

**Allegato B alla Delibera n. 130/12/CONS
del 15 marzo 2012**

DOCUMENTO DI CONSULTAZIONE

Sono di seguito riportate le principali tematiche di interesse dell'Autorità ai fini dell'indagine conoscitiva indetta con delibera n. 130/12/CONS del 15 marzo 2012. I rispondenti potranno comunque sottoporre all'attenzione dell'Autorità anche altri aspetti correlati ai temi oggetto d'indagine.

Premessa

L'art. 45, comma 4, del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici (di seguito "Testo unico") stabilisce che, prima di ciascun rinnovo triennale del Contratto nazionale di servizio tra la Rai e il Ministero dello Sviluppo economico, l'Autorità, d'intesa con lo stesso Ministero, fissa le linee-guida sul contenuto degli ulteriori obblighi del servizio pubblico generale radiotelevisivo, definite in relazione allo sviluppo dei mercati, al progresso tecnologico e alle mutate esigenze culturali, nazionali e locali.

Il vigente Contratto di servizio per il triennio 2010-2012, approvato con decreto del Ministro dello sviluppo economico 27 aprile 2011 ed entrato in vigore il 28 giugno 2011, si fonda sulle linee-guida approvate dall'Autorità, d'intesa con il Ministero, con la delibera n. 614/09/CONS del 12 novembre 2009 .

Gli obblighi previsti dal vigente contratto di servizio (2010-2012) hanno assunto una prevalente connotazione tecnica, dettata dalla necessità di dettagliare il complesso processo di *switch-over* dei canali televisivi analogici. Poiché il passaggio al digitale si concluderà nell'anno in corso, si ritiene che le nuove linee guida possano concentrarsi soprattutto sull'offerta, in conformità con l'attenzione per i contenuti del servizio pubblico radiotelevisivo in atto presso altri Paesi europei.

Il prossimo triennio, infatti, assume un'importanza strategica in relazione ai mutamenti della fruizione dei contenuti indotti dalla digitalizzazione del segnale televisivo, dalla veicolazione dei contenuti sulle varie piattaforme di distribuzione e dalla multimedialità. In questa fase di transizione un ruolo chiave può essere giocato dal servizio pubblico radiotelevisivo che, in termini di qualità e diversificazione della programmazione, riveste un ruolo di primo piano in termini di qualità e diversificazione della programmazione, di alfabetizzazione mediatica e di recupero del *cultural dividend*. Il rinnovamento del posizionamento dei servizi pubblici radiotelevisivi è in atto anche nei principali Paesi dell'Unione europea.

Gli ambiti di interesse dell'Autorità per l'individuazione degli ulteriori obblighi di servizio pubblico sono quelli relativi allo sviluppo dei mercati, al progresso tecnologico e alle mutate esigenze culturali, nazionali e locali.

Ambiti dell'indagine conoscitiva

a) Sviluppo dei mercati e progresso tecnologico

I cambiamenti tecnologici intervenuti nel sistema della comunicazione stanno modificando in maniera radicale il mercato della radiotelevisione e degli audiovisivi. Gli sviluppi tecnologici hanno consentito il moltiplicarsi delle piattaforme di distribuzione e delle tecnologie di distribuzione (televisione digitale, IPTV, TV mobile, video a richiesta) e la nascita di nuovi servizi di media audiovisivi e radiofonici. L'offerta di servizi audiovisivi si è orientata alla convergenza, in quanto gli utenti hanno sempre più la possibilità di fruire di più servizi su un'unica piattaforma e di fruire dello stesso servizio su diverse piattaforme.

In considerazione della rilevanza assunta dalle tecnologie digitali e dai servizi basati sull'internet, le istituzioni europee rilevano che il servizio pubblico radiotelevisivo ha il compito di "estendere al pubblico i vantaggi dei nuovi servizi audiovisivi e d'informazione e delle nuove tecnologie", perseguendo lo "sviluppo e la diversificazione di attività nell'era digitale"¹. A riguardo, la Commissione europea ha provveduto ad aggiornare la Comunicazione C 320 del 15/11/2001 sul finanziamento statale del servizio pubblico di radiotelevisione (Comunicazione 2009/C 257/01). La Commissione, indirizzando la riflessione innanzitutto sulla diversificazione dei servizi, ha considerato possibile l'utilizzo di fondi statali "per fornire servizi audiovisivi su nuove piattaforme di distribuzione, rivolti al grande pubblico e anche intesi a soddisfare interessi speciali". Tale possibilità risponde all'esigenza di garantire il "ruolo fondamentale" del servizio pubblico nel nuovo ambiente digitale, ed è subordinata alle due condizioni, esplicitate nel Protocollo di Amsterdam, per cui i nuovi servizi 1) debbono rispondere alle esigenze che giustificano il servizio pubblico, 2) non debbono comportare "effetti sproporzionati sul mercato".

In base al quadro giuridico comunitario, gli operatori pubblici sono chiamati a ridefinire, nel rispetto del mercato e della concorrenza, gli obiettivi di politica pubblica, demarcando i nuovi confini del servizio pubblico radiotelevisivo in termini di prestazioni e servizi.

Al riguardo i soggetti interessati sono chiamati ad illustrare il proprio punto di vista sul tema in oggetto e, in particolare, a rispondere ai seguenti quesiti:

1. Quali mutamenti tecnologici si ritiene che possano intervenire nel prossimo triennio (2013-2015) tali da produrre impatto sugli obblighi del servizio pubblico radiotelevisivo?
2. Quali nuovi servizi potrebbe essere implementati dal servizio pubblico radiotelevisivo nel prossimo triennio al fine di contribuire all'ampio accesso del pubblico alle nuove modalità di fruizione dei contenuti audiovisivi?

¹ Risoluzione del Consiglio e dei rappresentanti dei Governi degli Stati membri, riuniti in sede di Consiglio del 25 gennaio 1999, sulle emissioni di servizio pubblico. In proposito, cfr. AGCOM, *Libro Bianco sui contenuti digitali*.

3. Si ritiene che l'introduzione di tali nuovi servizi possa avere un impatto di portata rilevante sui mercati e sulla società?

b) Esigenze culturali, nazionali e locali.

1. Il cambiamento di paradigma indotto dalle innovazioni tecnologiche assume una configurazione sistemica e, come tale, incide anche – e, forse, soprattutto - a livello culturale. La ridefinizione degli obiettivi di politica pubblica implica, pertanto, la necessità di riflettere – nella prospettiva della funzione sociale della comunicazione – sugli ambiti di intervento culturale affidati al servizio pubblico nell'Italia di oggi.

Al riguardo i soggetti interessati sono chiamati ad illustrare il proprio punto di vista sul tema in oggetto e, in particolare, a rispondere al seguente quesito:

1. Le tre regole stabilite negli anni '20 del secolo scorso dal fondatore della BBC John Reith - educare, informare, intrattenere – restano riferimento indiscusso per il servizio pubblico del Regno Unito. In Italia la missione del servizio pubblico è stata riassunta per anni dalla formula della BBC. Nell'era della rete e dell'abbondanza di contenuti e servizi mediali con quali concrete modalità si ritiene possano essere efficacemente realizzati tali salienti obiettivi della missione di servizio pubblico radiotelevisivo affidata alla RAI?

2. L'attuale scenario dei media deve tenere conto della velocità e della frequenza delle innovazioni. Lo spostamento continuo della frontiera tecnologica implica una parallela ridefinizione delle competenze d'uso e della capacità di spesa necessarie per accedere agli apparecchi (*device*) di ultima generazione e ai contenuti/servizi che offrono. Come è noto, le generazioni dei "nativi digitali" sono caratterizzate da una sorta di naturale predisposizione alle nuove tecnologie, mentre le generazioni più adulte esprimono una più modesta alfabetizzazione tecnologica (si pensi, alla popolazione più anziana). La diffusione dell'internet, la moltiplicazione dei contenuti e dei servizi mediali e la diversificazione delle piattaforme e dei *device* di distribuzione offrono oggi opportunità conoscitive e relazioni straordinarie in un contesto comunicativo globalizzato, ma pongono il problema della frammentazione dell'*audience* in pubblici e comunità mediali che si differenziano, su base anagrafica e socio-culturale, per scelte/opportunità di consumo. Tale divario (*cultural divide*) potrebbe favorire la formazione di sub-culture mediali, definite su base socio-anagrafica, connotate da una scarsa capacità di comunicazione/interazione².

Al riguardo i soggetti interessati sono chiamati ad illustrare il proprio punto di vista sul tema in oggetto e, in particolare, a rispondere ai seguenti quesiti:

1. Garantire la fruizione in chiaro di contenuti innovativi e di quelli che il mercato considera "pregiati" può contribuire a ridurre i possibili effetti di un divario culturale?

² In proposito, cfr. AGCOM, *Libro Bianco sui contenuti digitali*.

2. Quali proporzionate misure potrebbero essere adottate dalla concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo?

3. Le istituzioni europee giudicano strategiche, ai fini della crescita economica dell'Unione, le tecnologie dell'informazione e della comunicazione e si propongono di sfruttarne al meglio il potenziale (Agenda Digitale). L'uso di internet è destinato ad assumere sempre maggiore rilevanza anche per la conduzione di comuni pratiche della vita quotidiana (servizi pubblici *online*, *e.commerce*, *e.banking*, etc.).

Al riguardo i soggetti interessati sono chiamati ad illustrare il proprio punto di vista sul tema in oggetto e, in particolare, a rispondere al seguente quesito:

1. In considerazione dello scenario prefigurato e della conseguente necessità di favorire una socializzazione generalizzata alle nuove tecnologie, si ritiene opportuno che l'operatore pubblico investa nell'offerta di programmi di *Media Education* accessibili a tutti i pubblici, da trasmettere in orari di buon ascolto, avviando una operazione culturale che negli obiettivi si proponga di conseguire risultati importanti quali quelli raggiunti dallo storico programma "Non è mai troppo tardi"?

4. La recente ricerca europea *EU Kids Online*, promossa nella prospettiva di sviluppare politiche adeguate sulla sicurezza in rete, ha indagato l'uso di internet tra i minori e gli adulti di 27 Paesi europei. Dallo studio è emerso, tra l'altro, che i minori italiani non sono supportati da un livello di alfabetizzazione alle nuove tecnologie particolarmente elevato, rispetto ai coetanei di altri Stati, e che l'accesso all'internet avviene in età precoce ma più tarda di quella rilevata nei Paesi dell'Europa centro-settentrionale. E' stato valutato, però, che il più basso livello di competenza tecnologica e il relativo ritardo dell'età di accesso all'internet non riduce i rischi correlati all'uso (cyber-bullismo, pedopornografia *online*, *grooming*, etc.) ma, piuttosto, limita le opportunità e i vantaggi potenzialmente derivanti da un utilizzo esperto della rete. Anche i genitori italiani non sono tra i più tecnologizzati e, inoltre, non hanno piena consapevolezza dei possibili rischi connessi all'uso dell'internet. Il medesimo studio ha evidenziato che tra i minori l'esposizione al rischio è correlata alle variabili età e competenza d'uso (i più piccoli sono più esposti anche perché meno esperti).

Al riguardo i soggetti interessati sono chiamati ad illustrare il proprio punto di vista sul tema in oggetto e, in particolare, a rispondere ai seguenti quesiti:

1. Con quali modalità la concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo può ampliare il grado competenza e di consapevolezza e il senso di responsabilità nell'uso dei nuovi media da parte di adulti e minori?

2. La Rai realizza già programmi formativi sull'uso delle nuove tecnologie. Quali aspetti potrebbero essere migliorati di tale programmazione (contenuto, orario di trasmissione, etc.)?

3. In quale modo la Rai potrebbe ulteriormente promuovere i vantaggi derivanti dalle nuove tecnologie e la relativa estensione alla collettività, in un contesto innovativo?

5. Le nuove dinamiche della fruizione mediale dei contenuti si collocano in un contesto sociale non scevro da criticità (timori per il rischio di nuove povertà, disagio crescente per la moratoria occupazionale delle generazioni giovani, distanza di ampie fasce della popolazione dalla politica e dalle istituzioni, tessuto sociale poco coeso). In passato il servizio pubblico radiotelevisivo ha espresso una grande forza culturale in virtù del carattere unificante conferitogli dalla capacità di proporre mappe socio/culturali, visioni del mondo attorno alle quali coagulare ampi segmenti della comunità nazionale. Quell'impegno culturale ha garantito, tra l'altro, lo scambio comunicativo tra i diversi pubblici, cioè tra classi sociali e generazioni.

Al riguardo i soggetti interessati sono chiamati ad illustrare il proprio punto di vista sul tema in oggetto e, in particolare, a rispondere ai seguenti quesiti:

1. Si ritiene che il servizio pubblico debba promuovere – con modalità consone al rinnovato sistema della comunicazione - un'offerta volta a sviluppare un nuovo modello di coesione culturale e sociale? Che tipo di iniziative e di programmi potrebbero rispondere a tale esigenza?
2. La concessionaria pubblica è tenuta alla produzione di contenuti che, promuovendo la diffusione di comportamenti corretti e virtuosi, favoriscano un miglior radicamento del senso civico e del rispetto della legalità. Attraverso quali tipologie di programmi?
3. In quali modi la Rai potrebbe sviluppare la diversità culturale e multietnica, nell'ottica di un'integrazione nazionale e sociale?
4. Si ritiene idonea l'attuale offerta dedicata alle persone con disabilità e alla programmazione sociale?
5. In quali modi la Rai potrebbe ulteriormente sviluppare le iniziative per la valorizzazione delle culture locali?

6. Il tema della qualità della programmazione televisiva ricorre spesso nel dibattito pubblico sull'offerta mediale ed è stato già richiamato nelle linee-guida emanate dall'Autorità nel 2009 propedeutiche al Contratto di servizio in vigore. La Rai, sulla base delle previsioni del vigente Contratto di servizio e del precedente Contratto per il triennio 2006-2009, ha inoltre sviluppato un sistema di qualità dell'offerta e di misurazione del valore pubblico

Al riguardo i soggetti interessati sono chiamati ad illustrare il proprio punto di vista sul tema in oggetto e, in particolare, a rispondere ai seguenti quesiti:

1. Alla luce delle attuali esigenze culturali del Paese, quali sono gli elementi che attribuiscono "qualità" ad un programma?

2. La programmazione del servizio pubblico deve assumere tratti qualitativi peculiari? Quali?
3. La Rai deve investire nella progettazione e nella produzione di contenuti innovativi di maggiore qualità solo nel caso dei programmi finanziati dal canone, oppure l'investimento in programmi innovativi di qualità deve connotare anche l'offerta finanziata dagli introiti pubblicitari? Per quali ragioni?
4. Nell'attuale contesto televisivo, affinché l'offerta complessiva di una rete generalista possa essere detta di qualità, da quali elementi deve essere caratterizzata?
5. Quale è il ruolo e il giudizio sulla nuova offerta digitale sviluppata dalla Rai?
6. Si ritiene idoneo l'attuale sistema "Qualitel" sviluppato dalla Rai?
7. La diffusione dell'uso di internet e di apparecchi (*device*) che offrono una molteplicità di applicazioni funzionali consentono oggi di accedere da qualunque luogo e in qualsiasi momento della giornata ad una massa straordinariamente varia di contenuti mediali informativi anche decontestualizzati e non riferibili agli organi di informazione, cioè prodotti al di fuori delle dinamiche e delle logiche professionali delle aziende editoriali e diffusi attraverso servizi tipici del cosiddetto *Web 2.0* (*blog, wiki, siti di social network come YouTube, FaceBook, Twitter, etc.*).

Al riguardo i soggetti interessati sono chiamati ad illustrare il proprio punto di vista sul tema in oggetto e, in particolare, a rispondere ai seguenti quesiti:

1. Stante la grande offerta di contenuti informativi e la varietà delle fonti d'informazione, si ritiene che la Concessionaria del servizio pubblico debba fare qualcosa in più per distinguere il *brand* del servizio pubblico? Che cosa?
2. Si ritiene che debba essere sviluppata un'adeguata informazione online e nuove modalità di presentazione delle notizie, anche con crescenti capacità di partecipazione interattiva del pubblico, nel rispetto della qualità dell'informazione e del pluralismo?