



I simboli della cultura popolare nella riflessione del sociologo scomparso nel gennaio scorso

## L'ultima lezione di Fausto Colombo

di ALBERTO GALIMBERTI

Milano, Università Cattolica del Sacro Cuore, 13 novembre 2024. Fausto Colombo, già provato dalla malattia, tiene l'ultima lezione della sua carriera accademica, di fronte a un'Aula Magna gremita di colleghi e commozione, studenti e stima, amici e affetto.

Sciolta la vertigine iniziale, il mestiere di professore prende il sopravvento, permettendo al sociologo di ritornare su un tema familiare: lo sviluppo della cultura popolare italiana nel solco delle direttrici, storicamente intrecciate, della sua industrializzazione, dell'affermazione dei mezzi di comunicazione di massa e della definizione di identità nazionale.

In coda all'intervento, Vita & Pensiero ha chiesto al docente di rimettere mano al testo, dando così forma scritta al tessuto orale della lezione e raccogliendo in un saggio, *Lezione. Sulla cultura popolare* (Milano, 2025, pagine 128, euro 12), l'ultima testimonianza di Colombo, morto il 14 gennaio 2025.

Il libro si articola in tre sezioni (teoria, metodologia, esempio di analisi, quest'ultimo rappresentato da una storia a fumetti nazionale: *L'Inferno di Topolino*); dipanando il problema irrisolto della distinzione tra cultura alta e bassa, d'élite o comunitaria, istituzionale o di massa. «La cultura popolare è un oggetto complesso da definire perché i due lemmi che lo compongono hanno una molteplicità di significati che a loro volta tendono a modificarsi nel tempo», spiega Colombo, sottolineando la pluralità semantica che risente della temperie sociale e politica entro la quale palpita e

muta. La diffusione delle piattaforme sta avviando una nuova era, in cui i vari pubblici si isolano gli uni dagli

altri in una composizione frastagliata difficile da mappare. Tuttavia, aggiunge, sono percorribili due strade per un'ipotesi di definizione.

La prima, quella lessicale, contempla «la cultura popolare prodotta dai media per il consumo delle *audiences*». La seconda, invece, ingloba «la cultura popolare autoprodotta all'interno di (piccole) comunità geograficamente definite». Le due accezioni sono agli antipodi (commerciale *vs* gratuita, brandizzata *vs* anonima), ma entrambe opposte alla cultura istituzionale o alta. Accanto alla cultura di massa e alla cultura folk, poi, fanno capolino le categorie di subcultura, «cultura interna a gruppi costituiti intorno a uno specifico interesse», e controcultura, «cultura interna a gruppi costituiti attorno a uno specifico interesse e oppositiva rispetto ai media tradizionali e alle istituzioni politiche».

Qui Colombo compie uno scarto. Spegne gli echi critici francofortesi (per cui la cultura di massa – estetica della superficie e culto del banale – manipola le coscienze e omologa i comportamenti) s'innesta sugli studi di Roland Barthes, supera la divaricazione tra cultura d'élite e cultura popolare. «Il circuito della cultura istituzionalizzata e quello dei media si incrociano sempre più spesso, non solo sul piano della produzione: intellettuali coltissimi possono elaborare contenuti di massa, ma pubblici di capitale culturale eterogeneo possono sovrapporsi nella fruizione dello stesso prodotto». Occorre, dunque, accettare «che un indice fondamentale (anche se non esclusivo) della "popolarità" di un contenuto sia il successo di

vendite, ascolti, consumo». Di più. Bisogna pensare i media alla stregua di «un motore che dinamizza la circolazione del prodotto, ne implica un radicamento nella vita quotidiana di persone di varia estrazione, in altre parole lo trasforma in elemento del discorso comune e come tale lo rende parte dell'identità collettiva».

La cultura, ricorda il sociologo milanese, si compone anche di oggetti, attitudini, comportamenti, modi di fare e di dire: aspetto cruciale nell'analisi dei prodotti della cultura popolare; all'incrocio di contesti e strutture, generi e soggettività. *L'Inferno di Topolino*, storia pubblicata da «Topolino», fra ottobre 1949 e marzo 1950, rappresenta la felice sintesi di intrattenimento e orientamento educativo, la feconda contaminazione dei circuiti "alto" e "basso", la ferrea saldatura «della trama disneyana al caposaldo della diffusione cultural-istituzionale del Dopoguerra: quel Dante come padre della letteratura italiana». Sarebbe, però, un torto enorme inferito al lettore svelarne qui retroscena, segreti e tavole squadernati da Colombo in chiosa al saggio.

«Bisogna pensare i media  
alla stregua di un motore  
che dinamizza la circolazione»

