L'ORDINE DEI DISCORSI

Sul governo dei profeti dell'etere

Media audiovisivi e politica culturale di Luca Antoniazzi.

di *Paolo Carelli* — 24 Marzo 2025

Cosa intendiamo quando parliamo di politica culturale? Come cambiano le cornici legislative e regolamentari dei media in uno scenario in rapida trasformazione? Quali sono i confini e le intersezioni tra valore culturale e valore economico di un'opera audiovisiva nel contemporaneo contesto digitale? Sono alcuni degli interrogativi che emergono dal volume di Luca Antoniazzi *Media audiovisivi e politica culturale*. Un complesso e articolato sistema di questioni dirimenti per comprendere il funzionamento di una potente industria globale che l'autore affronta cercando di mescolare differenti approcci e prospettive dei *media studies* con esempi e applicazioni tratti dall'esperienza quotidiana.

Intersecando *cultural studies*, economia politica dei media, sociologia della produzione e dibattiti relativi alle tecniche di *policy making*, Antoniazzi cerca di offrire uno sguardo multidimensionale su un tema delicato e poco dibattuto, individuando quelle attività «formali e informali, dirette e indirette, attraverso le quali lo Stato, a tutti i livelli amministrativi, agisce sui sistemi di produzione e consumo di esperienze simboliche» (2024, p. 26).

La riflessione dell'autore si configura, pertanto, come il tentativo di fornire un quadro d'insieme dei nodi più urgenti di questa interrelazione tra produzione creativa e culturale e politiche pubbliche, dissodando un terreno di studi che in Italia appare ancora poco frequentato, a differenza di quanto avviene nel contesto anglosassone, di cui Antoniazzi restituisce l'ampia letteratura scientifica e accademica esistente.

Impreziosito dalla prefazione di David Hesmondhalgh, pioniere degli studi sulle industrie culturali, che riconosce l'indubbia crescita di popolarità del concetto di politica pubblica applicata al settore culturale almeno a partire dalla fine degli anni novanta, il libro di Antoniazzi opera una ricostruzione rigorosa e ordinata di termini, retoriche e sfide che caratterizzano tale ambito di studi e tale comparto industriale. Pur non avendo l'ambizione di porsi come manuale *Media audiovisivi e politica culturale* si presenta come utile compendio per analizzare le diverse traiettorie del fenomeno.

Ciascun capitolo è, infatti, dedicato a esplorare concetti e funzioni che aiutano a delineare il profilo delle politiche culturali dei contenuti audiovisivi in uno scenario caratterizzato dal proliferare delle piattaforme digitali e dei conseguenti processi di frammentazione e personalizzazione dell'esperienza di consumo. Se il primo capitolo contribuisce a delineare il campo d'azione, individuando definizioni, terminologie e concetti analitici, nei successivi l'autore dà conto delle molteplici manifestazioni di questa continua e proficua interrelazione.

In primo luogo – ed è il cuore del secondo capitolo – **l'impatto del *policy making* relativo al settore dei media audiovisivi e culturali ci pone di fronte a una questione geopolitica sostanziale, che riguarda il ruolo degli stati nazionali e degli organismi sovranazionali nell'attivare politiche di regolamentazione, tutela e promozione dell'identità sociale**; un tema che affonda nelle analisi di Colin Sparks sulla globalizzazione dei sistemi mediali e che trova, tuttavia, nella «resilienza dello Stato-nazione» (*ivi*, p. 33) un elemento di stabilità e di superamento di quella contraddizione evidente nel titolo stesso del saggio di Ramon Lobato *Netflix Nations*.

Il terzo capitolo affronta, invece, la questione del concetto di "valore culturale", ricostruendo il dibattito accademico che lo ha caratterizzato, cimentandosi in un'originale digressione di ambito meramente economico che abbraccia tanto le radicate contrapposizioni tra visioni liberiste-conservatrici e quelle più interventiste-progressiste, quanto le caratteristiche stesse dei prodotti cinematografici, televisivi o più in generale culturali, ovvero la loro doppia natura di *beni pubblici* e *beni d'esperienza* (*ivi*, p. 66).

Il quarto capitolo si sofferma sulla **trasformazione del concetto di "lavoro" e della sua dimensione culturale e creativa**: privilegiando l'approccio dei *creative labour studies* (Hesmondhalgh, Baker 2011) a quello dei *production studies*, Antoniazzi si interroga sulle derive del lavoro nel contesto in questione e su come poter bilanciare una competizione che «spesso danneggia quei soggetti che pur talentuosi, non hanno capitale di partenza, capacità imprenditoriali, e quell'aggressività necessaria per poter far breccia» (2024, p. 111) nel mondo del lavoro culturale creativo.

Infine, nel quinto capitolo viene indagato **l'impatto delle infrastrutture tecnologiche sui processi di produzione, distribuzione e consumo dei contenuti audiovisivi (si pensi al mondo delle piattaforme streaming e social) e alle conseguenze in termini di sostenibilità ed equilibrio ambientale**: un ulteriore fronte di complessità che mette in luce, ancora una volta, l'estrema fragilità di quell'impianto – l'industria dei media audiovisivi e la sua filiera – a cui quotidianamente, e da decenni, affidiamo il nostro umano bisogno di storie, evasione, aggregazione e costruzione di mondi simbolici. Un bisogno che, come ci ribadisce questo volume, è culturale e politico insieme.

Media audiovisivi e politica culturale è un lavoro che offre un punto di vista utile per tutti gli studiosi di film studies e delle economie e industrie dell'audiovisivo; consente, infatti, di guardare una filiera e un comparto complessi con uno sguardo critico, dove i contenuti, gli immaginari, le rappresentazioni fornite dal cinema, dalla televisione e dai media digitali sono sempre più spesso il riflesso di condizioni e vincoli di carattere, di volta in volta, normativo, professionale, negoziale. Ponendoci così di fronte alla necessità non più procrastinabile di combinare etica ed estetica, di domandarci – come conclude Antoniazzi (*ivi*, p. 147) – fino a che punto l'una è in grado di influenzare l'altra.

Riferimenti bibliografici

D. Hesmondhalgh, S. Baker, *Creative Labour Media Work in Three Cultural Industries*, Routledge, London 2011.

> Luca Antoniazzi, *Media audiovisivi e politica culturale. Cinema, televisione e piattaforme digitali*, Carocci, Roma 2024.