

Introduzione alla storia contemporanea

A CURA DI
STEFANO CAVAZZA
PAOLO POMBENI



il Mulino

Strumenti

STEFANO CAVAZZA

CONSUMI DI MASSA, INDUSTRIA CULTURALE E SVAGHI DI MASSA¹

L'aumento della produzione fu una delle condizioni necessarie per realizzare il cammino verso la società dei consumi di massa, ma un requisito essenziale fu rappresentato dal mutare dell'orientamento verso il consumo: l'abbandono dell'idea che la parsimonia fosse una virtù e che il consumo fosse un peccato o un seguito alcuni sociologi. La grande distribuzione si sviluppò rapidamente negli Stati Uniti e in alcuni paesi europei come la Germania, e procedette più lentamente in Italia, ma ebbe effetti sociali rilevanti. Da un lato ridusse la quota di commercianti autonomi all'interno del ceto medio per effetto della chiusura dei piccoli esercizi; dall'altro, però, consentì a un numero sempre maggiore di persone di «migliorare» il proprio tenore di vita, anche con normali redditi da lavoro, grazie al basso livello dei prezzi delle merci. Se il grande magazzino conobbe la sua grande stagione tra la fine del XIX e l'inizio del XX secolo, nel Novecento nuove forme di distribuzione presero progressivamente piede rivolgendosi anche ai ceti popolari. Importato dagli Stati Uniti nel secondo dopoguerra, si diffuse il supermercato di generi alimentari.

Il cammino verso la società di massa portò anche a un mutamento delle concezioni e delle tipologie di divertimento. Nel Medioevo feste e svaghi (le fiere di paese, i carnevali, le stesse veglie invernali della famiglia contadina) erano scanditi dal calendario naturale e religioso e mancava anche una rigida e netta separazione fra tempo lavorativo e non lavorativo all'interno della giornata. Il tempo agricolo era scandito dal ciclo stagionale e solare, mentre un lavorante operaio a domicilio, legato

¹ Stefano Cavazza, «La società di massa» in Stefano Cavazza e Paolo Pombeni, *Introduzione alla storia contemporanea* (Milano: il Mulino 2006), p. 446–450.

solo alle scadenze di consegna al mercante, poteva gestirsi il tempo come meglio credeva. Se i nobili potevano prendere parte a volte ai divertimenti popolari, gli svaghi nobiliari erano preclusi ai ceti inferiori.

Nella società contemporanea il tempo di lavoro è invece rigorosamente fissato e imposto dai ritmi della fabbrica. Il tempo non lavorativo è quindi un tempo di riposo e di riproduzione della propria forza lavoro. Nel momento in cui l'orario lavorativo cominciò a ridursi, emerse il problema di come l'operaio dovesse occupare il suo **tempo libero**. Nell'Ottocento si cominciò ad affermare il diritto della massa lavoratrice al tempo libero. Nel 1883 il socialista francese Paul Lafargue scrisse un'opera dal titolo *Diritto all'ozio*, in cui rivendicava il diritto allo svago per la classe operaia contestando l'idea che l'aumento di produzione migliorasse la qualità della vita degli operai. Alla fine del secolo, l'americano Thorstein Veblen nel suo volume *Teoria della classe agiata* sottolineò la diffusione del consumo vistoso nella società moderna dalle classi aristocratiche alle classi medie. Il primo luogo di ritrovo per gli operai fu l'osteria, ma politici e riformatori spesso criticavano questa abitudine sia per il timore del diffondersi dell'alcolismo, sia per la paura che l'aggregazione spontanea nelle osterie potesse favorire quella politica. L'offerta di svaghi per il tempo libero degli operai, spesso con intenti educativi, provenne sia da associazioni filantropiche sia da organizzazioni legate al nascente movimento operaio. Nella seconda metà dell'Ottocento all'interno del movimento operaio nacquero associazioni sportive ed escursionistiche per il tempo libero degli operai, e anche alcune aziende come i grandi magazzini cominciarono a offrire divertimenti ai propri dipendenti. Negli Stati Uniti la richiesta di ricreazione operaia andò aumentando e si svilupparono associazioni ricreative e organizzazioni specializzate per giovani, esperienze a cui a volte si guardò con interesse anche in Europa.

Nel periodo tra le due guerre mondiali il dibattito e le iniziative nel campo del tempo libero operaio si intensificarono, anche per impulso delle organizzazioni internazionali del lavoro, per effetto della tendenza a introdurre il limite di otto ore di lavoro. Nel 1924 il congresso

dell'Ufficio internazionale del lavoro invitò a promuovere attività ricreative tra gli operai al fine di contribuire alla loro elevazione morale e intellettuale preservandoli dai vizi e favorendo il miglioramento dell'istruzione professionale. Anche le dittature fasciste furono coinvolte nell'organizzazione del tempo libero, in parte perché volevano distogliere gli operai da possibili attività antifasciste, in parte per offrire loro forme alternative alle limitate capacità di consumo e compensazioni all'eliminazione delle organizzazioni sindacali e operaie. Per queste ragioni l'Italia istituì l'Opera nazionale dopolavoro nel 1925, organo di partito e di stato che avrebbe dovuto fornire divertimenti e istruzione professionale ai lavoratori che avessero voluto aderire, anche se non fascisti. L'ente privilegiò però la ricreazione sull'istruzione e si servì del dopolavoro per controllare la popolazione. La Germania nazista creò un'organizzazione simile denominata «Forza attraverso la gioia». Rispetto ad altri paesi che lasciarono sviluppare un sistema di associazionismo volontario e pluralistico, la natura dittatoriale dei regimi fascisti impedì che potessero sorgere associazioni concorrenti delle organizzazioni di stato. Nel secondo dopoguerra l'associazionismo ricreativo si sviluppò ulteriormente, assumendo un ruolo fondamentale per permettere l'accesso a beni di consumo individuali e collettivi ancora troppo costosi per il singolo lavoratore. Con la crescita del benessere e l'accesso generalizzato al consumo di massa, il ruolo delle associazioni ricreative si è mantenuto, ma ha perso importanza rispetto al mercato individuale.

Se spostiamo lo sguardo al campo della produzione per il consumo culturale, in ambito editoriale aumentò il peso di editori e autori che producevano per un vasto pubblico puntando sul prodotto di «genere» (romanzi d'amore, gialli, fantascienza). Il ricorso a emozioni forti era presente già nel feuilleton francese e nel romanzo d'appendice ottocentesco. Si trattava di opere che venivano pubblicate a puntate sui giornali e che quindi dovevano ricorrere a espedienti narrativi (omicidi, disgrazie, disvelamento di identità sconosciute, ecc.) per tenere desta l'attenzione del lettore e invogliarlo a proseguire la lettura. La produzione di libri destinati a un vasto pubblico rese possibile la nascita di aziende

editoriali di dimensione nazionale. Se l'accesso alla lettura fu inizialmente limitato, la diffusione dell'istruzione e delle biblioteche pubbliche consentì un'espansione della cerchia dei lettori. Nel Novecento l'intrattenimento offerto dalla lettura cominciò a misurarsi con la concorrenza del cinema, nato nel 1896, che divenne ben presto una vera e propria industria che garantiva alti profitti. La radio, inventata nello stesso anno da Guglielmo Marconi, fu utilizzata per regolari trasmissioni a partire dal 1920, prima in America, poi in Europa. L'Italia iniziò nel 1924 e intensificò i suoi sforzi in questo settore per impulso del fascismo che vedeva nella radio un potente strumento di propaganda. La televisione cominciò le prime esperienze di trasmissione negli anni Trenta in Gran Bretagna, negli Stati Uniti e in alcuni paesi europei. Nel dopoguerra, prima gli Stati Uniti e poi gli altri paesi avviarono regolari trasmissioni fino a rendere il televisore un elettrodomestico consueto nelle nostre case. La diffusione della televisione introdusse una diversa fruizione dell'intrattenimento che entrava nel salotto delle proprie case. La produzione televisiva ha aumentato l'offerta di prodotti dell'industria culturale introducendo generi specifici per la televisione (come il telefilm o il talk show) e ha finito per contaminare la stessa informazione generando il cosiddetto infotainment, un genere di intrattenimento che contiene al suo interno spazi dedicati all'informazione.