione in Italia, alla luce di un processo di trasformazione dalla portata globale. Il terzo volume della collana si propone di osservare in una chiave trasversale ai vari media (teatro, editoria, televisione, cinema, radio e industria musicale, media digitali e pubblici-

tà) gli aspetti storici di cambiamento e di continuità caratteristici dei tre decenni, individuando i fenomeni principali in una prospettiva capace di mostrare le connessioni tra evoluzioni tecnologiche e mediali e cambiamento sociale.

L'attenzione è rivolta agli anni Ottanta, con l'affermazione della società dei consumi e l'avvento degli operatori commerciali in televisione e in radio. Agli anni Novanta, caratterizzati dall'ascesa di grandi gruppi editoriali e delle multinazionali straniere, dall'affermazione di mercati e linguaggi mediali sempre più globalizzati, da legami sempre più stretti tra media e culture politiche. E infine gli anni Due-

mila, in cui alcune diretrici di cambiamento tracciate nel decennio precedente arrivano agli esiti più radicali. **Dal volume emerge come processi di digitalizzazione e convergenza tra media diversi rappresentino i fattori più rilevanti del periodo, tra rischi e opportunità:** nuove culture partecipative, nuovi attori industriali in campo, nuovi media digitali alla ricerca di un proprio spazio nel sistema.



## I CURATORI



**Claudio Bernardi** è professore associato di Discipline dello spettacolo all'Università Cattolica del Sacro Cuore di Brescia, direttore del Cit – Centro di cultura e iniziativa teatrale «M. Apollonio», direttore scientifico del master Almed in Organizzazione di eventi culturali e del corso di Alta formazione in Teatro sociale e di comunità.



**Elena Mosconi**, direttrice del master in Comunicazione e Marketing del Cinema presso Almed, è professore associato

di Storia del cinema presso l'Università degli studi di Pavia.



**Fausto Colombo** è professore ordinario di Teoria della comunicazione e dei media e Media e politica presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano dove dirige il Dipartimento di Scienze della comunicazione e dello spettacolo e il master in Comunicazione, marketing digitale e pubblicità interattiva e coordina il corso di laurea in Comunicazione e società.



**Ruggero Eugeni** è professore ordinario di Semiotica dei media presso l'Università Catto-

lica del Sacro Cuore di Milano e dirige presso lo stesso ateneo l'Alta Scuola in Media, comunicazione e spettacolo (Almed).



**Aldo Grasso** è professore ordinario di Storia e critica della televisione e Linguaggi della radio presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. Nello stesso ateneo dirige il CeRTA – Centro di ricerca sulla televisione e gli audiovisivi. È critico televisivo ed editoriale per il «Corriere della Sera».

## **PIANO DELL'OPERA**

**Volume I. I media alla sfida della modernità (1900-1945)**

*a cura di Claudio Bernardi e Elena Mosconi*

**Volume II. I media alla sfida della democrazia (1945-1978)**

*a cura di Fausto Colombo e Ruggero Eugeni*

**Volume III. I media alla sfida della convergenza**

**(dal 1979 a oggi)**

*a cura di Aldo Grasso*

Info: [www.vitaepensiero.it](http://www.vitaepensiero.it) | [editrice\\_vp@unicatt.it](mailto:editrice_vp@unicatt.it)

Per adozioni scrivere a: [commerciale\\_vp@unicatt.it](mailto:commerciale_vp@unicatt.it)

