

Alma Mater Studiorum – Università di Bologna

DOTTORATO DI RICERCA IN

Traduzione Interpretazione e Interculturalità

Ciclo XXVII

**Settore Concorsuale di afferenza:** 10/L1 - LINGUE, LETTERATURE E CULTURE INGLESE E ANGLOAMERICANA

**Settore Scientifico disciplinare:** L-LIN/12 - LINGUA E TRADUZIONE - LINGUA INGLESE

TITOLO TESI

**Il mercato dell’Audiodescrizione italiano.**

Un’analisi dell’offerta e della potenziale domanda di prodotti audiovisivi accessibili a spettatori con disabilità visiva.

Presentata da: Nicola Tondi

**Coordinatore Dottorato**

**Relatore**

Prof.ssa Raffaella Baccolini

Prof.ssa Delia Chiaro

**Esame finale anno 2016**

**Il mercato dell'audiodescrizione italiano.**  
**Un'analisi dell'offerta e della domanda potenziale per prodotti audiovisivi**  
**accessibili a spettatori con disabilità visiva.**

**INDICE**

<b>Introduzione</b>	<b>7</b>
<b>Capitolo 1. Storia mondiale del servizio di Audiodescrizione (AD): dalla nascita fino ai giorni nostri</b>	<b>3</b>
1.1 Stati Uniti	14
1.2 Spagna	16
1.3 Regno Unito	20
1.4 Germania	24
1.5 Francia	26
1.6 Portogallo	29
1.7 Belgio	31
1.8 Polonia	34
1.9 Italia	35
1.10 Servizio di Audiodescrizione e sport	38
1.11 Conclusioni	39
<b>Capitolo 2. Riferimenti normativi</b>	<b>40</b>
2.1 Riferimenti normativi internazionali sui diritti delle persone con disabilità	40
2.2 La Direttiva 2010/13/UE	45
2.3 Spagna	46
2.4 Regno Unito	48
2.5 Germania	49
2.6 Francia	50
2.7 Portogallo	52
2.8 Belgio	53
2.9 Polonia	55

2.10 Italia	56
<b>Capitolo 3. L'offerta di prodotti audiovisivi accessibili a persone con disabilità visiva in Italia</b>	<b>64</b>
3.1 Il servizio di Audiodescrizione della Radio Televisione Italiana – R.A.I.	65
3.2 Il servizio di Audiodescrizione fruibile attraverso lo streaming o il download su internet	74
3.3 La Cooperativa Onlus Senza Barriere	77
3.4 DVD / Blue-Ray accessibili a spettatori con disabilità visiva	84
3.5 Il servizio di Audiodescrizione fruibile attraverso applicazioni accessibili. <i>MovieReading</i>	85
3.6 Conclusioni	87
<b>Capitolo 4. Il potenziale pubblico di riferimento. Analisi dei dati statistici esistenti sulla popolazione con disabilità visiva italiana e integrazione sociale</b>	<b>90</b>
4.1 Distribuzione per genere e fasce d'età	92
4.2 Distribuzione territoriale	93
4.3 Livello d'istruzione	94
4.4 Cecità e condizione professionale	96
4.5 Integrazione sociale e persone con disabilità visiva	97
<b>Capitolo 5. Stato dell'arte degli studi di ricerca sul servizio di Audiodescrizione (AD)</b>	<b>104</b>
5.1 Un approccio multidisciplinare	104
5.2 I <i>Reception Studies</i>	107
5.3 Gli studi sulle abitudini di consumo di prodotti audiovisivi del pubblico con disabilità visiva condotti negli Stati Uniti	108
5.4 Gli studi sulle abitudini di consumo di prodotti audiovisivi del pubblico con disabilità visiva condotti in Europa	111
5.5 Conclusioni	119
<b>Capitolo 6. Obiettivi del progetto di ricerca</b>	<b>121</b>

<b>Capitolo 7. Metodologia. Metodi di ricerca qualitativi e quantitativi</b>	<b>123</b>
7.1 Metodi di ricerca qualitativi. <i>Focus Group</i>	123
7.2 <i>Focus Group</i> : le caratteristiche dei partecipanti	125
7.3 <i>Focus Group</i> : gli incontri	128
7.4 Metodi di Ricerca Quantitativi. Questionario d'indagine conoscitiva	128
7.5 Sezione 1. La Demografia dei Partecipanti	131
7.6 Sezione 2. Modalità di utilizzo e importanza della Capacità Visiva Residua negli utilizzatori di prodotti audiovisivi	132
7.7 Sezione 3. Modalità di fruizione di prodotti audiovisivi non integrati dal servizio di Audiodescrizione	133
7.8 Sezione 4. Familiarità con prodotti audiovisivi integrati dal servizio di Audiodescrizione	135
7.9 Sezione 5. Modalità di fruizione di prodotti audiovisivi integrati dal servizio di Audiodescrizione	136
7.10 Sezione 6. Fattori che potrebbero determinare un incremento dell'utilizzo del servizio di Audiodescrizione	136
<b>Capitolo 8. Descrizione risultati. Struttura del campione degli intervistati</b>	<b>138</b>
8.1 Le caratteristiche demografiche del campione	138
8.2 Periodo insorgenza lesione visiva	143
8.3 I partecipanti non-vedenti	147
8.4 Partecipanti ipovedenti	149
8.5 Livello di istruzione	153
8.6 Conclusioni	159
<b>Capitolo 9. Descrizione risultati. Modalità di fruizione di prodotti audiovisivi non integrati dal servizio di Audiodescrizione</b>	<b>161</b>
9.1 Familiarità con le Tecnologie dell'informazione e della comunicazione (Tic)	161
9.2 Frequenza fruizione della piattaforma televisiva	166
9.3 Strategie impiegate durante la fruizione di prodotti audiovisivi non integrati dal servizio di Audiodescrizione	169
9.4 Piattaforme utilizzate per la fruizione di materiali audiovisivi non integrati dal servizio di Audiodescrizione, indici gradimento per genere audiovisivo	172

<b>Capitolo 10. Descrizione risultati. Modalità di fruizione di prodotti audiovisivi integrati dal servizio di Audiodescrizione</b>	<b>177</b>
10.1 Livelli di cognizione e frequenza utilizzo del servizio di Audiodescrizione	177
10.2 Modalità di fruizione prodotti audiovisivi integrati dal servizio di Audiodescrizione	186
10.3 Motivazioni alla base di un NON utilizzo del Servizio di Audiodescrizione	187
<b>Capitolo 11. Descrizione risultati. Fattori in grado di favorire l'allargamento della base dei fruitori del servizio di Audiodescrizione</b>	<b>189</b>
11.1 Importanza dei fattori che potrebbero determinare un incremento dei tassi di utilizzo del servizio di Audiodescrizione	190
11.2 Indici di preferenza per un incremento del servizio per genere di prodotto audiovisivo e per piattaforma di fruizione	191
11.3 Strumenti assistivi in grado di facilitare l'accesso al servizio di Audiodescrizione e l'utilizzo della piattaforma televisiva	198
<b>Capitolo 12. Discussione dei risultati</b>	<b>203</b>
12.1 Caratteristiche demografiche del campione	204
12.2 Le caratteristiche degli utilizzatori di prodotti audiovisivi integrati dal servizio di Audiodescrizione	221
12.3 Modalità di fruizione di prodotti audiovisivi integrati dal servizio di Audiodescrizione	230
12.4 Domanda di prodotti audiovisivi integrati dal servizio di Audiodescrizione	232
12.5 Fattori in grado di determinare un allargamento della base dei fruitori del servizio di Audiodescrizione	236
12.6 Strumenti assistivi in grado di determinare un allargamento della base dei fruitori di prodotti audiovisivi integrati dal servizio di Audiodescrizione	242
12.6 Efficacia servizio di Audiodescrizione	244
<b>Capitolo 13. Conclusioni</b>	<b>246</b>
13.1 Partecipazione e adesione del pubblico oggetto di indagine al rilevamento	246
13.2 Le caratteristiche dell'offerta	248
13.3 Il potenziale pubblico di riferimento	251

13.4 Gli utilizzatori del servizio	252
13.5 Tassi di utilizzo del servizio	253
13.6 Domanda per una maggiore disponibilità di prodotti accessibili	254
13.7 Efficacia	254
13.8 Indicazioni per favorire lo sviluppo e la nascita di un mercato per prodotti audiovisivi accessibili a spettatori con disabilità visiva	255
<b>Bibliografia</b>	<b>258</b>
<b>Filmografia</b>	<b>274</b>
<b>Sitografia</b>	<b>278</b>
<b>Appendici</b>	<b>280</b>
<b>Appendice 1. Questionario di indagine conoscitiva</b>	
<b>Appendice 2. Trascrizione interviste <i>Focus Group</i></b>	
<b>Appendice 3. Matrice dati</b>	

## INTRODUZIONE

La presente tesi di dottorato, nata e sviluppata in seguito al conseguimento di un master in traduzione audiovisiva organizzato dal Dipartimento di Traduzione e Interpretazione di Forlì e alla progettazione e realizzazione del progetto dedicato all'accessibilità teatrale per persone con disabilità sensoriali *Un invito al Teatro: No-Limits*, si pone gli obiettivi di identificare, da un lato, le caratteristiche del mercato dell'Audiodescrizione (AD) italiano, e, dall'altro, di identificare le leve sulle quali agire per un allargamento del suddetto mercato. Nonostante in Italia il servizio televisivo pubblico eroghi ormai da oltre 30 anni il servizio di AD a integrazione parziale e intermittente della propria programmazione e nonostante gli studi accademici si stiano succedendo a un ritmo sempre più crescente, non esistono a tutt'oggi indagini o rilevamenti che abbiano definito le caratteristiche del potenziale pubblico di riferimento o ne abbiano rilevato le percentuali di utilizzo del servizio. Le caratteristiche di erogazione e di accesso al servizio, inoltre, non sono mai state pienamente prese in considerazione e, quando questo è stato fatto, gli autori si sono limitati a una descrizione superficiale senza cercare il coinvolgimento diretto del pubblico di riferimento e degli effettivi utilizzatori.

La tesi risulta idealmente divisa in due parti distinte.

All'interno della prima parte vengono definite le caratteristiche del mercato in termini di offerta e domanda. Dopo un'iniziale premessa storica nel corso della quale sono descritti i percorsi evolutivi del servizio di AD nei diversi paesi e le differenti normative che ne regolamentano l'erogazione, verrà descritta la disponibilità di materiali audiovisivi accessibili agli spettatori con disabilità visiva. In particolare l'attenzione si concentrerà sul servizio erogato dalla Radiotelevisione italiana – Rai, sul materiale fruibile attraverso le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (Tic) e, infine, sul catalogo della Cooperativa Sociale Onlus Senza Barriere, unico produttore italiano di audiofilm. Per quanto riguarda la domanda potenziale saranno descritti i pochi studi a oggi condotti sulla popolazione non-vedente e verrà discusso il concetto di ipovisione, oggi sempre più centrale nei paesi ad economia avanzata e nella comunità delle persone con disabilità visiva.

La seconda parte della tesi si concentra sulla descrizione e discussione dei dati raccolti nel corso di un rilevamento condotto nei primi mesi del 2014. Dopo la presentazione degli studi accademici e istituzionali condotti relativamente al servizio di AD, saranno trattate le diverse strategie metodologiche impiegate per la raccolta dei dati. In seguito il focus della tesi si

sposterà sulla descrizione dei dati quantitativi raccolti nel corso del rilevamento a cui hanno partecipato 77 persone con disabilità visiva. Questi stessi dati costituiscono la base per la discussione e la parte conclusiva della tesi.

L'arte di raccontare e descrivere persone, oggetti, opere d'arte o avvenimenti ad ascoltatori o lettori impossibilitati ad assistervi è antica quanto l'uomo, le diverse tecniche retoriche impiegate per dare vita a descrizioni vivide in grado di suggerire immagini quasi visive sono state raggruppate sotto il nome di ipotiposi. Nel saggio *Les sémaphores sous la pluie*, Umberto Eco si chiede: “*Come si descrive il visibile con le parole? Il problema ha una sua storia e la tradizione retorica rubrica le tecniche di rappresentazione verbale del visibile sotto il nome di ipotiposi o di evidentia, talora identificata con, e talora giudicata affine a, la illustratio, la demonstratio, l'ekphrasis o descriptio, l'enargheia, eccetera*”<sup>1</sup>.

Al termine di una lunga dissertazione nel corso della quale l'autore discute i più famosi esempi di ipotiposi che è possibile rinvenire dalla letteratura greca e latina classica fino alla letteratura moderna, Eco afferma: “*Non è mia intenzione esaurire nello spazio di un intervento così breve l'inesauribile tipologia dell'ipotiposi. Mi è bastato ricordare che l'ipotiposi non ha una regola ma solo molti modi, e alcuni forse ancora da inventare*”<sup>2</sup>.

Dopo il processo di digitalizzazione che ha investito il mondo, l'avvento di internet e la proliferazione di schermi sui quali si succedono in un flusso infinito migliaia di immagini che finiscono col determinare la percezione della realtà circostante e della cultura divenendo in innumerevoli occasioni argomento di discussione, l'abilità di descrivere il visibile attraverso la parola assume un nuovo significato, soprattutto in relazione a concetti quali l'inclusione sociale, l'accessibilità alla cultura e all'informazione e alla disabilità visiva. Un approccio più informato e l'evoluzione di un concetto quale quello di disabilità, che ha spostato il centro dell'attenzione dal corpo dell'individuo all'ambiente circostante con il quale ognuno si trova ad interagire, hanno portato alla luce nuove esigenze e bisogni in precedenza soffocati e ignorati.

Per lungo tempo le persone con disabilità sono state ignorate, relegate ai margini della società e doppiamente vittime: da un lato colpiti dal destino e dall'altro dai pregiudizi e dagli stereotipi ampiamente diffusi nella società e reiterati dai media. Proprio nei giorni in cui mi accingevo a scrivere la tesi di dottorato ho visto *Confusi e felici* (M. Bruno 2014), commedia

---

<sup>1</sup> Eco, 2002, p. 196

<sup>2</sup> Eco, 2002, p. 208

brillante sulla vita di uno psicanalista che scopre di essere affetto da maculopatia degenerativa che lo porterà nel giro di pochi mesi alla cecità completa. In particolare a metà del film il protagonista segue un ragazzo non-vedente che si muove per le strade della città utilizzando un bastone bianco, probabilmente noto ai più con la definizione bastone per non vedenti o ipovedenti. Nelle scene che si susseguono il ragazzo viene ritratto come incapace di muoversi o superare qualsiasi tipo di ostacolo al punto tale da non accorgersi di un attraversamento pedonale e finire quasi con l'essere investito, sarà solo grazie all'intervento di una "buona samaritana" che riuscirà ad attraversare la strada e uscire dall'inquadratura lasciando spazio alla faccia di un uomo sgomento e disperato. In pochi fotogrammi si trovano riassunti gli stereotipi più diffusi e comunemente associati al mondo dei non-vedenti quali ad esempio l'incapacità di muoversi e di interagire socialmente: il ragazzo non-vedente non parla con nessuno, viene ignorato dagli altri passanti che gli sbattono contro, non scambia neppure una parola con la donna che letteralmente lo traghetta al di là della strada, ritratto come mero soggetto passivo in balia del mondo che lo circonda.

La realtà dei fatti appare tuttavia diversa, le persone con disabilità in generale e allo stesso modo le persone con disabilità visiva non sono individui incapaci di relazionarsi con il mondo che le circonda o stabilire relazioni sociali soddisfacenti, al contrario sono soggetti attivi in grado di decidere del proprio futuro e di disporre della propria vita in modo indipendente. Se da un lato l'evoluzione tecnologica che ha investito la società moderna pone nuove sfide in termini di accesso a tutte quelle informazioni veicolate attraverso le immagini e i prodotti audiovisivi, dall'altro offre strumenti e soluzioni in grado di facilitare la fruizione di quegli stessi contenuti anche da parte di coloro che per le più svariate ragioni non possono assistervi visivamente. L'accessibilità di prodotti audiovisivi ha assunto ormai da anni una posizione centrale all'interno dei *Translation Studies*, soprattutto per quanto riguarda la traduzione audiovisiva. Nel corso degli anni si sono perfezionate tecniche come la sopratitolazione per spettatori non-udenti o ipoudenti, la lingua dei segni (LIS) e l'AD per spettatori non-vedenti o ipovedenti per rispondere, da un lato, alle diverse esigenze di un pubblico sempre più eterogeneo e, dall'altro, garantire ad ogni individuo il diritto di fruire e accedere alla cultura, alle informazioni e all'intrattenimento secondo quanto stabilito dalla *Convenzione delle Nazioni Unite sui Diritti delle Persone con Disabilità* emanata a New York nel 2006 e ratificata dalla *Repubblica Italiana* con la LEGGE 3 marzo 2009, dall'Unione Europea con il trattato 2012/C 326/01a e infine dalla Costituzione Italiana.

L'AD, particolare forma di traduzione in grado di rendere accessibili prodotti audiovisivi a tutti coloro impossibilitati ad assistervi visivamente attraverso puntuali descrizioni delle ambientazioni, dei personaggi, degli avvenimenti e più in generale di tutte le informazioni veicolate attraverso il canale visivo che si succedono sullo schermo, senza sovrapporsi in alcun modo alle informazioni comunicate attraverso il canale sonoro, ha attirato l'attenzione del mondo accademico dopo essere stata per anni esclusivamente una pratica professionale basata su dati empirici piuttosto che su robuste evidenze scientifiche. Tale interesse trova una propria giustificazione anche nelle evidenze statistiche portate alla luce dalla Organizzazione Mondiale della Sanità (O.M.S.) a proposito della demografia della popolazione le quali indicano, soprattutto nei paesi industrializzati, un incremento dell'incidenza delle malattie e dei disturbi degenerativi della salute correlati all'età in grado di causare la perdita totale o parziale della vista.

There is strong global evidence that despite significant strides in terms of prevention of blindness we are likely to experience a significant growth in the number of older people experiencing sight loss <sup>3</sup>.

Se da un lato le politiche di prevenzione globali e il miglioramento delle condizioni socio-economiche nei paesi in via di sviluppo e nei paesi del terzo mondo hanno dimostrato la loro efficacia portando ad un'effettiva diminuzione delle persone colpite da cecità, dall'altro l'allungamento dell'aspettativa di vita media della popolazione dei paesi industrializzati ha portato alla proliferazione di quelle malattie degenerative alla base del deterioramento della capacità visiva dell'individuo, determinando nei prossimi anni l'aumento del numero delle persone con disabilità visiva.

Il quadro statistico che le indagini demografiche fino ad oggi condotte consentono di ricostruire a livello mondiale, regionale e nazionale non garantisce un'uniformità metodologica e un adeguato rigore scientifico, poiché molti dei dati risultano essere ormai datati oppure risultano essere stime derivate da una base campionaria della popolazione oggetto d'indagine. *“Allo stato attuale non esistono in Italia, come del resto anche nella massima parte delle altre nazioni, dati esaurienti sulla prevalenza e/o incidenza di cecità e*

---

<sup>3</sup> W.B.U., 2011, p. 3.

*sulla frequenza delle sue cause rilevati direttamente sulla popolazione generale o su campioni di questa. Esistono solo delle stime grossolane”*<sup>4</sup>.

La diversa definizione dei fenomeni di cecità e ipovisione stabilita secondo i termini di legge a seconda delle diverse nazioni inoltre non facilita la raccolta dei dati ed un'accurata determinazione delle dimensioni dei fenomeni considerati. Nonostante la letteratura medica indaghi il fenomeno della cecità dalla seconda metà dell'ottocento, in proposito si vedano i primi studi censuari condotti da Zehender nel 1867 nei Granducati di Mecklemburg e di Carreras-Arago, il fenomeno ipovisione inizialmente non viene preso in considerazione, utilizzando come unico parametro di riferimento quello dell'acuità visiva, ovvero la capacità dell'occhio di distinguere i dettagli di un oggetto a una distanza prestabilita. Solo successivamente si inizieranno a prendere in considerazione altri parametri tramite i quali valutare l'influenza che la progressiva perdita della capacità di vedere esercita sulla qualità della vita dell'individuo. Oggi l'oftalmologia moderna non si preoccupa più unicamente dell'acuità visiva dell'individuo ma piuttosto della qualità complessiva della capacità visiva della persona. *“Nel mondo contemporaneo la vita è più lunga: l'età media della popolazione sta progressivamente aumentando. Ci si chiede da più parti se questo corrisponda realmente ad un miglioramento della qualità della vita o sia a discapito di essa. La qualità della vita, intesa come efficienza dell'individuo, approvazione e uguaglianza agli altri in un determinato contesto sociale, racchiude in sé in posizione primaria la qualità della visione”*<sup>5</sup>.

È proprio il fenomeno dell'ipovisione quello che maggiormente ha a che fare con la qualità della visione e la qualità di vita degli individui e che, è opportuno ricordare, coinvolge la maggioranza delle persone con disturbi della funzione visiva. Per comprendere meglio i meccanismi percettivi impiegati quando si assiste visivamente ad un evento il senso della vista è stato definito dapprima in termini scientifico-funzionali e poi suddiviso in 6 aree distinte:

1. acuità visiva o visione centrale;
2. sensibilità al contrasto;
3. campo visivo o visione periferica;
4. sensibilità cromatica;
5. sensibilità luminosa;

---

<sup>4</sup> Cruciani, Di Pillo, 2011, p. 29.

<sup>5</sup> Cruciani F. et Al., 2006, p. 15-16.

## 6. visione binoculare.

Più recentemente inoltre è stato introdotto il concetto di abilità visiva nel tentativo di definire ulteriormente le problematiche e le difficoltà causate dalla progressiva degenerazione di una o più delle aree funzionali sopra elencate. È considerato un individuo con buona o sufficiente abilità visiva colui in grado di ripetere alcune attività quotidiane, prendersi cura di sé, fare le abituali faccende domestiche, comunicare, portare avanti i propri hobby e passatempi ed avere speranze per il futuro.

Nonostante la compromissione di una o più delle aree funzionali determini un notevole scadimento della qualità dell'individuo senza necessariamente portare alla cecità completa, il termine ipovisione e il concetto stesso di Ipo visione sono entrati a far parte della lingua italiana e dell'impianto legislativo italiano da pochi anni, mentre sono quasi completamente ignorati all'interno della compagine sociale. Si trova riscontro del concetto di Ipo visione all'interno dell'ordinamento giudiziario italiano per la prima volta nella Legge 155/1965, art. 2: *“Si intendono privi della vista coloro che sono colpiti da cecità assoluta o hanno un residuo visivo non superiore a un decimo in entrambi gli occhi con eventuale correzione”*<sup>6</sup>. Per la prima volta si fa strada il concetto che le persone colpite da cecità sono in grado di vedere qualche cosa, bisogna però attendere il 1984 perché la parola ipovedente sia accolta all'interno del quadro legislativo italiano: *“La parola ipovedente è entrata da poco nel vocabolario italiano e la si rinviene per la prima volta in un testo legislativo del 1984 (Decreto Ministeriale sulle Forniture di Protesi da parte del Sistema Sanitario Nazionale)”*<sup>7</sup>.

Nel 2001 infine, con la Legge 138, viene recepita la classificazione proposta dall'O.M.S., la quale considera, oltre al parametro dell'acuità visiva, quello dell'ampiezza del campo visivo, ovvero la porzione di spazio che l'occhio è in grado di vedere. È proprio il deterioramento del campo visivo a determinare una gamma di sfide e problematiche difficilmente riconducibili ad un'unica tipologia e a rendere il fenomeno ipovisione di difficile definizione.

La storia stessa dell'Unione Italiana Ciechi e Ipovedenti – U.I.C.I., la più grande e diffusa associazione a tutela delle persone con disabilità visiva presente sul territorio italiano, evidenzia come inizialmente l'attenzione fosse focalizzata quasi esclusivamente sulla cecità. Fondata nel 1920 ad opera di alcuni militari tra cui Aurelio Nicolodi, fu inizialmente chiamata Unione Italiana dei Ciechi - U.I.C., nonostante da molti anni in prima linea per la difesa dei

---

<sup>6</sup> Legge 155/1965, art. 2.

<sup>7</sup> Cruciani F. et Al., 2006, p. 16.

diritti delle persone ipovedenti si dovrà attendere il 2007 affinché all'interno del nome dell'associazione sia compreso anche il termine ipovedente.

Secondo gli ultimi dati rilevati dall'Istituto Nazionale di Statistica – Istat attraverso l'indagine campionaria *Condizioni di salute e ricorso ai servizi sanitari*, condotta tra settembre 2012 e giugno 2013, il numero degli individui non-vedenti è risultato essere per la prima volta in calo dopo molti anni. Tale flessione pare essere attribuibile alle campagne di prevenzione e ai progressi raggiunti in campo medico, tuttavia nel 2011 una comparazione della serie dei dati demografici disponibili riguardanti la popolazione italiana con disabilità visiva ha rilevato che: *“Le fonti utilizzate nel presente studio si riferiscono solo ai casi di cecità mentre sfuggono tutti i casi di ipovisione, che sono segnalati in forte aumento sia per invecchiamento della popolazione e sia per miglioramento delle terapie mediche e chirurgiche che, se da un lato scongiurano la cecità, non evitano la disabilità visiva”*<sup>8</sup>.

Dunque pare essere proprio il fenomeno ipovisione, tanto affine quanto diverso al ben più noto fenomeno di *Cecità*, a porre gli ostacoli maggiori per chiunque voglia cimentarsi nella sfida di descrivere il visibile attraverso la parola. In tal senso la conoscenza della popolazione con disabilità visiva, o, nel caso di servizi di audio-descrizione professionali, del pubblico di riferimento, assume un ruolo centrale e imprescindibile per fornire un servizio qualitativamente soddisfacente, progettato sulla base delle aspettative e delle richieste degli utenti. Un esempio ideale in grado di illustrare l'influenza che i particolari disturbi della vista determinati dal fenomeno ipovisione esercitano sulle strategie per rendere accessibili a spettatori con disabilità visiva i prodotti audiovisivi e in particolare le opere teatrali è rappresentato dalle modalità di lavoro messe in atto da Rick Jacobson.

For Jacobson - who grew up in St. Paul and White Bear Lake but now lives in St. Louis Park - a described performance begins ahead of time when he reads the script and, when possible, attends an earlier performance of the play. Then, there's what Parker calls "the pregame," a preshow meeting with the patrons who will use the description service at that performance.

"He is there to talk with blind patrons before the show, when they come pick up the listening devices," said Janet Huyck, production stage manager at the Ordway. "He's there to see what they are interested in and he tries to base his approach not on what he thinks they want, but what they actually say they want. Rick knows a lot of the people who use the service because he works with them around town at other theaters, so he

---

<sup>8</sup> Cruciani, Di Pillo, 2011, p. 31.

gives them the best experience possible by tailoring his performance to what they're looking for."

That can mean many different things. Several theaters, including the Guthrie and Park Square, offer "tactile tours" ahead of time, so blind theatergoers can get the feel of the costumes and sets. The tours are helpful because, as Jacobson noted, there is a difference between describing a performance for someone who was born blind and someone who lost sight after birth - describing a "green dress," for instance, may not mean much to the former, but knowing how the green velvet feels, does.

At the defunct Theatre de la Jeune Lune, Jacobson once described a performance for a man with tunnel vision, so his job was simply to tell him where to look on stage to find the action <sup>9</sup>.

---

<sup>9</sup> Hewitt C., (2013), *Twin Cities: For blind theater-goers, a play-by-play*. Disponibile al seguente link: ([http://www.twincities.com/ci\\_22326014/twin-cities-blind-theatergoers-play-by-play](http://www.twincities.com/ci_22326014/twin-cities-blind-theatergoers-play-by-play)). Consultato il: 05/11/2015

## **Capitolo 1.**

### **Storia mondiale del servizio di Audiodescrizione (AD): dalla nascita fino ai giorni nostri**

Nel presente capitolo si cercherà di ricostruire la storia della nascita del servizio di Audiodescrizione (AD) iniziando dalla sua genesi oltre oceano avvenuta ormai 40 anni fa e il successivo approdo in Europa per continuare fino ai giorni nostri con l'avvento di applicazioni per smart-phone e tablet in grado di erogare il servizio di AD. Ad eccezione degli Stati Uniti, per i quali si fornirà anche una breve descrizione delle leggi che regolamentano il servizio di AD, per l'analisi delle normative e delle leggi che governano l'erogazione di tale servizio in Europa e nei singoli paesi oggetto di analisi si prega di consultare il relativo capitolo. La descrizione storica inoltre dopo una breve panoramica statunitense si concentrerà maggiormente sull'evoluzione storica del servizio nel contesto europeo.

#### **1.1 Stati Uniti**

È possibile rinvenire le prime testimonianze di un prodotto audiovisivo integrato da AD, nella tesi di laurea di Gregory Frazier redatta nel 1975 presso la State University di San Francisco, *The autobiography of Miss Jane Pitman: An all-audio adaptation of the teleplay for the blind and visually handicapped*. Frazier, dopo aver trascorso la serata in compagnia di un amico non-vedente nel corso della quale i due avevano assistito ad *High Noon* (F. Zinnemann, 1952) colse per primo le potenzialità che le brevi e vivide descrizioni da lui stesso create simultaneamente allo scorrere delle immagini sullo schermo racchiudevano per permettere all'amico di apprezzare e seguire la pellicola, (cfr. Thomas, 1996).

Nel 1981 Margaret Pfanstiehl, non-vedente e fondatrice del servizio di lettura a distanza Metropolitan Washington Ear (M.W.E.), insieme al marito vedente Cody, diede vita ad una collaborazione con l'Arena Stage di Washington D.C. per iniziare ad audiodescrivere performance teatrali, il servizio venne inaugurato con l'AD dello spettacolo *Major Barbara*. Successivamente i Pfanstiehl applicheranno le esperienze e le conoscenze maturate ad altri campi, nel 1982, in collaborazione con Public Broadcasting Service (PBS), daranno il via alle trasmissioni via radio delle AD di alcuni programmi simultaneamente alla loro messa in onda, mentre nel 1986 inizieranno la produzione di audiocassette contenenti le AD di musei ed

esibizioni d'arte. Nel 1987 M.W.E., WGBH Educational Foundation, Public Television Playhouse e PBS. inizieranno a sperimentare la trasmissione di film audiodescritti attraverso un canale audio ausiliare delle televisioni analogiche, *Second Audio Program (SAP)*, mandando in onda per la prima volta via satellite la serie *American Playhouse* (1982-1993) integrata dal servizio preregistrato di AD. Questo primo esperimento sortirà un duplice effetto: da un lato PBS comincerà a offrire al pubblico film audiodescritti su base stabile, contando nel 1996 su un audience potenziale di oltre il 71% delle famiglie americane grazie alle 130 emittenti televisive ad essa associate; dall'altro nel 1990 verrà fondato, come sussidiaria di WGBH Educational Foundation, il Descriptive Video Service (DVS) uno dei maggiori produttori statunitensi di supporti e servizi per l'accessibilità per persone con disabilità sensoriali. In quegli stessi anni Jim Stovell, divenuto non-vedente successivamente al conseguimento della laurea presso la Oklahoma University e cofondatore di Narrative Television Network (NTN), dopo aver lavorato per oltre un anno alle AD di film e spettacoli televisivi su videocassetta non più protetti dal diritto d'autore, inizia a trasmettere film integrati dal servizio di AD attraverso la propria emittente via cavo (cfr. SASSER, 2009), proponendo agli spettatori quattro ore di programmazione audiodescritta a settimana (cfr. DCMP, 2015). Ancora nel 1990 viene definitivamente e ufficialmente riconosciuta l'importanza del servizio di AD anche a livello istituzionale grazie agli *Emmy* assegnati American Academy of Dramatic Arts (AADA) ad AudioVision Institute, fondato nel 1987 da Frazier, a M.W.E., a NTN e a PBS/WGBH. Grazie al rinnovato entusiasmo e agli importanti riconoscimenti accreditati per il lavoro svolto, nel 1991 Frazier fonda AudioVision, Inc. con l'intento di diffondere il servizio nell'area di San Francisco, un anno più tardi WGBH crea il progetto Motion Picture (MoPix) Access, con l'obiettivo di offrire il servizio di AD a integrazione di film in prima uscita nei cinema statunitensi (cfr. ADC, 2013).

Il 1994 poi segna due importanti tappe nell'applicazione delle tecniche di AD a nuovi generi: sulla costa Ovest degli Stati Uniti Los Angeles Radio Reading Service (LARRS) realizza la prima AD di un evento dal vivo trasmesso in televisione, rendendo accessibile agli spettatori la *Tournament of Roses Parade*<sup>10</sup>; sulla costa Est M.W.E. audiodescrive per la prima volta un'opera lirica, integrando il servizio di AD alla messa in scena di *Madame Butterfly* presso la Washington Opera proprio nel marzo di quello stesso anno. Negli anni seguenti il servizio di AD continua a diffondersi e a essere applicato a nuovi generi audiovisivi, nel 2001 ben

---

<sup>10</sup> Per ulteriori informazioni riguardo la *Tournament of Roses Parade* sono disponibili al seguente link: (<https://www.tournamentofroses.com/>)

diciassette pellicole sono già supportate da AD fin dalla prima proiezione nei cinema, saranno sessantatre nel 2006, mentre quattro anni più tardi viene audiodescritto il primo video musicale *So what the Fuss* di Stewie Wonder. Nel 2006 nasce Audio Description Coalition (ADC) che in collaborazione con California Audio Describers Alliance (CADA) redigerà il documento *Standards for Audio Description and Code of Professional Conduct for Describers* con l'obiettivo di diffondere sul territorio statunitense standard di qualità uniformi. Nel 2008 American Council of the Blind (ACB) lancia il progetto *Audio-Description Project (ADP)* con l'obiettivo di fornire a coloro che lo desiderano un'adeguata formazione per divenire audiodescrittori, diffondere la pratica dell'AD e incoraggiarne nuove applicazioni.

Nonostante l'AD avesse comprovato fin da subito la sua importanza quale strumento per l'accessibilità di prodotti audiovisivi e del patrimonio culturale nazionale e ne fosse già stata riconosciuta la rilevanza a livello istituzionale e nonostante le pressioni esercitate a livello governativo già da alcuni anni da parte di diverse associazioni tra le quali anche American Foundation of the Blind (AFB) e M.W.E., si dovrà attendere fino al 1998 perché il Congresso degli Stati Uniti stabilisca attraverso un emendamento al *Rehabilitation Act of 1973 – Section 508 (PUB.L. 93–112)* che dal 1 Luglio 2001 tutti i filmati prodotti dalle singole agenzie federali debbano essere dotati di AD. Nel 2000 poi Federal Communications Commission (FCC), agenzia governativa deputata alla regolamentazione delle comunicazioni, promulga e cerca di far rispettare una prima regolamentazione concernente i servizi di accessibilità, indicando un monte ore minimo che le 5 maggiori stazioni televisive commerciali avrebbero dovuto rendere accessibile individuando nella programmazione dedicata ai bambini una delle priorità. L'adozione di tale regolamentazione determina però una veemente reazione da parte di National Association of Broadcasters (NAB) e Motion Picture Association of America (MPAA) che porterà nel 2002 ad una dichiarazione di incostituzionalità. Si dovrà attendere il 2010 e la ratifica del *Twenty-First Century Communications and Video Accessibility Act of 2010 (PUB. L. 111-260)* da parte del Presidente Obama perché l'iniziale regolamentazione entri in vigore senza più possibilità di appello (DCMP, 2015).

## **1.2 Spagna**

In Europa è possibile trovare le prime tracce seminali di AD nel lavoro svolto dai giornalisti Gerardo Esteban e successivamente Jorge Arandes, i quali dopo la fine della guerra civile sulle

frequenze di Radio Miramar e Radio Barcelona cercarono di rendere accessibili a un pubblico più vasto di quello che poteva normalmente recarsi nelle sale cinematografiche numerose pellicole. Il primo film trasmesso via radio con l'aggiunta dei commenti di Esteban fu *Gilda* (C. Vidor 1946), l'inserimento nel palinsesto di film supportati da una narrazione trovava giustificazione nella volontà dei distributori e delle sale cinematografiche di promuovere i film in programmazione, conseguentemente venivano letti a voce alta i nomi degli attori di spicco e dei registi e veniva comunicato agli ascoltatori il nome della sala cinematografica che ospitava la trasmissione radio. Successivamente inizieranno le trasmissioni di film classici, dando così avvio a collaborazioni con i distributori delle pellicole, e, nonostante il programma radiofonico non fosse stato originariamente pensato per il pubblico non-vedente, questo non mancò di esprimere il proprio apprezzamento per il lavoro svolto da Arandes (cfr. ORERO, 2007). Nel 1955 Radio Barcelona terminerà la trasmissione di film supportati da narrazione, ma nel 1985 grazie al suggerimento di Michel Hidalgo, dottore non vedente, l'Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE), la maggiore associazione spagnola per i diritti delle persone con disabilità visiva, svilupperà il sistema *Sonocine* per fornire ai propri associati film su videocassetta con AD. ONCE nel 1987 produrrà la prima videocassetta con AD rendendo accessibile il film *Ultimo tango a Parigi* (B. Bertolucci, 1972) (cfr. DIAZ, 2010). Il progetto riscuoterà numerosi consensi tra gli associati di ONCE, tanto da spingere alla fine degli anni ottanta l'emittente pubblica catalana, allora chiamata Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (CCRTV) e oggi Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), a trasmettere attraverso il canale TV3 alcuni film supportati da AD. La pellicola scelta per la prima fu *The Ten Commandments* (C. B. De Mille, 1956) la trasmissione del servizio di AD venne effettuata utilizzando uno dei due canali stereo allora disponibili, proponendo ai propri telespettatori un'AD aperta, vale a dire udibile da tutti coloro presenti nella stanza (cfr. MATAMALA, 2007; cfr. OFCOM, 2000). Il sistema *Sonocine*, dopo la pubblicazione delle linee guide seguite al progetto *AUDIO DESCRIBED TELEVISION (AUDETEL)* sviluppato nel 1991 in Inghilterra, di cui si parlerà più dettagliatamente nel capitolo relativo agli studi condotti nel campo dell'AD, verrà ulteriormente sviluppato fino a divenire nel 1994 il sistema *Audesc*. A differenza del sistema *Sonocine*, *Audesc* si proponeva da un lato di offrire agli spettatori la possibilità di scegliere se utilizzare o meno il servizio di AD durante la fruizione del prodotto audiovisivo e dall'altro di rendere accessibili al pubblico con disabilità visiva anche altri generi audiovisivi quali pubblicità, talk show ed eventi dal vivo. La prima AD registrata con il sistema *Audesc* risale al 1993. Inizialmente fu possibile audiodescrivere 5 pellicole, *Basic Instinct* (P.

Verhoeven, 1992), *Belle Epoque* (F. Trueba, 1992), *Casablanca* (M. Curtiz, 1942), *Tacones lejanos* (P. Almodóvar 1991) e *Home Alone* (C. Columbus, 1990), fino ad arrivare nel 1997 ad audiodescrivere ben 25 titoli all'anno. Nonostante il progressivo incremento di titoli vi furono diverse difficoltà da superare, infatti oltre ad alcuni problemi tecnici riguardanti la compatibilità con alcuni modelli di lettori DVD, le maggiori difficoltà riguardavano da un lato le autorizzazioni da ottenere dai produttori e distributori delle pellicole e dall'altro il coinvolgimento di un pubblico così eterogeneo come quello delle persone non-vedenti e ipovedenti. Con l'obiettivo quindi di aumentare la partecipazione da parte del pubblico si cercò di audiodescrivere una grande varietà di film e di rendere accessibili diversi generi di prodotti audiovisivi. (cfr. HERNANDEZ & MENDILUCE, 2004). Il sistema *Audesc* è stato in seguito ulteriormente evoluto fino a diventare l'attuale sistema *AudescMobile*, un'applicazione per smart-phone e tablet in grado di creare le condizioni per la fruizione del servizio di AD in autonomia rendendo accessibili i prodotti audiovisivi a persone con disabilità sensoriali indipendentemente dal mezzo di fruizione impiegato. L'applicazione *AudescMobile* funziona in modo del tutto simile alle altre applicazioni per smart-phone e tablet che si stanno da qualche anno diffondendo in Europa. L'utente per utilizzare l'applicazione deve prima scaricarla sul dispositivo, poi accedere al catalogo dei titoli disponibili e procedere allo scaricamento del servizio di AD relativo alla pellicola di interesse. Attraverso il microfono del dispositivo l'applicazione è in grado di riconoscere e ascoltare la colonna sonora del film sincronizzando la trasmissione del servizio d'AD allo scorrere delle immagini sullo schermo (cfr. ONCE, 2014).

Un ulteriore progetto operante sul fronte dell'accessibilità per non vedenti è *Cine Accesible* nato dalla collaborazione tra la compagnia di telefonia mobile Fundación Orange e Cinema de Navarra, grazie al quale è stato possibile pubblicare 53 DVD disponibili commercialmente; dal 2007 i DVD prodotti da *Cine Accesible* sono dotati di un menù audio per consentire un utilizzo più agile del prodotto (cfr. DIAZ, 2010).

La prima emittente spagnola in grado di proporre ai propri telespettatori un servizio di AD stabile e costante sarà l'emittente autonoma andalusa Canal Sur che dal 1995 al 1997 presenterà al pubblico un totale di 76 pellicole audiodescritte. Per utilizzare il servizio di AD gli spettatori si dovevano sintonizzare allo stesso tempo sulle frequenze di Canal Sur Radio e di Canal Sur: mentre sullo schermo scorreva il film la radio trasmetteva in sincrono l'AD. Dopo il 1997 Canal Sur avvierà il progetto *Cinema para todos*, l'AD sempre trasmessa sulle onde radio di Canal Sur Radio viene affiancata dai sottotitoli per non-udenti trasmessi

attraverso la funzione teletext del televisore. Canal Sur inserirà nel proprio palinsesto una pellicola audiodescritta a settimana e alla chiusura del programma, nel dicembre del 2001, il totale delle AD trasmesse via radio simultaneamente alla messa in onda dei film in televisione ammonterà a 132 (cfr. ORERO, 2007b). Grazie all'esperienza maturata in seguito alla trasmissione della prima pellicola audiodescritta in lingua catalana, *The Ten Commandments* (C. B. De Mille, 1956), avvenuta nel 1987, nel 1999 CCRTV attraverso il canale TV3 inizierà a trasmettere AD in catalano di alcune delle proprie sit-com, dapprima *Plats Bruts* (1999-2002), che diverrà il primo DVD disponibile commercialmente sul mercato spagnolo, e poi nel 2002, in collaborazione con ONCE, *Majoria absoluta* (2002-2004) e dal 2003 al 2005 *L'un per l'altre* (2003-2005). Nel 2006, TV3 darà avvio all'ambizioso progetto *La Gran Pelicula*, con il proposito di offrire al pubblico una proiezione accessibile ogni venerdì della settimana, mentre dal 2008 TV3 inizierà a diversificare la propria offerta inserendo nel palinsesto delle programmazioni audiodescritte serie animate per bambini e dal 2010 la telenovela *La Riera* (2010- in corso) (cfr. DIAZ, 2010). La trasmissione del servizio venne effettuato sfruttando la seconda frequenza audio a disposizione dell'emittente, una soluzione tecnica del tutto diversa rispetto a quella adottata dall'emittente andalusa Canal Sur. Nel 2002, grazie alla collaborazione con ONCE e il produttore di audiovisivi BRB International, RadioTelevisión Española – RTVE trasmette attraverso il canale TVE1 l'AD di *Nicolas* (2000), serie d'animazione che racconta le avventure di un bambino cieco. Nel caso di RTVE l'AD era aperta a tutti e non era data facoltà agli spettatori sintonizzati su TVE1 di assistere al programma senza il servizio di supporto previsto dall'emittente, a differenza di quanto avveniva sulle frequenze Canal Sur e TV3. In seguito, all'interno del ciclo Cine de Barrio RTVE continuerà a trasmettere sporadicamente film supportati da AD. Nel 2010 il comparto televisivo spagnolo ha reso accessibili ai propri telespettatori tramite il servizio di AD un totale di 881 ore di programmazione: le emittenti pubbliche pubbliche, RTVE, Canal Sur Television, Canal Sur 2 Andalucía e TV3 si sono fatte carico di un monte ore complessivo pari a 868 ore, mentre le emittenti private come Antena 3 Televisión e Disney Channel si sono fatte carico delle restanti 13 ore di programmazione audiodescritta. L'emittente privata TVC inoltre ha superato la quota di ore relative alla programmazione audiodescritta prevista per legge per le emittenti pubbliche. (cfr. Utray et Al., 2009).

Per quanto riguarda il cinema, la prima pellicola audiodescritta è stata proiettata nel 2004 a cura dell'Associació Catalana de Cecs i Disminuïts Visuals (ACCDV), si trattava de *Diarios de motocicleta* (W. Salles, 2004). A questa prima esperienza seguirono nel 2005 le proiezioni

audiodescritte di *Mar adentro* (A. Amenábar, 2004) e *Amor idiota* (V. Pons, 2005) e nel 2006 *Something to talk about* (L. Hallström, 1995), *The Majestic* (F. Darabont, 2001) e *The Pledge* (S. Penn, 2001). Per quanto riguarda invece le performance teatrali od opera, in Spagna ben otto teatri offrono al loro pubblico il servizio di AD con frequenza regolare, mentre un teatro d'opera propone con una certa regolarità performance audioescritte. Dopo la messinscena del primo spettacolo teatrale audiodescritto, *Death and the Maiden* del cileno Dorfman, offerto alla propria platea nel 1994 dal teatro catalano Teatroneu, nel 2001 ONCE sigla un accordo con l'Instituto Nacional de las Artes Escenicas y Musicales (INAEM), in base al quale i teatri De la Comedia, Maria Guerrero e La Zarzuela, ubicati a Madrid, acconsentono a offrire il servizio di AD per le loro rappresentazioni; successivamente grazie a ulteriori collaborazioni con associazioni di disabili visivi altri teatri hanno cominciato ad inserire all'interno dei propri cartelloni spettacoli supportati dal servizio di AD (cfr. MATAMALA, 2007). Dal 2004 inoltre è possibile per gli appassionati d'opera assistere a rappresentazioni audiodescritte nei teatri d'opera di Madrid e Barcelona. In particolare è interessante notare come le AD proposte dal teatro d'opera di Barcelona, Gran Teatre del Liceu, fossero realizzate inizialmente dalle associazioni ACCVD e ONCE, ma in seguito alle difformità d'opinione sui criteri da adottare per la realizzazione di un servizio di qualità furono coinvolti nel processo di produzione delle AD alcuni ricercatori dell'Università Autonoma di Barcellona (ORERO & MATAMALA, 2007).

### **1.3 Regno Unito**

Nel Regno Unito e più generalmente in Europa le prime performance teatrali audiodescritte furono proposte al pubblico nella seconda metà degli anni '80 dal Teatro Robin Hood della contea di Nottingham, sull'esempio di quanto realizzato dai coniugi Pfanstiehl sull'altra costa dell'oceano. Il drammaturgo Norman King, rimasto favorevolmente impressionato dai benefici riportati dal pubblico, incoraggiò il Theatre Royal di Windsor ad offrire su base permanente il servizio di AD e così l'8 febbraio 1988 gli spettatori interessati poterono usufruire per la prima volta del servizio (OFCOM, 2000). Ad oggi nel Regno Unito sono oltre 100 i teatri che offrono al proprio pubblico questo servizio, in alcune occasioni gli spettatori interessati hanno l'opportunità di salire sul palco nei minuti che precedono l'inizio della rappresentazione ed

esplorare attraverso i sensi vicari, primariamente il tatto, i diversi elementi che compongono la scenografia e i costumi di scena <sup>11</sup>.

L'anno che però segna un punto di svolta per la nascita di un servizio di AD televisivo di massa è il 1991, anno in cui grazie ai finanziamenti erogati da Independent Television Commission (ITC), oggi Office of Communications (OFCOM), venne lanciato il progetto *AUdio DEscribed TELEvision (AUDETEL)*. Tra gli obiettivi primari del progetto vi erano quelli di identificare le esigenze degli spettatori non-vedenti e ipovedenti, sviluppare strategie per rendere accessibili diversi generi di prodotti audiovisivi e infine realizzare l'equipaggiamento tecnico necessario per la ricezione del servizio di AD. Il progetto durato dall'aprile 1992 a dicembre 1995 vide coinvolti diverse emittenti televisive, un'università, il Royal National Institute of the Blind (RNIB) ed alcuni fornitori di servizi per le telecomunicazioni. Tra il Luglio e il Novembre 1994 le emittenti ITV e BBC mandarono in onda settimanalmente 6 ore di programmazione supportata da AD, 100 persone con disabilità visiva coinvolte nella fase di sperimentazione comunicarono le proprie reazioni entusiastiche, segnalando la grande utilità del servizio. I risultati principali di tale progetto portarono alla creazione del primo servizio di AD televisivo nel Regno Unito, alla pubblicazione delle *ITC Guidance On Standards for Audio Description*, linee guida contenenti indicazioni per rendere accessibili diversi generi di prodotti audiovisivi e alla pubblicazione da parte del legislatore del *1996 Broadcasting Act* (PETTITT et Al., 1996), di quest'ultimo si parlerà più approfonditamente nel capitolo relativo ai riferimenti normativi vigenti nei diversi paesi europei. Nel 2000 poi i principali consorzi televisivi britannici, tra cui BBC, ITV, Channel 4 e ONDigital, diedero avvio alla prime trasmissioni sperimentali del servizio di AD attraverso il digitale terrestre, coinvolgendo oltre 45 persone non-vedenti o ipovedenti incaricate di fornire una valutazione della qualità del servizio. L'indagine terminò nel 2003, anno in cui alla stragrande maggioranza del pubblico con disabilità visiva era ancora preclusa la possibilità di usufruire del servizio a causa della mancanza di decoder accessibili, la cui progettazione fu affidata alla società Nebula Electronics. Nel 2002 British Sky Broadcasting (BskyB), nonostante non fosse vincolata dagli obblighi riguardanti i servizi di accessibilità audiovisiva stabiliti per legge dato che nel 2002 questi riguardavano unicamente le trasmissioni analogiche, divenne la prima piattaforma televisiva digitale in grado di erogare il servizio di AD. Nel biennio successivo anche Channel 5, Channel 4, BBC e ITV danno il via alla trasmissione del servizio sulle frequenze del digitale terrestre, mentre nel 2005 OFCOM

---

<sup>11</sup> Per consultare la lista completa dei teatri che offrono il servizio di AD nel Regno Unito si prega di fare riferimento al seguente link: (<http://www.tvhelp.org.uk/audes/theatre-venues.html>)

stabilisce che l'abbreviazione istituzionalmente riconosciuta e quindi da utilizzare all'interno dei palinsesti per indicare le trasmissioni integrate dal servizio sarà *AD*, contribuendo anche in tal modo alla diffusione e standardizzazione del servizio (GREENING & ROLPH, 2007).

Nel 2014, 72 emittenti televisive hanno raggiunto o superato la quota di programmazione da supportare tramite il servizio di *AD* fissata per legge al 10%, mentre le maggiori emittenti hanno volontariamente superato la quota del 20%, aderendo così spontaneamente alla proposta avanzata nel 2008 da *OFCOM* di rendere accessibile agli spettatori con disabilità visiva il 20% della programmazione trasmessa settimanalmente. In particolare 21 emittenti hanno superato la quota del 30% di programmazione integrata dal servizio di audiodescrizione, i canali Alibi, Sky Movies Showcase e E4 si sono distinti superando la quota del 40% di programmazione resa accessibile agli spettatori con disabilità visiva (RNIB, 2014). Il superamento volontario della quota di programmazione è probabilmente da ascrivere a diversi fattori concomitanti quali la larga disponibilità di materiale audiodescritto accumulato nel corso degli anni, la collaborazione attiva da parte dei produttori e distributori di prodotti audiovisivi ed infine la forte pressione esercitata a livello istituzionale da RNIB. A tal proposito sembra opportuno sottolineare come nonostante i numerosi risultati ottenuti nel campo dell'accessibilità audiovisiva RNIB continui a monitorare e richiedere l'aggiornamento e il miglioramento dei servizi di accessibilità audiovisiva. Nel corso degli anni RNIB da un lato ha richiesto alle emittenti di variare per quanto possibile l'offerta di prodotti audiovisivi supportati da *AD* e di ridurre il numero delle repliche dei programmi audiodescritti già trasmessi, mentre dall'altro ha sottolineato come il miglioramento e l'aggiornamento del servizio di *AD* debbano procedere di pari passo con l'innovazione tecnologica e le nuove modalità di fruizione dell'offerta audiovisiva quali ad esempio *Video-on-Demand (VOD)* o *Internet-TV*.

Per quanto riguarda il cinema i primi tentativi sperimentali furono condotti negli anni '80, nel 2000 grazie alla collaborazione tra la Napier University e il Glasgow Film Theatre viene sviluppato *Cinetracker*, primo rudimentale sistema in grado di ridurre il costo di realizzazione e trasmissione del servizio di *AD* e di renderlo disponibile ad un più vasto numero di spettatori. Un anno più tardi viene introdotto il più efficiente *Digital Theatre System-DTS* e la prima pellicola proposta al pubblico nel 2002 fu *Harry Potter and the Philosopher's Stone* (C. Columbus, 2001). Nel 2003 la decisione dello *UK Film Council*<sup>12</sup> di finanziare l'acquisto dell'attrezzatura da destinare a 78 sale cinematografiche segnò un ulteriore e decisivo punto di

---

<sup>12</sup> La UK Film Council fu fondata nel 2000 come compagnia non governativa a responsabilità limitata, facente capo al Ministero per la cultura, i media e lo sport. Nel 2011 UK Film Council viene definitivamente chiuso e molte delle sue funzioni passano al British Film Institute. NdA.

svolta per la diffusione del servizio di AD nelle sale cinematografiche. Secondo i dati riportati da RNIB ad oggi oltre 300 cinema sono in grado di fornire il servizio di AD e nel 2014 su 202 pellicole proiettate nelle sale cinematografiche inglesi 153 sono state supportate dal servizio di AD. Lo spettatore ritira le cuffie per l'ascolto dell'AD al momento dell'acquisto del biglietto senza alcun costo aggiuntivo per il servizio, ogni proiezione è supportata dal servizio di AD in modo tale che gli spettatori intenzionati ad usufruire del servizio possano scegliere l'orario e il giorno che più li aggrada per assistere alla proiezione al pari di qualunque altro spettatore. (RNIB, 2015a). Nel 2015 sul fronte dell'innovazione tecnologica inoltre è stata testata l'efficienza dell'applicazione *MovieReading*, sviluppata dalla compagnia americana *Universal Access*, in grado di rendere accessibili i prodotti audiovisivi a persone con disabilità sensoriali indipendentemente dal mezzo di fruizione impiegato (RNIB, 2015b).

La disponibilità di VHS, DVD o Blue-Ray supportati da AD, come è facile intuire, risulta tra le più alte a livello europeo grazie alla collaborazione instauratasi tra distributori e istituzioni che consente di rendere accessibili le pellicole già quando esse sono presentate per la prima volta al pubblico, al contrario di quanto accade invece in alcuni paesi come ad esempio l'Italia dove le politiche antipirateria adottate dai distributori rendono pressoché impossibile audiodescrivere una pellicola in tempo utile per la "prima", fatte salve alcune rare eccezioni. La prima pellicola in assoluto a essere resa accessibile su VHS grazie ai test e alle sperimentazioni condotte nel corso del progetto *AUDETTEL* è stata *Hear my Song* (P. Chelsom, 1991). Oggi gli spettatori hanno la possibilità di acquistare o noleggiare oltre 500 titoli, i DVD o i Blue-Ray disponibili per l'acquisto riportano sulla copertina l'indicazione del servizio di AD attraverso la presenza di particolari diciture quali *Audio-Described English/Audio-Description/Audio-Descriptive Track* o del logo dell'AD. Sul sito di RNIB è possibile consultare il catalogo delle pellicole supportate da AD costituito da titoli vecchi e nuovi senza che emerga una particolare predilezione per un genere piuttosto che per un altro, anche se pare lecito ipotizzare che, secondo quanto indicato nelle *ITC - Guidance On Standards for Audio Description*, risultino escluse quelle pellicole giudicate non idonee perché ritenute di facile comprensione anche in assenza di AD o perché troppo ricche di dialogo e sequenze che non permettono l'inserimento di descrizioni utili ed efficaci<sup>13</sup>.

Negli ultimi anni inoltre si stanno cercando nuovi campi di applicazione per il servizio di AD, con il focus dell'attenzione che oggi sembra focalizzarsi sugli eventi sportivi, in particolare

---

<sup>13</sup> Il catalogo dei titoli per l'Home-Video e dei titoli disponibili nelle sale cinematografiche è disponibile al seguente link: (<http://www.yourlocalcinema.com/ad.html>)

calcio e cricket, abbracciando così ancor più pienamente ciascuno degli aspetti della vita dell'individuo, si segnala a tal proposito come nel 2012 BBC abbia trasmesso la cerimonia di apertura e chiusura delle paraolimpiadi supportando la messa in onda con il servizio di AD (BUSHBY, 2015).

#### **1.4 Germania**

In Germania i primi tentativi di proporre al pubblico una pellicola supportata da AD risalgono al 1989 anno in cui un gruppo di 4 persone composto da vedenti e non-vedenti, guidato da Bernd Benecke, oggi responsabile del servizio di AD presso l'emittente tedesca Bayerischer Rundfunk (BR), si cimentò nel tentativo di audiodescrivere *See no Evil, Hear no Evil* (A. Hiller, 1989). In seguito, grazie al supporto delle case di produzione Columbia TriStar e Universal 20th il gruppo, battezzatosi *Munchner Filmbeschreibergruppe*, fu in grado di audiodescrivere le commedie americane *Afraid of the Dark* (M. Peplow, 1991) e *Look Who's Talking* (A. Heckerling, 1989). Nel 1993 all'interno del Filmfest München venne proiettata la pellicola *Eine unheilige Liebe* (M. Verhoeven, 1993) che nello stesso anno verrà trasmessa dall'emittente televisiva Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF) divenendo così il primo film supportato da AD mai trasmesso attraverso la televisione in Germania. ZDF continuerà a trasmettere 2 film all'anno supportati da AD fino al 1996, i costi di produzione per il servizio di AD furono sostenuti grazie al contributo economico della Bayerischer Blinden und Sehbehindertenbund (BBSB), l'associazione bavarese per la tutela dei diritti delle persone con disabilità visiva (ORERO, 2007b). Nel 1997 il servizio sarà preso in carico dai canali BR e ARTE che iniziano a supportare parte della propria programmazione attraverso il servizio di AD, seguiti un anno più tardi da MittelDeutscher Rundfunk – MDR Fernsehen, NDR, 3Sat, SWR Fernsehen e dalla stessa ZDF. Nello stesso anno inoltre viene sviluppato un logo ufficialmente riconosciuto da utilizzare nei palinsesti per comunicare quali trasmissioni sono integrate dal servizio di AD. Dagli 8 titoli resi accessibili nel 1997 si passerà ai 147 del 2003 per arrivare a 256 titoli nel 2006 (HORFILM, 2005).

Attualmente l'emittente ARD integra con il servizio all'incirca il 38% della programmazione in prima serata e ZDF eroga il servizio a supporto delle serie trasmesse, inoltre il servizio viene applicato anche a programmi sportivi o show televisivi a premi. Nonostante le leggi che regolano l'erogazione dei servizi di accessibilità non indichino dei vincoli precisi e quindi

lascino alla libera iniziativa delle emittenti televisive la decisione sulla percentuale di programmazione da rendere accessibile, è possibile rendersi conto della vastità dell'offerta televisiva accessibile consultando il sito [hoerfilm.info](http://hoerfilm.info). Il sito, sorto a conclusione del progetto *Barrierefreier Zugang zu Audiodeskription* scaturito a sua volta dalla collaborazione tra due delle principali associazioni per la tutela dei diritti delle persone non vedenti o ipovedenti, Deutscher Blinden und Sehbehindertenverband – (DBSV) e Allgemeinen Blinden und Sehbehindertenverein Berlin – ABSV, e uno dei fornitori del servizio di AD Deutschen Hörfilm gGmbH – DHG, permette di consultare la programmazione televisiva mensile supportata da AD. Nei 30 giorni che vanno dal 3/02/2016 al 3/03/2016 i 17 canali televisivi presenti in lista propongono al pubblico ben 562 trasmissioni supportate dal servizio di AD, vale a dire che mediamente uno spettatore tedesco nel corso della giornata ha a disposizione poco meno di 19 trasmissioni supportate da AD. Da un'analisi della programmazione è possibile notare come all'interno del palinsesto siano inserite numerose repliche del medesimo materiale già mandato in onda sullo stesso canale o su altri canali, tuttavia non mancano le prime visioni. La parte del leone viene senza dubbio recitata dal canale Das Erste la quale propone al pubblico ben 116 trasmissioni supportate dal servizio di AD, si collocano rispettivamente in seconda e terza posizione BR con 91 trasmissioni e MDR Fernsehen con 48 trasmissioni.

Per quanto concerne invece la disponibilità di prodotti audiovisivi su VHS, DVD e Blue-Ray supportati da AD è possibile reperire un lungo elenco di titoli sul sito di Hörfilm – Vereinigung Deutscher Filmbeschreiber, associazione che raccoglie al proprio interno audiodescrittori professionisti. Il catalogo conta oltre 6000 titoli tra Film e Serie e non avanza alcuna pretesa di completezza circa la reale disponibilità di materiale supportato da AD in Germania. Al suo interno non è possibile ravvisare una precisa preferenza per un genere piuttosto che per un altro, ma si riscontra una maggior presenza di titoli di produzione tedesca, mentre le produzioni straniere ammontano a circa un quinto del totale. Solitamente i DVD e i Blue-Ray contengono una traccia iniziale che spiega allo spettatore come accedere al servizio di AD, mentre sono più rari i casi di DVD e Blue-Ray dotati di menù vocale, i costi di produzione per i servizi di accessibilità vengono coperte o dalle stesse emittenti televisive o dai distributori di DVD e Blue-Ray o talvolta da entrambi i soggetti <sup>14</sup>.

---

<sup>14</sup> *Hörfilm Datenbank.* Disponibile al seguente link: (<http://www.hoerfilmev.de/index.php?id=&offset=0&limit=20&query=&action=hoerfilm.list>). Consultato il: 05/11/2015

Nonostante fino a qualche anno fa la situazione all'interno delle sale cinematografiche non fosse nemmeno lontanamente paragonabile a quella descritta per la televisione, con due sole sale che proponevano al pubblico il servizio su base stabile, lasciando l'onere di organizzare proiezioni accessibili alle associazioni di riferimento, l'avvento delle applicazioni per smartphone sembra portare una ventata di novità in grado di colmare questo enorme divario. Grazie al progresso tecnologico anche in Germania è stata sviluppata dalla Greta & Starks Apps UG un'applicazione battezzata *Greta* in grado, al pari dei già citati *AudescMobile* e *MovieReading*, di rendere accessibili i prodotti audiovisivi indipendentemente dal mezzo di fruizione, come conseguenza si è registrato un aumento dei titoli integrati da AD presenti nelle sale cinematografiche tedesche.

## 1.5 Francia

In Francia il servizio di AD fa la sua comparsa alla fine degli anni '80 grazie a Marie-Luce Plumauzille, Maryvonne Simoneau e il figlio Jean-Yves Simoneau, rappresentanti dell'Association Valentin Haüy (AVH). I tre, recatisi a San Francisco nel 1989 per apprendere da Frazier le basi delle tecniche per rendere accessibili pellicole cinematografiche rientreranno in Francia con l'incarico esclusivo affidatogli da Auguste Coppola, preside del dipartimento di Arti Creative presso l'Università di San Francisco, di sviluppare e diffondere il servizio di AD, ribattezzato *Audiovision*. Nello stesso anno nella cornice del Festival de Cannes verranno mostrati al pubblico due frammenti di film ai quali i tre avevano lavorato sotto la guida di Frazier. Sull'onda del successo riscosso AVH renderà accessibile e fruibile dagli spettatori non vedenti e ipovedenti la pellicola *Indiana Jones and the last Crusade* (S. Spielberg, 1989) per tutta la sua interezza. Nel 1995 l'allora emittente televisiva La Cinquième, oggi France 5, trasmise per la prima volta attraverso le onde medie *Les Enfants du paradis* (M. Carné, 1945), a causa di problemi tecnici il servizio di AD fu disponibile nella sola regione parigina. L'anno che però segna un punto di svolta nella creazione e diffusione di un servizio di AD di massa è il 1998, il nome del progetto *Audiovision* muterà in *ARTE* con l'obiettivo di rendere accessibile sia la programmazione televisiva che quella teatrale (HERNANDEZ & MENDILUCE, 2004). Dal maggio del 2000 l'emittente televisiva ARTE diverrà l'unico canale televisivo a offrire con regolarità il servizio di AD al proprio pubblico, proponendo un film audiodescritto al mese, sempre nello stesso anno il canale pubblico TF1, controllato dal Groupe TF1, trasmetterà

*Kilimandjaro, au delà des limites* (2007) il primo documentario supportato dal servizio di AD (VIGHETTI, 2013).

Per quanto riguarda il cinema nel 1995 viene proiettato, presso il cinema parigino Gaumont Champs Elysées, la pellicola di produzione francese *Les Anges gardiens* (J.M. Poiré, 1995), primo film mai accompagnato dal servizio di audodescrizione in una sala francese, cui seguiranno nel 1996 *Le Jaguar* (F. Veber, 1996) e nel 1997 *XXL* (A. Zeïtoun, 1996). Con l'avvento del nuovo millennio il servizio di AD continua a diffondersi all'interno delle sale cinematografiche francesi grazie alla diffusione della tecnologia necessaria ma anche grazie alla visibilità garantita da alcuni prestigiosi festival, quali il Festival de Cannes, che nel 2000 ospitò la proiezione supportata dal servizio di AD del film *Bunker Palace Hôtel* (E. Bilal, 1989), cui seguiranno nel 2002 *Se souvenir des belles choses* (Z. Breitman, 2001) e nel 2003 *C'est le bouquet!* (J. Labrune, 2002). Nel 2003 a Parigi si tiene la prima edizione del festival Retour d'Image dedicato alla disabilità e reso completamente accessibile grazie all'impiego di servizi quali sottotitolaggio per non-udenti o ipoudenti, lingua dei segni e AD per non-vedenti o ipovedenti, le edizioni del festival si succederanno con cadenza biennale fino al 2010, nel 2012 il festival cambierà nome in *Un autre regard* estendendo la collaborazione a diverse sale cinematografiche sparse in tutta la nazione, continuando a conservare la propria vocazione all'accessibilità audiovisiva. Nel 2007 il Festival européen du film court de Brest inserisce nella propria offerta alcune proiezioni rese accessibili grazie al servizio di AD e della lingua dei segni, i servizi di accessibilità verranno mantenuti anche nelle edizioni successive. Nel 2010 AVH organizza a Parigi il *Festival Audiovision Valentin Haüy*, primo festival del cinema dedicato all'accessibilità per non vedenti e al servizio di AD, oggi giunto alla settima edizione (AVH, 2015).

Il 2001 è l'anno che vede la pubblicazione del primo DVD supportato da AD con *Le fabuleux destin d'Amélie Poulain* (J.P. Jeunet, 2001), negli anni successivi la disponibilità di DVD o Blue-Ray accessibili si è accresciuta via via. I cataloghi cui fare riferimento sono essenzialmente tre e possono essere consultati sui siti de Association Valentin Haüy – AVH, Association française d'audiodescription – AFA e dell'associazione Handicapzéro<sup>15</sup>. Il catalogo di AVH è suddiviso in due sezioni distinte, la prima conta complessivamente 60 DVD audiodescritti dall'associazione e disponibili per l'acquisto sul mercato, la seconda sezione del catalogo invece fa riferimento alla mediateca di AVH alla quale si può accedere

---

<sup>15</sup> Per il dettaglio del catalogo dei materiali disponibili, si prega di fare riferimento a: Association française d'audiodescription (AFA), "Liste des films édités en DVD". Disponibile al seguente link: (<https://audiodescriptionfrance.wordpress.com/catalogue/#dvd>). Consultato il: 05/11/2015

dopo aver completato la procedura d'iscrizione indicata sul sito. Per quanto riguarda i titoli disponibili per l'acquisto si tratta per lo più di produzioni francesi che vanno dal 1962 con *Un singe en hiver* (H. Verneuil, 1962), fino al 2011, anno in cui sono stati resi accessibili gli ultimi 13 titoli <sup>16</sup>. Grazie al servizio di prestito messo a disposizione dalla mediateca in favore degli scritti è possibile accedere a 153 titoli, gli utenti possono scegliere tra produzioni nazionali e internazionali più o meno recenti, inclusi anche i titoli disponibili per l'acquisto <sup>17</sup>. Sul sito di AFA invece è possibile rinvenire una lunga lista di materiale audiovisivo reso accessibile da audiodescrittori professionisti iscritti all'associazione. Il catalogo, senza avanzare alcuna pretesa sulla sua completezza, è suddiviso in 7 sezioni, comprendenti i titoli di pellicole e cortometraggi resi accessibili in Francia a partire dal 1989, episodi di serie televisive trasmessi da diverse emittenti televisive tra il 2009 e il 2011, film per bambini, alcuni documentari e programmi disponibili attraverso i servizi *On-Demand* dell'emittente ARTE. In particolare la sezione relativa ai DVD disponibili per l'acquisto consiglia di verificare sempre la presenza del servizio, in quanto non tutte le copie immesse sul mercato sono dotate di AD. Il catalogo di AFA inoltre contiene l'elenco dei DVD dotati di menù vocale e un'ulteriore sezione dedicata ai DVD privi di menù vocale nella quale vengono illustrate agli utenti mediante messaggio vocale le modalità attraverso cui attivare il servizio di AD al momento della fruizione. I titoli disponibili risultano essere un insieme di produzioni nazionali e internazionali più o meno recenti <sup>18</sup>.

Il catalogo proposto da Handicapzéro conta in tutto 176 titoli di produzioni francesi e internazionali più o meno recenti, al suo interno sono presenti anche i titoli di 4 documentari <sup>19</sup>.

Da un confronto tra i tre diversi cataloghi emergono sovrapposizioni tra i titoli, ma non risulta che la medesima pellicola risulti essere stata audiodescritta da due diversi fornitori del

---

<sup>16</sup> Per il dettaglio del catalogo dei materiali disponibili, si prega di fare riferimento a: Association Valentin Haüy (AVH), "DVD audiodécrits en vente dans le commerce", 2005. Disponibile al seguente link: ([http://www.avh.asso.fr/rubriques/audiovision/dvd\\_audiodécrits\\_commerce.php](http://www.avh.asso.fr/rubriques/audiovision/dvd_audiodécrits_commerce.php)). Consultato il: 05/11/2015

<sup>17</sup> Per il dettaglio del catalogo dei materiali disponibili, si prega di fare riferimento a: Association Valentin Haüy (AVH), "Catalogue de la médiathèque", 2015. Disponibile al seguente link: ([http://www.avh.asso.fr/mediatheque/search.php?type=D&categorie=&affichage=&tri=&nom\\_auteur=&prenom\\_auteur=&nom\\_editeur=&titre=&envoyer=Lancer+la+recherche](http://www.avh.asso.fr/mediatheque/search.php?type=D&categorie=&affichage=&tri=&nom_auteur=&prenom_auteur=&nom_editeur=&titre=&envoyer=Lancer+la+recherche)). Consultato il: 05/11/2015

<sup>18</sup> Per il dettaglio del catalogo dei materiali disponibili, si prega di fare riferimento a: Association française d'audiodescription (AFA), "Liste des films édités en DVD", 2015. Disponibile al seguente link: (<https://audiodescriptionfrance.wordpress.com/catalogue/#dvd>). Consultato il: 05/11/2015

<sup>19</sup> Per il dettaglio del catalogo dei materiali disponibili, si prega di fare riferimento a: Handicapzéro "Dvd accessibles", 2015. Disponibile al seguente link: (<http://www.handicapzero.org/culture-et-loisirs/loisirs-accessibles/dvd-accessibles/?dvdDate=0&genre=0&motCleDvd=r%C3%A9alisateur%2C+titre%2C+etc&submit=rechercher>). Consultato il: 05/11/2015

servizio, le sovrapposizioni tra i diversi cataloghi sembrano piuttosto essere imputabili alla volontà degli autori di fornire un elenco il più esaustivo possibile dei materiali audiovisivi accessibili. Per quanto riguarda la suddivisione per generi non sembra prevalere un genere piuttosto che un altro, sono presenti numerosi titoli di pellicole dedicate all'infanzia tra cui anche alcuni film d'animazione, mentre in riferimento al paese d'origine delle pellicole prevalgono le produzioni nazionali.

Grazie a AVH nel 1990 il servizio di AD viene utilizzato per la prima volta a teatro per rendere accessibile lo spettacolo *A Midsummer Night's Dream* di Shakespeare messo in scena presso il Théâtre National de Chaillot a Parigi (AVH, 2015). A oggi la Francia è una delle nazioni europee che conta il più alto numero di teatri in grado di offrire agli spettatori un servizio di AD stabile, in particolare una delle associazioni più attive su questo fronte, oltre alla già citata AVH, risulta essere Accès Culture. Fondata nel 1993 e attiva fin dalla sua nascita nel campo dell'accessibilità teatrale per spettatori non-udenti o ipoudenti, nel 2006 sigla un contratto con Fondation Orange con l'obiettivo di rendere accessibile attraverso i servizi di AD e sopratitolaggio la tournée dello spettacolo d'opera *Il viaggio a Reims ossia L'albergo del Giglio d'Oro* di Gioacchino Rossini che toccherà ben 19 città sparse per tutta la Francia. Nel 2013 saranno oltre 50 i teatri che aderiranno alla rete creata da Accès Culture<sup>20</sup>, a cui si aggiungono i 13 teatri che collaborano con l'associazione Prête-moi tes yeux au théâtre<sup>21</sup>.

## 1.6 Portogallo

In Portogallo i primi seminali tentativi di rendere accessibili prodotti audiovisivi attraverso il servizio di AD furono il frutto della libera iniziativa di associazioni o di circoli più o meno ristretti. Per la nascita di un servizio di AD di massa si dovrà attendere il 2003, anno in cui il servizio pubblico Rádio e Televisão de Portugal (RTP), attraverso il canale televisivo RTP1, manderà in onda la pellicola di produzione portoghese *A Menina da Rádio* (A. Duarte, 1944) integrando la trasmissione con il servizio di AD fruibile sulle frequenze radio di *Antena1*,

---

<sup>20</sup> Per ulteriori informazioni sui teatri che collaborano al progetto fare riferimento a: Accès Culture, "Historique", 2015. Disponibile al seguente link: ([http://www.accessculture.org/?page\\_id=9](http://www.accessculture.org/?page_id=9)). Consultato il: 05/11/2015

<sup>21</sup> Per ulteriori informazioni sui che collaborano al progetto fare riferimento a: Prête-moi tes yeux au théâtre, "Liste des théâtres en collaboration", 2015.

Disponibile al seguente link: (<http://audiodescription.free.fr/?q=theatre>). Consultato il: 05/11/2015

controllata dallo stesso consorzio RTP. Nel 2004 RTP1 trasmetterà nuovamente *A Menina da Rádio*, l'inedito *A Canção de Lisboa* (J.C. Telmo, 1933) e una puntata della fiction *A Ferreirinha* (2004- in corso), utilizzando la medesima modalità di trasmissione del servizio di AD impiegata nel 2003, successivamente il servizio di AD sarà mantenuto ma in forma del tutto sporadica. Contemporaneamente TV Cabo manderà in onda la prima trasmissione supportata dal servizio da AD attraverso la tecnologia digitale, presentando al pubblico un grande classico della filmografia portoghese *O Pátio das Cantigas* (F. Ribeiro, 1942), successivamente sul canale Nos Lusomundo continuerà ad essere trasmesso con frequenza mensile un film supportato da AD (NEVES, 2011, pp. 69-74), aumentando via via la frequenza della trasmissione del servizio fino a giungere ad un totale di 106 film supportati dal servizio di AD nell'anno 2006 (cfr. ORERO 2007b).

Per quanto riguarda invece il mercato dei DVD o Blue-Ray in Portogallo sono disponibili per l'acquisto alcuni titoli prodotti grazie alla collaborazione del canale Nos Lusomundo, distribuiti rispettivamente nel 2007 *The Nativity Story* (C. Hardwicke, 2006), nel 2008 *Atrás das Nuvens* (J. Queiroga, 2007) di produzione portoghese e nel 2010 il docu-film *Arctic Tale* (A. Ravetch & S. Robertson, 2007). Tutti i DVD menzionati sono dotati di menù vocale e sono supportati anche dal servizio di sottotitolaggio e di lingua dei segni portoghesi per un'accessibilità e fruibilità il quanto più allargata possibile, i servizi sono attivabili singolarmente o simultaneamente a seconda delle esigenze degli spettatori (NEVES, 2011, p. 71). Nel 2013 poi è stato pubblicato su DVD il titolo *La Cage Dorée* (R. Alves, R. Blanco & J. Almeida, 2013) e infine nel 2014 *Mandela: Long Walk to Freedom* (J. Chadwick, 2013). Attraverso il servizio On-Demand Videoclube promosso dal gruppo NOS inoltre è possibile accedere a circa 30 titoli di pellicole supportate dai servizi di AD e sottotitolazione per non-udenti o ipoudenti<sup>22</sup>.

Per quanto riguarda il cinema l'offerta risulta essere alquanto scarsa soprattutto perché le sale cinematografiche non sono dotate dell'attrezzatura necessaria. In seguito alla distribuzione dei DVD *La Cage Dorée* e *Mandela: Long Walk to Freedom* alcuni cinema delle città di Porto e Lisbona, in particolare le sale affiliate al gruppo al gruppo Nos Lusomundo, hanno effettuato alcune proiezioni con AD aperta, in altre parole udibile da tutti gli spettatori presenti in sala (cfr. SANCHES, 2014).

---

<sup>22</sup> Per il dettaglio del catalogo dei materiali disponibili, si prega di fare riferimento a: NOS, *Cinema para todos Filmes com audiodescrição e língua gestual no Videoclube*. Disponibile al seguente link: (<http://www.nos.pt/particulares/televisao/videoclube/Pages/audiodescricao.aspx>). Consultato il: 05/11/2015

Nel 2009 la Mostra Internacional de Teatro de Oeiras – MITO <sup>23</sup> tiene a battesimo la prima rappresentazione dal vivo supportata da AD mai andata in scena in Portogallo, si tratta di *Chovem amores na rua do matador* di Couto e Agualusa. In Portogallo la presenza del servizio di AD a teatro rimarrà sempre legato all’iniziativa delle singole associazioni e avrà sempre un sapore di eccezionalità. Il servizio di AD negli anni 2010 e 2011 inoltre trova le sue prime applicazioni sperimentali anche negli spettacoli di danza e concerti musicali, nello stesso anno l’associazione *Companhia de Actores* lancia il progetto *AUDIODESCRIÇÃO.PT* <sup>24</sup> con l’obiettivo di promuovere la diffusione del servizio di AD agli spettacoli dal vivo e più in generale agli eventi culturali. Nel 2010 il servizio di AD viene introdotto nella prima edizione del *Gala de Inclusão* <sup>25</sup> tenutosi nel Cine Teatro José Lúcio da Silva nella città di Leira, nello stesso anno sul palcoscenico del São Luiz Teatro Municipal di Lisbona nell’ambito del festival InArte – Encontros Internacionais de Inclusão Pela Arte promosso dall’associazione Vo’ arte, va in scena lo spettacolo *O Depois* di Barata e Nunes supportato dal servizio di AD (NEVES, 2011, p. 73). Più recentemente il Teatro da Trindade di Lisbona ha iniziato a proporre al pubblico diversi spettacoli supportati da AD in collaborazione con Yellow Star Company. Nel 2013 è andato in scena il musical *Zorro*, nel 2014 per celebrare la Giornata Mondiale del Teatro è stata la volta degli spettacoli *Boeing, Boeing e A Noite de José Saramago*, infine nel 2015 il pubblico ha potuto apprezzare il musical *A Bela e o Monstro*. Nel 2014 il Teatro Tivoli ha messo in scena lo spettacolo *Tribos* integrandolo con i servizi di AD e di lingua dei segni portoghesi. Nel Maggio del 2015 poi presso il Teatro Bocage di Lisbona il servizio di AD accompagnerà la rappresentazione *Anne Sullivan e Helen Keller* messa in scena dalla Companhia Internacional de Teatro de Repertório Arte Livre <sup>26</sup>.

## 1.7 Belgio

In Belgio i primi tentativi sperimentali per dare impulso alla diffusione del servizio di AD si devono all’abnegazione dell’associazione fiamminga per la tutela dei diritti delle persone non

---

<sup>23</sup> L’ultima edizione del festival si è tenuta nel 2010. NdA.

<sup>24</sup> Per ulteriori informazioni sul progetto si prega di fare riferimento al seguente link: (<http://audiodescricao.pt.blogspot.it/>). Consultato il: 05/11/2015

<sup>25</sup> Ulteriori informazioni sul *Gala de Inclusão* sono disponibili al seguente link: (<http://crd.esecs.ipleiria.pt/category/gala-da-inclusao/>). Consultato il: 05/11/2015

<sup>26</sup> Per ulteriori informazioni sulle iniziative a teatro, si prega di fare riferimento al seguente link: Instituto Nacional par a Reabilitação, IP, (<http://www.inr.pt/content/1/3671/tribos-em-lgp-audiodescricao>). Consultato il: 05/11/2015

vedenti o ipovedenti Blindenzorg Licht en Liefde la quale, venuta a conoscenza dei risultati del progetto *AUDETTEL*, nel 1995 si cimentò nella creazione delle AD di alcune puntate della serie televisiva *Langs de kade* (1988-1993), prodotta dall'emittente pubblica di lingua fiamminga Vlaamse Radio-en Televisieomroep (VRT). Nello stesso anno presso il teatro Stadsschouwburg di Anversa la produzione teatrale *The thwelfth night* di Shakespeare viene integrata dal servizio di AD. Dopo una lunga pausa nel 2006 VRT all'interno dell'Het Amerikaans Theater di Bruxelles presenterà a 120 spettatori con disabilità visiva un episodio della serie televisiva *De Kampioenen* (1990-2011). Il servizio di AD fu realizzato con la collaborazione del regista Guido De Craene, un gruppo di associazioni per la tutela dei diritti delle persone non-vedenti o ipovedenti unitesi sotto il nome di Belgische Confederatie voor Blinden en Slechtzienden (BCB) e ARTESIS University College di Anversa. Nello stesso anno un gruppo di studenti del Dipartimento di Traduzione della medesima università realizza l'AD del film co-prodotto da Olanda e Belgio *Karakter* (M. van Diem, 1997), il prodotto sarà presentato alla stampa ma non al pubblico di riferimento. Nel 2007 nella cornice del Film Fest Ghent viene presentato al pubblico *De Zaak Alzheimer* (E. van Looy, 2003) primo film proiettato in un cinema belga con il supporto del servizio di AD (ORERO, 2007b).

Attualmente i DVD e Blue-Ray supportati da AD disponibili per l'acquisto per i parlanti di lingua olandese sono in tutto 18, per i parlanti di lingua francese si prega di fare riferimento a quanto illustrato per la Francia. Si tratta per la maggior parte di film di produzione olandese o belga e in misura minore di produzioni internazionali, le modalità per rendere accessibili questo tipo di prodotti sono essenzialmente 2. In alcuni è presente una traccia audio che si attiva automaticamente all'inserimento nel lettore, l'utente riceve così le istruzioni necessarie per disattivare/attivare il servizio di AD, mentre in altri casi all'interno dei DVD e Blue-Ray sono presenti menù vocali che possono essere disattivati/attivati a discrezione dell'utente. I primi DVD supportati dal servizio di AD sono stati pubblicati nel 2007, *Zwartboek* (P. Verhoeven, 2006), una coproduzione olandese-belga-anglo-tedesca disponibile in lingua olandese, e *Blind* (T. van den Dop, 2007) coproduzione olandese-belga anch'essa in lingua olandese. Nel 2008 è la volta della produzione belga-fiamminga *Aanrijding in Moskou* (C. van Rompaey, 2008), successivamente vengono immessi sul mercato 6 DVD / Blue-Ray nel biennio 2009-2010, mentre nel 2011 solo 1 titolo è immesso sul mercato. Nel 2012, in aggiunta a 2 titoli di produzione olandese, viene pubblicato il primo titolo di produzione internazionale, si tratta del film d'animazione *Cars II* (J. Lasseter & B. Lewis, 2011), e *Winnetoons ende schat van het wilde westen* (G. Ludewig, 2009), un film d'animazione di

lingua fiamminga. Nel 2015 è stato pubblicato in formato accessibile il DVD *Les Oiseaux de passage* (O. Ringer, 2015) produzione franco-belga di lingua francese. Si sottolinea infine come anche le serie supportate dal servizio di AD trasmesse dall'emittente fiamminga VRT siano disponibili per l'acquisto in formato accessibile.

Per quanto riguarda il cinema al momento in Belgio è presente una sola sala equipaggiata con l'attrezzatura necessaria per proiezioni accessibili al pubblico con disabilità visiva, si tratta di Cinematek a Bruxelles, afferente a Het Koninklijk Belgisch Filmarchief, all'interno del quale viene proposta una volta al mese una proiezione supportata dal servizio di AD, alternando pellicole in lingua fiamminga e pellicole in lingua francese. Nonostante l'assenza di leggi specifiche la situazione risulta più rosea nella confinante Olanda dove sono presenti tre sale in grado di offrire proiezioni accessibili, mentre altre sono in fase di allestimento, la frequenza delle proiezioni non è né assidua né costante, come facilmente deducibile dai pochi prodotti accessibili per l'*home-theatre* presenti sul mercato per i parlanti di lingua fiamminga. Sul fronte dei film festival si segnalano il Film Fest Ghent, che ha iniziato a proporre proiezioni accessibili nel 2007 con la pellicola *De Zaak Alzheimer*, e il Lux Film Prize di Bruxelles che nel 2012 ha proposto al pubblico i servizi di accessibilità a supporto del film di produzione italo-francese *Io sono Li* (A. Segre, 2011).

A giungere in soccorso degli spettatori non-vedenti o ipovedenti è nuovamente il progresso tecnologico. Anche in Belgio infatti è stata recentemente immessa sul mercato un'applicazione capace di mettere in condizione gli utenti di fruire del servizio e del film in autonomia. L'applicazione denominata *Earcatch* funziona in modo del tutto simile alle applicazioni già descritte ed è stata sviluppata dalla compagnia olandese SoundFocus in collaborazione con *Bartiméus Sonneheerdt*, la maggiore associazione per la tutela dei diritti delle persone non-vedenti o ipovedenti dei Paesi Bassi. Al momento *EarCatch* eroga soltanto il servizio di AD tralasciando il servizio di sottotitolazione, sia l'applicazione che il servizio di AD a integrazione di ciascun titolo sono offerte a titolo completamente gratuito. Il catalogo proposto agli utenti contiene ad oggi una lista di 38 film e 3 serie televisive di produzioni belga-olandesi tutte in lingua olandese <sup>27</sup>. Accanto a titoli di produzioni recenti risalenti al 2016 è possibile ritrovare titoli già pubblicati in passato con l'integrazione del servizio su DVD. Sono inoltre presenti 3 serie televisive prodotte tra il 2015 e il 2016, l'intera stagione 4 di *Divorce* (2016-in corso), in onda sull'emittente RTL4, la stagione 1 di *Tessa* (2015-in corso), in onda su

---

<sup>27</sup> Per ulteriori informazioni sul catalogo dei titoli disponibili si prega di fare riferimento al seguente link: (<http://earcatch.nl/aanbod/>). Consultato il: 05/11/2015

Nederlandse Publieke Omroep (NPO) e tutte le puntate del reality show *Blind naar De Top* (2015), andato in onda sulle frequenze dell'emittente RTL5.

Sul fronte degli spettacoli dal vivo si segnala il lavoro realizzato dalle associazioni no-profit INTRO, attiva sul fronte dell'accessibilità per diversi tipi di disabilità e non solo quella visiva, Audioscenic ASBL, specializzata nella realizzazione del servizio di AD a supporto di DVD, pellicole per il cinema e spettacoli teatrali, e Audiotaales. In particolare quest'ultima associazione attiva dal 2009 al 2012 ha reso accessibili attraverso il servizio di AD ben 24 performance dal vivo e un film per la compagnia SoundFocus.

## 1.8 Polonia

Il servizio di AD comincia a diffondersi in Polonia solamente alla fine degli anni '90, quando grazie ad una collaborazione tra il Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego e Polski Związek Niewidomych – PZN, la maggiore associazione polacca per la tutela dei diritti delle persone non-vedenti e ipovedenti, inizia la produzione di quelli che vennero definiti *typhlo-film*, film per spettatori con disabilità visiva. Questi prodotti seppur deficitari per quanto riguarda la qualità, furono il frutto del lavoro di alcuni volontari che poterono permettersi di sperimentare soluzioni innovative rispetto a quanto già formalizzato in altri paesi, come ad esempio il *frame-freezing*. A differenza di quanto accade oggi, il servizio di AD veniva applicato sia a titoli di produzioni nazionali in lingua polacca e produzioni internazionali, quest'ultime rese intellegibili agli spettatori attraverso la tecnica del *voice-over* (SZARKOWSKA, 2009). Nel primo decennio degli anni 2000 il servizio di AD si diffonderà ulteriormente tralasciando quelle caratteristiche sperimentali che lo avevano fino ad allora connotato, grazie al lavoro svolto dall'associazione Fundacja Audiodeskrypcja; nel 2007 il servizio di AD fu erogato a integrazione della telecronaca di una partita di calcio e offerto alla propria platea dal Teatr Narodowy di Varsavia, nel 2008 alcuni musei adotteranno il servizio ad integrazione di alcune esibizioni (KATARYNKA, 2013).

Un ulteriore e decisivo impulso arriverà dall'emittente Telewizja Polska S.A. – TVP, che manderà in onda alcuni episodi di serie televisive supportate dal servizio di AD (SZARKOWSKA, 2009). Nel 2011 TVP, forte dell'esperienza accumulata nella disseminazione di contenuti audiovisivi supportati da AD sul web, trasmette la serie *Tajemnica twierdzy szyfrów* (2007) nel mese di Luglio tocca invece alla serie *Londyńczycy* (2008-2009),

in seguito anche sul canale TVP Histori inizia a essere disponibile il servizio di AD. Nel Settembre dello stesso anno anche l'emittente commerciale TV Nowa (TVN) rende accessibili ai telespettatori non vedenti attraverso il servizio di AD i talk show *Rozmowy w toku*, *Druga strona medalu* e *Męski typ* (KATARYNKA, 2013).

Per quanto riguarda i prodotti per l'home-theatre il primo DVD accessibile a spettatori con disabilità sensoriali è stato pubblicato nel 2009, il titolo della pellicola *Katyń* (A. Wajda, 2007), al quale, grazie alle pressioni di alcune associazioni per la difesa dei diritti delle persone con disabilità visiva, quali la già menzionata PZN, in collaborazione con distributori e produttori, Kino Świat Sp.z.o.o, TVP or Gutek Film, ne seguiranno altri tra i quali *Ludzie Boga* (X. Beauvois, 2010), *Czarny czwartek* (J. Wiśniewski, 2010) e *Miasto nieujarzmione* (J. Zarzycki, 1950). All'interno del catalogo consultabile sul sito di *Fundacja Audiodeskrypcja* si contano complessivamente 22 titoli accessibili al pubblico con disabilità visiva, tutto il materiale disponibile risulta di produzione polacca, a fianco di pellicole si trovano anche documentari pubblicati da enti istituzionali quali il Lasy Państwowe<sup>28</sup>.

In riferimento a cinema e teatro non vi sono al momento sale di proiezione o teatri che offrano un servizio su base stabile, in riferimento al cinema la situazione potrebbe migliorare grazie al perfezionamento e all'adozione da parte dei potenziali utenti dell'applicazione *Movie Guide Dog* sviluppata e diffusa in Polonia con la collaborazione dell'associazione PZN e del tutto simile alle applicazioni citate precedentemente.

## 1.9 Italia

In Italia il primo film supportato dal servizio di AD fu mandato in onda nel 1991 dall'emittente del servizio pubblico Rai Due, la sera di Santo Stefano gli spettatori non-vedenti e ipovedenti poterono usufruire sulle frequenze di Radio Due del servizio TeleAudio a supporto del film *Spartacus* (S. Kubrik, 1960). Sostanzialmente grazie al servizio di TeleAudio sulle onde medie di Radio Due e in contemporanea con la messa in onda su Rai Due venne trasmessa una particolare colonna sonora che integrava la colonna audio del film con i commenti e il racconto letti da una voce famosa del doppiaggio. La diffusione del servizio di TeleAudio, sviluppato grazie a Sergio D'Ottavi, già autore radiofonico per RAI e fondatore della società Cine

---

<sup>28</sup> Per consultare il catalogo dei materiali disponibili fare riferimento al seguente link: (<http://www.audiodeskrypcja.org.pl/baza-wydan-dvd-z-audiodeskrypcja.html?limitstart=0>). Consultato il: 05/11/2015

Television Team (CTT), fu resa possibile grazie alla collaborazione dell'allora capostruttura di Rai Due Lidia Sacerdoti <sup>29</sup>. Al primo film ne seguirono altri tredici e CTT rimase fino alla morte dello stesso D'Ottavi avvenuta nel 2012, fornitrice esclusiva del servizio di AD per il servizio televisivo nazionale italiano, realizzando il servizio a supporto di numerose produzioni anche internazionali <sup>30</sup>. Ad oggi la fornitura del servizio di AD è stata internalizzata, per una discussione più approfondita circa le caratteristiche del servizio di AD attuale fornito da RAI si prega di fare riferimento al relativo capitolo sull'offerta di prodotti integrati da AD in Italia.

Per quanto riguarda DVD e Blue-Ray il primo film supportato dal servizio di AD è stato immesso sul mercato nel 2005 e si tratta di *Rosso come il cielo* (C. Bortone, 2005), seguito nel 2009 da *Fuga dal Call Center* (F. Rizzo, 2008), mentre per la prima pellicola d'animazione si dovrà attendere il 2013 con la pubblicazione su DVD e Blue-Ray di *Pinocchio* (E. D'Alò 2012). Ad oggi risultano disponibili per l'acquisto poco meno di dieci DVD e Blue-Ray supportati dal servizio di AD.

Diversi inoltre sono i Film Festival che ospitano alcune proiezioni accessibili al pubblico con disabilità visiva, spesso accompagnate anche dal servizio di sottotitolaggio, tra i quali il più illustre è senza dubbio la Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia. Dall'edizione 2009 e per tutte le edizioni successive invece il Roma Fiction Fest offre al pubblico entrambi i servizi per l'intera durata del festival stesso, seppur non rendendo accessibile ogni singola proiezione in programma <sup>31</sup>. Nel 2013 inoltre il Torino Film Festival ha integrato la proiezione del film fuori concorso *La mossa del pinguino* (C. Amendola, 2013) con i servizi di AD e sopratitolazione, rinnovandoli anche a supporto delle edizioni successive <sup>32</sup>. Il primo progetto di proiezione di pellicole supportate dai servizi di accessibilità per persone con disabilità sensoriali tuttavia ha visto la luce nel 2005 grazie alla collaborazione tra l'Associazione Italiana Amanti Cinema d'Essai – AIACE di Milano, la società di servizi per il cinema Raggio Verde di Roma, le associazioni di riferimento delle persone con disabilità sensoriali e numerosi partner istituzionali. Il progetto giunto alla sua 12° edizione è stato

---

<sup>29</sup> Delli Colli L., (1991), "Una TV per non vedenti? RaiDue ci prova col film", in *La Repubblica*, 24/12/1991. Disponibile al seguente link: ([http://www.cinetelevisionteam.it/images/press/dottavi\\_repubblica.gif](http://www.cinetelevisionteam.it/images/press/dottavi_repubblica.gif)). Consultato il: 05/11/2015

<sup>30</sup> Ulteriori informazioni circa i titoli delle pellicole rese accessibili da CTT sono disponibili al seguente link: (<http://www.ctt-avid.it/rassegna/rassegnadottavi.htm>). Consultato il: 05/11/2015

<sup>31</sup> ConseQuenze, "Roma Fiction Fest 2009 Accessibile anche ai disabili sensoriali", 2009. Disponibile al seguente link: (<http://www.consequenze.org/roma-fiction-fest-2009-accessibile-anche-ai-disabili-sensoriali/>). Consultato il: 05/11/2015

<sup>32</sup> Pozzi C., "Cultura accessibile? Sì, si può, anche al Torino Film Festival", 2013. Disponibile al seguente link: ([http://www.fiadda.it/notizia/386-Cultura\\_accessibile\\_Si,\\_si\\_pu%C3%B2,\\_anche\\_al\\_Torino\\_Film/](http://www.fiadda.it/notizia/386-Cultura_accessibile_Si,_si_pu%C3%B2,_anche_al_Torino_Film/)). Consultato il: 05/11/2015

adottato in pianta stabile anche nella città di Roma dopo aver toccato per alcune edizioni anche le città di Bari e Brescia <sup>33</sup>. Sul fronte dell'accessibilità cinematografica nel 2013 il servizio di AD ha fatto il suo esordio sull'applicazione per smart-phone e tablet *MovieReading* ad integrazione della pellicola *Philomena* (S. Frears, 2013). Sebbene l'applicazione fosse presente sul mercato italiano dal 2010, questa nel corso dei suoi primi tre anni di vita ha proposto agli utenti il solo servizio di sottotitolazione.

Un ulteriore realtà attiva sulla produzione di prodotti accessibili alle persone non-vedenti o ipovedenti è costituita dalla Cooperativa Sociale Onlus Trento fondata nel 1992 su iniziativa di un gruppo di persone con disabilità visiva. Nel corso della sua esistenza ha prodotto un vasto catalogo di materiale accessibile alle persone con disabilità visiva. Si tratta di prodotti in formato solo audio e più nello specifico per quanto riguarda i prodotti cinematografici si tratta di audiofilm <sup>34</sup>, cui è possibile accedere solo se iscritti al servizio di prestito<sup>35</sup>. Per una descrizione più dettagliata del catalogo dei prodotti a disposizione degli iscritti si prega di fare riferimento al relativo capitolo.

Sul fronte degli spettacoli dal vivo la prima rappresentazione supportata dal servizio di AD è andata in scena nel 2006 grazie alla collaborazione instaurata tra la società messinese Isiviù – Cultura Accessibile e il Teatro Vittorio Emanuele di Messina i quali proposero alla platea l'opera lirica *Ernani* di Verdi, alla quale seguirono ben presto altri spettacoli. Nel 2011 poi Isiviù grazie alle collaborazioni instaurate con il Teatro San Carlo di Napoli e il Teatro Regio di Torino fornirà il servizio di AD a supporto delle opere liriche *Così fan tutte* di Mozart e *Lucia di Lammermoor* di Donizetti. Come si può leggere sul sito dal 2012 ha dato avvio ad una collaborazione stabile con il Teatro Ghione di Roma fornendo il servizio di AD per ben oltre 40 spettacoli. Ancora sul fronte degli spettacoli d'opera si segnala che dal 2010 all'arena Sferisterio gli spettatori hanno la possibilità di usufruire del servizio di AD e sopratitolazione a supporto delle tre opere liriche presentate al pubblico nel corso della stagione estiva, grazie alla collaborazione instaurata tra l'Università di Macerata, l'Unione Italiana dei Ciechi e degli ipovedenti, il Museo Tattile Statale Omero e il Macerata Opera Festival <sup>36</sup>.

---

<sup>33</sup> Per ulteriori informazioni sul progetto fare riferimento al seguente link: (<http://www.mostrainvideo.com/p.aspx?t=general&mid=11&l=it>). Consultato il: 05/11/2015

<sup>34</sup>

<sup>35</sup> Per audiofilm si intende un prodotto privo di immagini, creato utilizzando soltanto la colonna sonora del prodotto audiovisivo in oggetto a cui si integra il servizio di AD.

<sup>36</sup> Per ulteriori informazioni consultare il seguente link: (<http://www.sferisterio.it/accessibilita/>). Consultato il: 05/11/2015

È invece il 2010 l'anno che vede andare in scena il primo spettacolo di prosa teatrale supportato dal servizio di AD, nel Novembre di quello stesso anno gli spettatori intervenuti presso il Teatro Diego Fabbri di Forlì hanno potuto apprezzare la messa in scena di *Processo a Gesù* del drammaturgo forlivese Diego Fabbri grazie alla collaborazione instaurata tra alcuni studenti del Master in Screen Translation, organizzato dall'allora Dipartimento Sitlec – Università di Bologna Campus di Forlì, e la sezione cittadina dell'Unione Italiana Ciechi e ipovedenti. Per l'occasione fu realizzato anche il servizio di sopratitolazione per spettatori non-udenti o ipovedenti per un'accessibilità il quanto più completa possibile e nel rispetto del diritto di accesso garantito ad ogni cittadino. Il successo e l'entusiasmo del pubblico da un lato, la sensibilità delle istituzioni dall'altro, hanno permesso l'avvio nel 2011 del progetto *Un Invito al Teatro: No-Limits* sostenuto dai fondi erogati dalla Regione Emilia-Romagna, implementato nei maggiori teatri della provincia di Forlì-Cesena e giunto ormai alla sua quinta edizione. Come detto all'inizio del presente capitolo per una descrizione più dettagliata dell'offerta di materiali audiovisivi accessibili a spettatori con disabilità visiva si rimanda al relativo capitolo.

### **1.10 Servizio di Audiodescrizione (AD) e sport**

Nonostante il servizio di AD si avvicini ormai al suo quarantesimo compleanno sono ancora molti i potenziali campi di applicazione che rimangono inesplorati o che si comincia a prendere in considerazione solo ora. In tal senso i progetti più interessanti sembrano essere quelli dedicati all'accessibilità audiovisiva in occasione di grandi eventi sportivi, come il caso citato in precedenza relativo le cerimonie di chiusura e apertura delle Para-Olimpiadi di Londra del 2012. Contrariamente a quanto si potrebbe essere portati a pensare la normale telecronaca sportiva non risulta d'aiuto, in quanto pensata per esaltare l'azione che avviene sul campo, ma si rivela di efficacia assoluta una traccia audio alternativa, come indicato in OFCOM, 2000.

Nel 2008, per iniziativa della UEFA e del partner Centre for Access to Football in Europe – CAFE, un servizio simile a quello di AD venne sviluppato a integrazione delle partite dei Campionati Europei svoltisi in Austria. Il servizio fu trasmesso gratuitamente attraverso onde radio in favore dei soli spettatori presenti allo stadio, sull'onda dell'entusiasmo mostrato dal pubblico nel 2009 l'emittente pubblica austriaca ORF sperimentò l'erogazione del servizio di AD a supporto della partita Austria-Lituania via televisione, radio e internet. Nel 2010 ORF propose il servizio per ogni partita dei Mondiali di Calcio in Sud Africa e in seguito creerà il

progetto *Bundesliga On Ear* finalizzato all'accessibilità audiovisiva delle partite del campionato di calcio austriaco (cfr. HILTON, 2010). Successivamente *UEFA* e *CAFE* hanno rinnovato il proprio impegno a sostegno dell'accessibilità per persone non-vedenti e ipovedenti in occasione delle edizioni 2012 e 2016 dei Campionati Europei di calcio<sup>37</sup>.

## Conclusioni

La storia dello sviluppo del servizio di AD dunque è proceduta di pari passo con l'evoluzione tecnologica, se durante l'era analogica della televisione l'erogazione del servizio di AD veniva effettuato principalmente attraverso le onde radio, l'avvento dell'era digitale ha permesso di erogare il servizio attraverso il secondo canale audio accessibile attraverso il decoder, sollevando così lo spettatore dall'incombenza di doversi destreggiare tra televisione e radio. Entrambe queste soluzioni però, per quanto apprezzabili, non riescono a centrare appieno l'obiettivo dell'Inclusione Sociale, in quanto il servizio di AD risulta udibile a tutti coloro presenti. In tal senso l'avvento di nuove applicazioni in grado di garantire la fruizione in piena autonomia del servizio senza arrecare alcun disturbo rappresenta senza dubbio un'evoluzione decisiva in questa direzione. Se da un lato l'affermarsi del servizio di AD non è stato agevole, come dimostrano i casi dei paesi nei quali produttori e distributori si sono opposti in modo netto e deciso all'avvento di norme e regolamenti, dall'altro non ha potuto ovviamente prescindere da un'intensa azione da parte delle associazioni per la tutela dei diritti delle persone con disabilità visiva e dalla presenza di normative nazionali in grado di piegare gli interessi commerciali di produttori, distributori ed emittenti televisive.

---

<sup>37</sup> Per ulteriori informazioni consultare:

- UEFA, *Respect Inclusion delivers audio-description*, 2012. Disponibile al seguente link: (<http://www.uefa.org/social-responsibility/news/newsid=1788222.html>). Consultato il: 05/11/2015

- Carvoyeur G., (2016), *Découverte de l'audiodescription – Euro 2016 de Football le 24 mars 2016*, disponibile al seguente link: (<http://www.pa-sport.fr/2016/03/15/decouverte-de-laudiodescription-euro-2016-de-football-le-24-mars-2016/>). Consultato il: 05/11/2015

## **Capitolo 2.**

### **Riferimenti Normativi**

Nel presente capitolo verranno illustrati i principali riferimenti normativi e legislativi che regolano in maniera molto differente da paese a paese il comparto dei servizi di accessibilità audiovisiva con una focalizzazione particolare sui servizi di accessibilità audiovisiva dedicati alle persone con disabilità visiva. Inizialmente la descrizione prenderà il via dai diversi trattati che riconoscono e affermano i diritti delle persone con disabilità, per poi passare a illustrare l'attuale situazione legislativa nei principali paesi europei.

#### **2.1 I riferimenti normativi internazionali ed europei per i diritti delle persone con disabilità**

A livello internazionale ed europeo esistono diversi trattati e direttive finalizzate alla tutela dei diritti delle persone con disabilità. Già nella versione iniziale del *Trattato sull'Unione Europea e trattato sul funzionamento dell'Unione Europea* U.E., (2012/C 326/01a) e nelle successive modificazioni è contenuto un primo riferimento alla tutela dei diritti dei cittadini e in particolare di quei cittadini ritenuti possibili oggetto di discriminazione. In particolare nel Titolo II “Disposizioni di applicazioni generali”, articolo 10 si afferma:

Nella definizione e nell'attuazione delle sue politiche e azioni, l'Unione mira a combattere le discriminazioni fondate sul sesso, la razza o l'origine etnica, la religione o le convinzioni personali, la disabilità, l'età o l'orientamento sessuale.

Nella seconda parte del trattato, “Non discriminazione e cittadinanza dell'Unione”, all'articolo 19 paragrafo 1, gli Stati firmatari del trattato ribadiscono la volontà di combattere qualsiasi forma di discriminazione:

Fatte salve le altre disposizioni dei trattati e nell'ambito delle competenze da essi conferite all'Unione, il Consiglio, deliberando all'unanimità secondo una procedura legislativa speciale e previa approvazione del Parlamento europeo, può prendere i

provvedimenti opportuni per combattere le discriminazioni fondate sul sesso, la razza o l'origine etnica, la religione o le convinzioni personali, la disabilità, l'età o l'orientamento sessuale.

Attraverso la *Carta dei Diritti dell'Unione Europea* (U.E., 2012/C 326/391) inoltre viene sancito il principio dell'inviolabilità della dignità umana e in particolare con l'articolo 21 si ribadisce il principio di non discriminazione dei cittadini.

È vietata qualsiasi forma di discriminazione fondata, in particolare, sul sesso, la razza, il colore della pelle o l'origine etnica o sociale, le caratteristiche genetiche, la lingua, la religione o le convinzioni personali, le opinioni politiche o di qualsiasi altra natura, l'appartenenza ad una minoranza nazionale, il patrimonio, la nascita, la disabilità, l'età o l'orientamento sessuale.

L'articolo 26 della *Carta dei Diritti dell'Unione Europea* afferma direttamente l'importanza della tutela dei diritti delle persone con disabilità, delineando una netta separazione tra le persone con disabilità, senza alcuna distinzione circa il tipo di disabilità, e gli altri gruppi di cittadini ritenuti svantaggiati o deboli individuati nei precedenti articoli di legge citati.

L'Unione riconosce e rispetta il diritto delle persone con disabilità di beneficiare di misure intese a garantirne l'autonomia, l'inserimento sociale e professionale e la partecipazione alla vita della comunità.

Un ulteriore riferimento legislativo di carattere generale che si pone a tutela delle persone con disabilità è *La Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti delle persone con disabilità* approvata dall'Organizzazione delle Nazioni Unite (O.N.U., 2007) a New York il 6 dicembre 2006. La Convenzione inoltre è il primo strumento giuridico vincolante nell'ambito dei diritti umani ratificato e adottato come parte integrante del proprio ordinamento dall'Unione Europea nel 2010. I principi generali elencati all'articolo 3 delineano 8 aree di interesse sulle quali gli Stati firmatari sono tenuti ad intervenire:

- (a) il rispetto per la dignità intrinseca, l'autonomia individuale, compresa la libertà di compiere le proprie scelte, e l'indipendenza delle persone;
- (b) la non discriminazione;

- (c) la piena ed effettiva partecipazione e inclusione nella società;
- (d) il rispetto per la differenza e l'accettazione delle persone con disabilità come parte della diversità umana e dell'umanità stessa;
- (e) la parità di opportunità;
- (f) l'accessibilità;
- (g) la parità tra uomini e donne;
- (h) il rispetto dello sviluppo delle capacità dei minori con disabilità e il rispetto del diritto dei minori con disabilità a preservare la propria identità.

Oltre a richiamare concetti quali la il rispetto per la dignità e l'autonomia individuale, la non discriminazione e le pari opportunità, viene indicata tra le aree di intervento anche *la piena ed effettiva partecipazione e inclusione nella società e l'accessibilità*, con l'intento di tratteggiare possibili strategie operative finalizzate a garantire i diritti delle persone con disabilità su base paritaria con il resto dei cittadini europei. L'articolo 9, dedicato all'accessibilità, sancisce l'impegno da parte dei firmatari per l'adozione di:

misure adeguate a garantire alle persone con disabilità, su base di uguaglianza con gli altri, l'accesso all'ambiente fisico, ai trasporti, all'informazione e alla comunicazione, compresi i sistemi e le tecnologie di informazione e comunicazione, e ad altre attrezzature e servizi aperti o forniti al pubblico, sia nelle aree urbane che in quelle rurali.

In particolare i paragrafi B, F e G dello stesso articolo indicano come le *misure adeguate* trovino applicazione anche

- (b) ai servizi di informazione, comunicazione e altri, compresi i servizi informatici e quelli di emergenza;
- (f) promuovere altre forme idonee di assistenza e di sostegno a persone con disabilità per garantire il loro accesso all'informazione;
- (g) promuovere l'accesso delle persone con disabilità alle nuove tecnologie ed ai sistemi di informazione e comunicazione, compreso internet.

Un ulteriore riferimento ai servizi di comunicazione è contenuto all'interno dell'articolo 21 "Libertà di espressione e opinione e accesso all'informazione", in particolare il paragrafo D richiama gli Stati firmatari a

- (d) incoraggiare i mass media, inclusi gli erogatori di informazione tramite internet, a rendere i loro servizi accessibili alle persone con disabilità.

I concetti della partecipazione e inclusione sociale delle persone con disabilità vengono affrontate in maniera più diretta attraverso l'articolo 30 "Partecipazione alla vita culturale e ricreativa, agli svaghi ed allo sport", che al paragrafo 1 recita:

1. Gli Stati Parti riconoscono il diritto delle persone con disabilità a prendere parte su base di uguaglianza con gli altri alla vita culturale e adottano tutte le misure adeguate a garantire che le persone con disabilità:
  - (a) abbiano accesso ai prodotti culturali in formati accessibili;
  - (b) abbiano accesso a programmi televisivi, film, spettacoli teatrali e altre attività culturali, in formati accessibili;
  - (c) abbiano accesso a luoghi di attività culturali, come teatri, musei, cinema, biblioteche e servizi turistici, e, per quanto possibile, abbiano accesso a monumenti e siti importanti per la cultura nazionale.

Se da un lato la Convenzione si astiene dal definire in modo dettagliato quali siano le *misure adeguate* che gli Stati firmatari sono chiamati ad adottare per favorire l'accessibilità, la partecipazione e l'inclusione sociale delle persone con disabilità, dall'altro si spinge oltre gli appelli alla non discriminazione contenuti nel *Trattato* e nella *Carta dei Diritti dell'Unione Europea*, definendo come l'affermazione dei diritti, e quindi proprio la non discriminazione, passi anche attraverso la fruizione su base paritaria dell'offerta culturale e dei servizi di telecomunicazione quotidianamente a disposizione di qualunque cittadino.

Un ulteriore strumento normativo in grado di indirizzare le politiche dei singoli stati membri sulla via dell'inclusione sociale delle persone con disabilità è il piano denominato *Strategia europea sulla disabilità 2010-2020: un rinnovato impegno per un'Europa senza barriere* (U.E., 2010/C 636). Il documento, elaborato tenendo presenti i concetti e gli ideali presentati all'interno del Trattato alla base della nascita dell'Unione, della *Carta dei Diritti* e della *Convenzione ONU*, non affronta le differenti problematiche poste dai diversi tipi di disabilità, ma adotta un approccio di tipo più generale. La *Strategia*, articolata su otto ambiti di azione principali, – accessibilità, partecipazione, uguaglianza, occupazione, istruzione e formazione, protezione sociale, salute e infine azioni esterne – si pone l'obiettivo di creare le condizioni

ideali affinché le persone con disabilità possano esercitare appieno i loro diritti e beneficiare di una piena partecipazione alla vita sociale ed economica europea.

La definizione di accessibilità fornita all'interno della *Strategia* è del tutto simile a quella riportata nella *Convenzione O.N.U.*:

Per accessibilità si intende la possibilità per le persone disabili di avere accesso, su una base di uguaglianza con gli altri, all'ambiente fisico, ai trasporti, ai sistemi e alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC) nonché ad altri servizi e strutture<sup>38</sup>.

In particolare con riferimento ai sistemi dell'informazione e della comunicazione nonché dei servizi televisivi si sottolinea come

solo il 5% dei siti web pubblici nell'UE-27 è pienamente conforme alle norme di accessibilità, anche se una percentuale maggiore risulta accessibile almeno parzialmente. Molte emittenti televisive offrono ancora pochi programmi con sottotitoli e AD. L'accessibilità è un presupposto inderogabile per la partecipazione alla società e all'economia, ma resta un obiettivo ancora lontano per l'UE 2<sup>39</sup>.

Il secondo ambito di intervento riguardante la partecipazione e l'inclusione sociale contiene un ulteriore riferimento all'accessibilità di attività ricreative ed eventi culturali ribadendo la necessità di una maggiore implementazione di strategie in grado di favorire la fruizione di “attività, eventi, strutture, beni e servizi sportivi, ricreativi e culturali, anche audiovisivi [...]a incoraggiare il trasferimento al di là delle frontiere delle opere oggetto di diritti d'autore in un formato accessibile; a promuovere l'utilizzo delle eccezioni previste dalla direttiva sul diritto d'autore.” (U.E., 2010/C 636, p. 6)

Da un lato dunque si riconosce il ruolo fondamentale di un concetto quale quello di accessibilità, mentre dall'altro si riconosce come la strada verso una società pienamente inclusiva e capace di garantire il pieno esercizio dei diritti fondamentali dell'essere umano su base di uguaglianza sia ancora lunga.

---

<sup>38</sup> U.E., 2010/C 636, p. 5.

<sup>39</sup> *Ibidem* 1.

## 2.2 La Direttiva 2010/13/UE

Un ulteriore riferimento legislativo che riguarda il comparto dell'audiovisivo è costituito dalla *Direttiva sui servizi di media audiovisivi* (U.E., 2010/13/UE). La *Direttiva*, inizialmente emanata nel 2007 e successivamente emendata, si propone di regolamentare a livello europeo tutti quei servizi che hanno come oggetto la trasmissione di contenuti audiovisivi, indipendentemente dalle piattaforme utilizzate dagli utenti per la fruizione, fornendo così un riferimento legale comune a tutti gli Stati membri. La *Direttiva* prende in considerazione sia le normali programmazioni trasmesse dalle emittenti sia i servizi *On-Demand*, applicando però a questi ultimi una regolamentazione meno stringente.

Gli unici riferimenti ai servizi di accessibilità si possono rinvenire al paragrafo 46 dell'articolo 1:

Il diritto delle persone con disabilità e degli anziani a partecipare e ad essere integrati nella vita sociale e culturale dell'Unione è inscindibilmente legato alla fornitura di servizi di media audiovisivi accessibili. I mezzi per ottenere tale accessibilità dovrebbero comprendere, tra gli altri, il linguaggio dei segni, la sottotitolazione, l'AD e la navigazione tra menù di facile comprensione.

e all'articolo 7:

Gli Stati membri incoraggiano i fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione a garantire che i loro servizi diventino gradualmente accessibili per le persone con disabilità visiva o uditiva.

La *Direttiva* affronta in modo del tutto generale il problema dell'accessibilità audiovisiva senza fornire ulteriori indicazioni circa i tempi e le strategie da adottare per l'erogazione dei servizi di accessibilità menzionati e conseguentemente realizzare gli obiettivi di una maggior partecipazione e integrazione alla vita sociale e culturale dell'Unione da parte dei cittadini con disabilità sensoriali. La giurisdizione riguardante l'implementazione dei servizi di accessibilità viene piuttosto rimessa ai singoli Stati membri, come si può dedurre dal citato articolo 7 e come stabilito al paragrafo 1 dell'articolo 4 della stessa *Direttiva*:

Gli Stati membri conservano la facoltà di richiedere ai fornitori di servizi di media soggetti alla loro giurisdizione di rispettare norme più particolareggiate o più rigorose nei settori coordinati dalla presente direttiva, purché tali norme siano conformi al diritto dell'Unione.

La *Direttiva* non ha carattere vincolante e non fornisce indicazione alcuna sui tempi di implementazione dei servizi di accessibilità audiovisiva e inoltre non prevede sanzioni nei confronti degli Stati non ottemperanti, ogni Stato ha quindi adottato una propria politica circa l'accessibilità audiovisiva, conseguentemente la situazione differisce da nazione a nazione determinando inoltre una diversa disponibilità di materiali e servizi audiovisivi accessibili.

### **2.3 Spagna**

Dal punto di vista normativo in Spagna il comparto audiovisivo è regolato da diverse leggi e norme che stabiliscono e definiscono un insieme di strategie da adottare per la realizzazione, la produzione e la diffusione del servizio di AD. I principali riferimenti normativi, sono 3: la *Ley 15/2001 de 9 de Julio, de fomento y promoción de la cinematografía y el sector audiovisual* (BOE-A-2001-13268), la *Ley 55/2007, de 28 de Diciembre, del Cine* (BOE-A-2007-22439) e la *Ley 7/2010, de 31 de Marzo, General de la Comunicación Audiovisual* e successivi aggiornamenti. Se grazie alle prime 2 leggi il legislatore ha disciplinato le modalità di accesso alle sovvenzioni per realizzare prodotti audiovisivi integrati dai servizi di accessibilità, con la *Ley 7/2010* sono state regolate e definite le modalità attraverso le quali le emittenti sono chiamate a rendere accessibile la propria programmazione. Nonostante proprio la Spagna sia stata in qualche modo preconizzatrice, anche se involontaria, del servizio di accessibilità per persone con disabilità visiva grazie all'opera di Esteban e Arandes e nonostante il forte coinvolgimento di ONCE nel campo dell'accessibilità audiovisiva l'iter d'approvazione di quest'ultima legge è durato circa 3 anni, probabilmente a causa delle forti ingerenze e resistenze da parte delle reti televisive private (UTRAY et Al., 2009). In particolare attraverso la *Ley 7/2010* oltre a ribadire il diritto all'accesso alla comunicazione audiovisiva da parte del pubblico con disabilità sensoriale, il legislatore sancisce, all'interno del TÍTULO II – Normativa básica para la Comunicación Audiovisual, CAPÍTULO I – Los derechos del público, ARTÍCULO 8. – Los derechos de las personas con discapacidad, come le emittenti pubbliche e private spagnole siano tenute a fornire a telespettatori servizi di accessibilità quali

sottotitolazione e Lingua dei Segni (LIS) per il pubblico non-udente o ipoudente e il servizio di AD. Con la Disposición transitoria quinta. Servicios de apoyo para las personas con discapacidad contenuta in appendice all'articolo 61 il legislatore stabilisce le quote di programmazione che le emittenti sono chiamate ad integrare con i servizi di accessibilità entro la data del 31 Dicembre 2013, operando una distinzione tra emittenti pubbliche ed emittenti private. Qualora tali quote non siano rispettate le emittenti possono essere sanzionate secondo i termini stabiliti all'interno della stessa *Ley 7/2010*.

Le tabelle 2 e 3, relative al quadriennio 2010-2013, illustrano gli incrementi stabiliti anno per anno dal legislatore per i servizi di accessibilità, nel caso in cui un emittente consegua la licenza di trasmissione dopo l'entrata in vigore della legge in oggetto vengono concessi 4 anni per raggiungere le quote fissate per l'anno 2013.

**Tabella 1.** *Ley 7/2010*. Quote di programmazione settimanale da integrare con i servizi di accessibilità

Emittenti Pubbliche					Emittenti Private				
	2010	2011	2012	2013		2010	2011	2012	2013
<b>AD</b>	1 hr.	3 hr.	7 hr.	10 hr.	<b>AD</b>	0,5 hr.	1 hr.	1,5 hr.	2 hr.
<b>Lingua dei Segni</b>	1 hr.	3 hr.	7 hr.	10 hr.	<b>Lingua dei Segni</b>	0,5 hr.	1 hr.	1,5 hr.	2 hr.
<b>Sottotitolazione</b>	25%	50%	70%	90%	<b>Sottotitolazione</b>	25%	45%	65%	75%

Da un raffronto tra le due tabelle emerge in primo luogo la notevole differenza tra le quote stabilite per le emittenti pubbliche e quelle fissate invece per le emittenti private, con un carico maggiore per le emittenti pubbliche su tutti e tre i servizi di accessibilità indicati. Se si fa riferimento al solo servizio di AD le emittenti pubbliche sono tenute a trasmettere 10 ore settimanali di programmazione audiodescritta, ovvero 520 annuali, mentre quelle private solo 2, ovvero 104 all'anno. In secondo luogo invece se si procede ad un confronto tra i diversi servizi di accessibilità si può facilmente osservare come la quota di programmazione da integrare con il servizio di sottotitolazione risulti nei fatti di gran lunga maggiore rispetto alle quote destinate al servizio di AD e di lingua dei segni. Entro il quarto anno dall'entrata in vigore della legge o dal conseguimento della licenza per la trasmissione il servizio di sottotitolazione deve essere erogato a integrazione di quasi l'intera programmazione trasmessa, mentre la quota di programmazione integrata da AD arriva a coprire una minima percentuale della programmazione trasmessa.

## 2.4 Regno Unito

In Inghilterra la prima normativa a fare riferimento ai servizi di accessibilità audiovisiva è il *1996 Broadcasting Act* (U.K., 1996) in seguito al progetto *AUDETTEL*. In particolare con tale atto normativo il legislatore fissò quote precise per la programmazione da integrare con i servizi di accessibilità, indicando inoltre gli incrementi annuali che le emittenti televisive pubbliche erano tenute a rispettare, fino a raggiungere entro 10 anni dalla concessione della licenza governativa e per il solo servizio di AD una quota pari al 10% della programmazione totale settimanale. In seguito alla “rivoluzione digitale” venne promulgato nel 2003 il *Communications Act* (OFCOM, 2003) con l’intenzione di estendere quanto già previsto dal *Broadcasting Act* per le trasmissioni in analogico alle trasmissioni digitali terrestri e satellitari ed estendere gli obblighi legislativi anche ai canali satellitari e quelli via cavo (OFCOM, 2015 ). Un anno più tardi OFCOM, attraverso il *Code on Television Access Service* (OFCOM, 2004), concederà alle emittenti solamente cinque anni dalla data di emissione della licenza digitale per adeguarsi alle normative concernenti l’accessibilità audiovisiva. In realtà le sperimentazioni per la trasmissione del servizio di AD attraverso il segnale digitale erano già iniziate nell’anno 2000 grazie alla decisione delle principali emittenti britanniche di dar vita al consorzio Digital Network e nel 2002, con poco meno di un anno d’anticipo rispetto al legislatore, la piattaforma satellitare BskyB lanciò il primo servizio di AD digitale seguita, un anno più tardi, dal resto dei canali pubblici britannici (GREENING & ROLPH, 2007). Come si può notare grazie alla Tabella 1 la percentuale di programmazione da integrare attraverso il servizio di Audiodescrizione (AD) risulta bloccata al 5° anno dalla concessione della licenza governativa solamente in riferimento al servizio di AD, inoltre se si confronta la percentuale indicata per il servizio di AD con quella relativa al servizio di sottotitolazione emerge un’enorme sproporzione a vantaggio degli spettatori non-udenti o ipovedenti rispetto a quelli non-vedenti o ipovedenti.

**Tabella 2. Code on Television Access Service 2004.** Quote di programmazione da integrare con i servizi di Audiodescrizione e sottotitolazione

Anno emissione licenza	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>AD</b>	2%	4%	6%	8%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
<b>Sottotitolazione</b>	10%	10%	35%	35%	60%	60%	70%	70%	70%	80%
<b>Lingua dei segni</b>	1%	1%	2%	2%	3%	3%	4%	4%	4%	5%

Nella *Section 1., par. Promotion of Awareness e par. Programming and scheduling* illustra poi alcuni obblighi che le emittenti sono tenute ad osservare al fine di promuovere presso gli utenti i servizi di accessibilità erogati. Da un lato le emittenti sono chiamate a creare palinsesti accessibili che indichino con chiarezza la programmazione integrata dai servizi di accessibilità, utilizzando per quanto riguarda il servizio di AD l'acronimo (AD); dall'altro invece sono tenute a disseminare informazioni circa i servizi di accessibilità utilizzando annunci pubblicitari e ricorrendo anche a canali di comunicazione che si rivolgono più direttamente ai potenziali utenti, quali ad esempio pubblicazioni specializzate o associazioni di riferimento. Inoltre pur non indicando esplicitamente le fasce orarie di erogazione OFCOM raccomanda, al fine di massimizzare i benefici per gli utenti, l'erogazione dei servizi di accessibilità negli orari di maggior audience e raccomanda inoltre di lavorare in collaborazione con le associazioni di riferimento e di limitare il numero delle repliche dei programmi già mandati in onda integrati dai servizi. Sempre nella *Section 1, par. Statutory provisions* infine il legislatore stabilisce come *OFCOM* sia incaricato di monitorare l'erogazione dei servizi di accessibilità e determinare eventuali nuovi obiettivi (cfr. *OFCOM, 2004*)

## **2.5 Germania**

Nonostante non esista una legislazione a livello nazionale in Germania esistono tuttavia diverse leggi federali che formano la base della regolamentazione dei servizi per l'accessibilità audiovisiva. In particolare nella regione della Bavaria i servizi di AD che le emittenti televisive sono tenute a fornire ai propri telespettatori sono regolamentati dalla *Bayerisches Gesetz zur Gleichstellung, Integration und Teilhabe von Menschen mit Behinderung und zur Änderung anderer Gesetze* (BG, 805-9-A) emessa nel 2003, riguarda l'abbattimento delle barriere per la fruizione dei *media*. Più nello specifico all'articolo 14 il legislatore stabilisce che i programmi televisivi devono essere supportati dal servizio di sottotitolazione per spettatori non-udenti e AD per spettatori non-vedenti, senza però fissare quote precise circa la percentuale di programmazione da rendere accessibile, estendendo piuttosto un invito alle emittenti televisive a fornire i suddetti servizi secondo le loro capacità economiche e tecnologiche. A livello sovra federale la legge cui fare riferimento per la regolamentazione del comparto audiovisivo è la

*Rundfunkänderungsstaatsvertrag* (FRSV, 1987). Emanata dal legislatore nel 1987 contiene alcuni generici richiami al diritto all'accesso alla programmazione televisiva da parte della popolazione con disabilità sensoriali. Di particolare interesse è la modifica introdotta nel 2010 dal legislatore il quale, al fine di migliorare e diffondere più capillarmente i servizi di accessibilità, al paragrafo Protokollerklärung aller Ländern ha stabilito che le persone con disabilità economicamente autosufficienti, a differenza di quanto accaduto in precedenza, sono chiamate a pagare un canone scontato nella misura di un terzo rispetto a quanto normalmente richiesto dalle emittenti televisive.

## **2.6 Francia**

Da un punto di vista normativo in Francia le leggi che regolamentano il comparto audiovisivo e che contengono richiami all'accessibilità audiovisiva sono 2, la *LOI n° 2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées* (LOI 2005-10) e la *LOI n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision* (LOI 2009-258), a cui si aggiunge *Le plan «Handicap visuel» 2008-2011: «Pour une intégration pleine et entière des personnes aveugles et malvoyantes à la vie de la Cité»* (PHV, 2009-2011).

La *LOI n° 2005-102* in riferimento al servizio di sottotitolazione richiama i canali con uno share superiore al 2,5% a erogare il servizio a supporto della totalità della programmazione a esclusione della pubblicità senza però menzionare il servizio di AD. Il legislatore cercherà di sopperire a tale mancanza tramite appunto *Le plan «Handicap visuel» 2008-2011* all'interno del quale si cercherà di estendere il medesimo obbligo anche al servizio di AD (AVH, 2015b).

La *LOI n° 2009-258* contiene all'articolo 54 l'impegno da parte del Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA), di trasmettere al parlamento un report sulle strategie messe in atto dalle emittenti televisive in materia di accessibilità audiovisiva. In particolare ne *Le plan «Handicap visuel» 2008-2011*, stipulato tra il Ministero della Cultura e delle Comunicazioni, il Centre Nationale du Cinema et de l'imagerie animée (CNC) e il CSA, e dedicato all'inclusione sociale e ai diritti delle persone non vedenti o ipovedenti, l'obiettivo strategico n. 7 indica come priorità la diffusione del servizio di AD attraverso la televisione e il miglioramento dell'attrezzatura per fornire il servizio agli spettatori all'interno delle sale cinematografiche, nonché esorta il CNC ad adottare misure in grado di favorire la creazione di servizi per l'accessibilità già in fase di

produzione e distribuzione (cfr. PHV, 2009-2011). Al fine di conseguire gli obiettivi indicati inoltre viene indicata come fondamentale la creazione un tavolo di consultazione con il Ministero della Cultura e delle Comunicazioni per valutare le risorse tecniche e finanziarie necessarie per avviare un processo di diffusione di massa del servizio di AD. Il primo passo in questa direzione viene mosso con la sottoscrizione da parte della Délégation interministérielle aux personnes handicapées – DIPH, delle associazioni dei non vedenti e ipovedenti, delle diverse associazioni impegnate professionalmente nella realizzazione del servizio di AD e dei produttori e distributori di materiale audiovisivo la *Charte de Qualité de l'Audiodescription* (MORISSET, GONANT, 2008).

Alla data di pubblicazione de *Le plan «Handicap visuel»*, le emittenti francesi maggiormente impegnate a fornire ai propri telespettatori il servizio di AD, risultavano essere TF1, Canal Plus e M6, le quali, facendo registrare uno share televisivo pari o superiore al 2,5%, erano chiamate, come da contratto stipulato con il Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), ad audiodescrivere almeno una nuova trasmissione ogni settimana, a cui facevano da contorno le repliche delle trasmissioni mandate in onda in precedenza. L'emittente televisiva TMC dal canto suo, in procinto di superare la soglia del 2,5% di share, avrebbe dovuto rendere accessibile attraverso il servizio di AD almeno una trasmissione al mese, mentre il consorzio France Televisions, che raggruppa il comparto dell'emittenti pubbliche francesi, fin dalla data di pubblicazione del piano si è impegnato a rendere accessibile almeno una nuova trasmissione al giorno a mezzo del servizio di AD.

Nonostante i richiami normativi però negli anni successivi alla scadenza de *Le plan «Handicap visuel»* non è stato registrato alcun miglioramento sostanziale per quanto riguarda il servizio di AD televisivo al punto che, secondo una comunicazione pubblicata sul sito del CSA il 23 dicembre 2013, i 3 consorzi televisivi 1) Groupe TF1, attraverso i canali TF1 e TMC, 2) Canal Plus Groupe, attraverso i canali televisivi Canal Plus e D8, e 3) Groupe M6, attraverso i canali televisivi M6 e W9, si sono impegnati ad incrementare la quota della programmazione supportata dal servizio di AD, ponendo particolare attenzione ai programmi inediti. In particolare i tre consorzi si sono proposti di rendere accessibili 60 trasmissioni ciascuno attraverso il servizio di AD, più nello specifico Canal Plus Groupe offrirà al pubblico solamente programmi inediti, mentre Groupe TF1 e Groupe M6 si limiteranno ad audiodescrivere il 50% di programmazione inedita, il resto delle trasmissioni supportate dal servizio saranno repliche. Per l'anno 2016 poi l'accordo stipulato prevede un ulteriore incremento della quota di programmazione supportata dal servizio di AD fino ad arrivare ad

80 trasmissioni accessibili, tutte inedite sui canali di Canal Plus Groupe e una combinazione di trasmissioni inedite, pari al 50% del totale, e repliche di trasmissioni già rese accessibili in precedenza per Groupe TF1 e Groupe M6. I canali televisivi D8, TMC e W9 inoltre, a partire dal 2016, non si limiteranno più a trasmettere repliche di trasmissioni audiodescritte già mandate in onda su altri canali, ma saranno tenuti a proporre al pubblico 20 trasmissioni inedite (CSA, 2013).

## 2.7 Portogallo

La legge che disciplina il comparto televisivo portoghese, all'interno della quale sono comprese anche le modalità di accesso per spettatori con disabilità sensoriali, è la *Lei n.º 27/2007, de 30 de Julho - Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido* (LEI 27/2007) e successive modificazioni. Nella versione approvata dall'Assemblea della Repubblica Portoghese il legislatore sancisce all'articolo 34 della seconda sezione, che l'Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), istituita secondo i termini previsti dalla legge nel 2005, ha la facoltà di stabilire le quote di programmazione da rendere accessibili attraverso i servizi di sottotitolaggio per non-udenti o ipoudenti, lingua dei segni portoghese e AD per non-vedenti o ipovedenti. Successivamente ERC ha emanato alcune delibere atte a definire le modalità di erogazione dei servizi e le quote di programmazione da rendere accessibili, incontrando però le resistenze dei consorzi televisivi privati oggetti del provvedimento. La prima delibera emanata da ERC risale al 2009 e stabiliva un preciso programma di organizzazione ed erogazione dei servizi organizzato in diverse fasi temporali, ma a causa di alcuni cavilli legali non è mai entrata effettivamente in vigore. Successivamente ERC, attraverso la *Deliberação 4/2014 (OUT-TV) - Plano plurianual que define o conjunto de obrigações relativas à acessibilidade dos serviços de programas televisivos e dos serviços audiovisuais a pedido por pessoas com necessidades especiais* (DELIBERACAO 4/2014), ha fissato un nuovo piano di sviluppo con l'obiettivo di creare servizi di accessibilità audiovisiva costanti e facilmente fruibili dal pubblico attraverso le nuove tecnologie digitali. Nel dettaglio la delibera è suddivisa in due parti distinte, la prima interessa direttamente le emittenti del servizio pubblico con il maggiore share di pubblico, mentre la seconda è rivolta alle emittenti private.

Per quanto riguarda le emittenti del servizio pubblico relativamente al periodo 1/Febrero/2014 – 31/Gennaio/2015, ERC ha fissato una quota minima di 35 ore annuali di programmazione audiodescritta da trasmettere tra le 8 del mattino e le 2 di notte sulle frequenze del canale RTP1. Nella seconda fase di implementazione del piano di sviluppo relativa al periodo 1/Febrero/2015 – 31/Gennaio/2017, ERC ha stabilito che il canale RTP1 dovrà raddoppiare la quota di programmazione audiodescritta fissata per il periodo precedente, trasmettendo almeno 70 ore annuali di programmazione supportata dal servizio di AD. In questa fase inoltre il canale televisivo RTP2 dovrà includere all'interno della propria offerta 12 ore annuali di programmazione supportata dal servizio di AD.

**Tabella 3.** *Deliberação 4/2014 (OUT-TV).* Ore annuali di da integrare con il Servizio di AD

Emittenti Pubbliche			Emittenti Private		
Periodo	1/2/2014-1/1/2015	1/2/2015-31/1/2017	Periodo	1/2/2014-31/1/2015	1/2/2015-31/1/2017
RTP1	35 ore	70 ore	TVI	0 ore	12 ore
RTP2	0 ore	12 ore	SIC	0 ore	12 ore

In riferimento alle emittenti private la cui visione non risulti vincolata dalla sottoscrizione di un abbonamento, TVI e SIC più nello specifico, ERC in riferimento al periodo 1/Febrero/2014 – 31/Gennaio/2015 non ha previsto alcuna quota di programmazione audiodescritta, al contrario nel corso della seconda fase, 1/Febrero/2015 – 31/Gennaio/2017, la quota di programmazione supportata dal servizio di AD è fissata a 12 ore annuali. Si sottolinea come all'interno della “Deliberação 4/2014 (OUT-TV)” la quota di programmazione fissata per i servizi di accessibilità per spettatori con disabilità uditiva, servizio di sottotitolaggio e lingua dei segni, ecceda di gran lunga la quota di programmazione prevista per il servizio di AD.

## 2.8 Belgio

Le normative riguardanti i servizi di accessibilità per persone con disabilità sensoriali cui fare riferimento per il Belgio sono essenzialmente tre, per la regione delle Fiandre sono in vigore il *Mediadecreet* (VRM, 2009) emanato dal Vlamse Regulator voor de Media (VRM) e il *Participatiedecreet* (DCJSM, 2008) emanato dal Departement Cultuur, Jeugd, Sport & Media

(DCJSM), mentre per la regione della Vallonia nel 2013 è entrato in vigore per autorità del Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) il *Décret cordonné sur les services de média audiovisuels* (CSA, 2013).

In particolare nella regione di lingua fiamminga il legislatore con il *Mediadecreet*, indirizzato sia alle emittenti pubbliche che private con oltre il 2% di share, all'interno del Capitolo III, Titolo IV, articolo 151, cerca di definire le modalità da impiegare per garantire agli spettatori l'erogazione dei servizi di sottotitolazione e lingua dei segni per persone non-udenti o ipoudenti, audiosottotitolazione<sup>40</sup> e AD per persone non-vedenti o ipovedenti. Nonostante siano fissate quote precise in relazione ai servizi di accessibilità per persone con disabilità uditiva altrettanto non viene fatto relativamente ai servizi per persone con disabilità visiva, nel medesimo articolo viene stabilita inoltre la concessione di sussidi governativi per la realizzazione dei servizi (cfr. VRM, 2009).

All'interno dello stesso *Mediadecreet* il Capitolo II, Titolo IV, stabilisce dagli articoli 16-21 le condizioni di erogazione dei servizi e le quote di programmazione che la televisione pubblica fiamminga Vlaamse Radio-en Televisieomroep (VRT) è tenuta a rendere accessibile. Il *Beheersovereenkomst*, definito all'interno degli articoli indicati, è un vero e proprio contratto di servizio stipulato tra VRT e VRM che viene ridiscusso e rinnovato con cadenza quinquennale e dall'emanazione della legge sono stati sottoscritti tre diversi contratti<sup>41</sup>. Per quanto riguarda il servizio di AD, il quinquennio 2007-2011 ha visto VRT impegnata sul fronte della ricerca di mezzi tecnici efficienti ed economicamente sostenibili per rendere accessibile a persone non-vedenti e ipovedenti la propria programmazione. In questo periodo gli sforzi inoltre si sono cercati sull'accessibilità del proprio sito web, soddisfacendo tutti i requisiti per ottenere una certificazione di accessibilità secondo i termini di legge, in considerazione dei numerosi contenuti audiovisivi normalmente disseminati sullo stesso. In seguito al raggiungimento di questi stessi obiettivi VRT ha effettuato test sperimentali, trasmettendo alcuni film supportati dal servizio di AD sul canale per bambini Ketnet. Il contratto successivo relativo al quinquennio 2012-2016 prevede invece che VRT renda accessibile con cadenza annuale almeno una fiction di alta qualità, inoltre attraverso la pagina

---

<sup>40</sup> L'audiosottotitolazione è una modalità di accesso impiegata nei paesi che per tradizione non doppiano il materiale audiovisivo straniero. Attraverso la vocalizzazione dei sottotitoli che accompagnano la visione di film è possibile anche per coloro non in grado di leggere o di comprendere la lingua originale accedere al significato dei dialoghi e conseguentemente fruire di un prodotto altrimenti inaccessibile. (cfr. BRAUN & ORERO, 2010).

<sup>41</sup> Per ulteriori informazioni e per il testo originale dei tre diversi *Beheersovereenkomst* si prega di fare riferimento al sito del servizio televisivo pubblico fiammingo Vlaamse Radio-en Televisieomroep – VRT. Disponibile al seguente link: (<http://www.vrt.be/opdracht/de-beheersovereenkomst>). Consultato il: 05/11/2015

Teletext 889 VRT deve rendere disponibile il servizio di audiosottotitolazione per tutti i programmi in lingua altra dal fiammingo ed in particolare per i programmi a carattere informativo, infine per il periodo 2016-2020 vengono sostanzialmente ribaditi gli obiettivi fissati per il quinquennio precedente.

Relativamente alla regione della Vallonia il legislatore attraverso l'articolo 135 del *Décret cordonné sur les services de média audiovisuels* richiama in modo vago e generale le emittenti televisive a garantire i servizi per garantire il diritto di accesso delle persone con disabilità sensoriale alla programmazione mandata in onda e incarica il CSA di stabilire le quote relative ai servizi di accessibilità. Attraverso il "*Règlement relatif à l'accessibilité des programmes aux personnes à déficience sensorielle - Avis n°02/2011* (CSA, 2011) il comparto del mercato audiovisivo della Vallonia viene segmentato in base al volume d'affari generati dai diversi canali televisivi. Per tutti coloro che generano un volume d'affari al di sopra dei 100 milioni di euro sono previste almeno 1000 ore annuali di programmazione supportata da servizi di accessibilità per spettatori con disabilità sensoriali, più nello specifico almeno 5 lungometraggi devono essere supportati da AD. Le emittenti televisive che generano un volume d'affari compreso tra i 10 e i 100 milioni di euro invece sono chiamate a trasmettere 200 ore all'anno di programmazione accessibile, infine per coloro il cui volume d'affari si attesta al di sotto dei 10 milioni di euro è previsto l'obbligo di dotarsi delle competenze necessarie per raggiungere l'obiettivo di 50 ore di programmazione accessibile, per queste due fasce non è prevista alcuna quota specifica per il servizio di AD. Il *Règlement Avis n°02/2011*, peraltro non applicabile al solo servizio televisivo ma più in generale anche a editori, produttori e distributori del comparto audiovisivo vallone che erogano servizi non a pagamento, esorta ad includere i servizi di accessibilità già nelle fasi produzione e distribuzione dei prodotti audiovisivi e a favorirne la circolazione e la diffusione. Sono previste inoltre valutazioni annuali al fine di migliorare la qualità e la fruibilità dei servizi offerti.

## **2.9 Polonia**

La legge che regola il comparto audiovisivo polacco e che contiene riferimenti ai servizi di accessibilità che le emittenti, sia pubbliche che private, sono tenute a offrire ai propri telespettatori è la *Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o Radiofonii i Telewizji* (KRRT, 1992) e

successive modificazioni. In particolare all'articolo 18 paragrafo A viene stabilito che almeno il 10% della programmazione quadrimestrale deve essere resa accessibile agli spettatori con disabilità sensoriale attraverso i servizi di sottotitolaggio e lingua dei segni per non udenti o ipoudenti e di audiodescrizione per non vedenti o ipovedenti. L'articolo non specifica nel dettaglio se la quota del 10% sia riferita a ciascuno dei servizi o se debba risultare dalla somma della programmazione resa accessibile attraverso i singoli servizi, ma demanda a Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji – KRRiT il compito di modificare la quota indicata a seconda delle esigenze (KATARYNKA, 2013).

## 2.10 Italia

In Italia esistono diversi riferimenti giuridici a tutela dei diritti delle persone con disabilità con precisi richiami ai concetti citati sopra quali la non-discriminazione, la partecipazione e l'inclusione sociale ed infine l'accessibilità.

Il primo riferimento è contenuto all'interno dell'articolo 3 della *Costituzione Italiana* il quale seppur non citando esplicitamente le persone con disabilità si pone a difesa di ogni tipo di discriminazione:

Tutti i cittadini hanno pari dignità sociale e sono eguali davanti alla legge, senza distinzione di sesso, di razza, di lingua, di religione, di opinioni politiche, di condizioni personali e sociali. È compito della Repubblica rimuovere gli ostacoli di ordine economico e sociale, che, limitando di fatto la libertà e l'eguaglianza dei cittadini, impediscono il pieno sviluppo della persona umana e l'effettiva partecipazione di tutti i lavoratori all'organizzazione politica, economica e sociale del Paese.

La seconda parte dell'articolo 3 invece richiama la Repubblica Italiana a favorire l'esercizio dei diritti dei cittadini su base paritaria e a incoraggiare la partecipazione alla vita politica, sociale ed economica del paese, seppur limitatamente alla sola categoria dei lavoratori.

I pilastri normativi che si pongono chiaramente a difesa dei diritti delle persone con disabilità e che incorporano nell'impianto giuridico italiano i concetti espressi dall'O.N.U. e dall'Unione Europea sono essenzialmente tre.

Il primo, *Legge quadro per l'assistenza. l'integrazione sociale e i diritti delle persone handicappate* – Legge 5 febbraio 1992 n. 104 (LEGGE 104/1992), si pone tra i propri obiettivi quelli di garantire la dignità, l'autonomia, la partecipazione e l'inclusione sociale delle persone con disabilità come evidenziato nell'articolo 1 della legge stessa.

1. La Repubblica:

- a. garantisce il pieno rispetto della dignità umana e i diritti di libertà e di autonomia della persona handicappata e ne promuove la piena integrazione nella famiglia, nella scuola, nel lavoro e nella società;
- b. previene e rimuove le condizioni invalidanti che impediscono lo sviluppo della persona umana, il raggiungimento della massima autonomia possibile e la partecipazione della persona handicappata alla vita della collettività, nonché la realizzazione dei diritti civili, politici e patrimoniali;
- c. persegue il recupero funzionale e sociale della persona affetta da minorazioni fisiche, psichiche e sensoriali e assicura i servizi e le prestazioni per la prevenzione, la cura e la riabilitazione delle minorazioni, nonché la tutela giuridica ed economica della persona handicappata;
- d. predispone interventi volti a superare stati di emarginazione e di esclusione sociale della persona handicappata.

Nonostante la *Legge 104/1992*, in relazione al concetto di accessibilità, si occupi quasi esclusivamente di fruibilità fisica degli edifici da parte delle persone con disabilità motoria, il legislatore ha cercato di affrontare, per la prima volta e in modo del tutto generale, il problema posto dalla fruizione dei servizi di telecomunicazione e telefonia attraverso l'articolo 25 "Accesso alla informazione e alla comunicazione".

1. Il ministro delle poste e delle telecomunicazioni contribuisce alla realizzazione di progetti elaborati dalle concessionarie per i servizi radiotelevisivi e telefonici volti a favorire l'accesso all'informazione radiotelevisiva e alla telefonia anche mediante installazione di decodificatori e di apparecchiature complementari, nonché mediante l'adeguamento delle cabine telefoniche.
2. All'atto di rinnovo o in occasione di modifiche delle convenzioni per la concessione di servizi radiotelevisivi o telefonici sono previste iniziative atte a favorire la ricezione da parte di persone con handicap sensoriali di programmi di informazione, culturali e di svago e la diffusione di decodificatori.

Il secondo riferimento normativo a tutela del diritto di accesso dei cittadini alle informazioni e ai servizi erogatori di informazioni, compresi quelli erogati attraverso strumenti informatici e telematici, è costituito dalla *Legge Stanca. Disposizioni per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici* (LEGGE 9/2004). In particolare il paragrafo 2 dell'articolo 1, dedicato alla tutela del diritto di accesso delle persone con disabilità recita:

2. È tutelato e garantito, in particolare, il diritto di accesso ai servizi informatici e telematici della pubblica amministrazione e ai servizi di pubblica utilità da parte delle persone disabili, in ottemperanza al principio di uguaglianza ai sensi dell'articolo 3 della Costituzione.

L'articolo 2 della stessa legge definisce il concetto di accessibilità collegandolo alla definizione di tecnologie assistive:

- a) «accessibilità»: la capacità dei sistemi informatici, nelle forme e nei limiti consentiti dalle conoscenze tecnologiche, di erogare servizi e fornire informazioni fruibili, senza discriminazioni, anche da parte di coloro che a causa di disabilità necessitano di tecnologie assistive o configurazioni particolari;
- b) «tecnologie assistive»: gli strumenti e le soluzioni tecniche, hardware e software, che permettono alla persona disabile, superando o riducendo le condizioni di svantaggio, di accedere alle informazioni e ai servizi erogati dai sistemi informatici.

La *Legge Stanca* dunque presenta un approccio più informato e consapevole delle diverse esigenze e sfide poste dai diversi tipi di disabilità, riconoscendo la necessità di adottare e implementare diverse soluzioni per rimuovere le condizioni di svantaggio o, in altre parole, rimuovere quegli ostacoli che impediscono la fruizione dei servizi di informazione su base di uguaglianza e non discriminazione. Di particolare interesse relativamente alle tecnologie assistive è il riferimento alle componenti *hardware* e *software*: da un lato strumenti di semplice utilizzazione, dall'altro programmi in grado di rendere l'ambiente virtuale accessibile.

Il terzo riferimento normativo che si occupa direttamente di disciplinare il comparto audiovisivo è il *Decreto Legislativo 31 luglio 2005, n. 177. Testo unico della radiotelevisione* (DEC. LEG. 177/2005) e successive modificazioni, attraverso il quale il legislatore ha cercato

di incorporare nel tessuto giuridico italiano la *Direttiva 2010/13/UE*. Per quanto riguarda i servizi di accessibilità audiovisiva per persone con disabilità sensoriali attraverso l'articolo 32 "Disposizioni generali", contenuto nel Titolo IV "Disciplina dei servizi di media audiovisivi e radiofonici", Capo I "Disposizioni applicabili a tutti i servizi di media audiovisivi e radiofonici - Norme a tutela dell'utenza", al paragrafo 6 il legislatore stabilisce:

6. È favorita la ricezione da parte dei cittadini con disabilità sensoriali dei servizi di media audiovisivi da parte dei fornitori di tali servizi. I fornitori di servizi di media audiovisivi, a tal fine, prevedono l'adozione di idonee misure, sentite le associazioni di categoria.

L'articolo e le disposizioni raccolte all'interno del Titolo IV si rivolgono a tutti gli erogatori di servizi audiovisivi soggetti alla giurisdizione italiana, come si può notare non sono indicate tempistiche o quote di programmazione da rendere accessibili e si auspica una collaborazione tra gli erogatori del servizio i potenziali utenti. Un ulteriore riferimento ai servizi per l'accessibilità audiovisiva è contenuto all'interno dell'articolo 45 "Definizione dei compiti del servizio pubblico generale radiotelevisivo" inserito all'interno del Titolo IV "Servizio pubblico generale radiotelevisivo e disciplina della concessionaria" che riguarda direttamente la Radiotelevisione Italiana (RAI).

Il servizio televisivo pubblico inoltre è ulteriormente disciplinato attraverso il *Contratto nazionale di Servizio* rinnovato su base triennale e sottoscritto tra RAI e il Ministero dello Sviluppo Economico. Al momento attuale tuttavia il *Contratto di Servizio* è scaduto e si è ancora in attesa del rinnovo, sulla pagina del Segretariato Sociale della RAI è consultabile il *Contratto di Servizio 2010-2012* (CdS, 2010).

Questo documento è scaduto il 31 dicembre del 2012. Da allora si lavora in regime di proroga de facto, commenta Alessandro Cossu, che per Cittadinanzattiva da diversi anni si occupa del tema. L'ultimo incontro che abbiamo avuto con i vertici della Rai, risale al 2013 favorito anche dall'impegno di Paolo Gentiloni, si era discusso di come le associazioni potessero partecipare alla costruzione del nuovo testo e di come la Rai dovesse approcciare il tema della disabilità. Ci era stato sottoposto anche una bozza del nuovo contratto di servizio da parte dell'Agcom, poi però è calato il silenzio. Che dura fino ad oggi. Da due anni e mezzo in Rai quindi si naviga a vista.

Di fatto, continua Cossu, ogni responsabile di rete o di programma fa un po' come crede a seconda della sua sensibilità, senza che per gli spettatori ci sia di fatto la possibilità di valutare la qualità del servizio pubblico, mancando il documento che dovrebbe esplicitare cosa è servizio pubblico <sup>42</sup>.

Secondo quanto riportato altri commentatori le ragioni del mancato rinnovo appaiono essere di natura squisitamente politica.

La domanda, a questo punto, sorge spontanea: cos'è accaduto? Difficile dirlo. Certo è che nei primi mesi del 2013, visto l'avvicinarsi delle elezioni politiche, semplicemente il ministero dello Sviluppo Economico ha preferito lasciare l'incombenza al nuovo governo. Dopodiché la bozza di contratto è stata consegnata dall'allora sottosegretario Antonio Catricalà alla Commissione vigilanza solo ad ottobre. Come si sa, poi, a febbraio il governo è cambiato con il passaggio di campanello da Enrico Letta e Matteo Renzi. Insomma, il caos. Ma, nonostante questo, lo schema di contratto è nei fatti pronto dal 7 maggio scorso, giorno in cui la Commissione di vigilanza Rai lo ha approvato a larga maggioranza (38 sì su 40 membri) <sup>43</sup>.

Il *Contratto di Servizio* da un punto di vista generale ha una grande valenza politica e detta gli obiettivi e regola l'offerta delle trasmissioni e dei servizi che l'emittente pubblica nazionale è tenuta a garantire ai propri telespettatori, ed è lo strumento a disposizione del legislatore per cercare di disciplinare in maniera diretta l'offerta e l'implementazione dei servizi di accessibilità audiovisiva per persone con disabilità sensoriali. In particolare con il *Contratto di Servizio 2010-2012*, al Capo I, "Principi generali", articolo 3, "Qualità dell'offerta e valore pubblico", paragrafo 4, comma e), il legislatore sancisce che per monitorare appunto la qualità dell'offerta RAI è tenuta, tra le altre cose, a:

e) monitorare la possibilità effettiva di accesso alla programmazione delle persone con disabilità sensoriali o cognitive resa possibile da specifiche trasmissioni audiodescritte, trasmissioni in modalità telesoftware per le persone non vedenti.

Il monitoraggio deve riguardare, altresì, la qualità delle modalità tecniche utilizzate per assicurare l'accesso effettivo alla programmazione delle persone con disabilità

---

<sup>42</sup> ARDUINI, 2015.

<sup>43</sup> GAZZANINI, 2015.

sensoriali, avendo particolare riguardo al monitoraggio della qualità della sottotitolatura in relazione alle tecniche utilizzate;

Al Capo III “Offerta”, articolo 13 “L'offerta dedicata alle persone con disabilità e programmazione sociale”, ai paragrafi 3 e 4 viene stabilito:

3. La Rai garantisce l'accesso alla propria offerta multimediale e televisiva su analogico, digitale terrestre e satellite alle persone con disabilità sensoriali o cognitive anche tramite specifiche programmazioni audiodescritte e trasmissioni in modalità telesoftware<sup>44</sup> per le persone non vedenti, sottotitolate anche con speciali pagine del Televideo, e del proprio portale internet e mediante la traduzione nella lingua italiana dei segni (LIS). La Rai individua opportune modalità e soluzioni tecniche affinché nel passaggio al sistema digitale le persone con disabilità sensoriali possano continuare ad usufruire del servizio di sottotitolazione, di Televideo, traduzione LIS e telesoftware e non siano esclusi dagli eventuali servizi di televisione interattiva che dovessero essere implementati in futuro, garantendo l'accessibilità dei decoder, fin dal momento della progettazione.

4. La Rai:

- a) incrementa progressivamente, nell'arco del triennio di vigenza del presente Contratto, il volume della programmazione sottotitolata fino al raggiungimento nel 2012 di una quota pari ad almeno il 70 per cento della programmazione complessiva delle reti generaliste tra le ore 6,00 e le ore 24,00, al netto dei messaggi pubblicitari e di servizio (annunci, sigle, ecc.);
- b) amplia progressivamente la sottotitolazione ai diversi generi di programmazione inclusi i programmi culturali, di attualità, di approfondimento politico, di sport e di intrattenimento;
- c) incrementa progressivamente l'offerta di programmazione audiodescritta, garantendo che la stessa, così come l'offerta in modalità telesoftware, possa essere effettivamente ricevuta su tutto il territorio nazionale;
- d) promuove la ricerca tecnologica al fine di favorire l'accessibilità dell'offerta multimediale alle persone con disabilità e con ridotte capacità sensoriali e cognitive,

---

<sup>44</sup> Il servizio Telesoftware offre la possibilità allo spettatore non vedente di consultare il palinsesto dedicato alla programmazione audiodescritta attraverso internet o la televisione. È possibile accedere al servizio attraverso il seguente link: (<http://www.televideo.rai.it/televideo/pub/telesoftware.jsp>).

in collaborazione con enti, istituzioni e associazioni del mondo delle persone con disabilità;

e) riferisce periodicamente al Ministero, all'Autorità, alla Commissione Parlamentare e alla Sede di confronto sulla programmazione sociale, in merito all'attività svolta, nonché segnala tempestivamente alla commissione paritetica di cui all'articolo 29 eventuali problematiche connesse alla programmazione di cui al presente articolo.

Da un punto di vista più generale il Contratto prevede che i servizi di accessibilità siano implementati all'intera offerta multimediale oltre a quella televisiva anche attraverso la collaborazione con enti di ricerca e viene lasciata facoltà di scelta a RAI circa le soluzioni tecniche più idonee da adottare *“garantendo l'accessibilità dei decoder, fin dal momento della progettazione”*. L'indicazione fornita dal legislatore appare del tutto vaga e di scarsa utilità non specificando più nel dettaglio se RAI sia incaricata unicamente dello sviluppo di software per i servizi di accessibilità in grado di interagire con i decoder digitali o, in aggiunta a questo, sia incaricata anche dello sviluppo hardware di decoder digitali utilizzabili anche da persone con disabilità sensoriali.

Gli articoli del *Contratto* citati inoltre offrono interessanti spunti di riflessione in particolare se si confronta il trattamento normativo dedicato al servizio di sottotitolazione per spettatori non-vedenti o ipoudenti rispetto al servizio di AD per spettatori non-vedenti o ipovedenti. Le indicazioni fornite per l'implementazione e il miglioramento dei servizi di accesso dedicati agli spettatori non-udenti o ipoudenti risultano piuttosto esplicite. Vengono infatti indicate chiaramente le quote di programmazione da rendere accessibili, specificando la volontà di estendere il servizio anche a *“diversi generi di programmazione inclusi i programmi culturali, di attualità, di approfondimento politico, di sport e intrattenimento”*, e sottolineando la necessità di effettuare un monitoraggio costante del servizio stesso da realizzarsi con la collaborazione delle associazioni di categoria. Per quanto riguarda invece il servizio di AD il legislatore sembra affidarsi piuttosto alla sensibilità dei singoli direttori di rete e come obiettivo viene indicato solo un generico *“incremento della programmazione audiodescritta”*.

In seguito all'inserimento della clausola sulla trasparenza di bilancio inserita in coda allo stesso Contratto di Servizio, è possibile consultare lo stato dell'arte dei servizi di accessibilità erogati attraverso il sito della stessa emittente televisiva. Nonostante, come ricordato in precedenza, non sia stato sottoscritto alcun contratto relativo al triennio 2013-2015, le informazioni

disponibili fanno riferimento proprio al periodo 2012-2014. Nel 2012 RAI ha offerto al pubblico un totale di 387 ore di programmazione supportata dal servizio di AD incrementandone progressivamente l'implementazione, come peraltro previsto dal vecchio *Contratto di Servizio*, fino a raggiungere nel 2014 un totale di 587 ore di programmazione accessibile a spettatori non vedenti o ipovedenti totalizzando un incremento percentuale di circa il 48% (cfr. RAI, 2015).

## Capitolo 3.

### L'offerta di prodotti audiovisivi accessibili a persone con disabilità visiva in Italia

In Italia le persone con disabilità visiva possono reperire materiale audiovisivo integrato dal servizio di Audiodescrizione (AD) mediante diverse fonti e su differenti piattaforme. Essenzialmente si può suddividere il materiale disponibile in base ai tre principali supporti attraverso cui è possibile fruire del servizio: televisione, internet, CD-ROM, DVD/Blue-Ray e dispositivi portatili.

Se da un lato RAI è stata una delle prime emittenti europee ad erogare il servizio di AD, dall'altro la rivoluzione digitale ha aperto nuovi spazi per la condivisione e fruizione di materiale audiovisivo integrato o meno dal servizio di AD. Se fino ad una decina di anni fa le opzioni percorribili per la fruizione di materiale audiovisivo supportato da AD si limitavano al servizio televisivo nazionale e i primi film integrati dal servizio su DVD venivano immessi sul mercato, preconizzati dalla nascita dei primi progetti espressamente dedicati all'accessibilità per disabili sensoriali che li avevano preceduti, e gli audiofilm rimanevano appannaggio di alcuni ben informati, ormai da qualche anno è possibile reperire materiali integrati da AD anche sul web. In questo capitolo si cercherà di descrivere la quantità e le caratteristiche dei materiali audiovisivi integrati dal servizio di audiodescrizioni, analizzando rispettivamente 1) il servizio di AD televisivo proposto da RAI, 2) il materiale fruibile attraverso servizi streaming o per il download su internet, 3) il catalogo di audiofilm costruito nel corso degli anni dalla *Cooperativa Onlus Senza Barriere* di Trento, 4) i DVD/Blue-Ray disponibili per l'acquisto e infine 5) il servizio di AD fruibile attraverso applicazioni accessibili.

Prima di iniziare l'analisi delle fonti sembra opportuno definire meglio che cosa si intenda con l'espressione audiofilm, vocabolo che probabilmente a molti ricorda il termine audiolibro. Il termine viene utilizzato per indicare un particolare tipo di prodotto pensato principalmente per utenti con disabilità visiva di solito realizzato escludendo le immagini e trasferendo la sola traccia audio integrata dal servizio di AD sul supporto. I formati audiofilm e film audiodescritto, pur differenziandosi l'uno dall'altro per l'assenza/presenza delle immagini, impiegano nella pratica le stesse strategie di descrizione, tuttavia l'assenza delle immagini negli audiofilm ha importanti conseguenze sulle modalità di fruizione del prodotto. Da un lato

tale tipo di formato infatti non consente di centrare appieno l'obiettivo della piena Inclusione Sociale in quanto l'assenza delle immagini preclude la possibilità di godere del film in compagnia di un amico vedente, e dall'altro gli spettatori Ipo vedenti sono derubati dell'opportunità di ottenere informazioni attraverso l'eventuale capacità visiva residua (BUSARELLO, 2014). Allo stesso modo si noti però che lo stesso formato film audiodescritto, pur includendo le immagini, non realizza completamente l'obiettivo dell'Inclusione Sociale e della fruizione del prodotto in piena autonomia, in quanto l'AD risulta udibile a tutti coloro presenti nella stanza, causando un certo grado di distrazione nel pubblico vedente. La scelta di adottare il formato audiofilm tuttavia non sembra essere dettata dalla volontà di risparmiare sui costi di produzione o da imperizia, quanto piuttosto dalla normativa sulla tutela del diritto d'autore che verrà discussa in seguito nel presente capitolo, proprio in relazione al maggior produttore italiano di audiofilm. La speranza di superare il limite intrinseco degli audiofilm e dei film audiodescritti di cui sopra, garantendo così un maggior grado di autonomia al pubblico non-vedente o ipovedente, sembra essere attualmente riposta nelle applicazioni utilizzabili attraverso i dispositivi portatili.

### **3.1 Il servizio di Audiodescrizione (AD) della Radio Televisione Italiana (RAI)**

Come ricordato in precedenza nel capitolo relativo all'analisi delle leggi e norme che regolamentano l'erogazione dei servizi di accessibilità ad integrazione dell'offerta televisiva dei singoli paesi, l'Italia durante il triennio 2013-2015 si è trovata nella situazione di *proroga de facto* del vecchio Contratto di Servizio. L'intervallo di tempo considerato nel presente capitolo per l'analisi del servizio di AD erogato da RAI fa riferimento ai trienni 2010-2012, periodo in cui era effettivamente in vigore il *Contratto di Servizio Nazionale*, e 2013-2015.

Sul sito web dell'emittente è possibile reperire alcuni dati e informazioni circa le attività svolte da RAI. Nonostante nel 2012 la produzione del servizio di AD sia stata internalizzata, a causa della fine della collaborazione con CTT fino ad allora società fornitrice in esclusiva, RAI ha offerto al pubblico un totale di 387 ore di programmazione supportata dal servizio di AD, incrementandone progressivamente l'implementazione, come peraltro previsto dal vecchio *Contratto di Servizio*, fino a raggiungere nel 2014 un totale di 587 ore di programmazione accessibile a spettatori non-vedenti o ipovedenti totalizzando un incremento percentuale di circa il 48% (RAI, 2015). Grazie al servizio di telesoftware dedicato al palinsesto della programmazione accessibile gli utenti possono consultare attraverso internet gli orari di messa

in onda di programmi supportati da AD sulle diverse reti *televise RAI*. Il medesimo servizio consente inoltre di accedere a contenuti di vario tipo, è presente infatti un catalogo contenente opere di musica classica, audiolibri, opere multimediali, film tv, serie televisive e soap con AD. Nonostante il materiale supportato da AD risulti disponibile sia per il download che per lo streaming, sebbene in formato solo audio, il catalogo risulta piuttosto modesto e composto esclusivamente da titoli prodotti dalla stessa emittente <sup>45</sup>.

La disponibilità di materiale audiovisivo supportato dal Servizio di AD attraverso servizi *On-Demand* invece risulta essere di gran lunga più ampia sulla pagina dedicata a questa specifica tipologia di servizio <sup>46</sup> seppure soltanto per lo streaming e in formato solo audio. Se si effettua una ricerca digitando nella maschera di ricerca la parola chiave “audiodescrizione” si ottengono 893 risultati che però non è possibile ordinare per genere o tipologia di prodotto audiovisivo ma solo per data e rilevanza, rendendo di conseguenza disagiati la consultazione e la fruizione. Per accedere a questo stesso catalogo in una forma più organizzata e dunque maggiormente fruibile l’utente deve seguire un percorso ben più tortuoso, navigando attraverso 4 differenti pagine internet. Dalla home-page (1) *RAI Segretariato Sociale* <sup>47</sup>, ente responsabile della realizzazione e delle campagne di comunicazione sociale, l’utente deve seguire il link *Programmazione Sociale*, sulla nuova pagina (2) cliccare il link *Programmi con audiodescrizioni*, sulla pagina successiva (3) aprire l’indirizzo indicato dopo la dicitura “*per ascoltare in streaming i file audio dei programmi audiodescritti trasmessi, vai alla pagina*” e infine sulla nuova scheda (4) automaticamente aperta dal browser selezionare *AUDIO*. L’utente si trova ora di fronte ad un catalogo multimediale <sup>48</sup> organizzato in quattro categorie: *Film – Audiodescrizioni*, *Film TV – Audiodescrizioni*, *Serie TV – Audiodescrizioni*, *Un posto al sole – Audiodescrizioni*. Per accedere all’ascolto dei titoli disponibili è necessario aprire una delle categorie e poi selezionare il file di interesse; pur essendo questo secondo catalogo maggiormente organizzato rispetto al precedente, anche in questo caso non risulta possibile ordinare l’elenco in base ad altri criteri, quali la data o la rilevanza, e non è possibile effettuare ricerche per parole chiave. La maggior parte del materiale a disposizione degli utenti

---

<sup>45</sup> Per consultare l’elenco completo dei titoli a disposizione degli utenti si prega di fare riferimento al seguente link.  
*RAI EasyWeb. Catalogo Audiodescrizioni:*  
(<http://www.televideo.rai.it/televideo/pub/listArticoloTelesoftwareNew.do?id=16927>)

<sup>46</sup> Per consultare l’elenco completo dei titoli a disposizione degli utenti si prega di fare riferimento al seguente link.  
*RAI.tv, Programmi on Demand:* (<http://www.rai.tv/dl/RaiTV/programmi.html>)

<sup>47</sup> *RAI Segretariato Sociale.* Disponibile al seguente link:  
(<http://www.segretariatosociale.rai.it/dl/sociale/website/Page-7402848f-fbee-444c-aed3-2107cc476569.html>)

<sup>48</sup> Per consultare l’elenco completo dei titoli a disposizione degli utenti attraverso i servizi *On-Demand* si prega di fare riferimento al seguente link: (<http://www.rai.tv/dl/RaiTV/programmi/page/Page-09f11f27-027c-4140-a208-ab910d028583.html>)

è contenuto all'interno delle categorie *Serie TV – Audiodescrizioni* e *Un posto al sole – Audiodescrizioni*, le rimanenti categorie mettono a disposizione complessivamente 12 titoli. All'interno della prima categoria, *Film – Audiodescrizioni*, è presente un unico titolo *I tre moschettieri* (*The Three Musketeers*, P. W. S. Anderson, 2011), mandato in onda sulle reti RAI nel Dicembre del 2013, data questa cui fa riferimento anche la data di pubblicazione della versione supportata dal servizio di AD disponibile sul catalogo. La seconda categoria, *Film TV – Audiodescrizioni*, mette a disposizione 11 titoli di film per la TV prodotti da *RAI Fiction* in collaborazione con altri produttori cinematografici andati in onda tra il 2010 e il 2015 sui canali RAI. È possibile tracciare una generica cronologia della messa in onda da RAI nella versione supportata dal servizio di AD grazie alla presenza della data di pubblicazione a fianco di ogni titolo, a tal proposito si segnala come molto spesso tale data coincida o segua di pochi giorni la messa in onda televisiva.

Nel 2010, anno di entrata in vigore del Contratto, sono stati trasmessi 2 Film TV, *Mannaggia alla miseria* (Lina Wertmüller, 2010) e *Mi ricordo di Anna Frank* (A. Negrin, 2009), mentre per il biennio 2011-2012 non è segnalato alcun titolo. A fine 2013, più precisamente nel mese di dicembre, riprende il servizio di AD a supporto di film con la trasmissione del titolo *I tre moschettieri*, unica produzione internazionale presente nel catalogo, che nel 2014 culmina nella messa in onda ben 8 pellicole. Esaminando però le date di messa in onda disponibili all'interno del catalogo per l'anno 2014, si può osservare come queste siano concentrate tra il 3 febbraio, data di messa in onda de *L'assalto* (R. Tognazzi, 2014), e il 28 Aprile data di messa in onda dell'appuntamento conclusivo della rassegna intitolata *Purché finisca bene*. Il 2015, almeno per quel che concerne l'implementazione del servizio di AD a supporto di film per la TV, purtroppo ha segnato un decadimento sostanziale della frequenza con la sola proiezione de *Una casa nel cuore* (A. Porporati, 2014), avvenuta in data 6 Aprile.

Le restanti due categorie, *Serie TV – Audiodescrizioni* e *Un posto al sole – Audiodescrizioni*, come detto in precedenza, mettono a disposizione la stragrande maggioranza del materiale. Per quanto riguarda la sezione *Serie TV – Audiodescrizioni*, al cui interno è compresa un'ulteriore sottocategoria, sono presenti i titoli di 43 serie televisive prodotte da *RAI Fiction*, 60 se si includono le stagioni successive della stessa serie, a cui vanno ad aggiungersi i titoli delle 33 miniserie presenti nella sottocategoria *Miniserie Tv – Audiodescrizioni*, di cui ci si occuperà in seguito, per un totale di quasi 80 titoli. La categoria *Serie TV – Audiodescrizioni* mette a disposizione dell'utente perlopiù prodotti seriali di carattere giallo/poliziesco o drammatico, con le uniche eccezioni costituite da *Cugino & Cugino* (2010), serie Tv dal sapore comico

andata in onda nel 2011, e dai programmi di cronaca giudiziaria *La Tredicesima ora* e *Amore Criminale* incentrati sulla ricostruzione dei casi di cronaca che hanno tenuto con il fiato sospeso l'opinione pubblica italiana. Si fa presente però che *La Tredicesima ora* non viene più trasmesso, mentre di *Amore Criminale* sono presenti soltanto alcuni sporadici episodi.

Per quanto riguarda le serie TV propriamente dette, il primo titolo disponibile in base alla data indicata risale al 1996 con *Il maresciallo Rocca* (1996-2005) Il titolo successivo, relativo all'anno 2005, è *Il commissario Montalbano* (1999-in corso), serie televisiva basata sulle avventure del Commissario Salvo Montalbano, personaggio nato dalla penna dello scrittore Andrea Camilleri, la cui produzione ha avuto avvio nel 1999. Risultano essere disponibili le stagioni prodotte dal 2005 in poi (2005-2006-2011-2013-2016) a eccezione della stagione 2008 per un totale di 13 episodi.

Scorrendo l'elenco dei titoli delle serie e delle stagioni disponibili emerge un certo grado d'incompletezza soprattutto in riferimento a stagioni di una stessa serie come nel caso de *Il maresciallo Rocca*, dove risultano assenti le stagioni 2 – 3 – 4, o *Don Matteo* (2000-in corso), dove sono presenti solamente le stagioni 5 e 8. Questa incompletezza è maggiormente manifesta nei prodotti più datati mentre nel caso di serie più recenti risulta un fenomeno quasi assente anche se non mancano le eccezioni. Se da un lato alcune serie non sono più supportate dal servizio di AD, come nel caso del già citato *Don Matteo* o *Un medico in famiglia* (1998-in corso) della quale sono disponibili le stagioni 5 – 6 e 8, dall'altro le anomalie rappresentate da *Una grande famiglia* (2012-in corso), della quale sono presenti solamente la stagione 1 e 3, *Fuoriclasse* (2011-2014), stagioni 2 e 3, e *Tutta la musica del cuore* (2013-in corso), dove risultano assenti i primi 3 episodi della stagione, costituiscono un indicatore delle difficoltà e dell'attenzione dedicata dal servizio televisivo nazionale agli utenti non vedenti o ipovedenti nel biennio 2012-2013. Le serie citate sono state infatti prodotte e messe in onda tra il 2011 e il 2015, in particolare la stagione 1 di *Fuoriclasse*, non presente nel catalogo *On-Demand*, è stata prodotta e messa in onda nel 2011, mentre per quanto riguarda *Una grande famiglia*, le cui stagioni sono state prodotte e messe in onda nel 2012, 2013 e 2015, risulta assente la stagione 2. In particolare la prima stagione, in base alla data indicata all'interno del catalogo, seppur prodotta e trasmessa nel 2012, è stata pubblicata nell'estate del 2014 in unico giorno, mentre le date indicate per la stagione 3, prodotta e trasmessa nel 2015, risultano essere, per ogni singolo episodio, contemporanee alla messa in onda televisiva, come detto risulta assente la stagione 2 prodotta e trasmessa nel 2013.

All'interno della sottocategoria *Miniserie Tv – Audiodescrizioni* l'utente può accedere a 33 titoli di serie TV, prodotte da RAI Fiction e composte ognuna da due puntate della durata media di 1 ora e 30 minuti, per un totale di circa 5160 minuti di materiale audiodescritto. La prima miniserie presente nel catalogo è *Liberi di giocare* (2007) audiodescritta nel 2007, mentre l'ultima, *Io non mi arrendo* (2016) è del 16 febbraio 2016. Se si procede ad una suddivisione in base alla data indicata si ottiene la seguente suddivisione per anno.

**Tabella 4.** *MiniSerie 2007-2016*

<b>Anno</b>	<b>MiniSerie</b>	<b>Anno</b>	<b>MiniSerie</b>
<b>2007</b>	1	<b>2012</b>	1
<b>2008</b>	6	<b>2013</b>	2
<b>2009</b>	6	<b>2014</b>	3
<b>2010</b>	4	<b>2015</b>	5
<b>2011</b>	4	<b>2016</b>	1 In corso

Come si può notare, del tutto singolarmente, proprio negli anni in cui il Contratto Nazionale di Servizio 2010-2012 risultava effettivamente in vigore il servizio di AD relativo alle MiniSerie TV risulta in calo per far poi registrare una costante ripresa nel corso del triennio successivo, periodo di tempo durante il quale ci si è trovati in regime di *proroga de facto*. Per quanto riguarda i generi presenti in questa categoria del catalogo si tratta per lo più di prodotti che affrontano fatti di cronaca che hanno tenuto con il fiato sospeso l'opinione pubblica italiana, *Lo smemorato di Collegno* e *Il cuore nel pozzo*, oppure dal sapore storico e ambientati in momenti significativi della storia del paese, *Ragion di Stato* e *Non è mai troppo tardi*, mentre in altri casi traggono spunto da figure di spicco della storia italiana, *Mister Ignis* e *Pietro Mennea*. *La freccia del sud*, infine sono presenti alcune commedie.

Per quanto riguarda invece la sezione *Un posto al sole – Audiodescrizioni* questa contiene unicamente puntate audiodescritte della soap-opera *Un posto al sole* (1996-in corso) in onda quasi quotidianamente dal 1996 su RAI Tre, attraverso il servizio on-demand l'utente può accedere alle stagioni 2012-2013, 2013-2014, 2014-2015 e 2015-2016.

Se si ricostruisce l'ordine cronologico del materiale a disposizione dell'utente, sfruttando come riferimento la data indicata a fianco dei titoli nel catalogo è possibile comparare la quantità di materiale audiodescritto pubblicato e trasmesso nel triennio 2010-2012, periodo in cui vigevo il *Contratto di Servizio*, con quella trasmessa e pubblicata nel triennio 2013-2015, triennio invece in cui non era in vigore alcun contratto. In riferimento alla data si sottolinea

come questa faccia riferimento alla pubblicazione online del materiale e non alla vera e propria messa in onda sulle reti televisive, anche se risultano più numerose le coincidenze tra le due che non le eccezioni, soprattutto in riferimento ai materiali audiovisivi più recenti e ai trienni presi in considerazione.

**Tabella 5. Serie e MiniSerie(MS) 2010-2012**

Anno	2010	2011	2012
<b>Mese</b>			
<b>Gennaio</b>	1. Gli ultimi del Paradiso(MS)		1. Il restauratore 1
<b>Febbraio</b>	2. Capri 3	1. Cugino & Cugino	2. Il giovane commissario Montalbano
<b>Marzo</b>	Capri 3 3. L'ispettore Coliandro 4(MS) 4. La mia casa è piena di specchi (MS)	Cugino & Cugino 2. Il Commissario Montalbano	3. Il giovane commissario Montalbano
<b>Aprile</b>	Capri 3 5. Crimini 2	Il Commissario Montalbano 3. La donna della domenica(MS)	
<b>Maggio</b>	Crimini 2 6. Donna Detective 2	4. Notte prima degli esami (MS)	
<b>Giugno</b>			
<b>Luglio</b>			
<b>Agosto</b>			
<b>Settembre</b>	7. Le ragazze dello swing(MS) 8. La ladra	5. Tiberio Mitri il campione e la miss(MS) 6. Don Matteo 8	4. Il commissario Nardone
<b>Ottobre</b>	La ladra 9. Terra ribelle	Don Matteo 8 7. Il Generale Della Rovere(MS)	5. Il commissario Nardone 6. Né con te né senza di te(MS)
<b>Novembre</b>		Don Matteo 8	7. Questo nostro amore
<b>Dicembre</b>		8. Che Dio ci aiuti 1	

Osservando la tabella appare un lieve decremento delle quantità di serie e miniserie audiodescritte piuttosto che un incremento, come richiesto dal *Contratto di Servizio*, emerge inoltre l'incostanza del servizio a supporto di questa tipologia di prodotti audiovisivi. Se ciò appare più comprensibile nei mesi estivi, lo stesso risulta meno comprensibile in relazione ai mesi invernali. Da una comparazione con il triennio 2013-2015, ad eccezione dei mesi di gennaio e novembre 2013 e dicembre 2015, il servizio di AD sembra aver acquisito una certa costanza almeno per quel che riguarda i mesi invernali, mentre per i mesi estivi, in particolare luglio e agosto, l'emittente sembra confermare la sospensione del servizio di AD a supporto dei propri prodotti seriali.

Tabella 6. Serie e MiniSerie(MS) 2013-2015

Anno	2013	2014	2015
Mese			
<b>Gennaio</b>		1. Il matrimonio 2. Madre aiutami	1. Braccialetti rossi 1 2. Ragion di stato (MS)
<b>Febbraio</b>	1. Tutta la musica del cuore 2. Che Dio ci aiuti 2	Madre aiutami	3. L'Oriana (MS) 4. Braccialetti rossi 2 5. La Narcotici 2
<b>Marzo</b>	3. Un medico in famiglia 8	3. Fuoriclasse 2 4. Amore criminale	Braccialetti rossi 2 La narcotici 2 6. Volare: la grande storia di Domenico Modugno (MS) 7. Pietro Mennea la freccia del sud (MS) 8. La dama velata
<b>Aprile</b>	Un medico in famiglia 8 4. Il commissario Montalbano 5. Rosso San Valentino 6. La tredicesima ora 7. L'ultimo Papa Re (MS)	5. Una buona stagione	Braccialetti rossi 2 La dama velata 9. Una grande famiglia 3 10. Fuoriclasse 3
<b>Maggio</b>	Il commissario Montalbano Rosso San Valentino La tredicesima ora 3. Amore criminale (MS)	Una buona stagione 6. Altri tempi (MS) 7. Mister Ignis (MS) 8. Non è mai troppo tardi	Una grande famiglia 3 Fuoriclasse 3
<b>Giugno</b>	La tredicesima ora		11. Amore criminale (MS)
<b>Luglio</b>		9. Una grande famiglia 10. Paura di amare 2	
<b>Agosto</b>			
<b>Settembre</b>		11. Il restauratore 2	12. Anna e Yusef (MS)
<b>Ottobre</b>	9. Adriano Olivetti. La forza di un sogno (MS)	Il restauratore 2 12. Amore criminale(MS)	13. È arrivata la felicità
<b>Novembre</b>		13. Una pallottola nel cuore 14. Questo nostro amore 70	14. Questo è il mio paese
<b>Dicembre</b>	10. Il matrimonio	15. Il ritorno di Ulisse 16. Braccialetti rossi 1	

In riferimento al numero di Serie o Miniserie supportate dal servizio di AD il triennio 2013-2015 registra un deciso incremento, risultando in 12 Miniserie inedite supportate da AD a cui si aggiungono 28 Serie inedite, per un totale di 40 nuovi titoli prodotti dal servizio televisivo pubblico e supportati dal servizio di AD. Nel triennio 2010-2012 invece sono state prodotte e trasmesse 8 Miniserie inedite cui si aggiungono 16 Serie televisive inedite, per un totale di 24 nuovi titoli autoprodotti e dotati di servizio di AD.

Oltre al materiale disponibile attraverso i servizi telesoftware e *On-Demand* RAI garantisce ai propri telespettatori il servizio di AD sulle proprie reti mediante il secondo canale audio del

digitale terrestre e in alcuni casi attraverso la radio. Come già detto in precedenza è possibile consultare gli orari della programmazione supportata dal servizio alla pagina 783 di televideo o alla pagina internet dedicata <sup>49</sup>. Purtroppo non vengono fornite informazioni sulla stazione radio attraverso la quale eventualmente fruire del servizio o su come sintonizzare il televisore sul canale audio utilizzato per l'emissione del servizio, solo una laconica frase che recita “*Il sistema di Programmi con audiodescrizioni della Rai consente alle persone con disabilità visiva di poter seguire, sul secondo canale del digitale terrestre e su alcune frequenze delle onde medie della radiofonia, alcuni programmi televisivi di particolare interesse, come ad esempio le fiction più seguite e una serie di programmi più specificamente inseriti nel contesto del contratto di servizio pubblico*” <sup>50</sup>, fornisce all'utente alcune generiche informazioni sulle modalità di fruizione del servizio, sui criteri di scelta editoriali e sulle caratteristiche dei programmi da rendere accessibili. L'erogazione del servizio di AD attraverso le onde medie della radiofonia tuttavia avviene sempre più di rado e di solito quasi esclusivamente a supporto delle prime visioni. I programmi supportati dal servizio, immediatamente prima della messa in onda, sono preceduti da un messaggio audio che informa gli spettatori della presenza del servizio sul secondo canale audio del digitale terrestre, lo stesso però non avviene quando il medesimo programma viene pubblicizzato nei giorni o nelle ore precedenti la messa in onda, non vengono inoltre fornite informazioni su come sintonizzarsi sul secondo canale audio.

Come si può osservare dalle tabella 3 e 4, riguardanti il palinsesto della programmazione integrata dal servizio di AD relative al periodo 14/03/2016 – 20/03/2016 e 21/03/2016 – 26/03/2016, RAI eroga quotidianamente il servizio ad integrazione parziale della propria offerta televisiva.

Analizzando la programmazione relativa alla settimana 14/03/2016 – 20/03/2016, sono stati trasmessi perlopiù prodotti seriali a carattere poliziesco, come nel caso de *Il commissario Montalbano*, *Nebbie e delitti*, *Last-Cop*. *L'ultimo sbirro*, *Bluebloods*, *Castle* e *Squadra speciale Lipsia*, drammatico, si vedano i casi di *Baciato dal sole*, *Una grande famiglia* e *La casa nella prateria*, comico, *Come fai sbagli*, infine ogni settimana dal lunedì al venerdì alle ore 20.40 su Rai Tre va in onda la soap *Un posto al sole* ormai giunta alla stagione 20. La

---

<sup>49</sup> Il palinsesto della programmazione supportata dal servizio di AD in onda sui canali RAI al seguente link: (<http://www.televideo.rai.it/televideo/pub/catturaSottopagine.jsp?pagina=783&regione>). Il palinsesto viene aggiornato settimanalmente, i giorni presi in considerazione al momento della scrittura vanno dal 14/03/2016 al 25/03/2016.

<sup>50</sup> La frase è citata dal portale web RAI Segretariato Sociale, disponibile al link: (<http://www.segretariatosociale.rai.it/dl/sociale/website/ContentItem-16aad8f7-6828-4105-ac14-0e933302abc7.html>)

maggior parte della programmazione è concentrata nella fascia oraria serale, con 12 trasmissioni, segue la fascia pomeridiana con 5 trasmissioni e infine la fascia oraria notturna con 4 trasmissioni, per un totale di 21 trasmissioni integrate dal servizio.

**Tabella 7** Palinsesto programmazione audiodescritta 14/03/2016 – 20/03/2016

Canale	Rai Uno	Rai Due	Rai Tre	Rai Premium
Giorno				
<b>Lunedì 14/03/16</b>	Il commissario Montalbano (21.20)		Un posto al sole (20.40)	
<b>Martedì 15/03</b>	Baciato dal sole (21.20)*	Nebbie e delitti (1.45)	Un posto al sole (20.40)	
<b>Mercoledì 16/03</b>			La casa nella prateria (15.10) Un posto al sole (20.40)	Una grande famiglia 3 (21.20)
<b>Giovedì 17/03</b>		Nebbie e delitti (1.10)	La casa nella prateria (15.10) Un posto al sole (20.40)	
<b>Venerdì 18/03</b>	Il commissario Montalbano (21.20)		La casa nella prateria (15.10) Un posto al sole (20.40)	
<b>Sabato 19/03</b>		Squadra speciale Lipsia (2.15) Last Cop – L'ultimo sbirro (15.00) Squadra speciale Lipsia (15.45) Castle (21.05)* BlueBloods (21.50)*		
<b>Domenica 20/03</b>	Come fai sbagli (21.30)*	Squadra speciale Lipsia (2.00)		
*Prime visioni				

Il palinsesto è composto da 6 produzioni RAI Fiction e 5 produzioni internazionali, *Bluebloods*, *Castle*, *La casa nella prateria*, *Last-Cop L'ultimo sbirro* e *Squadra speciale Lipsia*, mentre le produzioni RAI Fiction risultano disponibili attraverso i servizi *On-Demand* sia nella versione audiodescritta che nella versione originale, per le produzioni internazionali non si può dire lo stesso, sia che si tratti della versione originale sia che si ricerchi la versione audiodescritta. All'interno del palinsesto sono inserite 4 prime visioni, *Baciato dal sole* e *Come fai sbagli*, entrambe targate RAI Fiction, e *Castle* e *Bluebloods*, produzioni internazionali.

Analizzando poi la programmazione relativa alla settimana successiva la situazione sembra sostanzialmente rimanere invariata replicando il palinsesto della settimana precedente, con le

uniche eccezioni ravvisabili nelle giornate di Venerdì 25/03, con la fine della messa in onda de *Il commissario Montalbano* sostituita dalla messa in onda nella medesima fascia oraria, ma su canale diverso, di *Volare. La grande storia di Domenico Modugno*, e Sabato 26/03, dove la fiction a carattere poliziesco *BlueBloods* viene sostituita da *Elementary* di cui condivide le atmosfere misteriose, inoltre nella medesima fascia oraria su Rai Premium va in onda la seconda ed ultima puntata della miniserie *Volare. La grande storia di Domenico Modugno*.

**Tabella 8** Palinsesto programmazione audiodescritta 21/03/2016 – 25/03/2016

Canale	Rai Uno	Rai Due	Rai Tre	Rai Premium
<b>Giorno</b>				
<b>Lunedì 21/03/16</b>	Il commissario Montalbano (21.20)		Un posto al sole (20.40)	
<b>Martedì 22/03</b>	Baciato dal sole (21.20)*	Nebbie e delitti (1.45)	La casa nella prateria (15.10) Un posto al sole (20.40)	
<b>Mercoledì 23/03</b>			La casa nella prateria (15.10) Un posto al sole (20.40)	Una grande famiglia 3 (21.20)
<b>Giovedì 24/03</b>		Nebbie e delitti (1.30)	La casa nella prateria (15.10) Un posto al sole (20.40)	
<b>Venerdì 25/03</b>			La casa nella prateria (15.15) Un posto al sole (20.40)	Volare (I parte) – La grande storia di Domenico Modugno (21.20)
<b>Sabato 26/03</b>		Squadra speciale Lipsia (2.15) Last Cop – L'ultimo sbirro (15.00) Squadra speciale Lipsia (15.45) Castle (21.05)* Elementary (21.50)*		Volare (I parte) – La grande storia di Domenico Modugno (21.20)
<b>Domenica 27/03</b>	Come fai sbagli (21.30)*	Squadra speciale Lipsia (2.40)		
*Prime visioni				

### 3.2 Il servizio di Audiodescrizione (AD) fruibile attraverso lo streaming o il download su internet

Se RAI in Italia è l'unico gruppo televisivo a erogare il servizio di AD, la reperibilità di materiale sul web non è strettamente legata a quanto messo a disposizione da RAI attraverso il

servizio On-Demand. Come già sottolineato in precedenza la storia del servizio di AD tanto in Italia quanto in altri paesi è stata segnata dalla svolta epocale dovuta al passaggio delle trasmissioni dalla tecnologia analogica alla tecnologia digitale, in più in Italia questa fase di passaggio è coincisa con la fine della collaborazione con la società CTT di Sergio D'Ottavi e l'internalizzazione della produzione del servizio in ogni fase. Dall'erogazione esclusiva del servizio attraverso le frequenze di Radio Uno in modalità TeleAudio si è passati prima all'erogazione del servizio in duplice modalità, cioè sia attraverso il secondo canale audio disponibile grazie alla tecnologia digitale che sulle frequenze di onde radio, per ridurre via via l'utilizzo della piattaforma radiofonica. La rivoluzione digitale inoltre ha moltiplicato l'offerta di contenuti audiovisivi on-line da cui non sono stati esclusi materiali integrati dal servizio di AD, anche se si tratta essenzialmente di file solo audio, come nel caso del servizio *On-Demand* di RAI, la stragrande maggioranza di questi sono testimonianze che permettono di gettare un fugace sguardo sui primi anni di erogazione del servizio. La fonte principale cui fare riferimento è il sito (<http://www.cioffimichele.org/>) che fin dalla sua home-page si presenta agli utenti come una pagina di solo testo e link, progettata per essere fruita attraverso i più diffusi *screen-readers*. Il materiale raccolto in anni di minuziose ricerche è disponibile a titolo completamente anonimo e gratuito e il contatore presente sulla pagina informa che nel periodo che va da settembre 2014 a marzo 2016 il sito è stato visitato complessivamente 145994 per una media di circa 7684 visite al mese, sulla home-page inoltre è presente un invito a condividere in forma completamente anonima il materiale in proprio possesso. L'utente può accedere ad una varietà di materiale che va da un corso di inglese a raccolte di programmi già trasmessi su diverse radio, da audiolibri a raccolte di poesie e barzellette, da file musicali ad una raccolta di oltre trentamila libri in formato solo testo fino ad una raccolta di film e fiction integrati dal servizio di AD. Cliccando sul link relativo agli audiofilm è possibile accedere ad un elenco di circa 370 file compressi in formato .rar o .zip disponibili esclusivamente per il download <sup>51</sup>. Il contatore presente in cima alla pagina informa che, dal giorno d'inizio del servizio, questa sezione del sito è stata visitata 13413, sfortunatamente tale data non viene indicata, a inizio sezione inoltre è inserita la seguente frase "*benvenuto nella pagina di una raccolta di audiofilm audiodescritti in mp3 della radio italiana e non solo da scaricare dai link qui di seguito*". Purtroppo non sono specificati gli autore del servizio di AD e non è possibile ordinare il catalogo in base a nessun criterio o effettuare ricerche per parole chiave, ma si è costretti a

---

<sup>51</sup> Il catalogo completo degli audiofilm disponibili sul sito [cioffimichele.org](http://www.cioffimichele.org) è disponibile al seguente link: (<http://www.cioffimichele.org/asp/audiofilm.asp>)

seguire l'ordine cronologico di caricamento dei file sulla pagina. Ogni file è disponibile esclusivamente nel formato audio con la maggior parte del materiale disponibile proveniente dalla programmazione resa accessibile da RAI dalla fine degli anni novanta ad oggi. All'interno del catalogo, aggiornato con una frequenza più o meno regolare, sono compresi una vasta gamma di prodotti, si va dalle Serie e MiniSerie ai film per la tv, dalle grandi produzioni nazionali a quelle internazionali, dai gialli/detective story alle commedie, dai film drammatici a quelli d'azione per finire con film per le famiglie e pellicole di animazione. È possibile ritrovare anche le prime 4 stagioni relative alla serie *Un medico in famiglia* assenti dal catalogo *On-Demand* di RAI, tuttavia anche all'interno di questo catalogo risulta assente la stagione 7 prodotta nel 2011, anno di transizione del servizio da CTT a RAI, i prodotti seriali disponibili raccolgono tutte le produzioni targate RAI Fiction che è possibile consultare anche sul servizio *On-Demand* di RAI, con la differenza che risulta possibile reperire anche serie non presenti sul catalogo *On-Demand*, come nel caso citato de *Un medico in famiglia*. A fianco delle serie RAI Fiction è possibile scaricare anche Serie di produzione internazionale quali *Blue Bloods* e *Castle*, in onda sulle reti televisive RAI ma non disponibili attraverso i servizi *On-Demand*, o *Cold Case*, *L'ispettore Derrick*, *Il commissario Rex*, *The good wife*, *Ghost Whisperer – Presenze*, *Criminal minds*, *C'era una volta*, *Boss* e *Body of Proof*, andati in onda negli anni scorsi. Delle serie citate però non sono presenti tutte le stagioni o in alcuni casi sono presenti solo alcuni episodi, senza che per altro sia possibile determinare quali, in quanto i file presenti contengono pacchetti di episodi e i titoli presenti indicano solo il nome della serie di riferimento e il numero di episodi presenti, in rari casi viene indicato anche il numero della stagione cui gli episodi fanno riferimento.

Se si scorrono i titoli è interessante notare la presenza diffusa di titoli di film d'animazione datati, come ad esempio *Bambi* (D. Hand, 1942), *La carica dei 101* (Wolfgang Reitherman, 1961), e più recenti, come *Ratatouille* (B. Bird, J. Pinkava, 2007) e *G-Force – Superspie in missione* (H. Yeatman, 2009). Per quel che riguarda invece le produzioni internazionali, tra quelle che possono essere classificate sotto il genere azione, è possibile reperire tra gli altri i file relativi all'intera quadrilogia che ha per protagonista il Professor Henry Walton Jones Jr., meglio conosciuto presso il grande pubblico come Indiana Jones, o titoli quali *The Italian Job* (F. G. Gray, 2003), *Papillon* (Franklin J. Schaffner, 1973) e *Milk* (S. Penn, 2008); il compito di rallegrare l'umore degli spettatori invece è stato via via affidato a titoli quali i film per la famiglia *Spy Kids 3* (R. Rodriguez, 2003), o alle commedie *Eccezzzionale veramente – capitolo secondo... me* (C. Vanzina, 2006) e *Una single in carriera* (J. Elmer, 2009). Infine anche il

cinema d'autore italiano trova spazio tra i titoli presenti grazie a pellicole quali *Totò Peppino e la... Malafemmina* (C. Mastrocinque, 1956), *Spaghetti House* (G. Paradisi, 1982), o *Nuovo Cinema Paradiso* (G. Tornatore, 1988) e *I cavalieri che fecero l'impresa* (P. Avati, 2001).

Nonostante di difficile consultazione il materiale presente sul sito raccoglie un impressionante quantità di titoli con il pregio non indifferente di mettere a disposizione degli internauti numerosi film prodotti per il cinema, senza limitarsi esclusivamente alla cinematografia italiana o ad alcuni generi specifici, superando così da questo punto di vista il catalogo fruibile attraverso i servizi *On-Demand* di RAI. Tra gli aspetti negativi sono da annoverare, oltre alla già citata difficoltà di consultazione del catalogo, da un lato l'implicito assunto che gli utenti siano in possesso di specifiche capacità informatiche, per navigare sul sito e utilizzare i file sono infatti richieste familiarità con i programmi *screen-reader* e la capacità di utilizzare programmi di decompressione di file, mentre dall'altro la qualità audio risulta di scarsa qualità, poiché i file sembrano dapprima essere stati scaricati da altri siti o importati da altri supporti, possibilmente CD-ROM o DVD, e in seguito compressi per ridurre i tempi di scaricamento da parte degli utenti.

### **3.3 La Cooperativa Onlus Senza Barriere**

Un ulteriore risorsa a disposizione degli appassionati di cinema non vedenti o ipovedenti è rappresentata dalla Cooperativa sociale Senza Barriere Onlus di Trento fondata da un gruppo di persone con disabilità visiva nel 1992 con l'intento di creare supporti multimediali accessibili. La cooperativa è attrezzata con laboratori multimediali e, come si può leggere sul sito, "*si pone come punto di riferimento in Italia per gli enti pubblici, le aziende e i privati che, nel momento della progettazione di audiovisivi, ritengano opportuno: realizzare i menù dei supporti multimediali accessibili, inserire nei video l'AD, applicare contrassegni in rilievo Braille sulle custodie e per i sordi inserire nei video le sottotitolazioni*". Tra i tanti servizi offerti la cooperativa dal 2004 attraverso la sezione *Cineaudioteca* eroga a beneficio esclusivo degli iscritti non vedenti o ipovedenti il servizio di prestito di CD-ROM contenenti audiofilm integrati dal servizio di AD prodotti all'interno dei laboratori della cooperativa stessa. L'erogazione del servizio a beneficio esclusivo dei soli iscritti non vedenti o ipovedenti e la scelta del formato audiofilm sono in effetti una necessità dettata da un lato dall'esigenza di adeguarsi alle norme relative al diritto di autore e dall'altro dai regolamenti in vigore per le Onlus vincolate ad erogare i propri servizi a titolo gratuito e ad esclusivo beneficio dei soci,

come sembra peraltro confermare il primo comma del regolamento stilato per l'adesione al servizio di prestito.

La Cineteca Audio per i Ciechi Italiani è un'attività senza fini di lucro della Cooperativa Sociale Senza Barriere Onlus, con sede in località Prai de Ponte 1 a Scurelle, in provincia di Trento, ed è ad uso esclusivo dei ciechi ai sensi della Legge sulla tutela del diritto d'autore numero 633 del 22 aprile 1941, aggiornata dal Decreto Legislativo numero 68 del 9 aprile 2003<sup>52</sup>.

A rinforzare ulteriormente il concetto interviene un ulteriore comma inserito sul modulo da compilare per l'iscrizione:

È fatto divieto a chi aderisce alla Cineteca Audio di eseguire duplicazioni od emissioni radiofoniche delle opere audio che riceve in prestito tramite il servizio postale o che ascolta o scarica dal sito<sup>53</sup>.

A proposito del diritto di autore pare opportuno richiamare della *Legge 633/41 – Protezione del diritto d'autore e di altri diritti connessi al suo esercizio* (LEGGE 633/41).

1. Il prestito eseguito dalle biblioteche e discoteche dello Stato e degli enti pubblici, ai fini esclusivi di promozione culturale e studio personale, non è soggetto ad autorizzazione da parte del titolare del relativo diritto, ed ha ad oggetto esclusivamente:

- a) gli esemplari a stampa delle opere, eccettuati gli spartiti e le partiture musicali;
- b) i fonogrammi ed i videogrammi contenenti opere cinematografiche o audiovisive o sequenze d'immagini in movimento, siano esse sonore o meno, decorsi almeno diciotto mesi dal primo atto di esercizio del diritto di distribuzione, ovvero, non essendo stato esercitato il diritto di distribuzione, decorsi almeno ventiquattro mesi dalla realizzazione delle dette opere e sequenze di immagini.<sup>54</sup>

---

<sup>52</sup> Per consultare il regolamento completo per l'adesione al servizio di prestito audiofilm della cineaudioteca e reperire il modulo di iscrizione si prega di fare riferimento al seguente link:  
(<http://www.cineaudioteca.it/regolamenti.php>)

<sup>53</sup> *Ibidem.* 8

<sup>54</sup> LEGGE 633/41, Comma 1, Articolo 69.

Appare dunque evidente come sia insita nel riferimento normativo citato la duplice necessità della Cooperativa e conseguentemente della Cineaudioteca di erogare il servizio solo nei confronti degli iscritti e di porsi come ente senza fini di lucro e allo stesso tempo ente di riferimento culturale per l'accrescimento personale delle persone non vedenti o ipovedenti.

Per tutelarsi ulteriormente da eventuali azioni legali i commi 9 e 10 del regolamento di adesione alla Cineaudioteca infine informano gli iscritti che la cooperativa si riserva la facoltà di interrompere in qualsiasi momento l'erogazione del servizio nei confronti di coloro che si siano oggettivamente comportati in maniera scorretta e di segnalare alle autorità competenti qualsiasi uso improprio delle opere date in prestito.

In riferimento alla cifra simbolica da versare il comma 2 riporta quanto segue:

Il disabile visivo che intenda aderire alla Cineteca Audio per i Ciechi Italiani, dovrà versare annualmente tramite bollettino di conto corrente postale o bonifico bancario il contributo a sostegno dei costi di gestione. (...) <sup>55</sup>

Il comma 3 prosegue informando gli interessati dell'esistenza di due diverse modalità di adesione. La prima, previo pagamento di 25€, prevede l'accesso al prestito di ventiquattro audiofilm che l'utente però non può scegliere e che la Cineaudioteca si incarica di spedire nel corso dell'anno in 12 spedizioni postali, la seconda modalità, dietro il pagamento di 35€, prevede invece la possibilità di scelta da parte dell'iscritto e include l'invio di trentasei film nel corso di dodici mesi. Gli utenti iscritti al servizio sono 21.000 e la Cineaudioteca effettua circa 50.000 prestiti ogni anno (cfr. BUSARELLO, 2014).

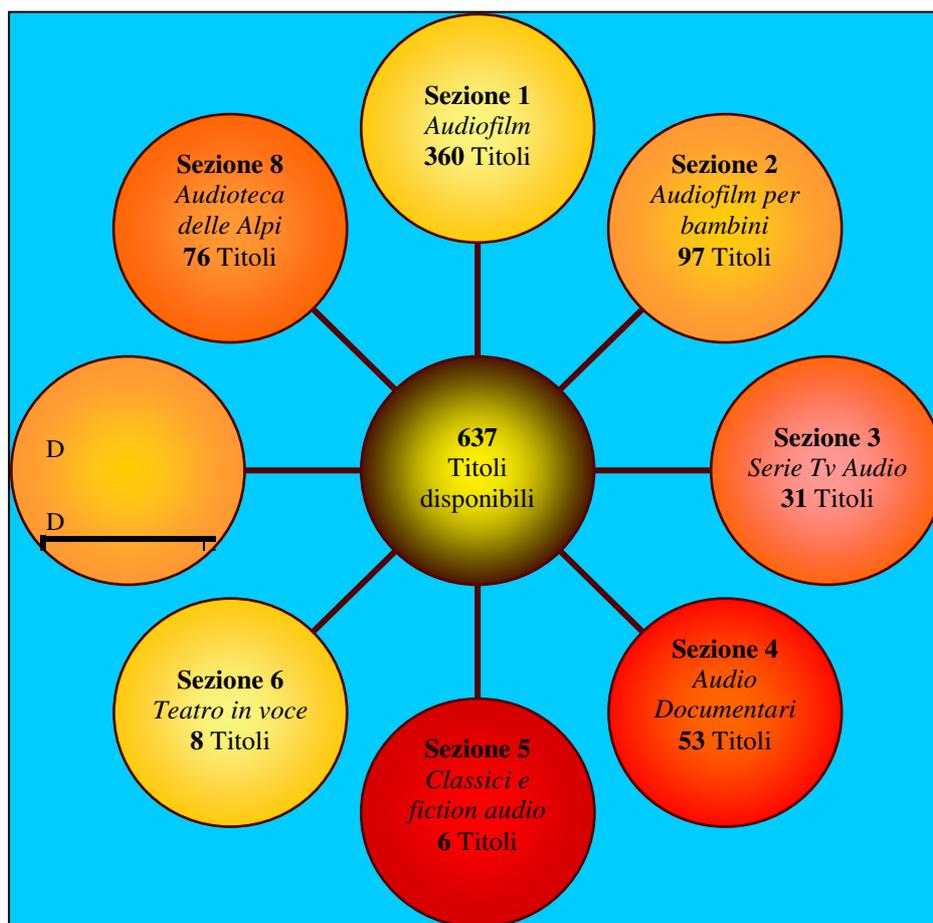
Il catalogo è scaricabile online dal sito della Cooperativa, si compone di otto diverse sezioni e propone complessivamente 637 voci afferenti a materiali fruibili da persone non vedenti o ipovedenti <sup>56</sup>.

---

<sup>55</sup> Per consultare il regolamento completo per l'adesione al servizio di prestito audiofilm della cineaudioteca e reperire il modulo di iscrizione si prega di fare riferimento al seguente link: (<http://www.cineaudioteca.it/regolamenti.php>)

<sup>56</sup> È possibile scaricare l'intero catalogo in formato pdf al seguente link: (<http://www.cineaudioteca.it/catalogo.php>)

**Grafico 1** Composizione catalogo Cineteca audio per i ciechi italiani



Nell'analisi del catalogo verranno prese in considerazione le prime 7 Sezioni dedicate a diverse tipologie e generi di audiofilm, più nello specifico 6 sezioni sono dedicate a diversi generi di prodotti cinematografici mentre la Sezione 7 *Teatro in voce* è specificatamente dedicata alle rappresentazioni di prosa dal vivo. Gli aggiornamenti si susseguono con cadenza annuale al ritmo di pubblicazione di oltre 50 nuovi titoli. Durante il triennio 2012-2014 sono stati inseriti rispettivamente 31 nuovi titoli nel 2012, 51 nel 2013 e 52 nel 2014, come si può apprezzare dalla Tabella 6.

**Tabella 9** Aggiornamenti catalogo *Cineaudioteca* periodo 2012-2016

Anno	2012	2013	2014	2015	2016	Totale
<b>Categorie</b>						
<b>Audio-Film</b>	3	27	26	**	31 + 3 AF* Erotici	<b>90</b>
<b>Audio-Documentari</b>	8	5	5	**	5	<b>23</b>
<b>Audio-Film Bambini</b>	12	12	12	**	13	<b>49</b>
<b>Serie TV</b>	3	2	4	**	3	<b>12</b>
<b>Audio-Libri</b>	5	5	4	**	9	<b>23</b>
<b>Totale</b>	<b>31</b>	<b>51</b>	<b>51</b>	<b>**</b>	<b>64</b>	<b>197</b>
* Audio-Film						
** Dati non disponibili						

Se dal conteggio si escludono gli audiolibri, nel corso di questi 5 anni la Cooperativa ha pubblicato 174 nuovi titoli relativi a prodotti audiovisivi. Da un punto di vista più generale si può notare come la pubblicazione di nuovo materiale abbia subito un deciso incremento dopo il 2012, in particolare la Sezione che ha subito un incremento maggiore è quella relativa agli *AudioFilm*, passando dai 3 nuovi inserimenti relativi all'anno 2012 ai 34 dell'anno 2016, con la creazione di una nuova Sezione relativa agli *AudioFilm Erotici*. Per quanto concerne invece le restanti Sezioni non si osservano variazioni di rilievo eccezion fatta per la Sezione relativa agli *AudioLibri*, passati dai 5 nuovi titoli del 2012, numero rimasto costante per gli anni 2013 e 2014, ai 9 del 2016. Le Sezioni *Classici e fiction audio* e *Teatro in voce* non vedono nuovi inserimenti ormai da lungo tempo e sembrano essere state abbandonate. Il catalogo, oltre all'elenco di titoli disponibili, fornisce agli utenti la trama di ogni singolo audiofilm e ogni sezione risulta di facile consultazione essendo i titoli delle opere ordinati in ordine alfabetico. A fianco di ogni titolo sono presenti il codice di archiviazione per l'eventuale richiesta di prestito e il numero di pagina del catalogo dove sono fornite informazioni circa il regista, il cast e la trama dell'opera e la classificazione in base al genere, non vengono però indicate le date di produzione dell'opera stessa e di pubblicazione sul catalogo.

Le prime due sezioni *Audiofilm* e *Audiofilm per bambini* contengono complessivamente 457 titoli di pellicole la cui colonna sonora è stata trasferita su CD-ROM e integrata dal servizio di AD, in base alla stessa strategia adottata per qualunque altro prodotto audiovisivo presente nel catalogo, consentendo la produzione dell'impressionante mole di 555 audiofilm.

La Sezione 1 intitolata piuttosto genericamente *Audiofilm* racchiude la maggior parte del materiale con 360 titoli. Pur non essendo possibile determinare con assoluta certezza l'ordine di pubblicazione degli audiofilm, in base al codice di archiviazione presente a fianco dei titoli

pare lecito supporre che i primi titoli pubblicati dalla *Cineaudioteca* siano stati quelli del film drammatico *A prima vista* (I. Winkler, 1999) e delle commedie *A proposito di Henry* (M. Nichols, 1991) mentre le ultime pubblicazioni risalgono all'aggiornamento del catalogo 2016 con titoli quali i drammatici *Vidocq – La maschera senza volto* (Pitof, 2001) e *Revenge* (T. Scott, 1990), la commedia *Sole a catinelle* (G. Nunziante, 2013) e il western *Per qualche dollaro in più* (S. Leone, 1965).<sup>57</sup> I titoli citati illustrano efficacemente la grande varietà di generi proposti e la mescolanza di produzioni italiane e straniere, in particolare quelle hollywoodiane che recitano la parte del leone all'interno del catalogo. Per quanto riguarda le categorie utilizzate per la classificazione esse sono: Azione, Biografico, Commedia, Drammatico, Fantastico, Giallo, Guerra, Horror, Poliziesco, Romantico, Sentimentale, Storico, Thriller. La maggior parte dei titoli sono identificati come Drammatici, cui seguono quelli rubricati sotto la categoria Commedia, cui segue la categoria Thriller. Alcune delle categorie elencate raggruppano meno di 10 titoli, tra queste la categoria Azione con solamente 3 titoli al pari della categoria Fantastico e Poliziesco; la categoria Guerra comprende invece 5 titoli, sono presenti solo 2 titoli sotto la categoria Horror, infine sotto la categoria Romantico l'adozione di tale categoria però sembra essere stata abbandonata in favore della categoria Sentimentale.

Per quanto concerne la Sezione 2 *Audiofilm per bambini* al suo interno si ritrovano una combinazione di titoli di animazione e non per un totale di 97 audiofilm, spaziando da titoli di produzioni strettamente classiche a quelli di produzioni contemporanee del cinema d'animazione. La Sezione 3 *Serie Tv Audio* propone 31 titoli di serie che vanno da 9 cofanetti intitolati "*Alfred Hitchcock Presenta Vol. ...*", contenenti alcuni episodi dell'omonima serie televisiva girata dal maestro del brivido, a Serie Tv comiche come *Happy Days* (1974-1984), o ancora stagioni di serie Tv a sfondo giallo/poliziesco come quelle che hanno per protagonisti il *Tenente Colombo*, *l'Ispettore Derrick* o *l'Ispettore Montalbano*, sono presenti inoltre i primi 14 episodi della Stagione 1 de "*La casa nella prateria*". Nell'ultimo aggiornamento sono stati pubblicati due cofanetti, "*Il commissario Montalbano – Vol. 1*" e "*Dr. House, Medical Division – Vol. 1*", probabilmente per rinnovare e diversificare la Sezione che proponeva fino ad ora serie abbastanza monotematiche e prodotte tra la fine degli anni '70 e l'inizio degli anni '90.

---

<sup>57</sup> Per la classificazione dei generi cui appartengono i diversi audiofilm si fa riferimento alle indicazioni presenti all'interno del catalogo della *Cineaudioteca*, senza pertanto entrare nel merito di una discussione circa l'appropriatezza della classificazione stessa.

Ancora sul fronte degli audiofilm il catalogo arricchisce e diversifica ulteriormente la propria offerta mediante la Sezione 7 *Audiofilm erotici* con 8 ulteriori titoli, dosando tra produzioni internazionali *Boogie Nights* (P. T. Anderson, 1997) ed *Emmanuelle* (J. Jaeckin, 1974) e italiane *Senso 45* (T. Brass, 2002) e *Malizia* (S. Samperi, 1973). *Boogie Nights* risulta già presente nel catalogo 2012 mentre gli altri titoli presenti sono stati pubblicati tra il 2015 e il 2016. Come segnalato nella tabella 6 con l'aggiornamento 2016 questa sezione è stata arricchita di 3 nuovi audiofilm erotici e nella sezione *AudioDocumentari* inoltre è presente il documentario *Inside Gola Profonda* (F. Bailey, R. Barbato, 2005) di cui si parlerà successivamente. La Sezione 7 rappresenta forse l'unico tentativo a livello europeo di integrare il servizio di AD a un genere cinematografico ritenuto da molti difficile da descrivere, a causa della presenza di scene a sfondo sessuale con le quali i descrittori si devono misurare, la scelta sembra pertanto essere ricaduta su titoli in grado di coinvolgere lo spettatore facendo leva sugli aspetti emotivi e intellettuali della vicenda narrata.

La Sezione 4 *AudioDocumentari* propone agli utenti un totale di 53 titoli, presentando appunto documentari in formato solo audio che trattano di diversi argomenti, si va dall'arte a documentari dal più stretto sapore geografico, o scientifico-naturalistico, infine non mancano documentari biografici. La panoramica sulla Sezione *Audiocumentari* si conclude con 2 titoli dal sapore più trasgressivo quali *Massaggio sensuale*, descritto nel catalogo come una guida pratica e illustrata che consentirà anche ai non iniziati di apprendere in modo efficace e completo l'arte di dare e ricevere piacere attraverso i principi basilari del TAO e *Inside Gola Profonda*, che, come riporta grossolanamente la trama presente sul catalogo, tratta del fenomeno *Gola profonda*<sup>58</sup>: ne ricostruisce la vicenda umana, politica e giudiziaria, le conseguenze sull'industria cinematografica statunitense, i significati che aveva o che gli furono attribuiti dai giovani contestatori. Mentre non è possibile risalire alla data di pubblicazione di *Massaggio Sensuale*, il documentario di Bailey e Barbato è stato pubblicato tra le novità del catalogo 2016 insieme ad altri 3 titoli di audiofilm erotici accrescendo così l'offerta relativa a questo particolare genere, a testimonianza della volontà della Cineaudioteca di porsi come punto di riferimento e avanguardia per l'accessibilità di qualunque prodotto audiovisivo.

Le Sezioni 5 e 6, *Classici e fiction audio* e *Teatro in voce*, contengono 6 e 8 titoli ciascuna. La prima raccoglie 6 sceneggiati televisivi andati in onda sulle reti RAI, mentre la seconda

---

<sup>58</sup> *Gola Profonda* del regista statunitense Gerard Damiano è un film pornografico prodotto nel 1972. Fu il primo film del genere ad uscire dal buio delle sale cinematografiche a luci rosse e incontrare il favore del grande pubblico aprendo la strada a quello che fu definito sulle pagine del *New York Times* da Ralph Blumenthal come *porno-chic*.

presenta una raccolta di piece teatrali di De Filippo, Pirandello, Goldoni, Shakespeare e O'Neill. Sul catalogo vengono indicate informazioni sul regista e il cast ma non sull'anno di messa in scena delle rappresentazioni.

Il materiale prodotto all'interno delle strutture della *Cooperativa sociale Senza Barriere Onlus* con tutta probabilità costituisce il maggior archivio di materiale audiovisivo integrato dal servizio di AD, vario per quanto riguarda i generi e le tipologie di prodotti audiovisivi resi accessibili e in costante aggiornamento, come testimoniano le pubblicazioni annuali di nuovi titoli e l'attenzione verso nuovi generi di possibile interesse.

Tuttavia la scelta di produrre esclusivamente audiofilm, probabilmente adottata per sfuggire alle restrizioni poste dalla *Legge 633/41*, sembrerebbe non centrare appieno l'obiettivo dell'inclusione sociale. Da un lato infatti gli spettatori ipovedenti si vedono privati dell'opportunità di apprezzare la parte estetico-visiva del prodotto audiovisivo, mentre, dall'altro, qualora l'utente decidesse di godere dell'opera in compagnia di una persona vedente, quest'ultimo si troverebbe a confrontarsi con un nuovo tipo di prodotto pensato inizialmente per spettatori non-vedenti.

Sebbene le scelte di produrre solo audiofilm e limitare la fruizione del servizio di prestito alle sole persone non-vedenti o ipovedenti paiano non centrino appieno gli obiettivi dell'inclusione sociale e dell'accesso universale, queste sembrano essere al contempo un male necessario per garantire l'esistenza della Cineaudioteca e l'aggiornamento costante dell'archivio creato.

### **3.4 DVD / Blue-Ray accessibili a spettatori con disabilità visiva**

Un ulteriore fonte di materiale audiovisivo integrato da AD è quella che passa per il mercato e quindi prevede un esborso di denaro a differenza delle modalità precedentemente descritte. Da un lato esistono 8 DVD, di cui 2 anche in versione Blue-Ray, che integrano al loro interno il servizio di AD, mentre dall'altro stanno prendendo piede in Italia, così come anche in altri paesi, applicazioni che permettono di fruire in autonomia del servizio di AD a fianco delle persone vedenti.

Per quanto riguarda i DVD e i Blue-Ray i titoli disponibili per l'acquisto sono i seguenti: *Rosso come il cielo* (C. Bortone, 2005), *Fuga dal call-center* (F. Rizzo, 2008), *Il discorso del Re* (T. Hooper, 2010), *Boris il Film* (L. Vendruscolo, G. Ciarrapico, M. Torre, 2011), il film d'animazione *Pinocchio* (E. D'Alò, 2012), *Per altri occhi* (S. Soldini, 2013), *Qualcuno*

*d'amare* (A. Kiarostami, 2013), *American Hustle* (D. O'Russell, 2013). Come è facile intuire dal breve elenco stilato la produzione di DVD integrati dal servizio di AD non si è affermata nel tempo come attività commerciale, in nove anni infatti sono stati pubblicati solo 8 titoli. La modalità principale di accesso al servizio di AD è costituita da un messaggio vocale che parte automaticamente una volta inserito il DVD all'interno del lettore e che informa l'utente della possibilità di attivare o disattivare il servizio premendo il tasto numero 5 del telecomando. In casi più rari è invece presente un menù vocale per permettere allo spettatore la navigazione tra i contenuti. Procedere all'acquisto di questo tipo di DVD non risulta però agevole per diverse ragioni, da un lato non tutte le copie stampate sono integrate dal servizio di AD, dall'altro non vi è una conoscenza diretta da parte dei commessi i quali potrebbero essere spaesati da una richiesta del genere. A complicare ulteriormente le cose poi si deve considerare che il servizio in oggetto non è ufficialmente identificato da una dicitura o sigla univoca istituzionalmente riconosciuta in grado di fugare eventuali dubbi in proposito, in alcuni casi infatti è possibile trovare la dicitura "*italiano per non vedenti*" nella lista delle lingue che il DVD supporta, mentre in altri casi "*AD per non vedenti*". A tal proposito è emblematico il caso di *Boris il Film* dove sul retro della copertina è inserita la dicitura "*AD per non vedenti*", mentre sul sito della casa di distribuzione 01-Distribution RAI Cinema S.P.A. al link relativo ai dettagli tecnici del DVD si trova la dicitura "*italiano per non vedenti*"<sup>59</sup>. Curiosamente cercando tra il catalogo di DVD proposto ai clienti sul sito [ibs.it](http://ibs.it) o altri non è infrequente imbattersi in DVD o Blue-Ray che supportano l'inglese per non-vedenti, ma non l'italiano per non-vedenti, in proposito si veda il caso del film *Il paradiso per davvero* (R. Wallace, 2014) e si controllino i dettagli relativi alla voce lingue audio<sup>60</sup>.

### **3.5 Il servizio di Audiodescrizione (AD) fruibile attraverso applicazioni accessibili. *MovieReading*.**

Il progresso tecnologico ha permesso, anche per quanto concerne i servizi di accessibilità audiovisiva per persone con disabilità sensoriali, la nascita di applicazioni in grado di superare le limitazioni poste dagli audiofilm, i DVD e i Blue-Ray integrati dai servizi di sottotitolazione e AD. L'avvento di *MovieReading*, un'applicazione per smart-phone e tablet sviluppata da

---

<sup>59</sup> Per ulteriori informazioni consultare il seguente link: (<http://www.01distribution.it/film/boris-il-film#0>)

<sup>60</sup> *Il paradiso per davvero*, (R. Wallace, 2014), ([http://www.ibs.it/dvd-film/paradiso-per-davvero/randall-wallace/8013123048479\\_.html](http://www.ibs.it/dvd-film/paradiso-per-davvero/randall-wallace/8013123048479_.html))

Universal Media Access in grado di fornire agli utenti sia il servizio sottotitolazione che quello di AD a supporto dei titoli presenti in catalogo, consente infatti agli spettatori con disabilità sensoriale di assistere alla proiezione della pellicola fianco a fianco alle persone vedenti. Entrambi i servizi sono nella pratica fruibili solo dagli spettatori che hanno proceduto all'acquisto, se gli spettatori non-udenti infatti possono leggere i sottotitoli sullo schermo del dispositivo gli spettatori con disabilità visiva possono ascoltare l'AD attraverso cuffie collegate al dispositivo, avvicinando in tal modo il tanto auspicato obiettivo di una piena inclusione sociale. Per utilizzare l'applicazione l'utente deve prima scaricarla sul dispositivo, dopodiché accedere all'area acquisti e procedere allo scaricamento del servizio desiderato relativo alla pellicola di interesse <sup>61</sup>. Grazie al microfono del dispositivo l'applicazione è in grado di riconoscere e ascoltare la colonna sonora del film sincronizzando di conseguenza la trasmissione di sottotitoli e AD allo scorrere delle immagini sullo schermo. Uno dei maggiori vantaggi offerti da *MovieReading* è la possibilità di utilizzare i servizi acquistati indipendentemente dal tipo di supporto sul quale si trova la pellicola cui si è interessati, posto che le condizioni ambientali consentano una buona ricezione audio attraverso il microfono del dispositivo. In altre parole l'applicazione è in grado di fornire i servizi indipendentemente dal fatto che ci si trovi al cinema o a casa propria davanti al televisore intenti ad utilizzare un DVD o magari ad assistere alla messa in onda su una qualsivoglia emittente televisiva piuttosto che a vedere il film su uno dei numerosi servizi streaming oggi disponibili, posto appunto che la qualità audio sia di buona qualità.

Passando in rassegna il catalogo dei titoli proposti agli utenti è evidente la maggiore disponibilità del servizio di sottotitolazione rispetto a quello di AD, da un lato probabilmente perché l'applicazione è stata inizialmente commercializzata per l'erogazione del servizio di sottotitolazione e dall'altro perché probabilmente il pubblico con disabilità uditiva ha mostrato un interesse più rilevante nei confronti del servizio offerto. Il catalogo attuale infatti propone agli utenti un totale di 36 titoli, per ognuno di essi è previsto il servizio di sottotitolazione mentre il servizio di AD è disponibile soltanto per 10 di essi. Si segnala che dall'avvento di *MovieReading* sul mercato gli spettatori hanno potuto beneficiare di una lista di titoli ben superiore, sempre però con una maggiore disponibilità a favore degli utenti non udenti o ipoudenti. Il catalogo viene periodicamente aggiornato così da proporre costantemente agli utenti titoli in prima o seconda visione nelle sale cinematografiche, conseguentemente molti

---

<sup>61</sup> Per ulteriori informazioni consultare *MovieReading – Manuale Utente*, disponibile al seguente link: (<https://www.moviereading.com/static/doc/it/MovieReading.pdf>)

dei titoli resi accessibili in precedenza non sono più presenti. Da un lato ciò potrebbe dipendere da una scelta di marketing per stimolare gli utenti all'acquisto durante il periodo di disponibilità del titolo nelle sale, mentre dall'altro potrebbe dipendere da accordi stipulati con i produttori/distributori della pellicola.

### **3.6 Conclusioni**

Dopo aver passato in rassegna le principali fonti da cui è possibile fruire del servizio di AD è possibile osservare in primo luogo come la notevole disponibilità di materiale audiovisivo integrato dal servizio di AD sia caratterizzata dalla massiccia presenza del formato audiofilm, con evidenti ripercussioni sulle modalità di fruizione del prodotto che, pur rivelandosi un formato vincente per quanto riguarda il concetto di accessibilità, non riesce a centrare in pieno il tanto auspicato obiettivo dell'inclusione sociale, per le ragioni illustrate all'inizio del capitolo. In secondo luogo per quanto riguarda il servizio di AD a integrazione della programmazione televisiva la situazione sembra essere quanto meno in linea con quella raccomandata dalla *Direttiva 2010/13/UE* anche se gli aspetti da migliorare rimangono ancora diversi.

Nonostante infatti l'unico erogatore del servizio sia l'emittente pubblica RAI e questa per ben tre anni si sia trovata sprovvista di una normativa specifica emanata dal Ministero dello Sviluppo Economico, la programmazione resa accessibile agli spettatori non-vedenti o ipovedenti sembra aver conosciuto un incremento. I vincoli generici stabiliti dal *Contratto di Servizio 2010-2012* riguardanti l'implementazione del servizio di AD sono stati rispettati anche per il triennio successivo. Tale incremento tuttavia sembra riguardare quasi esclusivamente le *Serie* di produzione italiana e ottenuto mandando in onda numerose repliche, tralasciando peraltro del tutto le produzioni per il grande schermo indipendentemente dal fatto che si tratti di titoli italiani o internazionali. È possibile riscontrare la medesima situazione anche per quanto riguarda quelli che nel vecchio Contratto di Servizio sono descritti in maniera generica come *servizi multimediali*, nonostante RAI metta a disposizione attraverso il proprio sito gran parte della programmazione mandata in onda sulle proprie reti risultano completamente assenti le Serie di produzione internazionale, anche quelle mandate in onda attualmente attraverso il digitale terrestre. I produttori e di conseguenza il diritto d'autore sembrano giocare in tal senso un ruolo centrale, fino a divenire un vero proprio ostacolo sulla strada di una società più inclusiva e sensibile ai bisogni delle persone con disabilità.

La stessa Legge 633/41 nel caso della *Cooperativa Sociale Onlus Senza Barriere* se da un lato risulta essere il riferimento normativo che consente la produzione costante di materiali accessibili a persone con disabilità visiva, dall'altro è l'ostacolo che non permette la produzione e la circolazione di prodotti pensati e progettati per essere fruiti da tutti in piena autonomia. La sostenibilità economica o addirittura la possibilità di ricavare profitto da un'attività esclusivamente incentrata sull'accessibilità di prodotti cinematografici sembra essere ancora un traguardo lontano. Dalla descrizione del materiale disponibile emerge inoltre come nessuno dei fornitori si impegni esclusivamente nell'erogazione del solo servizio di AD, ma questo, per diverse ragioni anche storiche, è sempre affiancato dal servizio di sottotitolazione. Persino la *Cooperativa Sociale Onlus Senza Barriere* offre, solo su richiesta e per determinati tipi di prodotti, questo tipo di servizio di accessibilità, nonostante la dichiarata vocazione verso le persone con disabilità visiva. Gli stessi tentavi di immettere sul mercato DVD e Blue-Ray integrati da AD e l'avvento di applicazioni quali *MovieReading* inoltre non sembrano aver riscosso il successo sperato o stimato sulla base dei rilevamenti demografici disponibili. In relazione alle applicazioni quali *MovieReading* o ai servizi di AD fruibili su internet lo stesso progresso tecnologico che ne ha permesso la nascita e lo sviluppo assume la natura di un Giano bifronte: se da un lato è possibile esplorare nuove strade per superare i limiti attuali dei servizi di accessibilità, dall'altro le competenze tecniche che si presuppone l'utente possieda per usufruirne potrebbero rivelarsi una barriera in grado di determinarne o meno il grado di successo.

Le parole del Vice-Presidente e fondatore della *Cooperativa Sociale Onlus Senza Barriere* Eraldo Busarello, oltre a rendere esplicite le implicazioni connesse al diritto d'autore come motivazione alla base della necessità di produrre audiofilm, rivelano quanto in Italia si sia ancora lontani dal poter parlare di un vero e proprio mercato in grado di garantire quanto meno un ritorno economico adeguato a giustificare lo sviluppo di un'attività commerciale finalizzata all'accessibilità di prodotti audiovisivi per persone con disabilità visiva.

La risposta è semplice. Si devono rispettare i diritti d'autore e dunque le case cinematografiche permettono di realizzare dai loro film esclusivamente degli audiofilm, anche perché l'utilizzatore finale è un non-vedente. Se produrre film anche con l'AD per i disabili visivi si rivelasse un business, le case cinematografiche lo avrebbero già fatto! La dimostrazione pratica che non è un business è dimostrato dal fatto che in Italia alcuni film sono usciti su DVD con la traccia audiodescritta, ma

solo alcuni degli utenti non vedenti della Senza Barriere ONLUS l'hanno acquistato, una prova inconfutabile che la strada da percorrere per sviluppare nei ciechi la cultura cinematografica è ancora lunga<sup>62</sup>.

---

<sup>62</sup> BUSARELLO, 2014, p. 113

## **Capitolo 4.**

### **La domanda potenziale**

Nel presente capitolo verranno descritti i dati reperiti circa la struttura demografica della popolazione italiana con disabilità visiva, al fine di individuare le caratteristiche generali dei potenziali utenti del servizio di Audiodescrizione (AD).

In generale in Italia ad oggi non esistono indagini dedicate esclusivamente alla popolazione non-vedente o ipovedente ma è tuttavia possibile reperire alcuni dati all'interno di indagini demografiche di carattere più ampio. Le fonti consultate per questo studio fanno capo all'Istituto Nazionale di Statistica – ISTAT, si tratta essenzialmente di una serie di indagini demografiche condotte sulla popolazione con disabilità dal 1994 al 2010. In particolare nel presente studio si fa riferimento alle edizioni 2008 e 2015 del rilevamento *Condizioni di salute e ricorso ai servizi sanitari* (ISTAT, 2008, ISTAT, 2015), alle quali si aggiunge un'indagine condotta dal Consorzio Italiano per la Ricerca in Medicina – C.I.R.M. per conto dell'Unione Italiana Ciechi e ipovedenti – U.I.C.I. (CIRM, 2005).

Esperti che si occupano direttamente dell'incidenza epidemiologica del fenomeno cecità e ipovisione sottolineano una mancanza di dati certi e recenti, soprattutto in riferimento a quella fetta di popolazione che conserva ancora una capacità visiva residua, le stime comunemente accettate all'interno della comunità scientifica parlano di 2 milioni di persone con disabilità visiva, di cui 325 mila persone classificate come cieche. Nonostante il concetto di ipovisione sia entrato a far parte della legislazione italiana nel 1984, soltanto nel 2001 il legislatore ha ritenuto opportuno darne una definizione più precisa, recependo con la legge 138/2001 i parametri stabiliti dall'oftalmologia internazionale nella quantificazione dei fenomeni ipovisione e cecità.

Allo stato attuale non esistono in Italia, come del resto anche nella massima parte delle altre Nazioni, dati esaurienti sulla prevalenza e/o incidenza di cecità e sulla frequenza delle sue cause rilevati direttamente sulla popolazione generale o su campioni di essa. (...) Con l'introduzione nel 2001 della legge 138 i soggetti con handicap visivo sono stati suddivisi in 5 categorie.<sup>63</sup>

---

<sup>63</sup> CRUCIANI, DI PILLO, 2011, p. 31

Si riportano di seguito i parametri riconosciuti a livello internazionale per la classificazione della disabilità visiva.

**Tabella 10** *Classificazione disabilità visiva*

<b>Categoria</b>	<b>Migliore acuità visiva</b>	<b>Residuo Campo Visivo</b>
<b>ipovedente lieve</b>	=0,3	<60%
<b>ipovedente medio/lieve</b>	=0,2	<50%
<b>ipovedente medio/ grave</b>	>1/20 =0,1	<30%
<b>Ciechi parziali ventesimisti</b>	<=1/20	<10%
<b>Ciechi totali</b>	MM, PL, non PL	<3%

Periodicamente ISTAT ha condotto indagini multiscopo sulle famiglie con l'obiettivo di costruire indicatori su condizioni di salute e qualità della vita, presenza di disabilità, stili di vita prevenzione, ricorso ai servizi sanitari, uso dei farmaci. In particolare all'interno della serie denominata *Condizioni di salute della popolazione e sul ricorso ai servizi sanitari* avviata nel 1983 è possibile ritrovare dati circa l'incidenza del fenomeno cecità in base a variabili quali classi d'età, sesso, distribuzione territoriale, livello d'istruzione, occupazione e condizione professionale e stato civile. Complessivamente sono disponibili le serie storiche riferibili agli anni 1980, 1983, 1987, 1994, 2000, 2005 e 2013, dal punto di vista metodologico si tratta di indagini condotte su una base campionaria di 60 mila famiglie invitate a compilare in forma del tutto anonima un questionario <sup>64</sup>.

La ricerca condotta da C.I.R.M. per conto di U.I.C.I. denominata *Unione Italiana Ciechi e ipovedenti: Ricerca di base sui Non Vedenti* (C.I.R.M., 2003) fornisce invece informazioni sul tempo libero e delinea un ritratto della persona con disabilità visiva, prendendo inoltre in considerazione anche la percezione che il resto della popolazione ha delle persone non-vedenti. A fianco di dati più squisitamente demografici, anamnestici e informazioni sociali è possibile reperire dati circa le problematiche, gli atteggiamenti, i comportamenti e le abitudini di vita degli individui non-vedenti o ipovedenti. La ricerca ha coinvolto 1283 iscritti, di cui 703 iscritti all'UICI a fronte di circa 70 mila iscritti complessivi, e 580 non iscritti.

Infine verrà dedicata particolare attenzione a un concetto quale quello dell'inclusione sociale più volte richiamato nelle diverse convenzioni e leggi che si occupano di disabilità.

<sup>64</sup> È possibile consultare l'elenco completo delle tabelle statistiche relative alle serie storica di indagini campionarie *Condizioni di salute della popolazione e sul ricorso ai servizi sanitari* al seguente link: ([http://seriestoriche.istat.it/index.php?id=7&user\\_100ind\\_pi1%5Bid\\_pagina%5D=33&cHash=6490cf56b560420d1bd686e863104bea](http://seriestoriche.istat.it/index.php?id=7&user_100ind_pi1%5Bid_pagina%5D=33&cHash=6490cf56b560420d1bd686e863104bea))

#### 4.1 Distribuzione per Genere e Fasce d'Età

Come indicato nella tabella 2 il numero complessivo delle persone non-vedenti, o Cieche Totali, relativamente all'anno 2013 è pari a circa 325 mila individui, di cui 126 mila di sesso maschile e 199 mila di sesso femminile. Se si confronta il dato con quello rilevato per l'anno 2005, pari a 362 mila individui, di cui 154 mila di sesso maschile e 208 mila di sesso femminile emerge, per la prima volta dopo molti anni, una notevole flessione del numero di individui non-vedenti.

**Tabella 11** Persone che hanno dichiarato di essere affette da cecità per sesso ed età. Valori in migliaia. (ISTAT, 2015)

Fasce d'Età	0 – 14	15 – 44	45 – 64	65 – 74	Oltre 75	Totale
<b>Uomini</b>	3	12	26	22	63	<b>126</b>
<b>Donne</b>	2	11	26	26	135	<b>199</b>
<b>Totale</b>	<b>5 (2%)</b>	<b>23 (7%)</b>	<b>52 (16%)</b>	<b>47 (14%)</b>	<b>197 (61%)</b>	<b>325</b>

**Tabella 12** Persone che hanno dichiarato di essere affette da cecità per sesso ed età. Valori in migliaia. (ISTAT, 2005)

Fasce d'Età	0 – 14	15 – 44	45 – 64	65 – 74	Oltre 75	Totale
<b>Uomini</b>	5	23	33	26	67	<b>154</b>
<b>Donne</b>	2	17	23	49	117	<b>208</b>
<b>Totale</b>	<b>7 (2%)</b>	<b>40 (11%)</b>	<b>56 (15%)</b>	<b>75 (21%)</b>	<b>184 (51%)</b>	<b>362</b>

In entrambi i rilevamenti la maggioranza della popolazione non-vedente ha dichiarato almeno 75 anni di età, con una netta prevalenza di individui di sesso femminile. Procedendo ad una comparazione tra le diverse distribuzioni percentuali per Fasce d'Età nel rilevamento del 2005 gli individui con almeno 75 anni d'età corrispondevano al 51% del totale, mentre nel 2013 tale percentuale corrisponde al 61%. fotografando un invecchiamento generalizzato con un aumento di 10 punti percentuali degli individui con almeno 75 anni di età.

In riferimento al 2013 per quanto riguarda la distribuzione per Fasce d'Età e il Genere non si osservano apprezzabili differenze fino ai 74 anni, mentre per quanto riguarda gli individui oltre i 75 anni, si riscontra un numero doppio di individui di sesso femminile rispetto agli individui di sesso maschile. Nel rilevamento condotto nel 2005 una tendenza del tutto simile cominciava a manifestarsi già dalla fascia d'età 65 – 74 anni. La tendenza che descrive la popolazione con disabilità visiva come composta principalmente da individui di almeno 75 anni di età è facilmente spiegabile ricordando che i fenomeni della cecità e dell'ipovisione, al pari di altre

patologie disabilitanti, appaiano direttamente correlati a disturbi degenerativi legati ad una maggiore aspettativa di vita, come per altro sottolineato da diversi esperti di oftalmologia.

Negli anni stiamo assistendo ad un aumento esponenziale dei soggetti con gravi deficit visivi; nei paesi in via di sviluppo tale aumento è dovuto principalmente alla povertà, promiscuità, precarie condizioni igieniche e mancanza di adeguata assistenza sanitaria; nei paesi industrializzati alla ricchezza, allungamento della vita media e progresso della tecnologia medica <sup>65</sup>.

L'Età Media rilevata nel 2013 è pari a 67,9 anni a fronte dei 66,1 anni rilevati nel 2005, a testimonianza di un generale invecchiamento della popolazione non-vedente <sup>66</sup>.

## 4.2 Distribuzione territoriale

**Tabella 13** Persone non-vedenti per ripartizione geografica. Valori in migliaia. (ISTAT, 2015)

Zone geografiche	Nord-Ovest	Nord-Est	Centro	Sud	Isole	Italia
<b>Abitanti</b>	66	54	62	93	49	<b>325</b>

In riferimento alla distribuzione territoriale si registra una maggior presenza di non-vedenti nella zona geografica dell'Italia Meridionale (Abruzzo, Campania, Basilicata, Calabria, Puglia, Molise) con 93 mila individui, seguita dall'Italia Nord Occidentale (Liguria, Valle d'Aosta, Piemonte, Lombardia) con 66 mila individui. In Italia Centrale (Toscana, Lazio, Umbria, Marche) e Nord Orientale (Trentino-Alto-Adige, Friuli Venezia Giulia, Veneto ed Emilia Romagna) si registra rispettivamente di 62 mila e 54 mila persone non-vedenti. L'Italia Insulare (Sicilia e Sardegna) ospita infine 49 mila individui Non Vedenti. Le regioni che ospitano il maggior numero di abitanti non-vedenti sono Lombardia con 39 mila individui, seguita da Sicilia, 35 mila individui, Puglia, 31 mila individui, e Campania, 30 mila individui. Veneto, Emilia-Romagna, Toscana e Lazio ospitano ciascuna tra le 20 mila e le 25 mila persone non-vedenti, mentre Piemonte, Sardegna e Calabria hanno tra i 12 mila e 18 mila residenti non-

<sup>65</sup> CRUCIANI, DI PILLO, 2011, p. 32.

<sup>66</sup> Per calcolare l'Età Media è stato adottato un valore intermedio tra gli estremi di ciascuna Fascia d'Età (23, 37, 54, 70, 78) e in seguito è stato effettuato il calcolo, moltiplicando il numero dei partecipanti di ciascuna Fascia d'Età per il valore intermedio adottato. Successivamente sono stati sommati i valori ottenuti e divisi per il numero complessivo dei partecipanti.

vedenti ciascuna. Le restanti regioni ospitano meno di 10 mila abitanti non-vedenti ciascuna, la Valle d'Aosta è l'unica regione italiana a registrare meno di mille individui non-vedenti.

**Tabella 14** Persone che hanno dichiarato di essere affette da cecità per tipo di comune. (ISTAT, 2015)

Tipo di Comune	Centro area metropolitana	Periferia area metropolitana	50.001 ab. >	50.000-10.001 ab.	10.000-2.000 ab.	2.000 ab. <	Italia
<b>Abitanti</b>	42	28	56	96	81	21	<b>325</b>

Per quanto riguarda invece la distribuzione per tipologia di comune 70 mila cittadini non-vedenti risiedono in comuni dell'area metropolitana, ovvero città e agglomerati urbani con almeno 50 mila abitanti, mentre poco meno della metà del totale, pari a 152 mila individui abitano in cittadine di medie dimensioni, ovvero con una popolazione compresa tra i 10 mila e 50 mila abitanti. Infine 100 mila individui abitano in comuni di piccole dimensioni.

### 4.3 Livello d'istruzione

La Tabella 6, relativa al rilevamento 2013, evidenzia come la maggioranza degli individui non-vedenti, equivalente a 214 mila individui pari al 66% del totale sia in possesso di un titolo di studio pari alla Licenza Elementare o a Nessun Titolo, circa il 75% di costoro dichiarano un'età pari o oltre i 75 anni.

**Tabella 15** Ripartizione titoli di studio per fasce d'età popolazione non-vedente italiana. Valori in migliaia. (ISTAT, 2015)

Titolo di Studio	Fasce d'Età			Totale
	6 – 64	65 – 74	Oltre 75	
<b>Laurea e Diploma</b>	22	4	14	<b>39 (12%)</b>
<b>Licenza Scuola Media Inferiore</b>	32	12	26	<b>70 (22%)</b>
<b>Licenza Elementare / Nessun Titolo</b>	24	32	158	<b>214 (66%)</b>

Nel rilevamento 2005, i cui dati sono riportati nella Tabella 7, il numero degli individui in possesso di Licenza Elementare o Nessun Titolo ammontava a 239 mila individui pari al 66% del totale, di questi il 60% aveva oltre 75 anni di età. I dati disaggregati relativi a questa variabile, disponibili solo per il rilevamento del 2005, inoltre mettevano in luce un'equa

distribuzione tra coloro che si dichiaravano in possesso di Licenza Elementare, 122 mila individui, e coloro privi di qualunque titolo di studio, 117 mila individui.

**Tabella 16** Popolazione non-vedente e Titolo di studio. Valori in migliaia. (Istat 2005)

Titolo di Studio	Fasce d'Età			Totale
	6 – 64	65 – 74	Oltre 75	
<b>Laurea e Diploma</b>	25	3	10	<b>39 (11%)</b>
<b>Licenza Scuola Media Inferiore</b>	36	16	31	<b>82 (22%)</b>
<b>Licenza Elementare / Nessun Titolo</b>	40	56	143	<b>239 (66%)</b>

Se più in generale nel rilevamento 2013 le percentuali relative a ciascun titolo di studio restano sostanzialmente invariate rispetto a quanto registrato nel 2005, si evidenzia piuttosto una diversa incidenza percentuale in relazione alla variabile Età. Al momento del rilevamento 2013 il 22% degli individui aveva conseguito il Diploma di Scuola Media Inferiore a fronte di un 12% in possesso di un titolo di studio equipollente a Laurea o Diploma, quest'ultimo dato rappresenta l'unica minima variazione rispetto al 2005, anno in cui gli individui in possesso di Laurea o Diploma corrispondevano all'11% del totale. In particolare nel 2013 il 55% di coloro risultati in possesso di un titolo di studio equipollente a Laurea o Diploma ha dichiarato un'età inferiore ai 64 anni, nel 2005 per la medesima fascia d'età si era registrata una percentuale pari al 64%, per quanto riguarda invece gli individui con oltre 75 anni di età i valori si attestano al 35% per il 2013 e al 25% per il 2005.

In riferimento agli ordini di scuola Primaria, Secondaria di Primo Grado e Secondaria di Secondo Grado per l'anno scolastico 2012-2013 gli alunni con disabilità visiva risultano essere 3 mila 360 a fronte dei 3 mila 981 dell'anno scolastico 2005-2006 (MIUR, 2013). Per quanto riguarda invece i Cicli di Istruzione Superiore, pur non essendo possibile una comparazione diretta tra gli iscritti all'anno accademico 2005-2006 e gli iscritti all'anno accademico 2012-2013 a causa della mancanza di quest'ultimo dato, è possibile osservare un incremento costante degli iscritti, dai 537 iscritti dell'anno accademico 2000-2001 nel corso di pochi anni si è infatti giunti ai 945 iscritti dell'anno accademico 2006-2007, registrando un aumento del 76%.

**Tabella 17** Serie storica degli studenti con disabilità visiva iscritti all'università statale. Valori in centinaia. (ISTAT, 2010)

Anno accademico						
2000-2001	2001-2002	2002-2003	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007
537	567	677	713	764	823	945

Gli iscritti a corsi universitari sono per lo più individui giovani con un elevato grado di autonomia per quanto concerne la mobilità e lo svolgimento di attività quotidiane quali ad esempio fare la spesa o avere cura della propria persona e dei propri spazi.

Per quanto riguarda invece i livelli di istruzione della popolazione ipovedente le fonti interrogate non forniscono dati precisi, piuttosto sembra lecito ipotizzare livelli di istruzione pari a quelli registrati nel resto della popolazione, in considerazione del fatto che, come illustrato in precedenza, la maggioranza degli individui colpiti da deficit della vista iniziano a soffrire di tali disturbi in età avanzata.

La situazione delle persone non-vedenti all'interno del sistema scolastico, al pari di quella di tutti gli individui con disabilità, è via via migliorata. Prendendo in considerazione le variabili Età e Istruzione è quindi possibile individuare due tipologie di individui non-vedenti con l'età 65 anni a far da spartiacque. Da un lato un primo gruppo sembra essere composto da individui più giovani e meglio inseriti nel tessuto scolastico che ha potuto beneficiare di politiche sociali maggiormente inclusive; dall'altro invece un secondo gruppo formato da persone per lo più anziane che non hanno beneficiato delle medesime politiche sociali

#### **4.4 Cecità e condizione professionale**

Al momento del rilevamento 2013 gli individui inoccupati erano 197 mila, pari al 60% del totale, a fronte dei 323 mila, equivalenti all'89% del totale, rilevati nel 2005. La maggioranza di coloro lavorativamente attivi trova occupazione nei quadri direttivi o come impiegato o si ritrova a coprire mansioni di operaio o apprendista. Nonostante un elevato numero di individui inoccupati, che non deve certo sorprendere tenendo presente che si tratta di un segmento di popolazione con disabilità composto per oltre il 60% da individui anziani con un basso livello di istruzione, il 18% degli individui occupati è impiegato all'interno dei quadri dirigenziali, è Imprenditore o Libero Professionista.

**Tabella 18** Persone con disabilità visiva e Condizione Professionale. Valori in migliaia. (ISTAT, 2015)

CONDIZIONE PROFESSIONALE					
Occupati	Dirigenti, Imprenditori, Liberi professionisti	Quadri direttivi, Impiegati	Operai, Apprendisti	Lavoratori in proprio, Coadiuvanti, Co.Co.Co Prestazioni Occasionali	Nuova occupazione
22	4	9	7	2	5

CONDIZIONE PROFESSIONALE					
Prima Occupazione	Casalinga	Studente	Ritirati dal Lavoro	Inabili al lavoro	Altra condizione
1	89	3	166	26	7

Rispetto al 2005 nel 2013 risultano fortemente diminuiti per numero coloro dichiarati Inabili al Lavoro, mentre è salito il numero delle casalinghe e dei ritirati dal lavoro, a ulteriore conferma del progressivo invecchiamento di questo segmento della popolazione.

**Tabella 19** Persone con disabilità visiva e Condizione Professionale. Valori in migliaia. (ISTAT, 2005)

CONDIZIONE PROFESSIONALE					
Occupati	Dirigenti, Imprenditori, Liberi professionisti	Quadri direttivi, Impiegati	Operai, Apprendisti	Lavoratori in proprio, Coadiuvanti, Co.Co.Co Prestazioni Occasionali	Nuova occupazione
39	7	13	11	8	6

CONDIZIONE PROFESSIONALE					
Prima Occupazione	Casalinga	Studente	Ritirati dal Lavoro	Inabili al lavoro	Altra condizione
4	60	2	149	70	26

#### 4.5 Integrazione sociale e persone con disabilità visiva

Da alcune indagini condotte nel mondo della disabilità nel suo complesso da parte di ISTAT e soprattutto grazie all'indagine campionaria condotta dal C.I.R.M. Al fine di meglio valutare il grado di integrazione sociale e ricavare dati circa le abitudini degli individui con disabilità visiva si presterà attenzione a indicatori riguardanti la fruizione e l'impiego del tempo libero, infine si cercherà di delineare alcuni profili ideali rappresentativi delle diverse tipologie di individui con disabilità visiva.

L'indagine C.I.R.M. è stata condotta su di un campione di 1283 individui, di cui 703 membri di U.I.C.I., a fronte di un totale di 70000 iscritti complessivi, e 580 non iscritti, il campione si compone di 666 individui di sesso maschile e 617 individui di sesso femminile, i soggetti dichiaratisi completamente privi della vista ammontano a 978 a fronte di 288 individui che ancora conservano un residuo visivo.

**Tabella 20** Distribuzione campione per Genere, Fasce d'Età, Livello di Istruzione, Iscrizione a U.I.C.I. (CIRM, 2003)

	ISCRITTI U.I.C.I.		NON ISCRITTI		Totale	
	Valori Percentuali	Valori Assoluti	Valori Percentuali	Valori Assoluti	V.P.	V.A.
Maschi	55,3 %	388	47,9 %	278	51,9 %	666
Femmine	44,7 %	315	52,1 %	302	48,1 %	617
	ISCRITTI U.I.C.I.		NON ISCRITTI		Totale	
Fasce d'Età	Valori Percentuali	Valori Assoluti	Valori Percentuali	Valori Assoluti	V.P.	V.A.
15-44 anni	39,4 %	277	36,1 %	209	37,8 %	486
45-64 anni	39,4 %	277	26,8 %	155	33,7 %	432
Oltre i 64 anni	21,2 %	149	37,1 %	216	28,5 %	365
	ISCRITTI U.I.C.I.		NON ISCRITTI		Totale	
Titolo di Studio	Valori Percentuali	Valori Assoluti	Valori Percentuali	Valori Assoluti	V.P.	V.A.
Elementari – Medie inferiori	43,0 %	303	58,3 %	338	49,9 %	641
Media superiore	46,7 %	328	36,6 %	213	42,2 %	541
Laurea o diplomi post-laurea	10,3 %	72	5,1 %	29	7,9 %	101

Il campione degli intervistati non sembra ricalcare idealmente la struttura demografica della popolazione delineata in precedenza, infatti se nella popolazione con disabilità visiva si riscontra una maggioranza di individui di sesso femminile, gli individui coinvolti nel rilevamento C.I.R.M. sono per il 51% di sesso femminile, inoltre osservando la distribuzione per Fasce d'Età il campione appare del tutto sbilanciato a favore delle Fasce d'Età inferiori ai 65 anni di età. Per quanto riguarda invece il Livello di Istruzione la Tabella 10 sembra confermare a grandi linee quanto riscontrato in precedenza, con una prevalenza di individui in possesso di titoli di istruzione primari o inferiori. Il Livello di Istruzione risulta in genere superiore per gli individui membri di U.I.C.I., in particolare la percentuale di coloro che al momento del rilevamento ha dichiarato di essere in possesso di titoli di studio equipollenti o superiori al diploma di laurea o post laurea è pressoché doppia rispetto a quella degli individui non iscritti.

Uno dei motivi di maggior interesse circa il rilevamento condotto da C.I.R.M. riguarda il coinvolgimento diretto di persone ipovedenti, come illustrato nella tabella 12.

**Tabella 21** Distribuzione del campione in base al Grado di Disabilità Visiva e Iscrizione U.I.C.I. (CIRM, 2003)

	ISCRITTI U.I.C.I.		NON ISCRITTI		TOTALE	
	V.P.	V.A.	V.P.	V.A.	V.P.	V.A.
<b>Ciechi Totali</b>	67,4 %	473	44,8 %	260	57,1 %	733
<b>Ciechi ventesimisti</b>	18,4 %	129	20 %	116	19,2 %	245
<b>ipovedente medio grave</b>	7,4 %	53	11,2 %	65	9,2 %	118
<b>ipovedente medio lieve</b>	5,1 %	36	23,1 %	134	13,2 %	170
<b>Non risponde</b>	1,7 %	12	0,9 %	5	1,3 %	17

In particolare gli individui ipovedenti sono 288 pari al 22,4% del campione complessivo, cifra che tuttavia non riesce a tenere in conto la prevalenza statistica degli individui ipovedenti in seno alla popolazione affetta da disabilità visiva in relazione ai quali, si ricorda, non esistono rilevamenti accurati ma soltanto stime più o meno precise. La maggioranza degli individui ipovedenti che hanno preso parte al rilevamento C.I.R.M., pari al 69% del totale, non sono iscritti a U.I.C.I.; al contrario gli individui classificatisi come Ciechi risultano la maggioranza del campione totale, con una prevalenza più netta rilevata tra i membri U.I.C.I., dato questo che rivela come probabilmente gli individui che hanno completamente perso l'uso della vista siano più propensi a iscriversi a U.I.C.I.

Gli intervistatori hanno chiesto a tutti i 1283 individui di fornire informazioni circa il ruolo ricoperto all'interno del proprio nucleo familiare, l'amministrazione delle risorse economiche personali, il grado di autonomia nella cura della propria persona, il grado di indipendenza nelle attività quotidiane, le attività d'impegno sociale e civile, i propri rapporti sociali, il proprio grado di mobilità, la partecipazione a corsi di formazione, l'utilizzo delle tecnologie, la fruizione del tempo libero etc.

Dall'elaborazione dei dati forniti dai partecipanti i ricercatori sono stati in grado di elaborare profili più o meno ideali degli italiani con disabilità visiva. Nella determinazione di tali gruppi la discriminante decisiva è stata ancora una volta quella dell'età. L'analisi dei risultati ha infatti mostrato come all'interno della popolazione non-vedente ed ipovedente sia possibile estrapolare essenzialmente due gruppi di individui: i *depressi*<sup>67</sup> e i *vitalisti*, un'ulteriore suddivisione in due gruppi è possibile per il gruppo definito dei *vitalisti*, adottando come discriminante il grado di autonomia nello svolgimento delle attività quotidiane o l'utilizzo delle tecnologie.

Il gruppo dei *depressi*, pari al 27,8% del campione considerato, è caratterizzato in genere da individui anziani con un elevato deficit visivo, per lo più di sesso femminile e non iscritti a

<sup>67</sup> Enfasi nell'originale (cfr., CIRM, 2003).

U.I.C.I., il loro grado di autonomia ed indipendenza è pressoché nullo e risulta prevalente un senso di sfiducia e disinteresse nei confronti di quella che è la realtà esterna. Al contrario il gruppo dei *vitalisti* è composto da individui più giovani per lo più ipovedenti contraddistinti da un elevato grado di autonomia e indipendenza, guardano con favore e ottimismo alla realtà che li circonda e rappresentano complessivamente il 72,2% del campione.

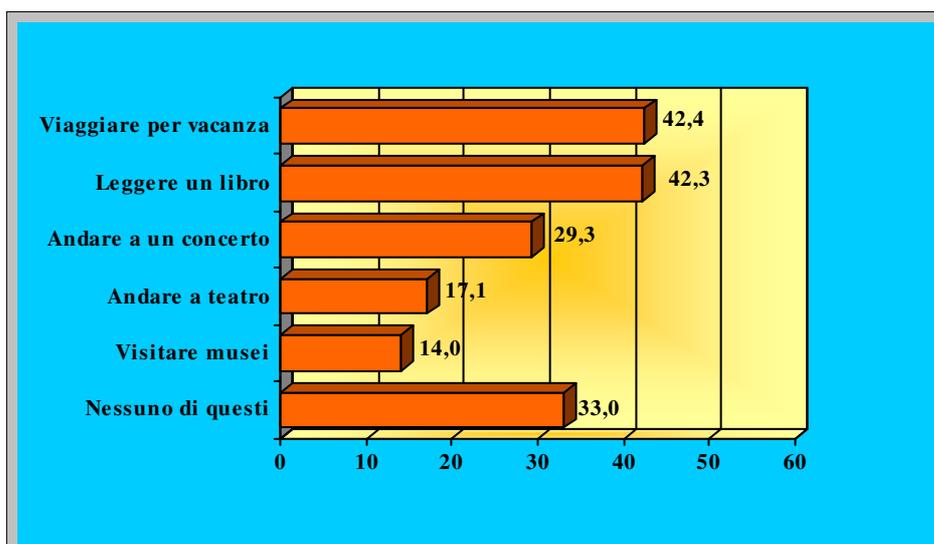
Dall'analisi dei dati raccolti circa le relazioni sociali emerge che il 42,9% degli individui intervistati predilige trascorrere il proprio tempo all'interno di gruppi misti composti da persone vedenti e non-vedenti, con punte del 53% se si prende in considerazione il solo gruppo dei *vitalisti*. Complessivamente il 12,3% del totale degli individui preferisce trascorrere il tempo da solo, con punte del 32,8% nel gruppo dei *depressi*. Si registra poi un disinteresse trasversale per quel che riguarda il voler trascorrere il proprio tempo libero all'interno di gruppi formati da soli non-vedenti.

Per quanto riguarda il tempo libero, le indagini più generali riferibili al campo della disabilità nel suo complesso ci dicono che le abitudini di fruizione non si discostano da quelle registrate per la popolazione nel suo complesso. In riferimento alla televisione il 90,1% della popolazione disabile ha dichiarato di guardarla o ascoltarla tutti i giorni. Per quanto riguarda la musica e la radio vengono utilizzate dal 70% degli individui disabili, con percentuali di utilizzo maggiori tra individui giovani con un più alto titolo di istruzione, in generale non si registrano differenze significative discriminando il campione in base al tipo di disabilità, eccezion fatta per sordi e sordo-muti. Nel suo complesso la popolazione disabile fruisce in maniera minore rispetto al resto della popolazione di intrattenimenti quali cinema, musei, spettacoli etc. e la fruizione di queste forme di intrattenimento diminuisce al crescere dell'età e risulta inferiore al Sud e tra le persone con un titolo di istruzione basso (cfr. ISTAT, 2015).

Per quanto concerne l'utilizzo delle tecnologie e del personal computer in particolare si riscontrano trend simili a quelli registrati circa la fruizione dell'offerta culturale: il maggior numero di utilizzatori si registra tra individui giovani con un più elevato grado di istruzione, dato questo del tutto simile a quello relativo alla popolazione italiana nel suo complesso. Se si confronta la percentuale di fruitori di tecnologia e la si paragona ai dati riscontrati per la popolazione nel suo complesso il numero di utilizzatori di tecnologie all'interno della popolazione disabile risulta di gran lunga inferiore: 27,4 % contro 46,9 %.

Nel caso particolare del fenomeno della cecità, non-vedenti e gli ipovedenti si dimostrano grandi consumatori di entertainment. I dati raccolti, rispetto al campione considerato nello studio del CIRM, 2003 sono riassunti in Figura 1.

**Figura 1** Attività svolte nel corso dell'ultimo anno precedente alla rilevazione. Valori in percentuale. (CIRM, 2003)



I viaggi per vacanze e la lettura di libri sono indicate tra le attività preferite. Seguono più staccate andare ad un concerto 29,3%, e sotto al 20% recarsi a teatro o musei. Il 33% degli intervistati non ha svolto alcuna delle attività indicate. Dai dati reperiti non è possibile classificare i risultati relativi alla fruizione del tempo libero in base alle fasce d'età, a tal proposito è curioso notare come la percentuale dei partecipanti all'indagine che hanno oltre i 64 anni di età, 28,5 % sia di pochi punti percentuali inferiore alla percentuale di coloro che hanno detto di non aver svolto alcuna attività. Si noti poi come la percentuale di coloro che hanno oltre 64 anni coincida quasi perfettamente con la percentuale registrata per il gruppo degli individui definiti come *depressi*, pari al 27,8 % del totale.

Per quanto concerne il rapporto con i mass-media si registrano i seguenti risultati.

**Tabella 22** Frequenza con cui si svolgono le attività indicate. (CIRM, 2003)

	TUTTI I GIORNI	3/4 VOLTE ALLA SETTIMANA	1/2 VOLTE ALLA SETTIMANA	PIU' RARAMENTE	MAI
<i>Ascoltare la radio</i>	66,3	16,5	6,6	5,3	5,0
<i>Guardare la Tv</i>	62,5	13,6	5,5	7,1	11,1
<i>Ascoltare musica</i>	57,2	18,6	9,3	7,7	7,0
<i>Andare al cinema</i>	1,1	1,1	5,8	32,0	59,6

Il campione interpellato, dunque, si mostra amante della musica della radio e della televisione, attività che è possibile svolgere all'interno della propria casa, senza dover affrontare problemi legati alla mobilità. Per quanto riguarda l'andare al cinema, nonostante si registrino basse frequenze settimanali, risulta un'attività svolta dal 40% degli intervistati; se si confronta questo dato con quello relativo all'andare a teatro o a concerti il cinema si dimostra di gran lunga come l'attività preferita. Complessivamente nonostante gli evidenti problemi di mobilità e spostamento che essa pone, l'attività preferita risulta essere il viaggio per vacanze.

Un ulteriore indicatore che la ricerca del C.I.R.M. fornisce, utile a valutare il grado di integrazione e indipendenza del campione è quello relativo alla frequenza di utilizzo dei mezzi di trasporto. Per quanto riguarda gli spostamenti a lungo raggio svolti in autonomia il 24% degli intervistati, pari a 308 individui, nell'anno precedente alla rilevazione ha compiuto viaggi di oltre 100 Km, utilizzando per lo più mezzi di trasporto pubblico. Il mezzo di trasporto privilegiato è stato il treno utilizzato nel 15% dei casi. Per quanto riguarda gli spostamenti all'interno dell'area urbana nel 47% dei casi i vengono utilizzati i mezzi pubblici, con il 22,6% degli intervistati che li utilizza quotidianamente. Per quanto concerne la mobilità le punte massime di utilizzo dei mezzi pubblici per spostamenti a breve o a lungo raggio si registrano tra i giovani 72%, con una prevalenza tra gli individui di sesso maschile; al contrario l'88% degli individui con oltre 64 anni non utilizza mai mezzi di trasporto pubblico.

Per quanto riguarda invece l'utilizzo delle tecnologie, quali telefoni cellulari, computer etc. le incidenze registrate sono simili, se non leggermente superiori, a quelle riscontrate nel resto della popolazione italiana; lo stesso dicasi per Internet, utilizzato regolarmente da circa il 28% degli intervistati, principalmente per inviare e ricevere mail, interrogare banche dati e in maniera nettamente inferiore per altre attività.

Al campione interpellato dal C.I.R.M. è stato chiesto in quale misura, chi non aveva un lavoro, fosse motivato nella ricerca di una nuova/prima occupazione e quanto fosse eventualmente interessato ad investire risorse economiche proprie in corsi di formazione. Ancora una volta il fattore età delinea una divisione tra due gruppi distinti: il primo motivato ed interessato a trovare una occupazione e disposto ad investire nella propria formazione professionale, il secondo composto in massima parte da individui di oltre 45 anni poco interessato alla ricerca di un'occupazione e non disposto ad investire nella propria formazione.

Dai dati reperiti è dunque possibile tracciare due distinti profili di non-vedenti e ipovedenti. Un primo gruppo contraddistinto da età più giovane, livelli di istruzione più elevati, formato in larga parte da individui ipovedenti o non-vedenti fin dalla gioventù. Gli individui di questo

gruppo, definito dei *vitalisti* dai ricercatori, risiedono per lo più nelle regioni centro settentrionali e sono maggiormente inseriti all'interno del tessuto sociale, sono fruitori di intrattenimento e hanno un buon rapporto con i mass-media e le tecnologie, sono generalmente occupati e aperti a occasioni di crescita professionale e personale. Presentano un elevato grado di autonomia, sono infatti in grado di effettuare la spesa da soli, utilizzano i mezzi pubblici ed in complesso rappresentano una parte vitale della società. Infatti le percentuali di utilizzo di tecnologie quali telefoni cellulari, personal computer e internet sono vicine a quelle registrate per il resto della popolazione.

Il secondo gruppo delineato invece si compone in massima parte da individui di oltre 64 anni, con una preponderanza di individui femmine, divenuti ipovedenti o non-vedenti in tarda età. Si registrano bassi livelli di autonomia e scarsissimo interesse rispetto alla realtà circostante.

In conclusione quindi gli individui non-vedenti ed ipovedenti sono individui in età avanzata, con un buon grado di istruzione, che abitano preferibilmente in comuni e città di medie dimensioni. Si registra una prevalenza di individui ipovedenti, nonostante il fenomeno cecità sia in netto calo grazie alle politiche di prevenzione e al progresso tecnologico, lo stesso non può dirsi per il fenomeno ipovisione. Dal punto di vista dell'inserimento sociale si registrano notevoli passi in avanti soprattutto tra gli individui più giovani, più coinvolti dalle istituzioni scolastiche e più propensi a trovare un'occupazione ed investire nella propria formazione professionale. Il fattore età sembra costruire una discriminante fondamentale per quanto riguarda la fruizione dell'offerta culturale e dei mass-media più frequente negli individui al di sotto dei 64 anni. Allo stesso modo il livello di istruzione è più elevato presso gli individui più giovani.

## Capitolo 5.

### Stato dell'arte degli studi sull'Audiodescrizione (AD)

Nel presente capitolo si cercherà di delineare l'evoluzione della ricerca afferente al servizio di Audiodescrizione (AD), in considerazione dei metodi di ricerca applicati nel presente progetto un'attenzione particolare verrà dedicata ai *Reception Studies* e agli studi sulle abitudini di consumo di prodotti audiovisivi del pubblico non-vedente o ipovedente.

#### 5.1 Un approccio multidisciplinare

Come illustrato nel capitolo relativo allo sviluppo del servizio di AD, il primo approccio scientifico che portò alla luce e definì il concetto stesso di audiodescrizione è rinvenibile nella tesi di laurea *The autobiography of Miss Jane Pitman: An all-audio adaptation of the teleplay for the blind and visually handicapped* presentata nel 1975 presso la State University di San Francisco da Gregory T. Frazier. L'autore, intuendo le potenzialità delle brevi descrizioni sussurrate all'orecchio di un amico non-vedente durante la visione del film *High Noon* (F. Zinnemann, 1952), cercò di stabilire i parametri e i concetti normativi alla base dell'audiodescrizione dedicandosi successivamente al perfezionamento e alla diffusione del servizio (PEREGO, 2014).

Nonostante la nascita del servizio di AD sia appunto avvenuta oltre oceano, negli ultimi dieci anni gran parte degli studi, accademici e istituzionali, sono stati sviluppati in Europa nel contesto della traduzione audiovisiva, ambito di ricerca sempre più in espansione a causa del proliferare di migliaia di prodotti che combinano appunto il canale visivo e il canale uditivo per creare un significato olistico che il fruitore si trova a dover interpretare (BOGUCKI, 2013, p. 14). L'incorporazione all'interno di questo ambito di ricerca di concetti quali quello di inclusione sociale, inteso come partecipazione attiva alla vita della comunità, e accessibilità, inteso in termini di possibilità di fruire del prodotto da parte di coloro che normalmente ne sarebbero esclusi, ha attirato l'interesse di accademici provenienti da campi tra loro diversi su forme di traduzioni socialmente utili dando impulso a tecniche quali la sottotitolazione per non-udenti e l'audiodescrizione per non-vedenti (PEREGO, 2014).

Soprattutto in riferimento all'AD sembra opportuno notare come l'interesse scientifico sia sorto solo dopo molti anni che associazioni di riferimento e professionisti avevano tentato, con maggior o minor successo, di dare avvio al servizio. I principali studi ad oggi disponibili sono stati sviluppati per lo più in quei paesi dove storicamente il servizio di AD aveva già preso piede, essenzialmente Regno Unito, Spagna, Germania a cui seguono gli studi condotti in Belgio, Polonia e Italia. Il campo di studi sull'AD continua a essere arricchito da nuovi apporti provenienti da campi disciplinari diversi tra loro che hanno dato vita a studi di tipo descrittivo, altri che si concentrano sull'analisi dello stato dell'arte dell'AD in determinati paesi. Ulteriori studi inoltre analizzano le linee guide elaborate in precedenza da professionisti e associazioni di riferimento, affiancati da altri che esaminano il concetto di AD come forma di traduzione, mentre altri ancora si sono interessati alle traduzioni interlinguistiche di audiodescrizioni. Altri studi si sono occupati di indagare le caratteristiche linguistiche, paralinguistiche e testuali, applicando tecniche di indagine sui corpora finalizzate all'analisi lessicale e fraseologica del linguaggio impiegato. Di sicuro interesse sono inoltre gli studi che hanno tentato un nuovo approccio impiegando sistemi per il tracciamento oculare nel tentativo di aprire la strada a nuove strategie per la produzione di film integrati da audiodescrizione (cfr. PEREGO, 2014, pp.18-20).

A fianco di questo tipo di studi ne esistono poi di ulteriori che hanno coinvolto più direttamente gli utenti di destinazione del servizio di AD per testarne l'effettiva usabilità ed efficacia con l'intento di verificare la qualità percepita. Se gli studi a cui si è accennato sopra hanno adottato un approccio dall'*alto* finalizzato a descrivere e successivamente proporre soluzioni e strategie alternative a quelle già esistenti, gli studi che verranno analizzati di seguito hanno adottato invece un approccio dal *basso*, coinvolgendo gli spettatori cui viene destinato il servizio in una fase di valutazione. In considerazione delle molteplici implicazioni determinate dall'eterogeneità delle persone con disabilità visiva la fase di valutazione della qualità percepita appare quindi come un momento fondamentale per determinare l'effettiva utilità del servizio. Il concetto stesso di qualità poi, secondo quanto asserito dall'International Organisation for Standardization (ISO) attraverso la norma *UNI EN ISO 9000*, è da intendersi come “*il grado in cui un insieme di caratteristiche intrinseche soddisfa le esigenze o aspettative del cliente*” (cfr. UNI EN ISO 9000), risultando quindi strettamente legato alla soddisfazione di quest'ultimo e applicabile a prodotti e servizi indipendentemente dalla loro natura (CHMIEL, MAZUR, 2012). I *Reception Studies* condotti fino ad oggi possono essere suddivisi in 2 gruppi principali. Da un lato è possibile identificare un primo gruppo di studi condotti a livello istituzionale che hanno

potuto contare su una maggiore disponibilità di fondi, un campione numeroso di partecipanti e la collaborazione diretta e attiva tra organi governativi, emittenti televisive e associazioni a tutela delle persone con disabilità visiva, (*AUDETEL 1996; DTV4ALL 2010; BOLLYWOOD4ALL 2009; RAI S., 2011; OFCOM 2009; FREEMAN & LESSITER, 2010*); dall'altro lato invece sono stati sviluppati studi e progetti di ricerca in seno a istituzioni accademiche che hanno indagato singoli e specifici aspetti dell'AD, potendo fare affidamento però su una minore disponibilità di fondi e soprattutto su una base di partecipanti più ristretta, (*BRANJE & FELLS 2012; CHAPDELAIN 2010; CABEZA-CACERES 2010; FELLS, UDO, DIAMOND & DIAMOND 2006; FRESNO 2012; FRYER 2010; FRYER & FREEMAN 2012a, 2012b; FRYER, PRING & FREEMAN 2012; IGAREDA & MATAMALA 2012; ORERO 2008; IGLESIAS FERNANDEZ 2010; PELI, FINE & PISANO 1994; PELI, FINE & LABIANCA 1996; RICCIO 2007; SCHMEIDLER & KIRCHNER 2001*). All'interno di questo secondo gruppo, a fianco di studi che hanno applicato le tradizionali metodologie qualitative o quantitative di raccolta dati, quali questionari, *Focus Group* e interviste, ve ne sono alcuni che importano tecnologie e concetti offerti dalle neuroscienze cercando, ad esempio, di valutare le reazioni inconsce degli utenti impiegando tecniche quali la termografia o il questionario *ITC-Sense of Presence-Inventory* in grado di misurare, secondo quanto riportato dagli autori, la sensazione di ritrovarsi all'interno della realtà rappresentata dalla piattaforma utilizzata (cfr. *FREEMAN & LESSITIER, 2001*), in altri termini in grado di rilevare il grado di *Sospensione dell'Incredulità* provato dai soggetti, secondo un'altra definizione del concetto elaborata da Slater & Uso (*SLATER, USOH & STEED, 1994*).

Infine, nonostante il servizio di AD vanti ormai oltre 20 anni di vita e nonostante l'eterogeneità del pubblico di riferimento non esistono studi recenti circa le abitudini di utilizzo del servizio o prodotti audiovisivi da parte di spettatori con disabilità. È tuttavia possibile ritrovare alcuni dati che, seppur datati, illustrano idealmente alcune tendenze comuni e ricorrenti nel tempo. L'unico studio rinvenuto esclusivamente diretto alla rilevazione delle abitudini di consumo di prodotti audiovisivi da parte del pubblico con disabilità visiva è rappresentato da *Who's Watching? A Profile of the Blind and Visually Impaired Audience for Television and Video 1997*, condotto negli Stati Uniti su commissione di American Foundation of the Blind (AFB), ulteriori dati sono presenti anche all'interno del progetto *AUDETEL* e in *PETRE 2005*; mentre per quanto riguarda le abitudini di utilizzo del servizio di AD è possibile trovare ulteriori informazioni in *OFCOM, 2009a*.

## 5.2 I *Reception Studies*

I primi *Reception Studies* nel campo dell'AD furono effettuati nel 1993 negli Stati Uniti dove Katz e Turcotte, studenti vedenti di optometria, testarono l'influenza esercitata dal servizio di AD in riferimento alla comprensione del testo audiovisivo. Gli autori dello studio, realizzato tuttavia senza il coinvolgimento di persone con disabilità visiva, indossarono occhiali speciali per simulare condizioni simili a quelli del pubblico di riferimento e si sottoposero alla visione di materiale audiovisivo, i dati raccolti evidenziarono una comprensione maggiore dei contenuti posto che questi fossero integrati dal servizio di AD (cfr. SCHMEIDLER & KIRCHNER, 2001). Nello stesso anno in Inghilterra, nell'ambito del progetto *AUDETTEL*, fu condotto un esperimento simile ma rivolto a spettatori anziani vedenti, finalizzato da un lato a testare gli effetti esercitati dal servizio sulla comprensione e dall'altro a verificare se il medesimo potesse essere causa di distrazione per gli spettatori. I risultati raccolti dimostrarono che il servizio non era fonte di distrazione e, in certa misura, garantiva una maggiore comprensione delle informazioni veicolate dal materiale visionato, quantomeno in riferimento all'identificazione e descrizione dei personaggi e delle ambientazioni (cfr. PELI & LABIANCA, 1996). Nel 1994 negli Stati Uniti, in seguito all'interesse riscontrato presso gli utenti del Descriptive Video Service per i documentari a carattere scientifico rilevato grazie a un'indagine condotta in precedenza, AFB commissionò uno studio per valutare l'impatto del servizio di AD a integrazione di programmi a sfondo scientifico sviluppato con la partecipazione di 111 soggetti certificati non-vedenti o ipovedenti. I dati rilevati confermarono quanto già riscontrato dai rilevamenti precedenti, gli autori tuttavia non riscontrarono alcun legame specifico tra le caratteristiche socio-demografiche del gruppo dei partecipanti, composto appunto da 111 individui non-vedenti e ipovedenti di entrambi i sessi compresi nell'intervallo di età 20 – 89 anni, e i livelli di comprensione e gradimento rilevati, a differenza di quanto si illustrerà in seguito relativamente al progetto *AUDETTEL*. In riferimento ai benefici psicologici i partecipanti riportarono da un lato come il servizio di AD rendesse i programmi più interessanti, maggiormente informativi e più gradevoli, mentre dall'altro affermarono di essere maggiormente a proprio agio qualora si fosse presentata l'occasione di affrontare una discussione relativa al programma con persone vedenti (cfr. SCHMEIDLER & KIRCHNER, 2001b).

In riferimento alla possibilità di integrare il servizio di AD all'interno di contesti educativi, e in considerazione della già comprovata capacità del servizio di rendere accessibili un maggior

numero di informazioni, Audiovision Institute sotto la guida di Frazier condusse uno studio che ne comprovò ulteriormente l'efficacia come strumento per l'accessibilità e l'inclusione. Gli autori dello studio rilevarono come gli studenti con disabilità visiva fossero in grado di ottenere risultati simili a quelli degli studenti vedenti, a condizione che il materiale audiovisivo fosse integrato dal servizio, il gruppo di controllo formato da studenti con disabilità visiva ed esposto alla visione del medesimo materiale privo però del servizio di AD riportò risultati del tutto inferiori (cfr. SCHMEIDLER & KIRCHNER, 2001a). Un successivo studio condotto ancora negli Stati Uniti nel 1996 cercò di approcciare l'analisi della qualità del servizio di AD indagando il rapporto sussistente tra le informazioni riguardanti il canale visivo fornite dall'audiodescrizione stessa, le informazioni deducibili dal solo canale audio e la capacità visiva residua degli spettatori ipovedenti. I risultati raccolti, illustrarono in PELI & LABIANCA, 1996, misero in evidenza come in alcuni casi le informazioni contenute nell'AD risultassero deducibili dalla colonna sonora o ricavabili grazie alla capacità visiva residua creando di conseguenza un effetto ridondante. Nonostante l'approccio proposto fosse da considerarsi innovativo e abbia aperto la strada ad indagini focalizzate sul rapporto che si instaura tra il servizio di AD e il testo audiovisivo, ripreso successivamente anche da altri autori, in particolare si vedano REMAEL, 2010; e VAN der HEIJDEN, 2007, il mancato coinvolgimento di spettatori non-vedenti e il numero ristretto dei partecipanti, 29 individui ipovedenti di età superiore ai 55 anni, ha lasciato aperto numerosi interrogativi soprattutto in riferimento al rapporto che si instaura tra la colonna sonora originale del testo audiovisivo e la colonna sonora dell'audiodescrizione, tralasciando di prendere in considerazione l'eterogeneità implicitamente insita nel potenziale pubblico di riferimento. Da un punto di vista strettamente collegato alla traduzione lo studio, pur confermando l'efficacia del servizio nel rendere accessibili informazioni dalle quali gli spettatori con disabilità visiva sarebbero altrimenti esclusi, evidenzia i limiti del servizio stesso che, al pari di ogni altra forma di traduzione, non può sperare di raggiungere la qualità dell'originale (cfr. pp. 98-99, BOGUCKI, 2013).

### **5.3 Gli studi sulle abitudini di consumo di prodotti audiovisivi del pubblico con disabilità visiva condotti negli Stati Uniti**

Un ulteriore punto di interesse dello studio illustrato in PELI & LABIANCA, 1996 è costituito dai dati riferibili alle abitudini di consumo di prodotti di audiovisivi integrati o meno dal

servizio di AD. Nello specifico gli autori replicano risultati del tutto simili a quelli già rilevati in altri studi, in particolare si vedano BERKOWITZ et AL, 1979, CRONIN & KING, 1990, JOSEPHSON, 1968, rilevando tassi di utilizzo di prodotti audiovisivi da parte di persone con disabilità visiva del tutto in linea con quelli rilevati presso il resto della popolazione, se non addirittura superiori. Lo studio condotto nel 1996 da AFB riportata alcuni dati sulle abitudini di utilizzo della piattaforma televisiva rilevati all'interno del campione di 111 individui intervistati nell'ambito dello studio da loro condotto. In particolare il 95% degli intervistati riportò di utilizzare la televisione indipendentemente dalla presenza o meno del servizio di AD, il 67% dei soggetti inoltre riferì di utilizzare prodotti audiovisivi perlopiù senza la compagnia o assistenza di amici vedenti nonostante l'ovvia frustrazione derivata dalla mancata percezione delle informazioni veicolate attraverso il canale visivo. In riferimento alle ore settimanali dedicate all'utilizzo di prodotti audiovisivi il 75% percento dei soggetti riportò di dedicare dalle 5 alle 30 ore settimanali a questa attività, mentre il restante 20% si attestò su livelli ancora maggiori. In riferimento invece all'utilizzo di prodotti audiovisivi accessibili nonostante l'89% degli intervistati avesse riportato di essere a conoscenza dell'esistenza del servizio, il 51% affermò di non utilizzarlo mai. Tra coloro che avevano avuto modo di testarlo tuttavia non furono riscontrate alte percentuali d'uso, con il 78% dei partecipanti che riportarono di avere un'esperienza di utilizzo del servizio assai limitata (SCHMEIDLER & KIRCHNER, 1996).

Un ulteriore studio senza dubbio più dettagliato circa la frequenza e le abitudini di consumo di prodotti audiovisivi è rappresentato, come ricordato in precedenza, da *Who's Watching? A Profile of the Blind and Visually Impaired Audience for Television and Video* (Packer & Kirchner 1997) realizzato su commissione di AFB. Si premette che se da un lato i dati presentati risultano ormai datati al punto da ritenere non opportuno scendere in un'analisi dettagliata, dall'altro è altrettanto vero che illustrano tendenze e similarità già riscontrate in passato, tanto da ritenere lecito ipotizzarle anche per il futuro.

L'indagine condotta attinge da tre diversi rilevamenti. I primi due sono stati condotti da AFB coinvolgendo oltre 1300 soggetti di entrambi i sessi con diversi gradi di disabilità visiva, istruzione ed età finalizzati alla valutazione, da un lato, del rapporto tra gli intervistati e la televisione e dall'altro a indagare la frequenza di utilizzo di prodotti integrati da audiodescrizione, il terzo rilevamento infine è costituito dai dati riconducibili all'intera popolazione statunitense. Gli autori inoltre hanno integrato le informazioni in proprio possesso con i dati contenuti in alcuni studi indipendenti condotti da *Nielsen Media Research*, per *Narrative Television Network – NTN*, e *Roper Starch Worldwide, Inc.*, sulle abitudini di

consumo dell'intera popolazione, entrambi questi studi non sono stati pubblicati. Per quanto riguarda i rilevamenti condotti da AFB, gli autori del primo studio hanno intervistato un campione di 417 individui rappresentativo dell'intera popolazione con disabilità visiva statunitense, composto al 20% da individui completamente privi della vista, 35% individui ipovedenti medio gravi e 44% di ipovedenti lievi. La maggior parte degli intervistati si attesta nella fascia di età 45 – 54 anni, per quanto riguarda il genere il 78% dei soggetti è di sesso femminile e il 22% di sesso maschile. Per quanto riguarda il secondo rilevamento i soggetti intervistati sono stati selezionati attraverso la mailing list del Descriptive Video Service – DVS, uno dei maggiori fornitori di prodotti audiovisivi integrati dal servizio di audioescrizione. Il campione degli intervistati composto interamente da utilizzatori esperti del servizio, a differenza dei soggetti del primo rilevamento, si compone di 884 individui, di cui il 43% privo di qualsiasi residuo visivo, 30% di ipovedenti medio gravi e il 27% di ipovedenti lievi. La maggior parte degli individui si colloca nella fascia di età 55 – 64 anni, per quanto riguarda il genere il 58% dei soggetti è di sesso femminile e il 42% di sesso maschile. Non sono invece disponibili dati riguardanti la composizione demografica dei campioni oggetto di indagine delle altre fonti menzionate all'interno dello studio.

In generale dalla comparazione dei dati emerse come le abitudini di consumo di prodotti audiovisivi da parte del pubblico con disabilità visiva non si discostavano da quelle rilevate per il resto della popolazione. Valori del tutto simili tra i due gruppi furono rilevati rispetto al possesso di mezzi e tecnologie finalizzate alla visione di programmi televisivi, quali ad esempio televisioni, ricevitori, videoregistratori e abbonamenti a televisioni via cavo, inoltre la frequenza di possesso e utilizzo di computer e ricorso a internet non evidenziò alcuna differenza sostanziale. I dati raccolti da AFB in riferimento al numero di ore dedicato alla fruizione di programmi televisivi privi del servizio di AD inoltre trovarono conferma in quelli raccolti da *Nielsen* per NTN, rilevando un valore medio di utilizzo pari a 30 ore settimanali, anche per quanto riguarda la frequenza di acquisto, noleggio e utilizzo di VHS i dati raccolti si rivelarono quasi del tutto sovrapponibili.

Un ulteriore elemento di forte interesse che più direttamente descrive le abitudini di consumo degli spettatori con disabilità visiva riguarda la descrizione delle strategie messe in atto durante la visione di un programma privo del servizio di AD. La maggioranza degli intervistati indicò come strategia primaria il ricorso a descrizioni elaborate sul momento da amici vedenti, indipendentemente dal grado di disabilità visiva dichiarato, tuttavia gli autori rilevarono anche come all'invecchiare dei soggetti la compagnia di un amico vedente divenisse un evento sempre

più sporadico e occasionale, i risultati dello studio condotto da *Nielsen* confermarono queste due tendenze principali. Altre soluzioni indicate comprendevano il sedersi più vicino allo schermo televisivo, il ricorso a uno schermo di dimensioni maggiori, a occhiali particolarmente potenti o lenti di ingrandimento, la registrazione dei programmi di interesse da rivedere in seguito con maggiore attenzione o con l'assistenza di una persona vedente e infine la regolazione del contrasto dell'immagine e dell'illuminazione della stanza.

In riferimento alla consapevolezza dell'esistenza del servizio di AD, gli autori riscontrarono bassi livelli di cognizione da parte degli intervistati nonostante il servizio fosse in essere dai primi anni ottanta, similmente *Nielsen* rilevò la medesima situazione, i pochi utilizzatori del servizio ribadirono i numerosi benefici sia a livello di comprensione che a livello psicologico, confermando così quanto rilevato dagli studi illustrati in precedenza. La fonte principale indicata circa l'esistenza del servizio fu il *passaparola*, mentre coloro che non utilizzavano il servizio nonostante ne fossero a conoscenza indicarono tra le motivazioni di un non utilizzo la convinzione di non averne bisogno, il reputare la descrizione fastidiosa o motivazioni psicologiche legate all'utilizzo di un servizio che gli ricordava costantemente la propria disabilità.

Per quanto riguarda le preferenze dei generi di prodotti audiovisivi da rendere accessibili i partecipanti indicarono una marcata preferenza per i film drammatici, comici, d'azione, di avventura e per i documentari, senza alcuna correlazione apparente con il grado di disabilità visiva dichiarato. Le variazioni rilevate in base al genere degli intervistati infine non si discostavano da quanto osservato nel resto della popolazione, con gli individui di genere maschile a esprimere una preferenza più alta rispetto alla controparte femminile per generi quali programmi sportivi, film d'azione e film erotici.

#### **5.4 Gli studi sulle abitudini di consumo di prodotti audiovisivi del pubblico con disabilità visiva condotti in Europa.**

Per quanto riguarda l'Europa il primo studio sistematico per l'implementazione del servizio di AD fu il progetto *AUDIO DESCRIBED TELEVISION (AUDETEL)* sviluppato tra il 1992 e il 1995 in Inghilterra da un consorzio formato da British Broadcasting Corporation (BBC), ITV Association, University of Manchester, Royal National Institute for the Blind (RNIB) e fornitori di infrastrutture e attrezzature per la trasmissione e ricezione televisiva alla cui guida si pose Independent Television Commission (ITC), oggi Office of Communications (OFCOM). Grazie

ai fondi europei erogati nell'ambito della direttiva *Technology Initiative for Disabled People (TIDE)* poterono essere esplorate diverse problematiche che spaziavano dagli aspetti più strettamente economici e tecnici, quali i costi di produzione, la qualità audio della trasmissione o l'usabilità dell'equipaggiamento necessario, a quelli artistici, in correlazione alle abitudini di consumo e alla qualità percepita dal pubblico di riferimento. Il progetto fu sviluppato su quattro diverse fasi impiegando metodi quantitativi e qualitativi per la raccolta dei dati. Durante la prima fase fu distribuito un questionario circa le abitudini di utilizzo di prodotti audiovisivi nel quale inoltre si chiedeva di identificare le difficoltà incontrate durante la visione di diversi generi di programmi; nel corso della seconda fase duecento soggetti di ogni età e con differenti grado di disabilità visiva furono coinvolti in alcune proiezioni sperimentali dove li si invitava ad esprimere la propria opinione circa spezzoni di film o programmi integrati da audiodescrizione. La terza fase vide la creazione di un *focus-group* per un'ulteriore e più approfondita disamina delle problematiche connesse alla qualità, mentre durante la quarta fase si diede avvio alla sperimentazione a livello nazionale del servizio di AD grazie a 140 speciali ricevitori installati nelle abitazioni di altrettante persone con disabilità visiva (OFCOM, 2000).

In riferimento alle abitudini di consumo del pubblico di riferimento a seguito di interviste effettuate su di un campione di persone con disabilità visiva, composto da 120 individui di cui il 70% di sesso femminile e il 30% di sesso maschile con il 90% dei soggetti di età oltre i 60 anni, riportano come il campione dedicasse una media di 23.9 ore settimanale alla fruizione di programmi televisivi, media questa ritenuta assolutamente in linea quella rilevata per il resto della popolazione che si attestava sulle 24.8 ore, confermando sostanzialmente quanto già rilevato negli Stati Uniti. Tuttavia tale tendenza non trovò conferma in relazione alle fasce d'età più anziane del resto popolazione inglese, se infatti in queste si registrava un aumento di circa il 40% delle ore dedicate alla visione di programmi televisivi lo stesso non accadeva all'interno del campione. I dati raccolti circa le ore dedicate ai diversi generi di prodotti audiovisivi evidenziarono tra gli individui non-vedenti una predilezione maggiore per programmi sportivi, documentari e film per il cinema, rispetto al resto della popolazione. Gli intervistati inoltre fornirono una classificazione dei diversi generi di prodotti audiovisivi in base alle difficoltà riscontrate durante la visione, al primo posto si attestarono i film seguiti da programmi sportivi e serie televisive, mentre documentari e programmi di intrattenimento erano ritenuti di più facile comprensione. L'indagine circa le aspettative del potenziale pubblico di riferimento approfondì inoltre le problematiche legate alla comprensione di quanto si stava vedendo, evidenziando diversi ostacoli che è possibile classificare in tre macro insiemi. Il primo insieme

raggruppa tutte quelle difficoltà ascrivibili alla dimensione visiva, il secondo quelle proprie della dimensione uditiva, infine sono individuate ulteriori problematiche implicite alla natura stessa del genere considerato. Le maggiori difficoltà riportate riguardano l'eventuale presenza di sottotitoli o altro testo sullo schermo, le scene prive di dialogo e/o ricche di effetti sonori difficilmente riconoscibili e infine la qualità audio stessa del servizio. A proposito di questi ultimi due aspetti si ricorda come proprio il riconoscimento degli effetti sonori e la qualità audio dei prodotti integrati dal servizio di AD sono stati oggetto di ulteriori indagini in considerazione dell'evidente importanza che la dimensione acustica riveste in ogni dimensione della vita delle persone con disabilità visiva e ancor più durante la fruizione di prodotti audiovisivi. Alla luce della struttura demografica della popolazione con disabilità visiva, composta principalmente da individui ipovedenti, gli autori inoltre hanno cercato di identificare la tipologia di informazioni che gli utenti ipovedenti erano in grado di percepire attraverso il residuo visivo. Tale rilevamento venne effettuato somministrando dieci domande volte a verificare se gli utenti fossero in grado di leggere sottotitoli, identificare personaggi o ambientazioni familiari e colori, seguire personaggi e oggetti in movimento o più semplicemente riconoscere i cambi di scena o determinare se il televisore fosse acceso o meno. Per quel che riguarda infine il gradimento mostrato dagli utenti per il servizio, i dati raccolti evidenziarono risultati estremamente positivi, permettendo inoltre di stabilire una correlazione tra grado di soddisfazione dichiarato e variabili demografiche quali età, grado di disabilità visiva e numero di ore di utilizzo della televisione. Coloro che avevano dichiarato un più grave grado di disabilità visiva mostrarono indici di gradimento più alti, analogamente a quanto rilevato in relazione alle fasce d'età più giovani (CARMICHAEL & RABBITT, 1993; PETTITT et Al., 1996a,).

Una simile tendenza è stata riscontrata anche in un successivo rilevamento effettuato da RNIB nel 2002, anche se potenziali giovani utenti affermarono che l'utilizzo di servizi espressamente dedicati li faceva sentire maggiormente coscienti della propria diversità, al pari di quanto rilevato in PACKER & KIRCHNER, 1997. Lo stesso Petre inoltre evidenzia come l'indice di gradimento risulti correlato all'insorgenza della disabilità visiva, con gli utenti ciechi o ipovedenti di più vecchia data a far registrare indici di gradimento maggiori (PETRE, 2005).

Se si eccettua lo studio condotto da OFCOM – *Research into the Awareness and Usage of Audio Description* 2009 (OFCOM, 2009), non esistono ad oggi studi riguardanti espressamente la prevalenza di utilizzo del servizio di AD. L'indagine ha cercato da un lato di rilevare e confrontare i tassi di utilizzo del servizio in riferimento alla popolazione in generale e alla

popolazione con disabilità visiva e dall'altro di identificare eventuali barriere che ne impediscono la diffusione. I due campioni comparati si costituiscono di 1000 individui vedenti e 343 individui con disabilità visiva, intervistati tra maggio e luglio 2009 tramite questionario. Successivamente i 343 soggetti coinvolti sono stati descritti in base a variabili demografiche quali grado di disabilità visiva (non-vedente, 111; ipovedente medio-grave, 110; ipovedente lieve, 112), affiliazione o meno ad un'associazione (iscritti, 81 / non iscritti, 262) e fasce d'età (18-34, 68; 35-54, 139; 55> 136).

In generale da una comparazione tra i due gruppi principali si sono notate similarità in riferimento alla frequenza di utilizzo del mezzo televisivo, al possesso di televisori e ricevitori per il digitale terrestre e abbonamenti a emittenti via cavo o satellitari, con una leggera prevalenza a favore degli individui con disabilità visiva. Se non si osservano correlazioni tra grado di disabilità visiva e possesso di televisori o abbonamenti, lo stesso non si può dire in riferimento alla frequenza di utilizzo del mezzo televisivo, infatti solo i tassi fatti registrare dai gruppi ipovedente medio-grave e ipovedente lieve risultano essere in linea se non addirittura superiori a quelli registrati per il resto della popolazione, la percentuale delle persone che dedicano oltre due ore all'utilizzo della televisione infatti risulta più alta all'interno del gruppo degli individui con disabilità visiva.

Per quanto riguarda invece la consapevolezza della disponibilità del servizio, nonostante il 50% degli intervistati abbia risposto positivamente, solo il 21% lo ha utilizzato almeno una volta. I dati raccolti hanno evidenziato inoltre una correlazione tra conoscenza del servizio e variabili quali titolo di studio, grado di disabilità visiva e affiliazione ad un'associazione. In particolare coloro in possesso di titoli di studio elevati e gli individui classificatisi nei gruppi non-vedente e ipovedente medio-grave hanno evidenziato un grado di consapevolezza maggiore rispetto a quanto registrato per la categoria ipovedente lieve, coloro affiliati ad associazioni di categoria inoltre hanno mostrato livelli di cognizione quasi doppi rispetto ai non affiliati, a testimonianza del ruolo centrale rivestito dalle associazioni per la circolazione di informazioni. Il 28% degli intervistati infatti ha indicato l'associazione di riferimento come il soggetto che ha permesso la scoperta del servizio, il 23% spot pubblicitari passati in televisione, mentre il 19% è stato informato attraverso il passaparola. In particolare le associazioni si dimostrano di fondamentale importanza per il gruppo non-vedente mentre per i gruppi ipovedente medio-grave e ipovedente lieve l'informazione è stata ottenuta principalmente grazie a spot pubblicitari o al passaparola.

Interrogati circa le strategie impiegate durante il consumo di prodotti audiovisivi i soggetti hanno spontaneamente indicato l'utilizzo del servizio di AD, il ricorso a televisori di grandi

dimensioni, a occhiali speciali o lenti d'ingrandimento, a familiari o amici e il sedere molto vicino al televisore, mentre il 59% dei soggetti ha riportato di non impiegare alcuna strategia. La prevalenza del ricorso al servizio è nettamente più alta per il gruppo non-vedente rispetto ai restanti due gruppi. Complessivamente il 21% degli intervistati ha riportato di utilizzare il servizio, il 13% ha affermato di farne uso su base regolare, con percentuali di utilizzo maggiori riscontrate all'interno dei gruppi non-vedente e ipovedente medio-grave, mentre il restante 8% ha riferito di fare ricorso al servizio occasionalmente. La fonte primaria indicata per conoscere gli orari della programmazione integrata dal servizio è stata la guida televisiva elettronica, seguita da passaparola (27%), siti web (25%), trailer (25%) e guide TV (22%).

Complessivamente il giudizio nei confronti del servizio è risultato ampiamente positivo, l'82% degli intervistati si è detto molto soddisfatto o abbastanza soddisfatto, per meglio determinare la qualità percepita sono stati sottoposti a valutazione diversi aspetti riguardanti la componente sonora e la quantità/tipologia di informazioni fornite agli utenti, giudicati tutti in modo ampiamente positivo. In relazione ai programmi più guardati dai partecipanti le preferenze sono ricadute sulle serie televisive (61%), telegiornali e programmi d'attualità (45%), programmi sportivi (35%) e d'informazione (34%), film (32%); altri generi quali intrattenimento leggero, programmi d'arte e musicali hanno fatto registrare percentuali al di sotto del 30%.

Per quanto riguarda invece il gruppo di coloro che hanno riferito di ignorare l'esistenza del servizio, pari al 50% degli intervistati, i dati raccolti hanno evidenziato alcune tendenze degne di nota. Il 68% di questo gruppo, in particolare individui non-vedenti, dopo aver sperimentato un breve spezzone di programmazione accessibile si è detto interessato al servizio e in possesso dell'equipaggiamento necessario per la ricezione portando alla luce la necessità di una corretta e capillare informazione sull'esistenza e sulle modalità di accesso al servizio per l'allargamento della base dei fruitori. Ulteriori fattori in grado di determinare un aumento della frequenza d'uso del servizio sono stati individuati in un eventuale peggioramento della condizione visiva, in una maggiore diffusione del servizio nella fascia oraria 18.30-22.30, preferita dal 73% degli intervistati, e in una precisa conoscenza delle modalità di accesso al servizio, al contrario il 12% ha affermato che nulla potrebbe stimolarli ad un utilizzo del servizio.

Come ricordato in precedenza nonostante il 50% del campione abbia affermato di essere a conoscenza dell'esistenza del servizio solo il 21% ha riportato di farne un uso più o meno regolare. Tra le ragioni indicate alla base di un non utilizzo dal restante 29% del campione la motivazione più ricorrente è risultata la convinzione di non averne bisogno (40%), seguita dalla mancanza di informazioni su come accedere al servizio (17%), infine il 14% ha dichiarato di

non gradire il servizio, mentre il 13% non è in possesso di televisori o ricevitori idonei per le trasmissioni in digitale.

Lo studio illustrato conferma sostanzialmente quanto già rilevato in PACKER & KIRCHNER, 1997, e nella cornice del progetto *AUDETTEL*, evidenziando come i tassi di frequenza di utilizzo della televisione tra spettatori vedenti e spettatori con disabilità visiva risultino del tutto simili e anzi in alcuni casi siano più alti per il secondo gruppo. Abbastanza sorprendentemente il servizio di AD non risulta così popolare presso il pubblico di riferimento come sarebbe lecito attendersi. Infatti nonostante già nel 2009 la realtà inglese risultasse essere una delle più mature, si rammenti da un lato come i primi sperimentali tentavi di erogazione del servizio risalgano alla prima metà degli anni novanta e dall'altro come la prima legge per regolamentare i servizi di accessibilità sia stata emanata nel 1996, solamente la metà degli intervistati era a conoscenza dell'esistenza servizio e solamente il 21% lo aveva utilizzato almeno una volta. Tra le cause principali di un'incidenza d'uso così bassa sono state individuate la mancanza di una chiarezza di fondo circa le finalità e le modalità di erogazione del servizio e l'assenza di informazioni puntuali per l'accesso al servizio. Il ruolo delle associazioni di riferimento, in particolare RNIB, per la diffusione di informazioni relative al servizio e conseguentemente per la sua diffusione risulta essere fondamentale, in particolare per coloro con un grado di disabilità visiva più acuto. L'importanza di RNIB risulta essere confermato anche da successivi studi finalizzati a valutare le reazioni degli utenti di fronte al servizio, in particolar modo *BOLLYWOOD4ALL* (RAI S., 2009), e *Evaluation of partially sighted people's viewing experiences of 3D relative to 2D TV* 2010 (FREEMAN & LESSITER, 2010). Da un punto di vista più generale entrambi i progetti sono testimoni della volontà di espandere gli orizzonti del servizio di AD, da un lato in RAI S., 2009 sono riportati i risultati circa l'esistenza di un'effettiva domanda di produzioni bollywoodiane accessibili a un pubblico con disabilità visiva sia in Inghilterra che in India, dall'altro in FREEMAN & LESSITER, 2010 si è cercato di misurare l'efficacia del servizio di AD ad integrazione di film in 3D appunto con l'aiuto di alcuni soggetti ipovedenti. Se *BOLLYWOOD4ALL* ha impiegato metodologie di raccolta dati di tipo quantitativo e qualitativo in *Evaluation of partially sighted people's viewing experiences of 3D relative to 2D TV* sono state applicate nuovamente metodologie qualitative e quantitative, cercando però di importare all'interno del campo di ricerca sull'audiodescrizione un nuovo concetto sviluppato nell'ambito delle neuroscienze quello *del Sense of Presence*, paragonabile alla sospensione dell'incredulità. In particolare *BOLLYWOOD4ALL* ha visto il coinvolgimento di 260 soggetti con disabilità visiva di origini asiatiche descritti in base a variabili demografiche quali genere, età, grado della

disabilità visiva, abitudini di utilizzo di prodotti audiovisivi. Sorprendentemente, come si può leggere in CHMIEL, MAZUR, 2012, tra le variabili demografiche risulta assente qualunque categoria riconducibile al periodo di insorgenza della disabilità, fattore che, al pari del grado della disabilità visiva stessa contribuisce grandemente all'eterogeneità del potenziale pubblico di riferimento. Complessivamente il campione si compone di 142 uomini e 112 donne, il 34% ha dichiarato una condizione di non-vedente mentre il restante 66% di ipovedente, la maggioranza dei partecipanti, pari al 73,9%, di età compresa tra i 45 e gli 84 anni. Tra gli obiettivi del progetto vi erano quelli di identificare la presenza di una domanda effettiva per questo particolare genere di prodotti audiovisivi, individuare i fattori in grado di promuovere l'utilizzo del servizio di AD e infine delineare le preferenze del pubblico di riferimento. Dal punto di vista metodologico gli autori del progetto hanno impiegato una combinazione di strategie quantitative a qualitative per la raccolta dati. Per quanto riguarda le strategie quantitative è stato somministrato via telefono o tramite intervista in presenza un questionario finalizzato a raccogliere informazioni circa le abitudini di utilizzo di prodotti audiovisivi targati *Bollywood*, le difficoltà inerenti alla visione, il livello di cognizione circa l'esistenza del servizio di AD e le fonti cui attingere informazioni su prodotti accessibili alle persone con disabilità visiva, complessivamente il questionario utilizzato esplora molte delle aree passate in rassegna all'interno del progetto *AUDETTEL*. In riferimento ai metodi qualitativi è stato invece organizzato un *Focus Group* composto da 25 partecipanti ai quali, in aggiunta al questionario utilizzato nello studio quantitativo, è stata mostrata per 3 volte la medesima clip, la prima volta priva del servizio la seconda e la terza volta integrata dal servizio di AD, alternando tra lingua hindi e lingua inglese, successivamente ai partecipanti sono state sottoposte nuove domande riguardanti la comprensione di quanto avvenuto all'interno della clip e il gradimento percepito in riferimento alle versioni integrate da audiodescrizione. Nonostante il progetto *BOLLYWOOD4ALL* si focalizzi su una fetta alquanto ristretta della popolazione con disabilità visiva e su un particolare genere di prodotti audiovisivi, i dati raccolti hanno confermato alcune delle tendenze evidenziate dagli studi precedenti. I partecipanti allo studio quantitativo hanno infatti dichiarato di consumare più o meno regolarmente prodotti audiovisivi, ma hanno mostrato livelli di cognizione del servizio assai bassi, il 56% degli intervistati infatti ha riportato di ignorarne completamente l'esistenza, il 27% ha riportato di esserne a conoscenza ma di ignorarne le finalità, mentre il 12% ha dichiarato di essere a conoscenza della sua esistenza e delle sue finalità, infine il 5% lo ha provato almeno una volta, non deve pertanto sorprendere che il 57% di coloro messi a conoscenza delle finalità del servizio abbia dichiarato

di essere disposto a farne un utilizzo costante qualora la sua erogazione fosse stata disponibile ed incrementata. In riferimento alle fasce d'età, proprio come rilevato in OFCOM, 2009, gli individui compresi nella fascia d'età più giovane, 18-44, mostrano livelli di cognizione decisamente più alti. In riferimento alle fonti cui fare riferimento per il reperimento di informazioni circa gli ausili a disposizione delle persone con disabilità visiva, il passaparola e la radio sono stati indicati da oltre il 40% dei partecipanti, gli spot televisivi dal 33% dei soggetti e le associazioni di categoria sono state segnalate dal 28% degli intervistati. In riferimento al grado di disabilità visiva gli individui non-vedenti sembrano fare maggior affidamento su radio e associazioni di categoria.

Lo studio di tipo qualitativo ha invece coinvolto 50 individui asiatici con disabilità visiva, 25 residenti in Inghilterra e 25 residenti in India, oltre a rilevare frequenze di utilizzo e livelli di cognizione del servizio, gli autori hanno rilevato l'influenza esercitata dal servizio sulla comprensione della clip audiovisiva mostrata. Per fare questo sono state mostrate ai partecipanti tre versioni della medesima clip, la prima volta priva di AD, mentre successivamente sono state alternate le versioni integrate da AD in lingua hindi e in lingua inglese. Al termine di ogni clip ai partecipanti sono stati sottoposti set di domande volti appunto a verificare se il livello di comprensione degli eventi mostrati avesse subito variazioni, come era ovvio attendersi, il servizio di AD ha fortemente incrementato la comprensione da parte degli utenti che si mostrati entusiasti.

Secondo quanto riportato in PEREGO, 2014, diversi studi condotti nell'ambito dei *Reception Studies* hanno adottato un approccio metodologico di carattere sperimentale (BRANIJE & FELLS, 2012; FELLS, UDO, DIAMOND & DIAMOND, 2006; FRESNO, 2012; FRYER 2010a; FRYER & FREEMAN 2012a, 2012b; FRYER, PRING & FREEMAN, 2012; IGAREDA & MATAMALA, 2012; PELI et Al, 1994; PELI, FINE & LABIANCA, 1996; SCHMEIDLER & KIRCHNER, 2001). In particolare FRYER, & FREEMAN 2012a, 2012b, FRYER, PRING & FREEMAN 2013, risultano interessanti in quanto importano il concetto di *Sense of Presence*, cui si è già accennato in precedenza. I progetti citati non verranno descritti nel dettaglio, ma si cercherà piuttosto di delinearne brevemente il concetto alla base in relazione alla qualità percepita dagli utenti, questi studi inoltre costituiscono una testimonianza ideale di come la ricerca nel campo dell'audiodescrizione, e della traduzione audiovisiva più in generale, continui ad essere contraddistinta da vivacità e interesse e continui a necessitare di quello stesso

approccio metodologico multidisciplinare che da sempre ha contraddistinto tali ambiti di indagine<sup>68</sup>.

Il *Sense of Presence* è un concetto multidimensionale che può essere definito come “*a multi constructs concept extending the idea of “telepresence”, developed for human interaction with remote-access technology (Minsky, 1980) to embrace the psychological sense of immersion in any mediated environment*”, (FRYER & FREEMAN, 2012) o in alternativa, “*as the (suspension of dis-) belief of being located in a world other than the physical one*” (FREEMAN & LESSITIER, 2001, p. 2). Fryer & Freeman collegano direttamente il concetto di audiodescrizione a quello di *Presence*, se da un lato sono numerosi gli utenti del servizio che riportano come i maggiori pregi di un’audiodescrizione risiedano nel fatto di risultare quasi invisibile e in uno stile descrittivo oggettivo, concetti questi ribaditi all’interno delle linee guida ad oggi disponibili e da numerosi professionisti del settore (PEREGO, 2014), dall’altro l’assenza di sensazioni o indizi che inducano l’utente a pensare di vivere una realtà mediata risulta alla base stessa del *Sense of Presence*, “*This ‘perceptual illusion of non-mediation’ (Lombard & Ditton1997) is a classic definition of presence*” (FRYER & FREEMAN, 2012, p. 15). Poco dopo gli autori suggeriscono come il questionario *ITC-Sense of Presence Inventory* potrebbe rivelarsi efficace per raccogliere dati oggettivi e non inficiati dai gusti strettamente personali dei partecipanti a un eventuale rilevamento, problema questo, che si presenta con maggior frequenza in occasione di indagini di tipo qualitativo “*Rather than relying on qualitative user comments, it suggests presence may provide a useful measure of the effectiveness of AD*” (FRYER & FREEMAN, 2012, p. 21). L’impiego dunque di uno strumento simile sembra aprire nuove vie ad una misurazione il quanto più oggettiva possibile della qualità percepita dagli utenti e quindi testare efficacemente soluzioni che si discostano da quelle proposte fino ad ora.

## 5.5 Conclusioni

In conclusione i pochi studi condotti negli Stati Uniti e in Inghilterra circa le abitudini di utilizzo di prodotti audiovisivi e del servizio di AD hanno evidenziato percentuali di utilizzo di materiali audiovisivi del tutto in linea con quelli del resto della popolazione e un basso livello di cognizione circa l’esistenza e le finalità del servizio stesso, cui conseguentemente segue una

---

<sup>68</sup> Per ulteriori informazioni circa il carattere multidisciplinare che da sempre contraddistingue il campo dell’audiodescrizione si prega di consultare SABINE, 2008.

bassa percentuale di utilizzo. Uno dei pregi delle indagini condotte con la collaborazione di AFB e RNIB risiede probabilmente nell'aver coinvolto una larga fetta di potenziali utenti sistematizzando le diverse problematiche poste dalla disabilità visiva e nell'aver tratteggiato il profilo del consumatore di prodotti audiovisivi con disabilità visiva. Il coinvolgimento stesso degli utenti e perciò il ricorso ai *Reception Studies* e a strumenti per il rilevamento della qualità percepita inoltre sembrano tappe necessarie e fondamentali per l'ottimizzazione del servizio.

## **Capitolo 6.**

### **Obiettivi**

Il presente progetto si pone come obiettivo quello di rilevare l'attuale situazione del mercato dell'Audiodescrizione (AD) italiano. Da un lato ci si propone di descrivere l'offerta, offrendo una panoramica della disponibilità dei materiali audiovisivi integrati dal servizio di AD, mentre dall'altro ci si propone di definire le caratteristiche degli utenti potenziali, rilevandone le abitudini di consumo di materiali audiovisivi integrati o meno da servizio di AD e indagandone il rapporto con le nuove tecnologie digitali. Infine si cercherà di individuare la presenza di eventuali barriere in grado di ostacolare o impedire la fruizione di prodotti audiovisivi accessibili. In considerazione del fatto che l'unica emittente televisiva italiana obbligata a erogare il servizio di AD è la Radiotelevisione Italiana (R.A.I.), i dati e le informazioni raccolte riguardano principalmente il servizio televisivo pubblico nazionale.

Da un punto di vista più generale in Italia ad oggi non esistono studi finalizzati a rilevare le abitudini di consumo di prodotti audiovisivi e più in particolare non esistono studi finalizzati ad indagare l'utilizzo del servizio da parte dei potenziali utenti di riferimento. Nonostante l'Italia a differenza di altri paesi non sia dotata dal punto di vista normativo di una legge che regoli in maniera precisa l'erogazione dei servizi di accessibilità audiovisiva, l'offerta di materiali integrati dal servizio di AD risulta considerevole e sono diverse le fonti attraverso le quali reperire materiali accessibili, la cui proliferazione è aumentata a dismisura grazie alla rivoluzione digitale e l'avvento di tecnologie sempre più accessibili. In tal senso la conoscenza delle caratteristiche e delle abitudini di consumo di prodotti audiovisivi integrati o meno dal servizio di AD appare imprescindibile per meglio rispondere alle aspettative del potenziale pubblico di riferimento. La stessa innovazione tecnologica se da un lato ha consentito la proliferazione di contenuti audiovisivi e di servizi dedicati all'accessibilità, dall'altro potrebbe rivelarsi d'ostacolo e potrebbe contribuire alla creazione di barriere che limitano l'accesso e di conseguenza la fruizione del servizio di AD. A tal proposito in considerazione del fatto che le poche informazioni demografiche disponibili in riferimento alla popolazione non-vedente descrivono tale particolare segmento della popolazione come particolarmente anziano e con un basso grado di istruzione, pare lecito chiedersi se l'avvento delle nuove tecnologie digitali si sia effettivamente rivelato portatore di benefici su larga scala, o se il loro utilizzo sia piuttosto legato a variabili demografiche individuali. Inoltre alla luce di quanto rilevato dalle indagini

descritte nel capitolo relativo agli studi di ricerca dedicati al servizio di AD pare lecito supporre una bassa frequenza di utilizzo del servizio e altrettanto bassi livelli di cognizione circa gli obiettivi e l'esistenza del servizio stesso.

In definitiva se da un lato si cercherà di tracciare il profilo dell'attuale utente del servizio di AD, dall'altro si cercherà di identificare eventuali fattori e leve sulle quali agire per cercare di incrementare le percentuali di utilizzo del servizio.

## **Capitolo 7.**

### **METODOLOGIA**

Per poter meglio individuare e descrivere le caratteristiche e le aspettative del pubblico di riferimento durante le diverse fasi del progetto di ricerca sono stati adottati metodi di indagine di tipo qualitativo e quantitativo, più nello specifico *Focus Group* e un Questionario d'indagine conoscitiva del pubblico di riferimento. Le motivazioni alla base di tale scelta risiedono nella volontà di adottare una prospettiva emica nei confronti della tematica della ricerca fin dalle prime fasi dello studio <sup>69</sup>.

Un simile approccio consente da un lato di raccogliere dati finalizzati a dare forma e volto al profilo del potenziale utente del servizio di AD AD, descrivendone, da una lato, le modalità di fruizione e le preferenze legate a prodotti audiovisivi integrati o meno dal servizio di AD e dall'altro la familiarità con le nuove tecnologie. Inoltre attraverso tale prospettiva metodologica, che punta al massimo coinvolgimento dei potenziali utenti del servizio, sarà possibile individuare la presenza di eventuali barriere alla fruizione del servizio, portando in definitiva alla luce bisogni, necessità e aspettative fino a ora sommersi e ignorati.

Un approccio emico inoltre appare ancor più giustificato ricordando che in Italia non esistono studi circa le abitudini di consumo di prodotti audiovisivi integrati o meno dal servizio di AD e soprattutto alla luce della definizione del concetto di *qualità* solitamente quantificata in base al *grado in cui un insieme di caratteristiche intrinseche soddisfa le esigenze o aspettative del cliente* (p. 18, UNI EN ISO 9000).

#### **7.1 Metodi di Ricerca Qualitativi: *Focus Group***

Durante la prima fase della ricerca si è proceduto ad organizzare diversi gruppi di discussione. Inizialmente è stato stilato un elenco delle sezioni territoriali dell'Unione Italiana Ciechi e ipovedenti (U.I.C.I.) ritenute più idonee, basando tale selezione sulla distribuzione geografica e la presenza di iniziative dedicate all'AD cinematografica o teatrale nelle città sedi delle sezioni selezionate. Sono così state individuate le sezioni delle città di Bari, Bologna Catania, Firenze,

---

<sup>69</sup> Il termine emico viene qui utilizzato nella sua accezione antropologica per riferirsi al punto di vista degli attori sociali, nel caso specifico del presente studio per riferirsi al punto di vista dei soggetti intervistati.

Forlì-Cesena, Macerata, Milano, Palermo, Roma e Torino e si è proceduto, dopo un primo contatto telefonico, a diramare una comunicazione nella quale si illustravano le caratteristiche del progetto di ricerca e veniva richiesta la disponibilità per l'adesione. La metà delle sezioni in elenco non ha mostrato un concreto interesse ad aderire, in alcuni casi evitando di rispondere alle comunicazioni, in altri mostrando di non avere cognizione della materia oggetto di indagine. In seguito alle adesioni pervenute dalle sezioni di Bologna, Forlì-Cesena, Milano, Roma e Torino si è proceduto ad inviare un'ulteriore comunicazione indirizzata agli iscritti delle sezioni aderenti contenente la richiesta formale a partecipare ai *Focus Group*, l'argomento oggetto di discussione e la garanzia del trattamento delle informazioni personali eventualmente fornite in ottemperanza al DEC. LEG. 196/2003.

Nei mesi di aprile, maggio e giugno 2012 sono stati condotti cinque diversi *Focus Group*, per lo svolgimento degli incontri le sezioni territoriali aderenti al progetto hanno prestato un locale presso la propria sede istituzionale ad eccezione del *Focus Group* condotto a Milano dove ad ospitare la discussione è stato l'Istituto dei Ciechi cittadino. Tutti gli incontri sono stati registrati preferibilmente attraverso registratore digitale SONY Modello ICD-B100 o in alternativa videocamera SONY Modello HDR – CX190E.

Le interviste sono state successivamente trascritte seguendo le regole dell'ortografia italiana e di trascrizione contenute in BAZZANELLA, 2014. Al fine di tutelare la privacy dei partecipanti tutti i nomi di persona utilizzati all'interno delle trascrizioni sono pseudonimi, tranne quelli del ricercatore. La durata degli incontri è variata tra i 90 e i 160 minuti a seconda del numero dei partecipanti e dell'interesse suscitato.

Al momento delle interviste nelle città sedi delle sezioni aderenti al progetto erano attivi ormai da diversi anni progetti dedicati all'AD cinematografica e teatrale. Nello specifico nelle città di Roma e Milano, tra le varie iniziative, si distingue per longevità il progetto *Cinema Senza Barriere* nato nel 2005 su iniziativa dell'organizzazione AIACE; le città di Torino e Bologna hanno ospitato numerose iniziative dedicate all'accessibilità per disabili sensoriali promosse, tra gli altri, dal Museo Nazionale del Cinema di Torino e dalla Fondazione Cineteca di Bologna; infine la Provincia di Forlì-Cesena in collaborazione con il Dipartimento di Interpretazione e Traduzione ha dato avvio nel 2010 a *Un Invito al Teatro: No-Limits*, progetto dedicato all'accessibilità teatrale per persone con disabilità sensoriali. Per una descrizione più dettagliata circa i progetti, le iniziative e più in generale la disponibilità di prodotti audiodescritti in Italia si rimanda al relativo capitolo.

## 7.2 Focus Group: le caratteristiche dei partecipanti

Le candidature pervenute sono state selezionate discriminando la loro accettazione sulla base di un pregresso e costante utilizzo di prodotti audiodescritti, auto certificato dagli stessi candidati. Inoltre alcuni hanno segnalato di aver frequentato workshop tenuti da professionisti e ricercatori del settore, quali la professoressa Pilar Orero dell'Università Autonoma di Barcellona e il responsabile del settore AD dell'emittente televisiva tedesca Bayscher RundFunk Bernd Benecke, e di aver partecipato attivamente alla realizzazione di diverse audiodescrizioni, una delle quali attualmente disponibile sul mercato per l'acquisto.

Nella Tabella 1 sono schematizzate le caratteristiche dei singoli Focus Group condotti, in termini di numero di partecipanti, età, grado di lesione visiva e titolo di studio dei partecipanti stessi.

**Tabella 23** Caratteristiche *Focus Groups* Anno 2012

Luogo dell'Intervista	Partecipanti			Età	Grado Lesione Visiva	Titolo di Studio
	M	F	Totale			
<b>Bologna</b>	4	5	9	26; 31; 37; 42; 49; 50; 54; 58; 62	7 Non Vedenti 2 ipovedenti	2 Lauree 5 Dip. Maturità 2 Dip. Media Inf.
<b>Forlì</b>	3	1	4	55, 57, 61, 65	1 Non Vedente 3 ipovedenti	1 Dip. Maturità 1 Dip. Centralin. 2 Dip. Media Inf.
<b>Roma</b>	2	5	7	32; 37; 41; 46; 52; 59; 63	5 Non Vedenti 2 ipovedenti	2 Lauree 1 Dip. Conserv. 2 Dip. Maturità 2 Dip. Media Inf.
<b>Milano</b>	5			26; 32; 36; 42; 49;	3 Non Vedenti 2 ipovedenti	3 Lauree 1 Dip. Maturità 1 Dip. Media Inf.
<b>Torino</b>	3	2	5	38; 49; 52; 61; 66	5 Non Vedenti	1 Dip. Conserv. 2 Dip. Maturità 2 Dip. Media Inf.
<b>Bologna</b>		1		27	1 Non Vedente	1 Laurea
<b>Totale</b>	17	14	31		22 Non Vedenti 9 ipovedenti	8 Lauree 2 Dip. Conserv. 11 Dip. Maturità 1 Dip. Centralin. 9 Dip. Media Inf.

Complessivamente hanno partecipato ai *Focus Groups* 31 persone non-vedenti e ipovedenti, 17 partecipanti di sesso maschile e 14 partecipanti di sesso femminile. Più nello specifico 22 partecipanti hanno dichiarato di essere non-vedenti e 9 ipovedenti, secondo quanto riportato sulla documentazione sanitaria in loro possesso.

Nella Tabella 2 è illustrata nel dettaglio la distribuzione dei partecipanti per fasce d'età.

**Tabella 24** Distribuzione Partecipanti *Focus Group* per fasce d'età Anno 2012

Fasce d'età	Età Partecipanti	Totale
15 – 29	26; 26; 27	3
30 – 44	31; 32; 32; 36; 37; 37; 38; 41; 42; 42;	10
45 – 64	46; 49; 49; 49; 50; 52; 52; 54; 55; 57; 58; 59; 61; 61; 62; 63;	16
65 – 74	65;66	2
Oltre 75	/	/

L'età media <sup>70</sup> dei partecipanti si attesta su 46,9 anni leggermente al di sopra di quella rilevata dall'Istat per quanto riguarda la popolazione italiana pari a 44,4 anni (ISTAT, 2105b,) e ampiamente al di sotto dell'età media complessiva della popolazione non-vedente pari a 71,6 anni che è possibile derivare dai dati pubblicati in ISTAT 2014, consultabili nella tabella 3. Complessivamente sono 13 i partecipanti la cui età è al di sotto della media nazionale, mentre tutti i partecipanti sono al di sotto dell'età media della popolazione non-vedente. I partecipanti più giovani hanno dichiarato un'età di 26 anni, mentre il partecipante più anziano ha dichiarato un'età di 66 anni. Nessuno dei partecipanti ha dichiarato un'età pari o al di sopra dei 75 anni.

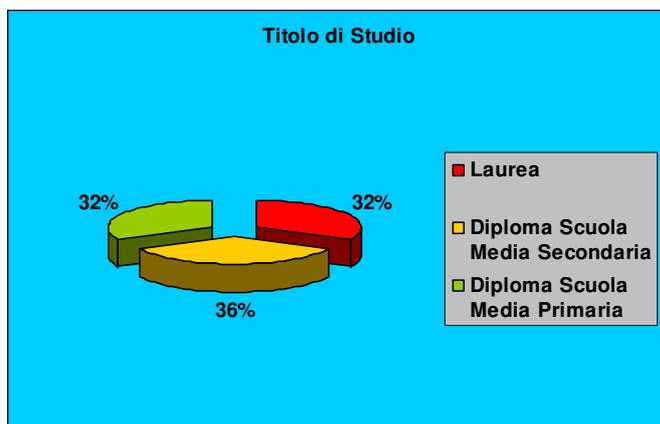
**Tabella 25** Persone che hanno dichiarato di essere affette da cecità per sesso ed età. Valori in migliaia. (ISTAT, 2014)

Fasce d'Età	0 – 14	15 – 44	45 – 64	65 – 74	Oltre 75	Totale
<b>Genere</b>						
<b>Uomini</b>	3	12	26	22	63	<b>126</b>
<b>Donne</b>	2	11	26	26	135	<b>199</b>
<b>Totale</b>	<b>5 (2%)</b>	<b>23 (7%)</b>	<b>52 (16%)</b>	<b>47 (14%)</b>	<b>197 (61%)</b>	<b>325</b>

<sup>70</sup> Per calcolare l'*Età Media* è stato adottato un valore intermedio tra gli estremi di ciascuna Fascia d'Età (23, 37, 54, 70, 78) e in seguito è stato effettuato il calcolo, moltiplicando il numero dei partecipanti di ciascuna Fascia d'Età per il valore intermedio adottato. Successivamente sono stati sommati i valori ottenuti e divisi per il numero complessivo dei partecipanti.

Per quanto riguarda invece il livello di istruzione e i titoli di studio in possesso dei partecipanti ai *Focus Group* si osserva un'equa distribuzione tra diplomi di Scuola Media Primaria, Scuola Media Secondaria e Lauree.

**Figura 2** Distribuzione Titoli di Studio



Pur non essendo possibile un confronto diretto con i dati riportati nel capitolo 4 relativo alla domanda potenziale, in quanto nel rilevamento condotto da Istat i diversi titoli di studio sono stati suddivisi secondo una logica diversa finendo con l'accorpate i diplomi di Scuola Secondaria Superiore con i titoli accademici, il campione dei partecipanti ha messo in evidenza livelli di istruzione più elevati. Si ricorda infatti che su di un totale di circa 325 mila individui non-vedenti, circa 214 mila persone pari al 66% del totale sono in possesso della sola licenza elementare o di nessun titolo, mentre circa 70 mila individui, pari al 22% sono in possesso di licenza di scuola media, mentre i restanti 40 mila individui, pari al 12%, sono in possesso di Diploma di Maturità o Laurea.

Se poi si confrontano questi stessi dati con quelli pubblicati all'interno del rapporto ISTAT, 2015b nuovamente il grado di istruzione dei partecipanti ai *Focus Group* risulta ampiamente al di sopra della media nazionale che si attesta sui livelli seguenti: il 51,7% della popolazione è in possesso di un titolo di studio pari o inferiore al Diploma di Scuola Media Inferiore, il 29,9 % della popolazione è in possesso di un Diploma di Scuola Media Superiore, mentre il restante 12,7% della popolazione è in possesso di un titolo di studio equivalente o superiore al Diploma di Laurea.

### **7.3 Focus Group: gli incontri**

All'inizio di ogni incontro, dopo aver ringraziato per la disponibilità mostrata gli intervenuti, aver garantito il trattamento dei dati personali forniti secondo quanto stabilito dal DEC. LEG. 196/2003 e una presentazioni informale da parte di ognuno dei presenti, sono state richiamate all'attenzione degli intervenuti le premesse alla base della ricerca all'interno della quale si inseriva il *Focus Group* stesso e la tematica da discutere nel corso dell'incontro.

La discussione è stata di solito introdotta con una domanda di carattere generale finalizzata a definire gli obiettivi minimi che una descrizione efficace deve essere in grado di conseguire.

In un secondo momento sono stati affrontati aspetti di tipo più tecnico circa le problematiche che comunemente si incontrano nel corso della realizzazione di un'AD, quali la tipologia e la quantità di informazioni da includere all'interno di un'AD, l'importanza dell'effetto immedesimazione per lo spettatore non-vedente, l'importanza di una descrizione per quanto possibile oggettiva e priva di interpretazioni da parte del descrittore, la tipologia di linguaggio da impiegare, le caratteristiche della voce dell'AD e la resa sonora dell'AD stessa.

Inoltre considerato il tipo di iniziative in corso nelle città ospitanti i *Focus Group*, la discussione ha toccato anche aspetti relativi all'usabilità dei servizi utilizzati, con riferimento sia al servizio di AD televisiva proposto dalla R.A.I., sia alle AD proposte al cinema, all'interno dei DVD e a teatro.

La scaletta prevista inizialmente è stata modificata nel corso dei successivi incontri al fine di dare spazio a quegli elementi di discussione emersi spontaneamente nel corso delle diverse discussioni, quale ad esempio il concetto di contesto. Infine in conclusione alla discussione sono stati ringraziati i presenti sia a nome dell'intervistatore che dello stesso Dipartimento di Interpretazione e Traduzione di Forlì.

### **7.4 Metodi di Ricerca Quantitativi. Questionario d'indagine conoscitiva**

Durante la seconda fase del progetto è stato sviluppato un Questionario d'indagine conoscitiva finalizzato alla valutazione e alla misurazione statistica delle caratteristiche, delle abitudini d'uso di prodotti audiovisivi integrati o meno dal servizio di AD, delle aspettative e delle preferenze del pubblico di riferimento.

Schematicamente gli obiettivi che ci si propone di raggiungere attraverso il questionario sono:

1. Raccolta dati circa modalità fruizione prodotti audiovisivi con e senza AD
2. Raccolta dati circa il grado di preferenza relativo a differenti generi di prodotti audiovisivi
3. Raccolta dati circa le informazioni da includere nelle audiodescrizioni
4. Valutazione dell'importanza attribuita alle immagini dal pubblico di riferimento
5. Individuazione di fattori in grado di allargare la base degli utilizzatori del servizio
6. Determinare se e in quale misura l'audioescrizione influenzi preferenze e modalità di fruizione di prodotti audiovisivi da parte del pubblico di riferimento
7. Individuazione di eventuali barriere d'accesso al servizio
8. Determinare se variabili demografiche quali grado di lesione visiva, periodo d'insorgenza della lesione, titolo di studio, conoscenza delle Tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC) ed età influenzino le modalità di fruizione di prodotti audiovisivi integrati o meno dal servizio di AD

Attraverso i dati raccolti sarà possibile da un lato sviluppare strategie volte a implementare la qualità del servizio in un'ottica di soddisfazione del cliente con l'obiettivo di allargare la base degli utilizzatori e dall'altro lato invece sarà possibile tracciare il profilo del potenziale utente del servizio.

L'approccio adottato in fase di progettazione è stato quello di muovere da aspetti di carattere generale ad aspetti più specifici, legati all'esperienza personale degli intervistati e all'utilizzo di prodotti audiovisivi con AD. Il questionario, aperto a persone non-vedenti e ipovedenti, è stato costruito secondo le indicazioni contenute in OPPENHEIM, 2000. Sono state evitate quindi domande che contenessero doppie negazioni, termini specialistici che potessero generare confusione negli intervistati, si è adottata una scala Likert a cinque scalini per misurare l'atteggiamento dei partecipanti circa alcuni degli aspetti oggetto di indagine. Sono stati previsti 8 diversi percorsi di intervista accessibili attraverso apposite domande filtro a seconda delle risposte fornite e delle caratteristiche degli intervistati, discriminando principalmente tra cecità in opposizione a ipovisione, cognizione e fruizione di prodotti AD in opposizione a non-cognizione e non-fruizione di prodotti AD. In considerazione poi del fatto che una parte del questionario è dedicata alla raccolta di informazioni e dati personali circa le condizioni fisiche degli intervistati, particolare attenzione è stata dedicata alla scelta dei termini da impiegare, tenendo come riferimento la LEGGE 138/2001.

Durante la fase di progettazione del questionario, oltre alle indicazioni ricavate dai *Focus Group*, sono state tenute presenti anche i risultati prodotti sia nel campo della ricerca istituzionale che quella più strettamente accademica. Per una discussione e una revisione approfondita della letteratura di riferimento e in particolare sui *Reception Studies* condotti ad oggi nel campo dell'AD si rimanda al relativo capitolo.

Per quanto riguarda invece le modalità di somministrazione del questionario, inizialmente si era pensato a una distribuzione on-line. Alla luce però dell'elevata età media della popolazione non-vedente e ipovedente che lascia supporre una scarsa dimestichezza con le tecnologie informatiche e all'impossibilità di esercitare un ferreo controllo sugli intervistati e sulle modalità di compilazione, si è scelto di somministrare il questionario attraverso telefono o skype.

Dopo una prima stesura si è proceduto ad una fase di collaudo con alcune persone non-vedenti e ipovedenti, alcune delle quali avevano già preso parte ai *Focus Group*. Il più giovane dei collaudatori coinvolti ha dichiarato un'età di 26 anni, il più anziano 65, per quanto riguarda invece il titolo di studio si spazia dal Diploma di Scuola Media Inferiore fino al titolo di Laurea. Inoltre tra alcuni dei collaudatori coinvolti e l'autore del questionario esiste un rapporto confidenziale costruito nel corso di anni e aperto a confronti molto franchi.

La fase di collaudo è stata particolarmente utile per verificare che il linguaggio utilizzato non risultasse offensivo, soprattutto in quelle parti finalizzate alla raccolta di informazioni personali, e sufficientemente chiaro e diretto. L'osservazione principale avanzata in fase di collaudo ha riguardato il termine *sonoro* ritenuto ambiguo se utilizzato nelle espressioni guida sonora e menù sonoro, si è proceduto alla sostituzione con il termine *vocale* secondo quanto suggerito. Per quanto riguarda invece l'utilizzo di termini riferibili alla cecità, alla vista e all'utilizzo di quest'ultima nessuno dei collaudatori ha avanzato alcuna osservazione particolare.

Il questionario finale si compone di 42 domande chiuse più una aperta suddivise in sei sezioni, per una durata totale di circa 30/40 minuti d'intervista. Tuttavia nella maggior parte dei casi la durata delle interviste ha ecceduto i 70 minuti, soprattutto a causa dell'interesse e della curiosità che l'argomento di indagine ha suscitato, diventando, al termine della compilazione, un'intervista rovesciata dove il ricercatore ha finito col rispondere alle domande poste dagli intervistati. In numerose occasioni inoltre, l'intervistatore ha cercato di spiegare ai partecipanti come accedere al servizio di AD televisivo prolungando così ulteriormente il tempo di somministrazione.

## 7.5 Sezione 1. La Demografia dei Partecipanti

Nella Sezione 1 del questionario, Demografia dei Partecipanti, si è ritenuto opportuno categorizzare gli intervistati sulla base delle variabili sesso, età, titolo di studio, Severità Lesione Visiva, Periodo Insorgenza Lesione, Adesione Associazioni che si occupano di persone non-vedenti o ipovedenti, Dimestichezza Tecnologie Informatiche ed eventuale Capacità Visiva Residua. In particolare proprio l'età dei partecipanti e il periodo di insorgenza della lesione hanno già dimostrato di essere variabili significative per quanto riguarda l'AD. In OFCOM 2009 in riferimento alla cognizione dell'esistenza del servizio di AD si riscontra come questa risulti maggiore, con punte di oltre il 50% presso gli intervistati più giovani presso gli individui più giovani. Nonostante il dato riportato si riferisca appunto alla consapevolezza dell'esistenza del servizio e non a un uso effettivo, sembra lecito supporre che aver cognizione dell'esistenza di un servizio sia un ovvio prerequisito per un'eventuale fruizione. In FRYER & FREEMAN, 2012a e in CHAPDELAIN, 2010 la variabile Età dei partecipanti al momento dell'insorgere della lesione visiva si è dimostrata essere determinante in riferimento alla mole e alla tipologia di informazioni da inserire nelle descrizioni, come per altro emerso anche nel corso dei *Focus Group*. Alcuni dei partecipanti, soprattutto coloro che avevano dichiarato una cecità congenita, hanno espresso disinteresse per tutte quelle informazioni ritenute superflue per la comprensione del film, quali ad esempio i dettagli dell'aspetto fisico dei personaggi, i colori o le inquadrature utilizzate dal regista. Al contrario, coloro che al momento dell'insorgere della lesione visiva avevano un'età più avanzata hanno espresso la loro preferenza per una descrizione più ricca di dettagli legati alla dimensione estetica di personaggi, scenografie e montaggio. Infine persone ipovedenti, anche al di fuori delle discussioni effettuate durante i *Focus Group*, hanno più volte riportato come l'AD serva loro a mettere a fuoco tutte quelle parti di immagini che vengono percepite in modo confuso e indistinto. Durante la fase di *Focus Group* non è però stato possibile determinare un'età soglia oltre la quale ipotizzare una preferenza per AD più ricche di dettagli visivi a causa delle dimensioni limitate del gruppo dei partecipanti.

La domanda conclusiva della prima sezione mira invece a verificare la presenza di una concreta capacità visiva residua, chiedendo direttamente se l'intervistato sia in grado di ricavare informazioni attraverso il senso della vista. In caso di risposta positiva si accede alla Sezione 2 del questionario, Modalità di utilizzo e importanza della capacità visiva residua negli utilizzatori di prodotti audiovisivi, mentre in caso di risposta negativa l'intervista procede alla Sezione 3, Modalità di fruizione del prodotto audiovisivo (senza AD).

## **7.6 Sezione 2. Modalità di utilizzo e importanza della Capacità Visiva Residua negli utilizzatori di prodotti audiovisivi**

La Sezione 2 del questionario, Modalità di utilizzo e importanza della Capacità Visiva Residua negli utilizzatori di prodotti audiovisivi, si compone di cinque domande totali ed è dedicata a indagare come e in quale misura gli intervistati ipovedenti utilizzano la capacità visiva residua in loro possesso durante la fruizione di un prodotto audiovisivo. In considerazione dello scarso numero di persone ipovedenti intervistate nel corso dei *Focus Group* questa sezione del questionario adotta alcune delle soluzioni adottate in PETTITT et Al., 1996. Si ricorda che nonostante durante la prima fase della ricerca il punto di vista delle persone ipovedenti appaia minoritario rispetto a quello delle persone non-vedenti, la potenziale quota di spettatori ipovedenti risulta essere più larga. Infatti pur non essendo disponibili dati censuari precisi in proposito, il numero delle persone ipovedenti è stimato in 1 milione e 500 mila individui, a fronte delle circa 325 mila persone certificate come non-vedenti. Per una discussione più precisa circa la composizione e le caratteristiche demografiche della popolazione non-vedente e ipovedente italiana si veda il relativo capitolo.

Le prime due domande della sezione sono mirate a verificare in primo luogo, se il partecipante percepisce sé stesso durante la fruizione di prodotti audiovisivi come ascoltatore o osservatore e, in secondo luogo, se è in grado di percepire informazioni utili per la fruizione attraverso il senso della vista. Qualora nonostante la presenza di una capacità visiva residua il partecipanti riporti di non essere in grado di percepire informazioni utili alla fruizione di un prodotto audiovisivo, l'intervista prosegue all'inizio della Sezione 3.

La Domanda 3 della Sezione 2 sottopone all'attenzione dell'intervistato 10 categorie di informazioni percepibili attraverso la vista, rilevando la frequenza in relazione alla capacità di: cogliere i cambi di luce e i cambi di scena, individuare le sagome dei personaggi in inquadrature ravvicinate, identificare i colori, identificare le ambientazioni dagli oggetti di scena e dallo sfondo, identificare i personaggi solamente attraverso il senso della vista, seguire i movimenti di personaggi e oggetti che si muovono lentamente/velocemente, leggere sottotitoli o testo sullo schermo, vedere alcune parti dello schermo in modo più nitido di altre, infine viene lasciata all'intervistato la possibilità di indicare eventuali altre informazioni che è in grado di percepire attraverso il senso della vista.

Le ultime due domande della sezione sono mirate, da un lato, a valutare il grado di importanza attribuito dall'intervistato alla propria capacità visiva residua come strumento per la fruizione di

prodotti audiovisivi, mentre dall'altro invece si cerca di valutare come fattori quali elevata illuminazione, colori vivaci ed elementi cromaticamente contrastanti siano in grado di facilitare l'impiego del residuo visivo.

### **7.7 Sezione 3. Modalità di fruizione di prodotti audiovisivi non integrati dal servizio di AD**

La Sezione 3, Modalità di fruizione di prodotti audiovisivi non accessibili a spettatori con disabilità visiva, somministrata a tutti gli intervistati per un totale di 10 domande, punta a dare una dimensione alla frequenza di utilizzo di prodotti audiovisivi privi del supporto dell'AD, individuare le piattaforme utilizzate per la fruizione dal pubblico ed eventuali strategie messe in atto al momento della fruizione di prodotti audiovisivi, inoltre si cerca di determinare quali siano le informazioni solitamente richieste nell'eventualità di utilizzo di prodotti audiovisivi assieme ad un amico vedente. In conclusione alla sezione l'intervistato è invitato ad esprimere attraverso una scala Likert il personale grado di preferenza relativamente ai generi di prodotti audiovisivi proposti.

Per quanto riguarda la frequenza di utilizzo di prodotti audiovisivi essa è stata riferita alla fruizione tramite televisione, chiedendo ai partecipanti di quantificare la frequenza di utilizzo in termini di giorni e ore settimanali complessive di utilizzo. Al fine di avere un quadro più preciso circa le piattaforme di utilizzo inoltre è stato chiesto quali fossero, oltre alla televisione, gli altri mezzi impiegati per il consumo di prodotti audiovisivi, indicando come opzioni di scelta Cinema, Teatro, DVD, Televisione, Computer e lasciando all'intervistato la possibilità di indicarne altre. Più nello specifico alla luce degli ultimi passi in avanti compiuti dalla tecnologia a favore di persone con disabilità sensoriali, in proposito si veda il capitolo dedicato all'Offerta di prodotti audiodescritti in Italia, particolare attenzione è stata dedicata a rilevare il grado di dimestichezza dei partecipanti con le tecnologie. In questo caso l'intervistato ha proceduto ad auto-valutare le proprie capacità secondo la classificazione proposta – Nessuna Dimestichezza, Conoscenze di Base, Conoscenze Intermedie, Vero Esperto – e a stimare il monte ore settimanale trascorso utilizzando tecnologie informatiche.

I dati relativi ai canali di utilizzo e le preferenze espresse in relazione a ciascun genere audiovisivo invece saranno paragonati a quelli raccolti attraverso la sezione conclusiva del questionario, Fattori che potrebbero determinare un incremento dell'utilizzo del servizio di AD, in modo tale da ricavare da un lato, indicazioni utili per ipotizzare trend di sviluppo futuri

e dall'altro valutare se la presenza del supporto dell'AD sia in grado di influenzare le preferenze degli intervistati relativamente ai generi audiovisivi.

Riguardo invece le informazioni eventualmente richieste durante la fruizione di un prodotto audiovisivo assieme ad un amico vedente esse sono state suddivise in 11 categorie tenendo presente quanto emerso nel corso dei *Focus Group*, nel campo della ricerca, nel tentativo inoltre di riflettere l'approccio adottato dalla maggioranza delle linee guide ad oggi disponibili e più in particolare quello adottato in OFCOM 21012.

All guidelines / standards are consistent in their advice on what to describe and break it down into four major components - *when, where, who and what* - must be a part of the description. The UK Ofcom guidelines further go on to elaborate, "to the extent relevant to the storyline, AD should describe characters, locations, time and circumstances, any sounds that are not readily identifiable, on-screen action and on-screen information".

All the guidelines also include noises that cannot be identified immediately, subtitles, signs, written messages, significant symbols, and front and/or end credits amongst the things that should be included in the description. The UK Ofcom code also suggests that when describing locations, one should include time of the day / season and date setting which could also help establish a change in the scene. The German guidelines recommend that if a film or a montage is in black/ white, it would be appropriate to mention 'in black and white' as most people who were not born blind would be able to construct a visual image.<sup>71</sup>

La griglia costruita è idealmente suddivisa in due parti, la prima riguarda aspetti legati alla comprensione, indicata dai partecipanti ai *Focus Group* come l'obiettivo minimo di un'AD, mentre la seconda parte affronta aspetti legati alla dimensione visiva o estetica del prodotto audiovisivo.

Attraverso le prime sei categorie si è cercato di capire quindi in quale misura gli intervistati richiedano informazioni di carattere generale riguardanti la *trama* o di carattere più specifico circa l'*azione*. Successivamente l'attenzione si è focalizzata sul *dove* e il *quando* della scena, identificati dai partecipanti ai *Focus Group* come le coordinate generali di quello che è stato definito il *contesto* di una scena. Di seguito si è proceduto ad inserire due categorie circa la

---

<sup>71</sup> RAI S. et Al., 2010, p. 5.

richiesta di informazioni atte a chiarire, da un lato, l'*identità* del parlante e dall'altro la *natura* dei rumori e suoni percepiti.

Nella seconda parte della griglia sono state raggruppate cinque categorie riguardanti la richiesta di informazioni circa le *inquadrature*, l'*aspetto fisico* e lo *stato d'animo* dei personaggi, la *costruzione delle scene* e infine la *presenza di sottotitoli*.

#### **7.8 Sezione 4. Familiarità con prodotti audiovisivi integrati dal servizio di Audiodescrizione (AD)**

La Sezione 4, *Familiarità con prodotti audiodescritti*, è composta da sette domande totali. Le variabili considerate per valutare il grado di familiarità degli intervistati riguardano una *pregressa conoscenza* del servizio di AD e un *utilizzo* costante di almeno 1 volta alla settimana. Le Domande 1, 3 e 4 della sezione contengono filtri in grado di indirizzare coloro che pur essendo a conoscenza del servizio di audioescrizione non ne fanno uso alla domanda 7, attraverso la quale si cercano di identificare le motivazioni che spingono l'intervistato a un non utilizzo del servizio. Attraverso una scala Likert si è cercato così di valutare in che misura chi non utilizza il servizio pur essendo a conoscenza della loro esistenza, non ne fruisca perché ritenga di non averne bisogno, oppure perché non in possesso di sufficienti informazioni, oppure perché non soddisfatto della qualità attuale, oppure perché non in possesso della tecnologia richiesta, in seguito l'intervista prosegue alla Sezione 6.

Anche in questo caso la Frequenza di utilizzo è stata misurata in termini di numero di giorni e di ore settimanali complessive di utilizzo allo stesso modo di quanto fatto nella Sezione 3. Si ricorda che ad oggi non esistono dati ufficiali circa l'utilizzo di prodotti audiovisivi con AD, dunque tale sezione potrebbe fornire indicazioni utili in questo senso, anche se con tutta probabilità il numero delle persone intervistate costituisce un limite notevole ai fini di una valenza statistica degna di nota.

Nella parte conclusiva della Sezione si è cercato di individuare il canale o i canali preferibilmente impiegati per il consumo di prodotti audiodescritti discriminando tra Televisione, Computer, DVD, Audiofilm, Cinema, Teatro e invitando a suggerire eventuali altri canali di fruizione utilizzati.

### **7.9 Sezione 5. Modalità di fruizione di prodotti audiovisivi integrati dal servizio di Audiodescrizione (AD)**

La Sezione 5, Modalità di fruizione di prodotti audiovisivi con AD, somministrata solo a coloro che hanno segnalato un costante ed effettivo utilizzo di prodotti accessibili, si compone di un totale di 7 domande e si propone di raccogliere dati utili a descrivere le strategie messe in atto dagli intervistati durante l'utilizzo di un prodotto integrato dal servizio di AD. L'obiettivo di questa sezione è quello di raccogliere dati finalizzati a verificare se e in che misura l'AD è in grado di influenzare le strategie messe in atto dagli intervistati durante l'utilizzo di prodotti audiovisivi.

Inizialmente è stato chiesto se questi tipi di prodotti vengono utilizzati in solitudine o in compagnia di amici vedenti, in caso di risposta affermativa alla seconda opzione proposta si è proceduto a verificare se in genere vengano richieste informazioni nonostante la presenza dell'AD. In caso di ulteriore risposta affermativa è stata sottoposta agli intervistati la medesima griglia proposta in precedenza nella Sezione 3.

Una domanda della sezione è stata poi dedicata ad indagare come venga utilizzata l'eventuale Capacità Visiva Residua in presenza del supporto dell'AD. Nello specifico è stato chiesto agli intervistati se con lo sguardo cerchino di cogliere i particolari evidenziati all'interno dell'AD, o se invece cerchino di cogliere ulteriori particolari non citati dall'AD oppure se si limitino all'ascolto.

### **7.10 Sezione 6. Fattori che potrebbero determinare un incremento dell'utilizzo del servizio di Audiodescrizione (AD)**

La sezione conclusiva del questionario, Fattori che potrebbero determinare un incremento dell'utilizzo del servizio di AD, si compone di sei domande totali. Gli obiettivi della sezione sono quelli di capire quali siano gli elementi assistivi in grado di aumentare l'usabilità di prodotti audiodescritti sia attraverso la televisione che su DVD, quanto la disponibilità di informazioni precise e facilmente accessibili circa il servizio sia ritenuta importante in un'ottica di incremento dell'utilizzo di prodotti audiodescritti, in quale misura la presenza del servizio influenzi le preferenze degli intervistati rispetto ai generi di prodotti audiovisivi.

In particolare la lista degli elementi assistivi per la televisione è stata ricavata da un questionario diramato dall'European Blind Union (E.B.U.) al fine di verificare il livello d'accessibilità televisiva per spettatori con disabilità visiva (cfr. PORTLOCK et Al., 2008). In particolare questa fa riferimento alla possibilità di accedere al servizio di AD televisiva attraverso un unico pulsante sul telecomando, alla possibilità di avere il palinsesto della programmazione televisiva vocalizzato, alla possibilità che il televisore comunichi vocalmente il canale sul quale si è sintonizzati e quale pulsante si è premuto. Tale lista poi è stata integrata da elementi riferiti alla possibilità di avere a disposizione informazioni precise e facilmente accessibili. Infine si è chiesto agli intervistati quanto ritenessero importante la differenziazione e l'incremento di disponibilità di prodotti audiodescritti per un incremento della fruizione del servizio.

Per quanto riguarda invece gli elementi assistivi riferiti ai DVD / Blue-Ray, essi sono stati ricavati dalle indicazioni emerse durante i *Focus Group* e da quanto appreso durante il periodo di ricerca trascorso presso Artesis College. Più nello specifico si è cercato di valutare l'importanza attribuita dagli intervistati a un simbolo a rilievo collocato sulla copertina del DVD atto a segnalare la presenza dell'AD, a un eventuale menù vocale dei contenuti del DVD, inoltre è stato chiesto agli intervistati di esprimere il proprio livello di gradimento per descrizioni/contenuti extra che riportassero informazioni circa lo stile registico adottato dall'autore, le scenografie, le ambientazioni e i personaggi.

Infine attraverso una scala Likert è stato rilevato rispetto a quali generi audiovisivi gli intervistati preferirebbero ci fosse una maggior disponibilità del servizio, riproponendo le stesse tipologie di generi audiovisivi proposte nella Sezione 2. Attraverso una comparazione dei dati raccolti si potrà verificare se la presenza del servizio sia o meno in grado di influenzare le preferenze del pubblico di riferimento.

Il questionario si conclude infine rilevando in che misura l'intervistato ritenga importante la presenza delle immagini in congiunzione al servizio di AD – Fondamentale, Molto Importante, Importante, Di Scarsa Importanza, Di Nessuna Importanza – e di motivare tale scelta.

In calce a quest'ultima domanda è stato inserito un messaggio contenete i saluti e i ringraziamenti per la partecipazione al rilevamento.

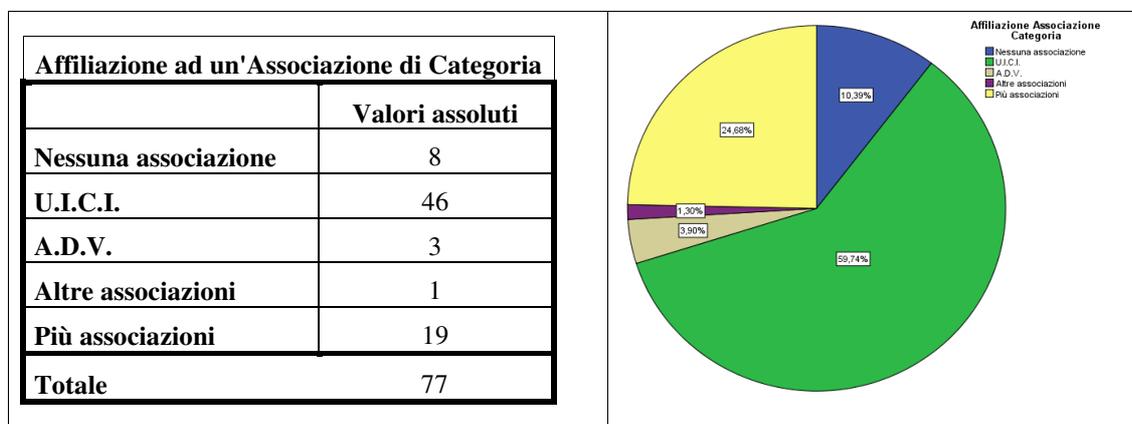
## Capitolo 8.

### Descrizione risultati. Struttura del campione degli intervistati.

#### 8.1 Le caratteristiche demografiche del campione

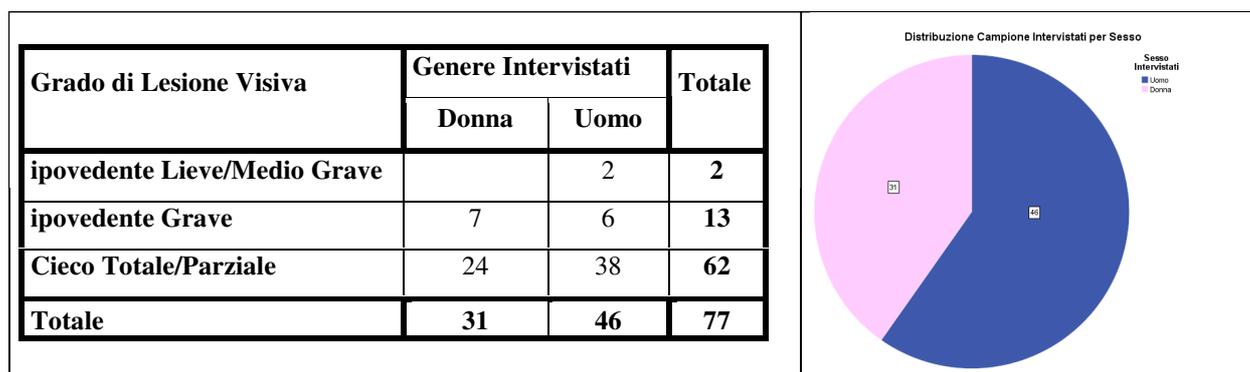
Durante i mesi di ottobre, novembre e dicembre 2013 e successivamente durante i mesi di febbraio, marzo e aprile 2014 sono state intervistate complessivamente 77 persone, nella maggioranza dei casi soci dell'Unione Italiana dei Ciechi e degli ipovedenti (U.I.C.I.) (66) e dell'Associazione Disabili Visivi (A.D.V.) (15). Alcuni dei partecipanti hanno dichiarato di essere iscritti ad entrambe le associazioni citate o ad altre associazioni di dimensioni minori per numero di iscritti, quali Associazione Nazionale Privi della Vista e ipovedenti (A.N.P.V.I.), Unione Nazionale Volontari pro Ciechi (U.N.I.Vo.C.), Associazione Pro Retinopatici e ipovedenti (A.P.R.I.), Movimento Apostolico dei Ciechi (M.A.C.), Retina Italia Onlus, Albinit. Infine 8 intervistati hanno dichiarato di non fare parte di alcuna associazione di categoria, 6 di questi sono non-vedenti mentre 1 è ipovedente.

**Tabella 26** Distribuzione per *Affiliazione* associazione di categoria



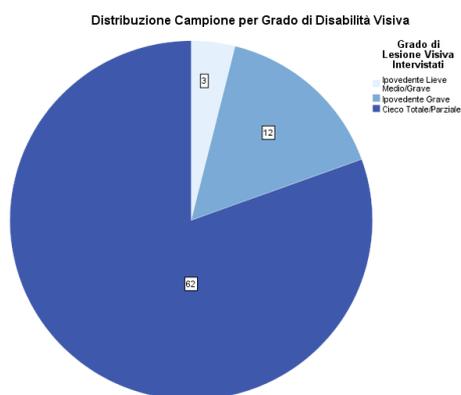
Il campione degli intervistati risulta essere composto da 46 individui di Sesso Maschile e 31 di Sesso Femminile, rispettivamente pari al 59,7% e al 40,3% del totale.

**Tabella 27** Composizione campione intervistati per Grado di Lesione Visiva e Sesso. (Valori assoluti)



In riferimento al Grado di Lesione Visiva, 62 intervistati hanno dichiarato di essere Ciechi Totali o Parziali, 15 hanno invece dichiarato di essere ipovedenti Lievi/Medio Gravi o Gravi. Nella Tabella 2 è possibile osservare la distribuzione del gruppo degli intervistati in riferimento a Sesso e Grado di Lesione Visiva dichiarato.

**Tabella 28** Composizione campione per Grado di Lesione Visiva

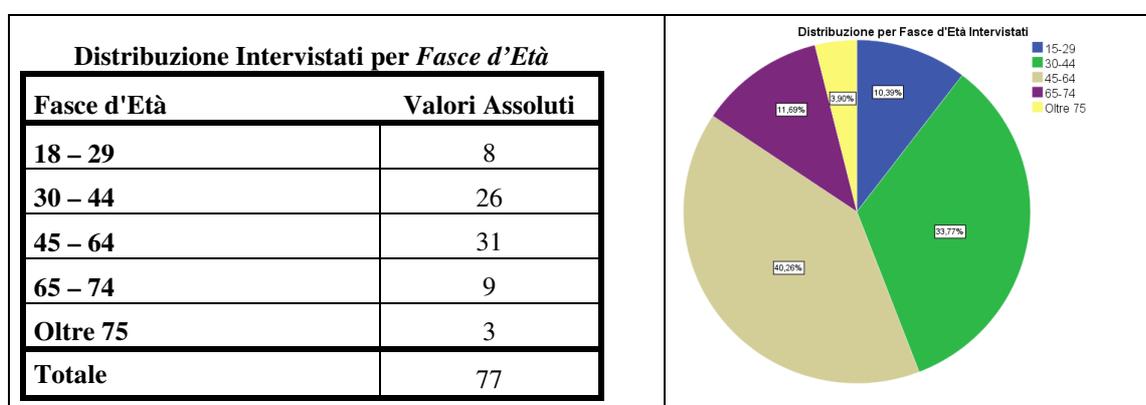


Nello specifico gli individui Ciechi Totali o Parziali di Sesso Maschile sono risultati essere 38, pari al 50% del totale degli intervistati, mentre quelli di Sesso Femminile sono risultati essere 24, pari al 31% del totale; in riferimento agli individui dichiaratisi ipovedenti, 8 sono risultati di Sesso Maschile e 7 di Sesso Femminile, pari rispettivamente al 10% e al 9% del totale dei partecipanti.

Per quanto riguarda invece la distribuzione per Fasce d'Età nonostante all'interno del Questionario e delle tabelle descrittive siano inserite due Fasce d'Età relative alla minore età, al momento del rilevamento tutti gli intervistati hanno dichiarato di essere maggiorenni.

L'Età Media complessiva degli intervistati si attesta sui 47,8 anni <sup>72</sup>, leggermente al di sopra rispetto a quella della popolazione italiana per l'anno 2015 pari a 44,4 anni (ISTAT, 2015a), ma ben al di sotto all'età media riferibile alla popolazione non-vedente pari a 67,9 anni (ISTAT, 2014). Nella tabella 3 è possibile osservare la distribuzione per Fasce d'Età del campione degli intervistati.

**Tabella 2.** Distribuzione Partecipanti per Fasce d'Età.



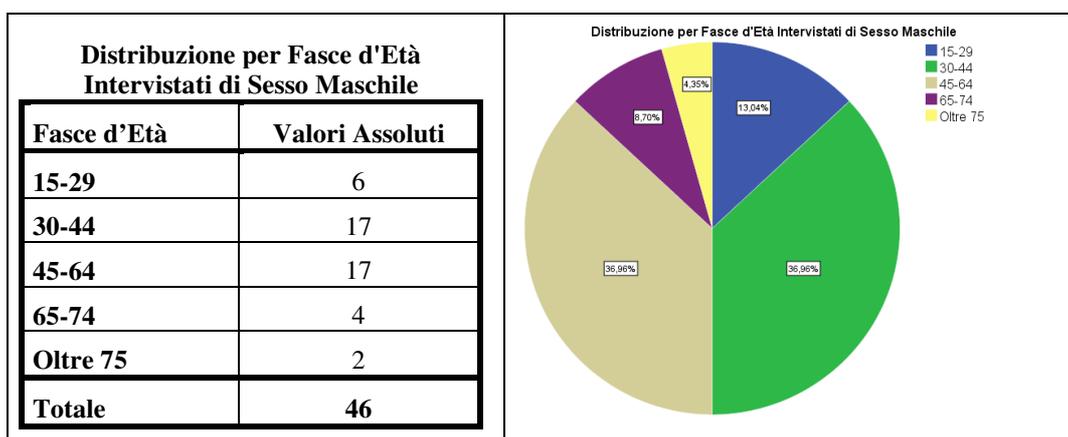
La maggioranza dei partecipanti pari a 57 individui, il 74% del totale, ha dichiarato un'età compresa tra i 30 e i 64 anni. Più nello specifico 26 individui, pari al 34% del totale, hanno dichiarato un'età compresa tra i 30 e i 44 anni, mentre 31 individui, pari al 40% degli intervistati, hanno dichiarato un'età compresa tra 45 e i 64 anni. I partecipanti più giovani, in totale 8 individui, pari al 10% degli intervistati, hanno indicato un'età compresa tra i 18 e i 29 anni, mentre i più anziani hanno indicato un'età di oltre 75 anni, per un totale di 3 individui, pari al 4%. I restanti 9 individui, pari al 12% degli intervistati, hanno dichiarato un'età compresa tra i 65 e i 74 anni.

Analizzando la distribuzione per Fasce d'Età in base al Sesso degli intervistati, è possibile osservare come il campione di partecipanti di Sesso Maschile sia diviso esattamente a metà

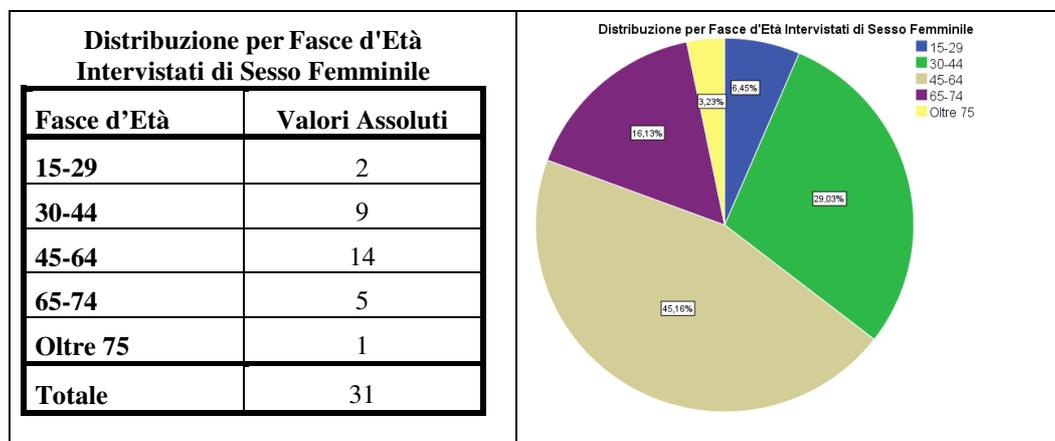
<sup>72</sup> Per calcolare l'Età Media è stato adottato un valore intermedio tra gli estremi di ciascuna Fascia d'Età (23, 37, 54, 70, 78) e in seguito è stato effettuato il calcolo, moltiplicando il numero dei partecipanti di ciascuna Fascia d'Età per il valore intermedio adottato. Successivamente sono stati sommati i valori ottenuti e divisi per il numero complessivo dei partecipanti.

dallo spartiacque dei 45 anni. Tuttavia la maggioranza degli individui di Sesso Maschile, pari a 34 individui equivalenti al 74% degli intervistati uomini, risulta concentrata nelle Fasce d'Età 30 – 44 e 45 – 64 anni. Nelle tabelle 4 e 5 vengono illustrate le distribuzioni per Fasce d'Età dei partecipanti di Sesso Maschile e Femminile.

**Tabella 29** Distribuzione per Fasce d'Età intervistati di Sesso Maschile



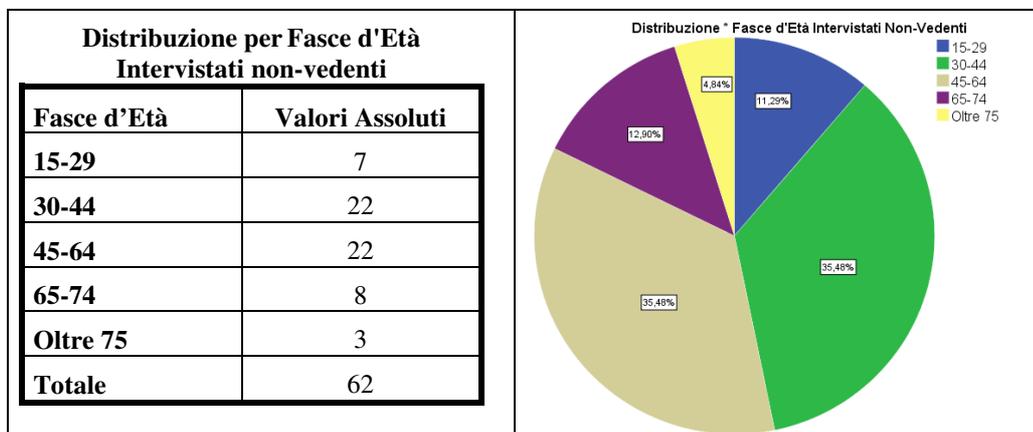
**Tabella 30** Distribuzione per Fasce d'Età intervistati di Sesso Femminile



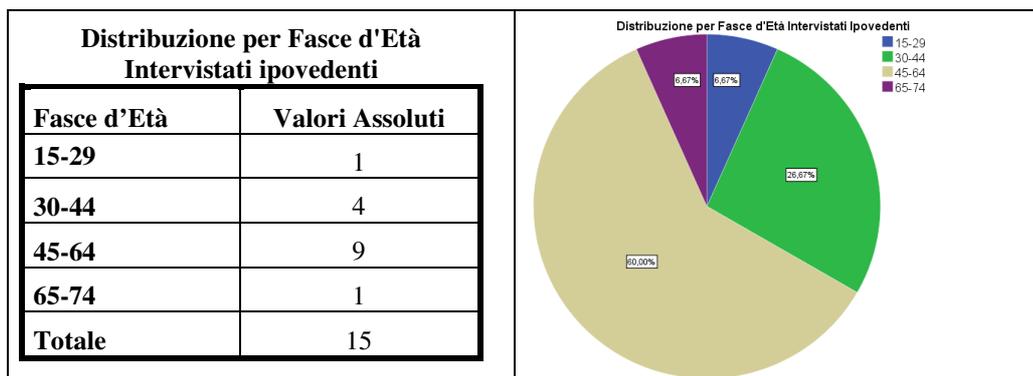
A differenza di quanto osservato in riferimento al gruppo di partecipanti di Sesso Maschile gli individui di Sesso Femminile che hanno dichiarato oltre 45 anni d'età risultano essere 20 pari al 65% complessivo di questo gruppo. In modo del tutto analogo a quanto osservato presso la controparte maschile, la maggioranza degli intervistati di Sesso Femminile si concentra nelle Fasce d'Età 30 – 44 e 45 – 64, per un totale di 23 individui pari al 73% degli intervistati di Sesso Femminile.

Osservando la distribuzione per Fasce d'Età in base al Grado di Lesione Visiva si può notare come sia la maggioranza dei partecipanti ipovedenti, 13 individui, sia la maggioranza di partecipanti non-vedenti, pari a 44 intervistati, si concentri nelle Fasce d'Età 30 – 44 e 45 – 64.

**Tabella 31** Distribuzione per Fasce d'Età intervistati non-vedenti.



**Tabella 32** Distribuzione per Fasce d'Età intervistati ipovedenti.



Procedendo ad un confronto dei dati raccolti con quelli riferibili alla demografia della popolazione non-vedente italiana appare chiaro come la struttura del campione non rifletta quella della popolazione non-vedente, caratterizzata nel complesso da individui di *Sesso Femminile* con oltre 75 anni di età.

**Tabella 33** Distribuzione per Fasce d'Età e Sesso Popolazione non-vedente Anno 2013 (Valori in Migliaia)

Distribuzione per Fasce d'Età Popolazione non-vedente		Distribuzione per Fasce d'Età Popolazione non-vedente Maschile		Distribuzione per Fasce d'Età Popolazione non-vedente Femminile	
Fasce d'Età	Valori Assoluti	Fasce d'Età	Valori Assoluti	Fasce d'Età	Valori Assoluti
0-14	5 (2%)	0-14	3 (2%)	0-14	2 (1%)
15-44	23 (7%)	15-44	12 (10%)	15-44	11 (6%)
45-64	52 (16%)	45-64	26 (21%)	45-64	26 (13%)
65-74	47 (15%)	65-74	22 (17%)	65-74	26 (13%)
75 e più	197 (60%)	75 e più	63 (50%)	75 e più	135 (67%)
<b>Totale</b>	<b>325 (100%)</b>	<b>Totale</b>	<b>126</b>	<b>Totale</b>	<b>199</b>

Il campione dei partecipanti dunque risulta caratterizzato da individui sostanzialmente più giovani, come attestato anche da un confronto tra le età medie dei due gruppi, 47,7 contro 67,5 anni.

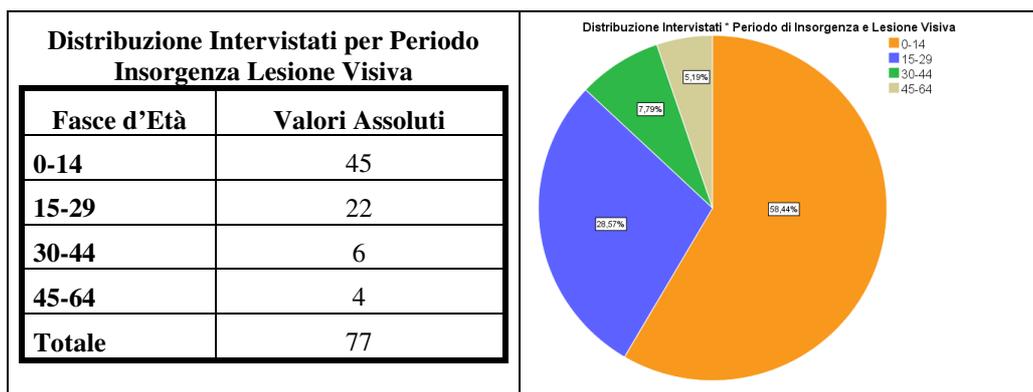
Il basso numero di individui con oltre 65 anni di età potrebbe essere imputabile a due fattori.

Da un lato le modalità di somministrazione del Questionario stesso, basato essenzialmente su di un “reclutamento” effettuato principalmente per via telematica attraverso mailing-list, siti gestiti dalle sezioni locali U.I.C.I coinvolte e gruppi di discussione presenti su internet, al quale è seguito un’intervista telefonica o via Skype, potrebbero aver scoraggiato o magari neppure raggiunto coloro potenzialmente interessati. Dall’altro lato proprio l’elevata età degli individui target del rilevamento potrebbe essere stata in qualche misura un fattore limitante alla partecipazione di questo particolare segmento categoria della popolazione per la quale pare lecito supporre livelli di inclusione sociale e partecipazione attiva inferiori (CIRM, 2003).

## 8.2 Periodo Insorgenza Lesione Visiva

In relazione al Periodo di Insorgenza della Lesione Visiva i risultati registrati sono illustrati nella tabella 9 che riporta la distribuzione per Fasce d'Età degli intervistati al momento dell’insorgere della Lesione Visiva.

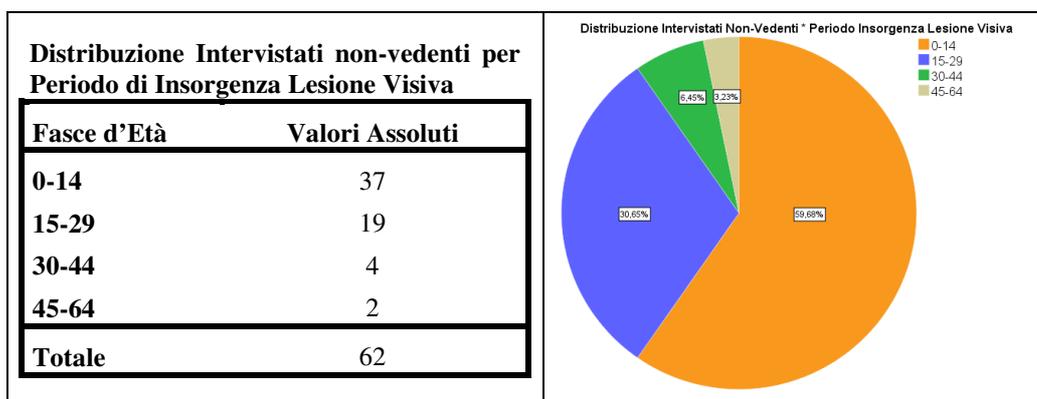
**Tabella 34** Distribuzione per Fasce d'Età dei partecipanti al momento dell'insorgere della Lesione Visiva.



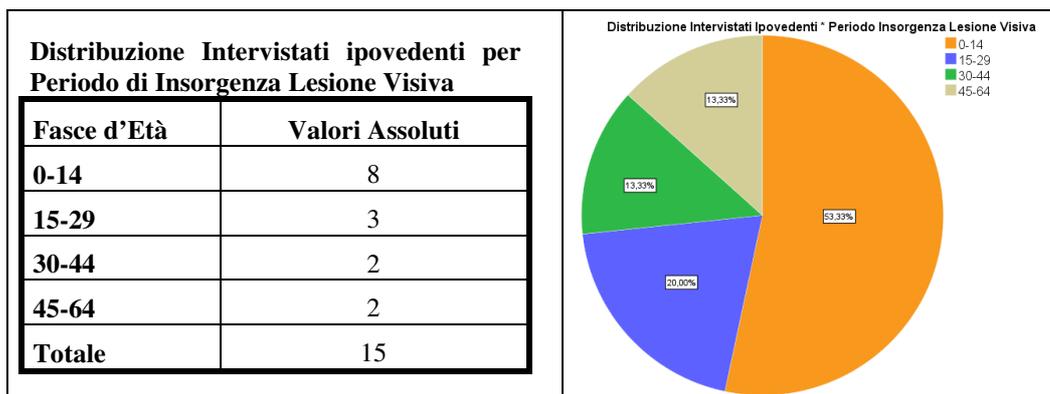
Su un totale di 77 partecipanti 45 hanno dichiarato di avere un'età pari o inferiore ai 14 anni al momento dell'insorgere della lesione, 22 un'età compresa tra i 15 e i 29 anni, 6 un'età compresa tra i 30 e i 44 anni, infine 4 partecipanti hanno dichiarato un'età compresa tra i 45 e i 64 anni. In generale il 58% degli intervistati ha dichiarato un'età inferiore ai 14 anni al momento dell'insorgere della lesione visiva, se si comprende anche la Fascia d'Età immediatamente successiva, un totale di 67 individui, pari all'87% del totale degli intervistati, aveva un'età inferiore ai 30 anni al momento dell'insorgere della Lesione Visiva.

Per quanto riguarda invece la distribuzione per Fasce d'Età al momento dell'insorgere della Lesione Visiva per tipologia di disabilità visiva il 10% degli intervistati non-vedenti è divenuto dopo il compimento del 30esimo anno di età a fronte del 26% di individui divenuto ipovedente dopo tale età.

**Tabella 35** Distribuzione per Fasce d'Età partecipanti non-vedenti al momento dell'insorgere della Lesione Visiva.

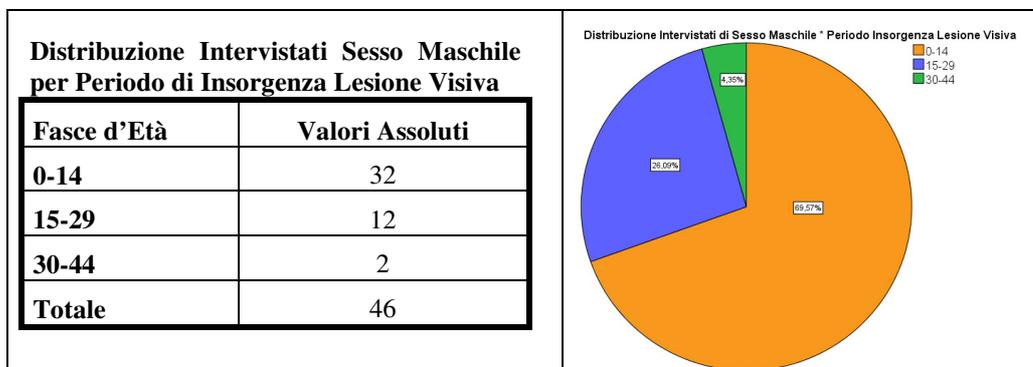


**Tabella 36** Distribuzione per *Fasce d'Età* partecipanti *ipovedenti* al momento dell'insorgere della *Lesione Visiva*.



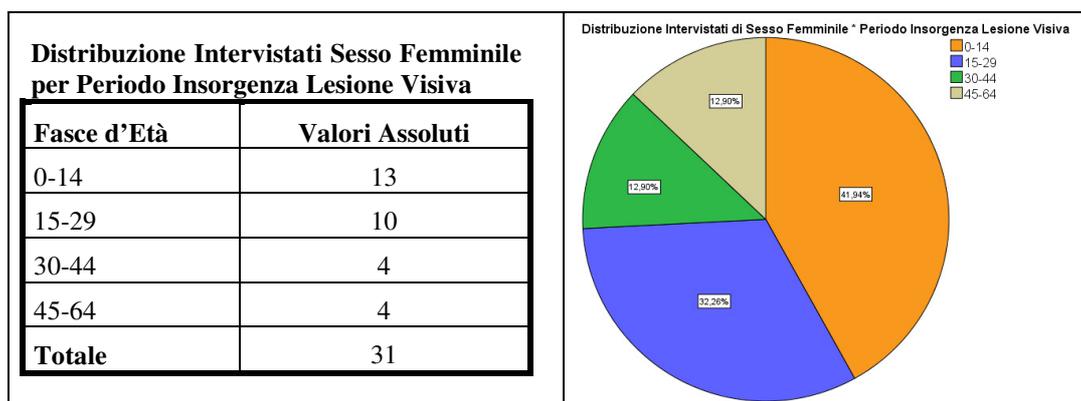
Analizzando invece la distribuzione per Fasce d'Età e Sesso degli intervistati al momento dell'insorgere della disabilità visiva si può osservare come per gli intervistati di Sesso Maschile la condizione di disabile visivo sia una condizione occorsa prima dei 30 anni per circa il 96% degli intervistati.

**Tabella 37** Distribuzione per Fasce d'Età partecipanti Sesso Maschile al momento dell'insorgere della Lesione Visiva.



In riferimento agli intervistati di Sesso Femminile, nonostante per 74% delle intervistate la condizione di disabilità visiva sia intervenuta prima del compimento del 30esimo anno di età, il restante 26% è divenuto non-vedente o ipovedente dopo tale data. Inoltre, se nel campione maschile nessun partecipante aveva indicato quale periodo di insorgenza la Fascia d'Età 45-64 anni per 13% degli individui di Sesso Femminile la condizione di disabilità visiva è intervenuta dopo il compimento del 65esimo anno d'età.

**Tabella 38** Distribuzione per Fasce d'Età partecipanti Sesso Femminile al momento dell'insorgere della Lesione Visiva.



In riferimento al Periodo di Insorgenza della Lesione Visiva “*È opportuno sottolineare che le cause più frequenti di cecità sono condizioni precedenti o legate alla nascita tra 0 e 45 anni, e le malattie croniche tra 45 e oltre 75 anni con una netta prevalenza di queste ultime come causa di cecità per il totale della popolazione*” (CRUCIANI, DI PILLO, 2011, p. 47).

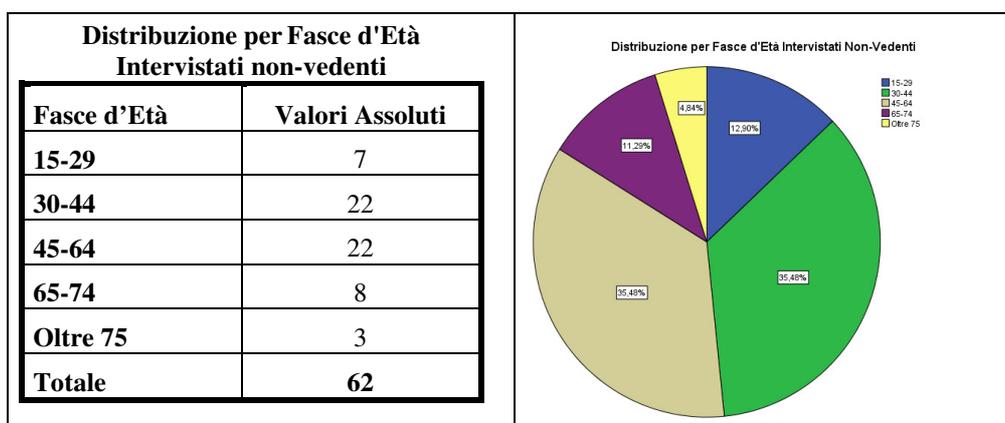
All'interno del campione degli intervistati solo 4 individui su 77 hanno dichiarato un'età superiore ai 45 anni al momento dell'insorgere della lesione. Nonostante all'interno dei questionari non sia stata riportata la causa diretta della Lesione Visiva alcuni degli intervistati hanno informalmente asserito a margine di alcune delle domande poste come alla base della propria condizione vi siano cause imputabili a condizioni legate o precedenti alla nascita. Sembra logico supporre che l'insorgere della condizione di disabilità visiva in giovane porti gli intervistati maggiormente in contatto con servizi e associazioni di categoria favorendo, in teoria, una maggiore conoscenza dei servizi dedicati alle persone con disabilità visiva e un percorso di inclusione sociale.

All'opposto le persone divenute non-vedenti o ipovedenti in seguito a malattie cronico-degenerative risultano in netta minoranza, in proposito si fa presente che nonostante le strategie di prevenzione abbiano fortemente ridotto il numero delle persone non-vedenti in tutto il mondo, il numero delle persone ipovedenti è previsto in forte crescita in particolare nei paesi occidentali a causa dell'invecchiamento della popolazione e del conseguente aumento delle malattie degenerative legate ad esso (cfr. CRUCIANI, DI PILLO, 2011).

### 8.3 I partecipanti non-vedenti

Il campione dei partecipanti che hanno dichiarato di essere non-vedenti, di gran lunga più numeroso rispetto al campione degli intervistati ipovedenti, risulta caratterizzato da una prevalenza di individui di Sesso Maschile, più nello specifico 38 individui di Sesso Maschile e 24 individui di Sesso Femminile. La tabella 14 illustra la distribuzione del campione di intervistati non-vedenti rispetto al Sesso e alle Fasce d'età.

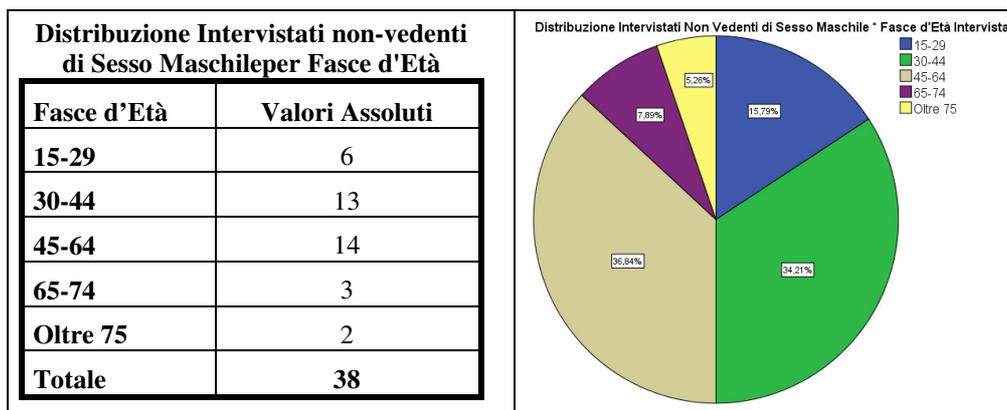
**Tabella 39** Distribuzione per Fasce d'Età Intervistati non-vedenti



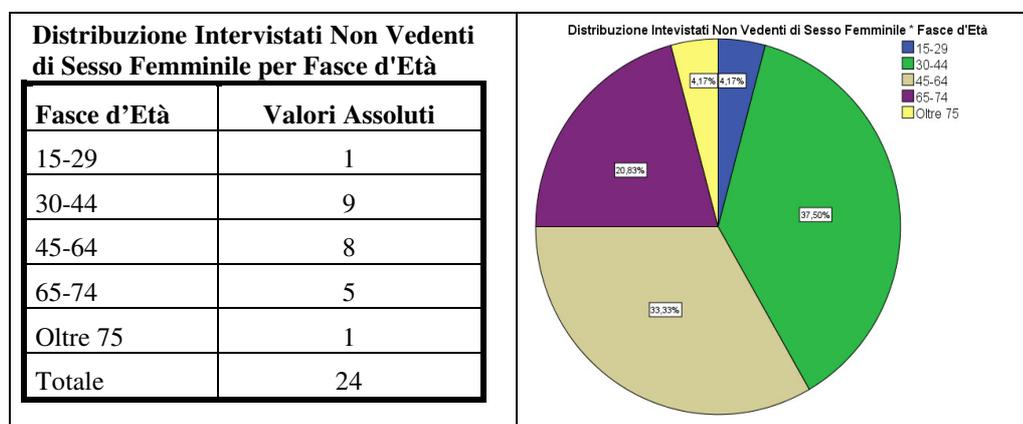
Il 71% di coloro che hanno dichiarato di essere non-vedenti ha un'età compresa tra i 30 e i 64 anni, per un totale di 44 individui, l'Età Media del campione dei soli partecipanti non-vedenti è pari a 47,5 anni, a fronte di un'Età Media complessiva di 47,7 anni, in riferimento al genere dei partecipanti l'Età Media del gruppo di partecipanti di Sesso Maschile si attesta sui 45,6 anni, mentre per i partecipanti di Sesso Femminile sui 50,5 anni.

Da un confronto tra i due gruppi appare come i partecipanti di entrambi i sessi risultino concentrati nelle Fasce d'Età 30 – 44 e 45 – 64 anni, con 27 individui di Sesso Maschile, pari al 71% dei partecipanti non-vedenti Uomini, e 17 individui di Sesso Femminile, pari al 71% dei partecipanti non-vedenti Donne.

**Tabella 40** Distribuzione per Fasce d'Età Intervistati non-vedenti Sesso Maschile



**Tabella 41** Distribuzione per Fasce d'Età Intervistati non-vedenti Sesso Femminile



Osservando le restanti Fasce d'Età è possibile notare come nella Fascia d'Età 15 – 29 anni si abbia una prevalenza percentuale di intervistati di Sesso Maschile, con il 16% degli intervistati che hanno dichiarato un'età inferiore ai 29 anni; sono invece 5 gli individui di Sesso Maschile che hanno dichiarato oltre i 65 anni, pari al 13% degli intervistati uomini, mentre sono invece 6, pari al 25% degli intervistati di Sesso Femminile, i partecipanti che hanno dichiarato un'età pari o uguale ai 65 anni di età, infine solo 1 tra le intervistate di Sesso Femminile ha dichiarato un'età compresa tra i 18 e i 29 anni.

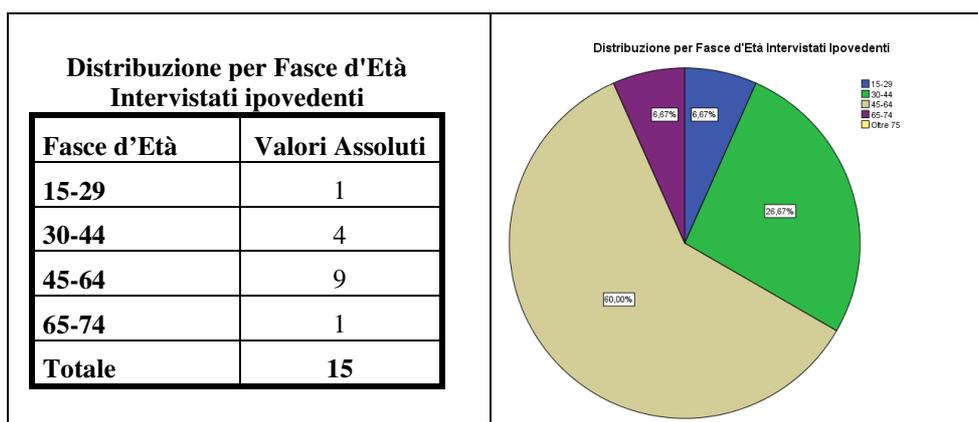
La maggioranza degli individui non-vedenti si concentra dunque tra i 30 e i 64 anni, se il gruppo dei partecipanti di Sesso Maschile appare meglio distribuito lungo le diverse Fasce d'Età, il gruppo di partecipanti di Sesso Femminile appare invece sbilanciato verso le Fasce d'Età più anziane. Il gruppo dei partecipanti non-vedenti di Sesso Maschile presenta inoltre un'Età Media sostanzialmente in linea con quella registrata per la totalità dei partecipanti, 45,6

contro 47,7 anni, a differenza del gruppo di partecipanti di Sesso Femminile che ha fatto registrare un'Età Media superiore a quella complessiva, 50,5 contro 47,7 anni. Infine l'Età Media registrata per entrambi i gruppi risulta superiore a quella registrata in relazione alla popolazione italiana, pari a 43,3 anni.

#### 8.4 Partecipanti ipovedenti

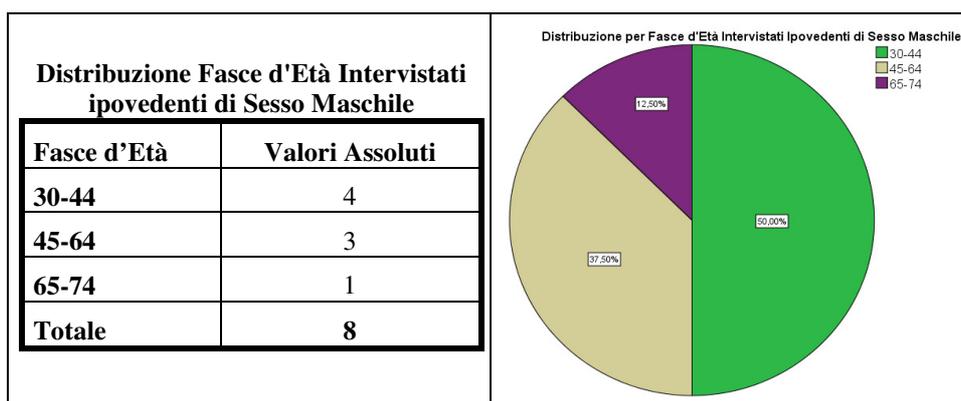
Il campione di partecipanti che ha dichiarato di essere ipovedente risulta essere composto da 8 Uomini e 7 Donne, ad eccezione di 3 individui di Sesso Maschile certificati come ipovedenti Lievi/Medio Gravi, tutti i partecipanti hanno riportato di essere stati certificati quali ipovedenti Gravi.

**Tabella 42** Distribuzione per Fasce d'Età Intervistati ipovedenti

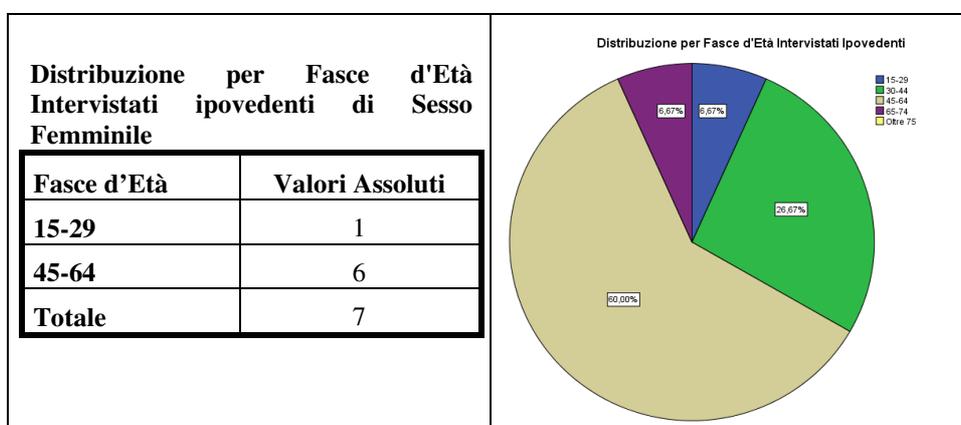


Al pari di quanto riscontrato per il gruppo di partecipanti non-vedenti anche all'interno del campione di intervistati ipovedenti, la maggioranza degli individui risulta essere concentrata nella Fascia d'Età 30 – 64 anni, ad eccezione del partecipante più giovane e di quello più anziano, i quali hanno dichiarato un'età compresa rispettivamente tra i 18 e 29 anni e i 65 e 74 anni. L'Età Media del campione dei partecipanti ipovedenti si attesta sui 48,5 anni.

**Tabella 43** Distribuzione per Fasce d'Età Intervistati ipovedenti di Sesso Maschile



**Tabella 44** Distribuzione per Fasce d'Età Intervistati ipovedenti di Sesso Femminile



La quasi totalità dei partecipanti di Sesso Femminile si concentra nell'intervallo d'età 45 – 64 anni, mentre i partecipanti di Sesso Maschile appaiono distribuiti anche nelle Fasce d'Età adiacenti.

Agli intervistati ipovedenti è stata dedicata una sezione specifica, Modalità di utilizzo/importanza della capacità visiva residua negli utilizzatori di prodotti audiovisivi, finalizzata a comprendere l'importanza della Capacità Visiva Residua e quali tipi di informazioni sia possibile ricavare attraverso di essa durante la fruizione di un prodotto audiovisivo. Quale parametro di riferimento è stato suggerito ai partecipanti di riferirsi alla visione di prodotti audiovisivi nella propria abitazione. Inizialmente è stato chiesto ai partecipanti di classificarsi come Ascoltatori o Osservatori sulla base delle modalità di utilizzo della Capacità Visiva Residua messe in atto durante la fruizione di un prodotto audiovisivo. 8 degli intervistati, rispettivamente 3 uomini e 5 donne, tutti certificati come ipovedenti Gravi ad eccezione di un uomo certificato come ipovedente Live/Medio Grave, si sono definiti

Ascoltatori. 3 di essi, 1 uomo e 2 donne tutti certificati come ipovedenti Gravi, hanno riportato di non essere in grado di sfruttare la Capacità Visiva Residua per ricavare informazioni utili per la fruizione di prodotti audiovisivi. Al contrario i rimanenti 5 partecipanti definitisi come Ascoltatori, 2 uomini e 3 donne, hanno riportato di essere in grado di ricavare informazioni attraverso la Capacità Visiva Residua. La Tabella 45 illustra la possibilità per i partecipanti ipovedenti di ricavare informazioni attraverso la Capacità Visiva Residua.

**Tabella 45** Capacità Visiva Residua – CVR e utilizzo prodotti audiovisivi

Osservatore / Ascoltatore	Valori Assoluti	Ricavare Informazioni attraverso CVR	Valori Assoluti
<b>Osservatore</b>	7	<b>No</b>	65
<b>Ascoltatore</b>	70	<b>Sì</b>	12

Al fine di comprendere e categorizzare la tipologia delle informazioni ricavabili attraverso la CVR è stato sottoposto agli intervistati un elenco ricavato dalle indicazioni rilevate durante la fase di Focus Group e dalla revisione della letteratura di riferimento. Per ogni tipologia di informazione è stato chiesto agli intervistati di indicare la frequenza con cui si è in grado percepire l'informazione relativa, proponendo 4 diverse opzioni: Sempre – Spesso – Qualche Volta – Mai. I risultati raccolti sono illustrati all'interno della Tabella 46.

**Tabella 46** Tipologia informazioni ricavabili attraverso Capacità Visiva Residua e Frequenza

Informazioni Percepibili attraverso CVR	Mai (0)	Qualche volta (1)	Spesso (2)	Sempre (3)	Media
<b>Cambi Luce</b>	3 (20%)	1 (6,7%)	3 (20%)	8 (53,3%)	2,07
<b>Cambi Scena</b>	3 (20%)	2 (13,3%)	5 (33,3%)	5 (33,3%)	1,8
<b>Sagome Personaggi</b>	3 (20%)	1 (6,7%)	3 (20%)	8 (53,3%)	2,07
<b>Colori</b>	3 (20%)	2 (13,3%)	5 (33,3%)	5 (33,3%)	1,8
<b>Luoghi</b>	4 (26,7%)	6 (40%)	4 (26,7%)	1 (6,7%)	1,13
<b>Identificare Personaggi</b>	3 (20%)	7 (46,7%)	5 (33,3%)	0 (0%)	1,13
<b>Sottotitoli</b>	14 (93,3%)	1 (6,7%)	0 (0%)	0 (0%)	0,07
<b>Movimenti lenti</b>	4 (26,7%)	3 (20%)	6 (40%)	2 (13,3%)	1,4
<b>Movimenti Veloci</b>	6 (40%)	7 (46,7%)	2 (13,3%)	0 (0%)	0,73
<b>Parti dello schermo</b>	6 (40%)	3 (20%)	4 (26,7%)	2 (13,3%)	1,13

per i Valori relativi alla *Media* fanno riferimento ai Valori attribuiti alle frequenze *Mai*, *Qualche volta*, *Spesso* e *Sempre* riportati tra parentesi nelle relative colonne.

In particolare grazie alla Media rilevata per ciascuna categoria di informazioni è possibile valutare la facilità con cui i partecipanti riescono a percepire quella particolare tipologia di informazione. Le categorie che hanno ottenuto una Media più alta e sono quindi risultate più facilmente percepibili sono Cambi di Luce e vedere le Sagome dei Personaggi, l'identificazione dei personaggi tuttavia si è dimostrata molto più difficoltosa come dimostrato dal valore relativo alla categoria capacità di Identificare Personaggi, il medesimo valore è stato rilevato in relazione alla capacità di Identificare Luoghi o Ambientazioni. Il riconoscimento di Colori e Cambi Scena per i partecipanti non sembra essere particolarmente problematico, al contrario le categorie d'informazioni più difficilmente rilevabili sono risultate essere quelle relative a Movimenti Veloci di oggetti o persone sullo schermo e Sottotitoli, in particolare quest'ultima categoria si è dimostrata essere uno scoglio insormontabile per la totalità dei partecipanti.

Infine, in conclusione alla sezione dedicata alle modalità di utilizzo della Capacità Visiva Residua, è stato chiesto ai partecipanti ipovedenti di giudicare l'importanza del proprio residuo visivo come strumento utile alla fruizione di prodotti audiovisivi proponendo 5 diverse opzioni: Fondamentale – Molto Importante – Importante – Poco Importante – Di Nessuna Importanza.

**Tabella 47** Importanza Capacità Visiva Residua per la fruizione di prodotti audiovisivi.

**Importanza attribuita dagli Intervistati alla propria  
Capacità Visiva Residua**

	<b>Valori assoluti</b>
<b>Nessuna Importanza</b>	3
<b>Poco Importante</b>	1
<b>Importante</b>	3
<b>Molto Importante</b>	3
<b>Fondamentale</b>	5
<b>Totale</b>	<b>15</b>

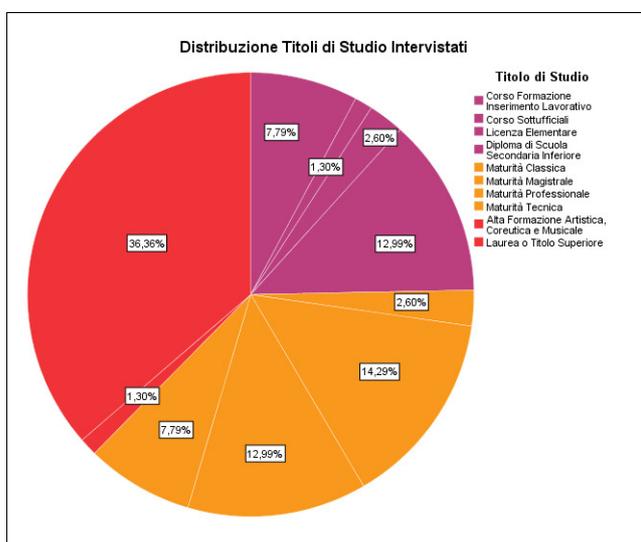
La maggioranza degli intervistati ipovedenti, pari a 8 individui, ha giudicato la propria CVR come Fondamentale o Molto Importante, 3 individui l'hanno giudicata Importante, mentre i rimanenti 4 individui l'hanno giudicata Poco Importante o di Nessuna Importanza, di questi ultimi 3 sono gli stessi che hanno dichiarato di non essere in grado di sfruttare la CVR quale mezzo utile per la fruizione di prodotti audiovisivi.

Complessivamente i partecipanti hanno attribuito un'importanza elevata alla CVR in proprio possesso, giudicandola Molto Importante o Importante: il punteggio medio infatti si è attestato su 2,4. Tale risultato è stato ottenuto attribuendo valore 1 all'opzione di scelta Fondamentale, 2 a Molto Importante, 3 a Importante, 4 a Poco Importante e 5 all'opzione Nessuna Importanza, tali valori sono stati moltiplicati per il numero delle risposte relative raccolte e i risultati ottenuti addizionati tra loro e successivamente divisi per il numero complessivo degli intervistati ipovedenti.

### 8.5 Livello di Istruzione

Per quanto riguarda invece il Livello di Istruzione registrato all'interno del campione dei partecipanti, si osserva una prevalenza di Titoli di Studio di Istruzione Secondaria Superiore o Terziari con una leggera prevalenza a favore dei primi, come si può apprezzare dalla Figura 1.

Figura 3 Distribuzione titoli di studio<sup>73</sup>



Un totale di 29 intervistati, pari al 37,7% dei partecipanti, ha dichiarato di essere in possesso di un Diploma di Maturità o titolo equivalente; 29 intervistati invece, pari al 37,7% del totale,

<sup>73</sup> Per facilità di analisi i *Titoli di Studio* sono stati raggruppati in tre macrocategoria. Il colore viola comprende tutti i titoli di studio equivalenti o inferiori ai *Titoli di Studio di Istruzione Secondaria Inferiore*; il colore arancione comprende i titoli di studio equipollenti a *Titoli di Istruzione Secondaria Superiore*; il colore rosso comprende i *Titoli di Studio Istruzione Terziaria*

hanno riportato di essere in possesso di un Titolo di Studio equivalente o superiore al Diploma di Laurea. I rimanenti 19 intervistati, pari al 24,7% del totale, sono risultati essere in possesso di un Titolo di Studio equivalente o inferiore al Diploma di Scuola Secondaria di Primo Grado.

Infine 14 intervistati hanno riportato di essere in possesso, oltre ad uno dei titoli di studio citati, di un diploma attestante il superamento di uno o più Corsi di Formazione finalizzati all'inserimento lavorativo o all'acquisizione di competenze informatiche: si tratta principalmente di individui non-vedenti di Sesso Maschile con un Titolo di Studio equivalente o inferiore ad un Diploma di Scuola Secondaria di Primo Grado. Un solo partecipante ha dichiarato di aver frequentato e superato entrambe le tipologie di corsi di formazione. Le Tabelle 23 e 24 e la Figura 3 illustrano nel dettaglio il Livello di Istruzione in base al Grado di Disabilità Visiva e al Sesso degli intervistati.

**Tabella 48** Distribuzione Titolo di Studio per Grado di Lesione Visiva.

**Titolo di Studio per Grado di Lesione Visiva Intervistati**

		Grado di Lesione Visiva Intervistati		Totale
		Ipovedente	Cieco Totale/Parziale	
<b>Titoli di Studio di Istruzione Secondaria Inferiore</b> (19) (24,7%)	Corso Formazione Inserimento Lavorativo	2 (16,7%)per	4 (6,5%)per	<b>6 (7,8%)per</b>
	Corso Sottufficiali	0	1 (1,6%)	<b>1 (1,3%)</b>
	Licenza Elementare	0	2 (3,2%)	<b>2 (2,6%)</b>
	Diploma di Scuola Secondaria Inferiore	1 (8,3%)	9 (14,5%)	<b>10 (13%)</b>
<b>Titoli di Studio di Istruzione Secondaria Superiore</b> (29) (37,7%)	Maturità Classica	1 (8,3%)	1 (1,6%)	<b>2 (2,6%)</b>
	Maturità Magistrale	2 (8,3%)	9 (14,5%)	<b>11 (14,3%)</b>
	Maturità Professionale	4 (25,0%)	6 (9,7%)	<b>10 (13,%)</b>
	Maturità Tecnica	2 (16,7%)	4 (6,5%)	<b>6 (7,8%)</b>
<b>Titoli di Studio di Istruzione Terziaria</b> (29) (37,7%)	Alta Formazione Artistica, Coreutica e Musicale	0	1 (1,6%)	<b>1 (1,3%)</b>
	Laurea o Titolo Superiore	2 (16,7%)	25 (40,3%)	<b>28 (36,4%)</b>
<b>Totale</b>		<b>12 (100%)</b>	<b>62 (100%)</b>	<b>77 (100%)</b>

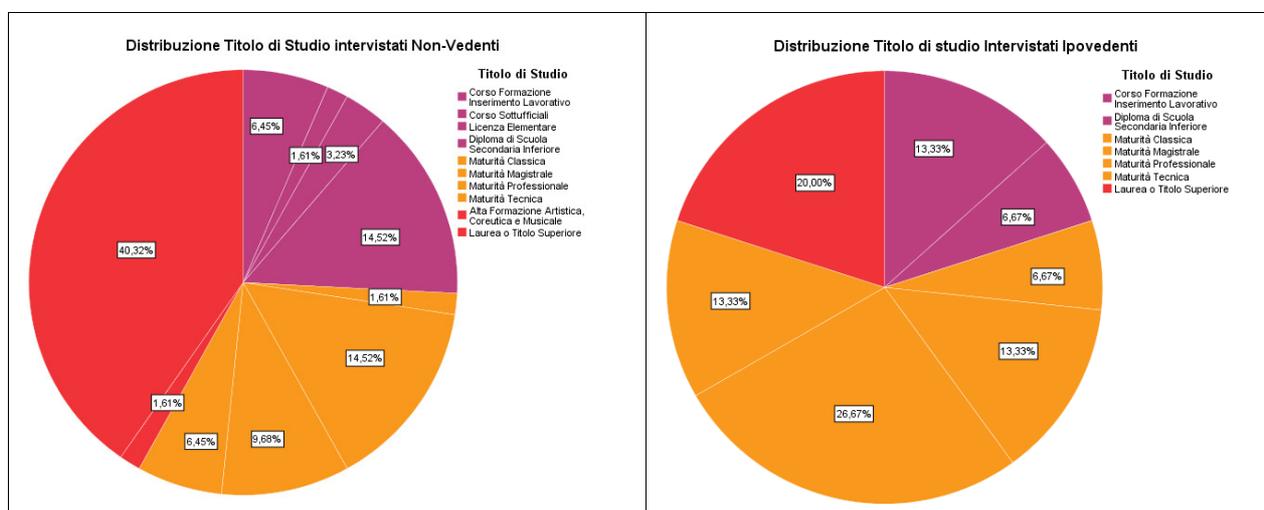
I valori percentuali indicate nelle colonne ipovedente e Cieco Totale/Parziale fanno riferimento all'incidenza di quella particolare categoria all'interno a quello stesso gruppo. I valori percentuali indicati nella colonna Totale fanno riferimento invece all'incidenza di quella particolare categoria all'interno dell'intero campione

**Tabella 49** Corso di Formazione per Sesso e Grado di Disabilità Visiva. Valori in unità.

Corso di Formazione	Grado di Lesione Visiva Intervistati		Totale
	Ipovedente	Cieco Totale/Parziale	
All'inserimento lavorativo	3	11	14
All'acquisizione di competenze ITC		1	1

Analizzando la distribuzione dei Titoli di Studio in base al Grado di Lesione Visiva è possibile osservare come tra i partecipanti non-vedenti vi sia una netta prevalenza di Titoli di Studio di Istruzione Terziaria, con 26 individui, seguiti da Titoli di Studio di Istruzione Secondaria Superiore, con 20 individui, e infine Titoli di Studio equivalenti o inferiori al Diploma di Istruzione Secondaria Inferiore, con 16 individui. Sulla totalità del campione solo 2 partecipanti non-vedenti di Sesso Maschile hanno dichiarato di essere in possesso del solo Diploma di Licenza Elementare.

**Figura 4** Distribuzione Titolo di Studio partecipanti per Grado di Disabilità Visiva. Valori percentuali



Diversamente, all'interno del gruppo dei partecipanti ipovedenti si registra una prevalenza di Titoli di Studio di Istruzione Secondaria Superiore, con 9 individui su 15 totali, 2 sono invece i coloro che si sono dichiarati in possesso di Titoli di Istruzione Terziaria a fronte di 3 individui in possesso di Titoli di Studio equivalenti o inferiori al Diploma di Istruzione Secondaria Inferiore.

Esaminando invece la distribuzione dei Titoli di Studio in relazione al Sesso dei partecipanti è possibile notare 3 diverse tendenze.

La prima caratterizza il gruppo di partecipanti non-vedenti di Sesso Maschile all'interno del quale, oltre ad una prevalenza di Titoli di Studio di Istruzione Terziaria con 15 individui su 38, si registra una situazione di leggero vantaggio a favore di coloro che hanno dichiarato di essere in possesso di Titoli di Studio equivalenti o inferiori a Diplomi di Istruzione Secondaria Superiore, con 13 individui. Sono invece 10 i partecipanti che hanno dichiarato di aver conseguito Diplomi di Istruzione Secondaria Inferiore, tra questi vi sono gli unici 2 partecipanti che hanno dichiarato di essere in possesso di un Diploma di Licenza Elementare, entrambi non-vedenti di Sesso Maschile.

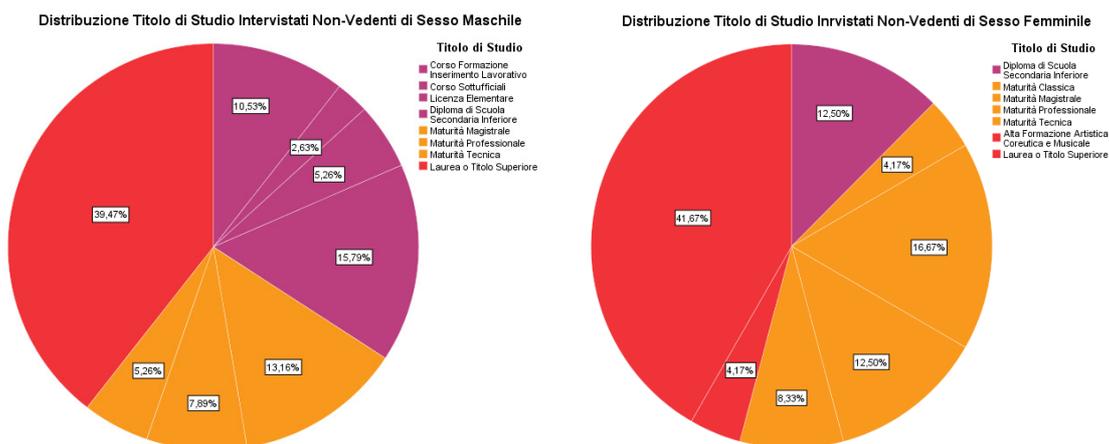
**Tabella 50** Distribuzione Titolo di Studio per Sesso intervistati non-vedenti.

**Titolo di Studio per Genere Intervistati non-vedenti**

		Genere Intervistati non-vedenti		Totale
		Uomini	Donne	
<b>Titoli di Studio di Istruzione Secondaria Inferiore</b> (16) (24,7%)	Corso Formazione Inserimento Lavorativo	4 (10,5%) <i>per</i>	0	<b>4 (6,5%)<i>per</i></b>
	Corso Sottufficiali	1 (2,6%)	0	<b>1 (1,6%)</b>
	Licenza Elementare	2 (5,3%)	0	<b>2 (3,2%)</b>
	Diploma di Scuola Secondaria Inferiore	6 (15,8%)	3 (12,5%)	<b>9 (14,5%)</b>
<b>Titoli di Studio di Istruzione Secondaria Superiore</b> (20) (37,7%)	Maturità Classica	0	1 (4,2%)	<b>1 (1,6%)</b>
	Maturità Magistrale	5 (13,2%)	4 (16,7%)	<b>9 (14,5%)</b>
	Maturità Professionale	3 (7,9%)	3 (12,5%)	<b>6 (9,7%)</b>
	Maturità Tecnica	2 (5,3%)	2 (8,3%)	<b>4 (6,5%)</b>
<b>Titoli di Studio di Istruzione Terziaria</b> (26) (37,7%)	Alta Formazione Artistica, Coreutica e Musicale	0	1 (4,2%)	<b>1 (1,6%)</b>
	Laurea o Titolo Superiore	15 (39,5%)	10 (41,7%)	<b>25 (40,3%)</b>
<b>Totale</b>		<b>38 (100%)</b>	<b>24 (100%)</b>	<b>62 (100%)</b>

per I valori percentuali indicate nelle colonne *ipovedente* e *Cieco Totale/Parziale* fanno riferimento all'incidenza di quella particolare categoria all'interno a quello stesso gruppo. I valori percentuali indicati nella colonna *Totale* fanno riferimento invece all'incidenza di quella particolare categoria all'interno dell'intero campione

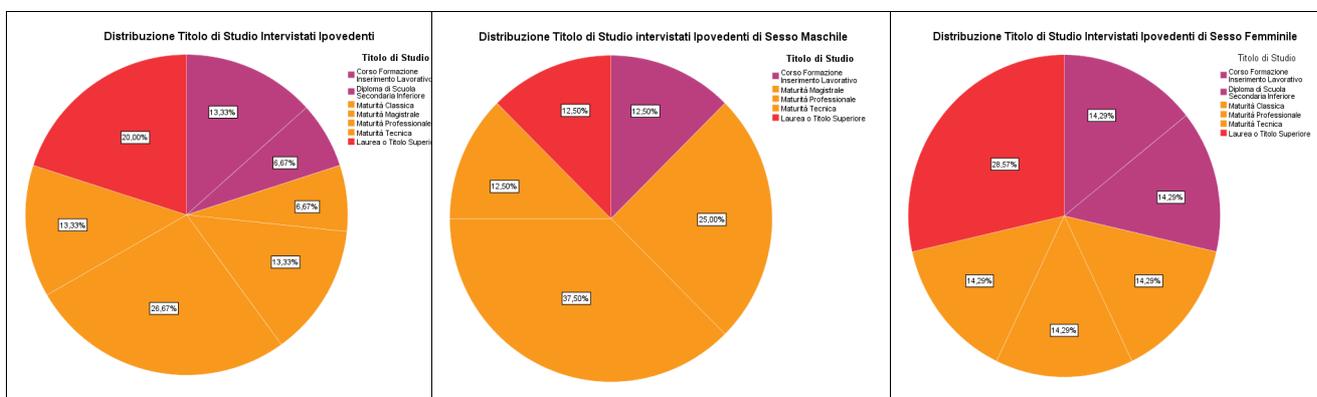
**Figura 5** Distribuzione Titolo di Studio intervistati non-vedenti per Sesso. Valori in percentuale.



La seconda tendenza che è possibile identificare emerge dal gruppo di partecipanti non-vedenti di Sesso Femminile, all'interno del quale i Titoli di Studio di Istruzione Terziaria equivalenti o superiori prevalgono di poco rispetto ai Diplomi di Istruzione Secondaria Superiore, con rispettivamente 11 e 10 individui. Infine risultano 3 gli individui che all'interno di tale gruppo hanno dichiarato di essere in possesso di Diplomi di Istruzione Secondaria Inferiore.

Infine la terza tendenza si manifesta all'interno del gruppo dei partecipanti ipovedenti caratterizzato da una generale predominanza di Diplomi di Istruzione Secondaria Superiore, più accentuata all'interno del gruppo dei partecipanti di Sesso Maschile rispetto a quello dei partecipanti di Sesso Femminile a proposito del quale sarebbe forse più corretto parlare di una situazione di sostanziale pareggio.

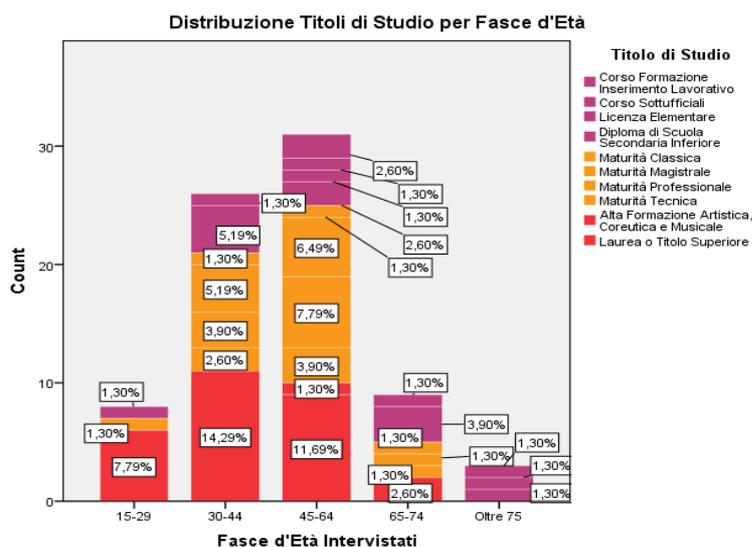
**Figura 6** Distribuzione Titoli di Studio Intervistati ipovedenti



Osservando la Figura 4 il 42,87% dei partecipanti di Sesso Femminile, pari a 3 individui, ha dichiarato di essere in possesso di Titoli di Istruzione Secondaria Superiore, il 28,57%, pari a 2 individui, di Titoli di Istruzione Terziaria e infine il restante 28,57% di Titoli di Istruzione Secondaria Inferiore o più bassi. Diversamente 6 degli 8 partecipanti ipovedenti di Sesso Maschile, pari al 75%, hanno riportato di essere in possesso di Titoli di Studio di Istruzione Secondaria Superiore, i restanti 2 si distribuiscono tra le due restanti classi di Titoli di Studio.

Analizzando invece la distribuzione dei titoli di studio in riferimento alle Fasce d'Età, illustrata nella Figura 7, è possibile individuare tre distinte tendenze, corrispondenti al variare dell'incidenza percentuale delle diverse Macrocategorie dei titoli di studio all'interno di ognuna delle Fasce d'Età. In riferimento alla classe dei Titoli di Studio equivalenti o inferiori al Titolo di Istruzione Secondaria Inferiore è possibile osservare un aumento dell'incidenza percentuale relativa ad ogni Fascia d'Età all'aumentare dell'età degli intervistati.

**Figura 7** Distribuzione Titoli di Studio per Fasce d'Età



Nella Fascia d'Età 15/29 tali Titoli di Studio incidono per il 13%, nella Fascia d'Età 30/44 per il 15%, nella Fascia d'Età 45/64 per il 20%, aumentando nella Fascia d'Età 65/74 fino al 40%, per raggiungere infine il 100% tra gli individui con oltre 75 anni d'età. I 2 soli intervistati non-vedenti, entrambi di Sesso Maschile, dichiaratisi in possesso del solo Diploma di Licenza Elementare hanno riportato un'età oltre i 75 anni. Più nel dettaglio in quest'ultima Fascia d'Età

si contano solamente 3 individui tutti non-vedenti, 2 sono di Sesso Maschile mentre 1 di Sesso Femminile, quest'ultimo è in possesso di un Diploma di Istruzione Secondaria Inferiore.

Diametralmente opposta invece la tendenza relativa all'incidenza percentuale dei Titoli di Studio di Istruzione Terziaria che scema progressivamente all'aumentare dell'età dei partecipanti. Si passa dal 74% registrato nella Fascia d'Età 15/29, al 47% della Fascia d'Età 30/44, al 30% della Fascia d'Età 45/64, fino al 20% registrato nella Fascia d'Età 65/74, per scomparire infine del tutto nella Fascia d'Età 75 anni e oltre.

In relazione invece a Titoli di Studio di Scuola Secondaria Superiore il valore percentuale più elevato si registra in corrispondenza della Fascia d'Età 45/64, con un picco del 50%. L'incidenza di tale classe di Titoli di Studio sale progressivamente all'aumentare dell'età dei partecipanti, passando dal 13% relativo ai partecipanti con un'età compresa tra i 15 e i 29 anni, al 38% relativo alla Fascia d'Età 30/44, fino a raggiungere il suo picco massimo nella Fascia d'Età 45/64, per poi scendere nella Fascia d'Età 65-74 anni al 40% e infine scomparire del tutto oltre i 75 anni, al pari di quanto registrato in relazione ai Titoli di Studio di Istruzione Terziaria.

## 8.6 Conclusioni

Il campione dei partecipanti dunque presenta una serie di caratteristiche peculiari.

Rispetto alla popolazione non-vedente, caratterizzata in generale da un basso livello di Istruzione e da una maggioranza di individui di *Sesso Femminile* anziani, il campione risulta essere composto perlopiù da individui mediamente molto più giovani e in possesso di un grado di istruzione più alto. In particolare il campione di intervistati di *Sesso Femminile* mostra una prevalenza maggiore di *Titoli di Studio di Istruzione Terziaria*, mentre l'età relativamente giovane dei partecipanti potrebbe essere dovuta principalmente alle modalità di reclutamento e somministrazione del Questionario, le quali presupponivano una certa collaborazione attiva da parte degli intervistati, un coinvolgimento nelle attività delle associazioni di categoria e una presenza operativa sui social network .

Si osserva inoltre una forte adesione ad associazioni di categoria probabilmente dovuta da un lato alle modalità di reclutamento che hanno coinvolto direttamente le associazioni di riferimento, e dall'altro alla giovane età dei partecipanti al momento dell'insorgere della lesione visiva, dato questo che porta ad ipotizzare un contatto di lunga data con servizi dedicati alle persone con Disabilità Visiva. Nel campione degli intervistati risultano assenti individui non-

vedenti o ipovedenti divenuti tali in seguito a malattie cronico degenerative, categoria questa data in aumento nei prossimi anni dalle proiezioni demografiche e dagli studi sull'incidenza epidemiologica di tali malattie.

In relazione al *Livello di Istruzione* osservato, questo è risultato essere ampiamente al di sopra di quello registrato presso la popolazione non-vedente, che si ricorda caratterizzato da *Titoli di Studio di Istruzione Secondaria Inferiore* e da un alto tasso di analfabetismo. Una tendenza analoga a quella propria della popolazione non-vedente nazionale è stata riscontrata solamente in corrispondenza delle Fasce d'Età più anziane, mentre in corrispondenza delle Fasce d'Età più giovani si osserva una maggiore frequenza di *Titoli di Studio di Istruzione Terziaria* o di *Istruzione Secondaria di Superiore*. In riferimento invece a *Livello d'Istruzione e Grado di Disabilità Visiva* è il gruppo di Intervistati *non-vedenti* a far registrare un livello di istruzione più elevato con una maggior incidenza percentuale di *Titoli di Istruzione Terziaria*.

Un campione di intervistati in conclusione caratterizzato da una giovane età, un alto livello di istruzione, un coinvolgimento attivo nella vita delle associazioni di riferimento e una predominanza di individui uomini.

## **Capitolo 9.**

### **Descrizione dei risultati. Modalità di fruizione prodotti audiovisivi non integrati dal servizio di Audiodescrizione (AD)**

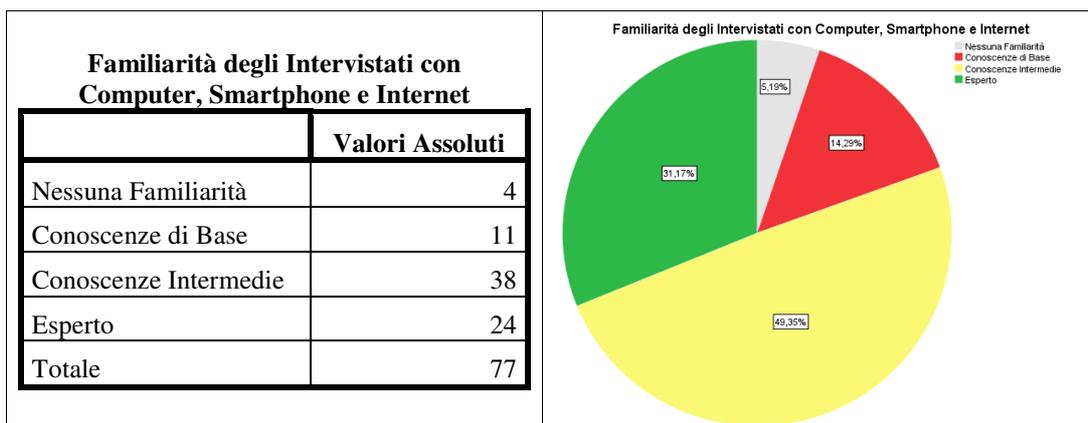
Nel presente capitolo verranno illustrati i dati raccolti presso il campione degli intervistati circa le modalità di fruizione di prodotti audiovisivi. Verranno descritte 8 variabili, a fianco dei dati circa Frequenza e Numero di Ore Settimanali saranno illustrati quelli riguardanti le variabili Dimestichezza con le tecnologie dell'informazione e della comunicazioni (Tic), Tipologia di Informazioni richieste durante la visione di film privi del servizio di audiodescrizione, Strategie messe in atto durante l'utilizzo della piattaforma televisiva per concludere con le Preferenze personali in relazione al genere di prodotto audiovisivo.

#### **9.1 Familiarità con le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (Tic)**

La Sezione 3 del Questionario si apre con 2 domande finalizzate a testare la familiarità degli intervistati con le tecnologie informatiche, inizialmente l'intervistato è stato invitato a esprimere un'autovalutazione circa le competenze informatiche in proprio possesso di scriminando tra Nessuna Dimestichezza, Conoscenze di Base, Conoscenze Intermedie ed Esperto; successivamente l'intervistato ha collocato il monte ore dedicato all'utilizzo di Computer e Smartphone per la navigazione in Internet, per lavoro o per semplice svago, avendo la facoltà di scegliere tra 6 diverse Fasce Orarie, 0-8, 9-16, 17-24, 25-32, 33-40, oltre 41 ore.

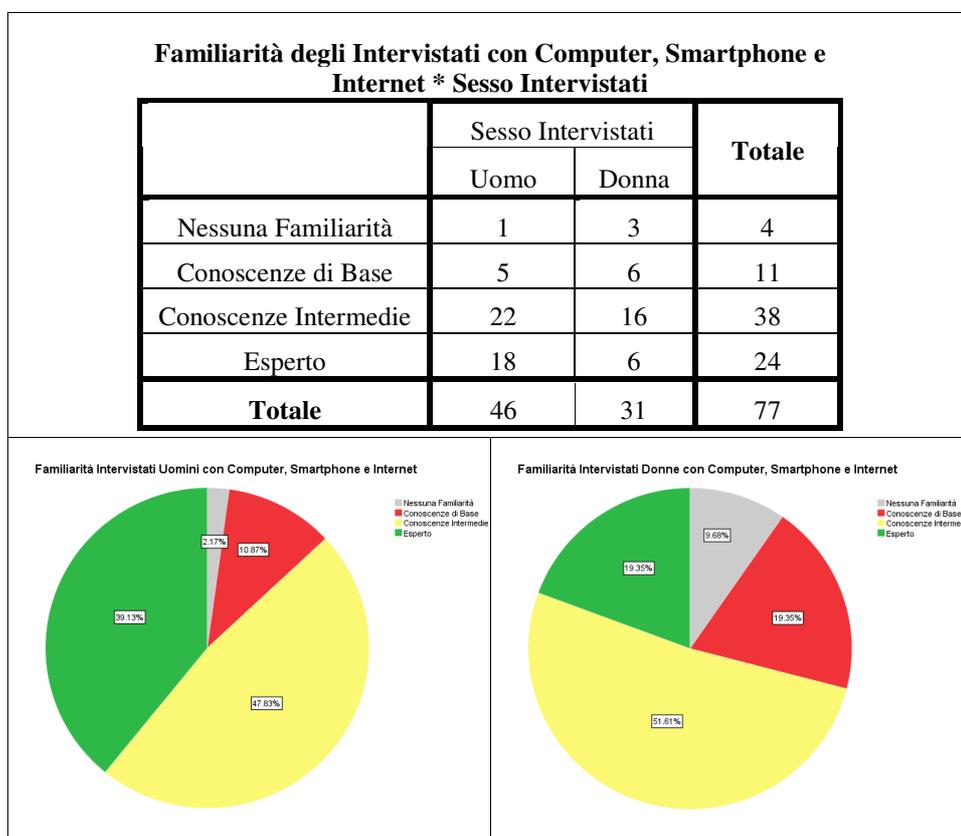
Complessivamente il campione ha dimostrato una discreta familiarità con le nuove tecnologie, con 38 individui che hanno riportato di essere in possesso di Conoscenze Intermedie, includendo anche la categoria Esperto la quota di individui in possesso di conoscenze discrete/buone sale a 62 individui equivalenti all'80,52% dei partecipanti come si può apprezzare dalla Tabella 1.

**Tabella 51** Familiarità degli Intervistati con Computer, Smartphone e Internet.



Analizzando invece la Familiarità con le tecnologie in base al Sesso degli intervistati si può notare come il campione degli intervistati di Sesso Maschile abbia espresso un più alto grado di dimestichezza tecnologico rispetto alla controparte femminile, come si può apprezzare dalla Tabella 2.

**Tabella 52** Familiarità con Computer, Smartphone e Internet per Sesso degli Intervistati

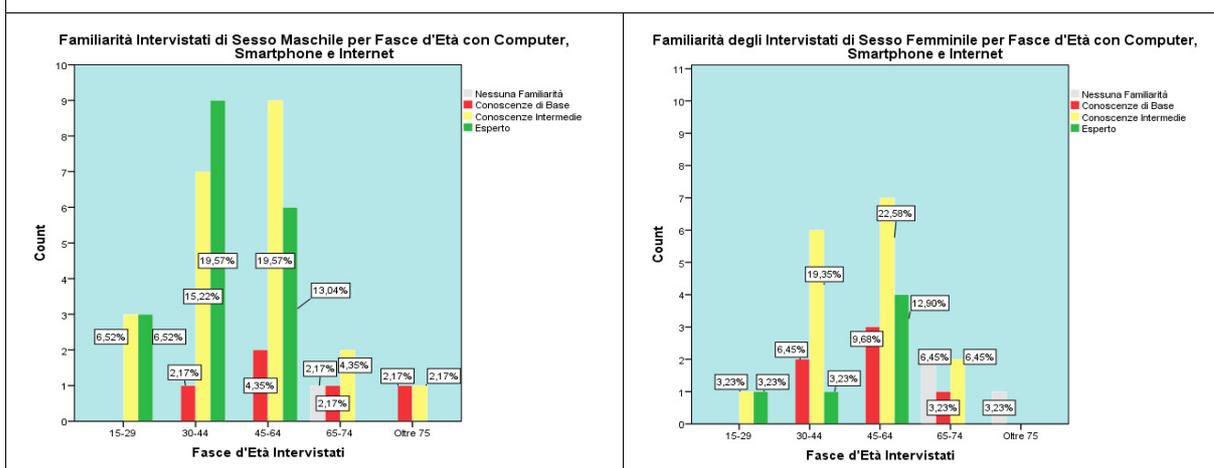


Più nel dettaglio l'86,96% degli intervistati di Sesso Maschile ha collocato il proprio livello di conoscenza tecnologica ad un livello Intermedio o Esperto, a fronte del 70,96% della controparte di Sesso Femminile. Il gruppo di intervistati di Sesso Femminile ha fatto registrare valori percentuali più che doppi in riferimento alle categorie Nessuna Familiarità e Conoscenze di Base rispetto alla controparte maschile, al contrario in corrispondenza della categoria Esperto i partecipanti di Sesso Maschile fanno registrare un valore percentuale doppio.

In riferimento invece alle Fasce d'Età non sorprende osservare una diminuzione progressiva del grado di Familiarità tecnologica all'aumentare dell'età dei partecipanti come illustrato nella Tabella 3.

**Tabella 53** Familiarità con Computer, Smartphone e Internet per Fasce d'Età Intervistati.

Fasce d'Età Intervistati per Familiarità degli Intervistati con Computer, Smartphone e Internet					
	Grado di Familiarità				Totale
	Nessuna Familiarità	Conoscenze di Base	Conoscenze Intermedie	Esperto	
15-29	0	0	4	4	8
30-44	0	3	13	10	26
45-64	0	5	16	10	31
65-74	3	2	4	0	9
Oltre 75	1	1	1	0	3
<b>Totale</b>	<b>4</b>	<b>11</b>	<b>38</b>	<b>24</b>	<b>77</b>

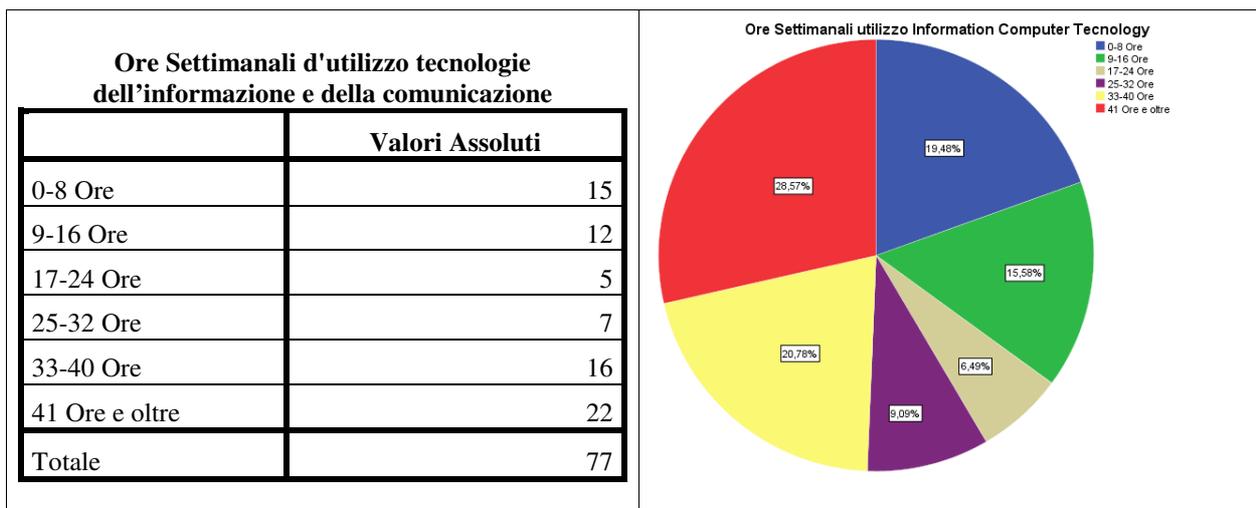


Gli unici 4 individui ad aver dichiarato di non possedere Nessuna Conoscenza o dimestichezza con le nuove tecnologie hanno tutti oltre 65 anni, di questi 1 è di Sesso Maschile i rimanenti di

Sesso Femminile. Dai grafici si può notare come coloro che si sono classificati come Esperti abbiano tutti un'età inferiore ai 64 anni, con un'incidenza percentuale maggiore nella Fascia d'Età 30-44 anni per gli intervistati di Sesso Maschile, mentre per gli intervistati di Sesso Femminile si riscontra una maggiore incidenza di utenti Esperti nella Fascia d'Età successiva. Per quanto riguarda entrambi i gruppi la tendenza della categoria Conoscenze Intermedie appare invece distribuita attraverso tutte le Fasce d'Età, infine nessuno degli intervistati con un'età inferiore ai 30 anni ha riportato di possedere Conoscenze di Base. I dati raccolti dunque evidenziano un progressivo incremento di abilità e conoscenze legate alle nuove tecnologie negli individui più giovani, come del resto era lecito attendersi.

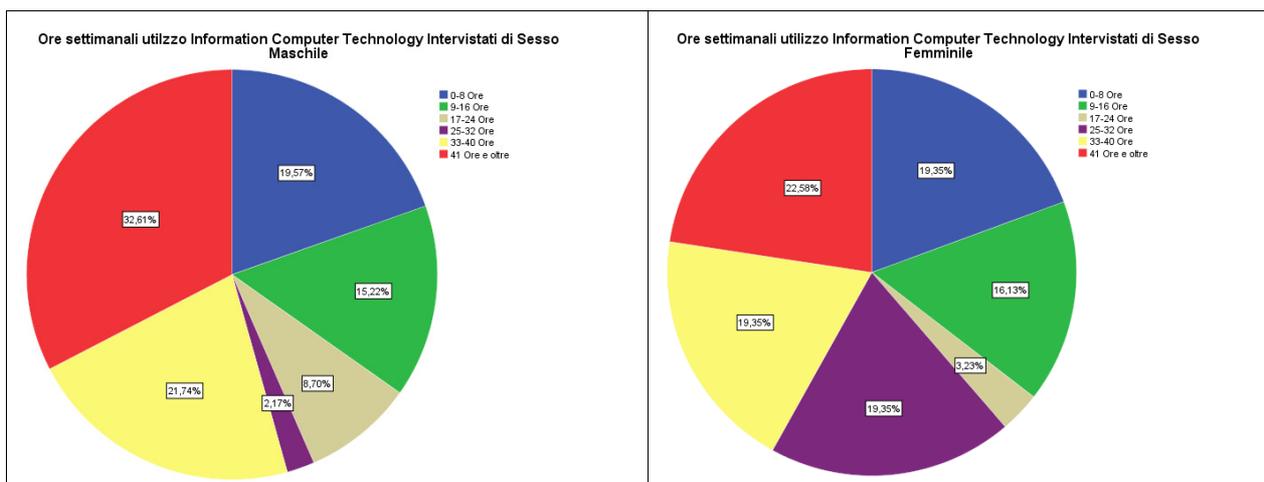
In relazione alla Frequenza di utilizzo di nuove tecnologie è stato chiesto agli intervistati di quantificare il numero di ore dedicato all'utilizzo Computer, Smartphone e Tablet proponendo 6 diverse Fasce Orarie, 0-8, 9-16, 17-24, 25-32, 33-40, oltre 41 ore.

**Tabella 54** Ore Settimanali dedicate all'utilizzo di Computer, Smartphone e Tablet



Come si può notare dalla Tabella 4 quasi il 50% del campione ha riportato di utilizzare le nuove tecnologie per almeno 33 ore settimanali, probabilmente a significare un utilizzo anche lavorativo della piattaforma, il 35% degli intervistati ha riportato di utilizzare tali tecnologie per meno di 16 ore alla settimana, mentre poco meno di 1/5 ha riportato un impiego inferiore alle 8 ore settimanali. La quota medie di ore pro-capite riservato all'utilizzo di tecnologie informatiche risulta essere pari a poco meno di 26 ore settimanali.

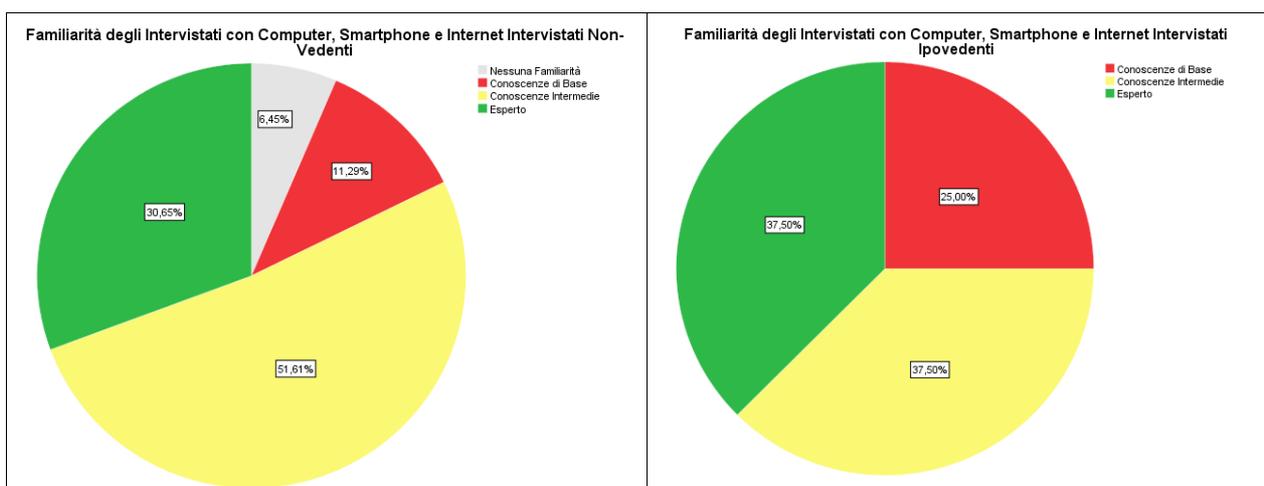
**Figura 8** Ore settimanali utilizzo Tecnologie dell'informazione e della comunicazione per Sesso Intervistati

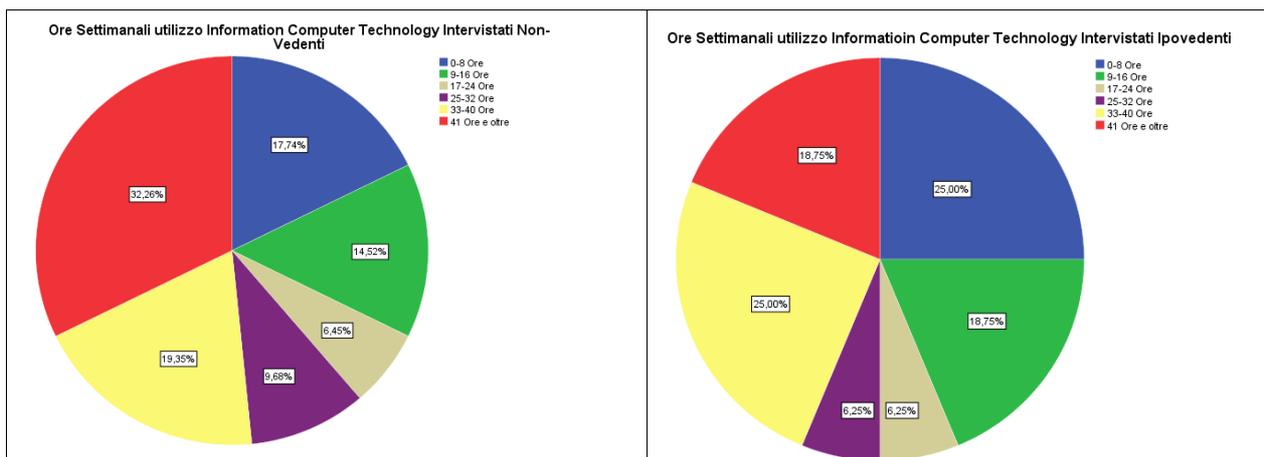


Per quanto riguarda il Genere, all'interno del gruppo di intervistati di Sesso Maschile hanno riportato percentuali maggiori in riferimento alle Fasce Orarie oltre 41 ore e 33-40 ore, se si allarga l'analisi anche alla Fascia Oraria 25-32 ore si ha una maggiore incidenza percentuale all'interno del gruppo di intervistati di Sesso Femminile. Entrambi i campioni hanno riportato comunque alte percentuali di utilizzo

In riferimento invece al Grado di Disabilità Visiva si osservano una Familiarità e una Frequenza di utilizzo maggiore degli Intervistati Non-Vedenti rispetto agli intervistati Ipovedenti.

**Figura 9** Familiarità e Frequenza di utilizzo Tecnologie dell'informazione e della comunicazione per Grado di Disabilità Visiva





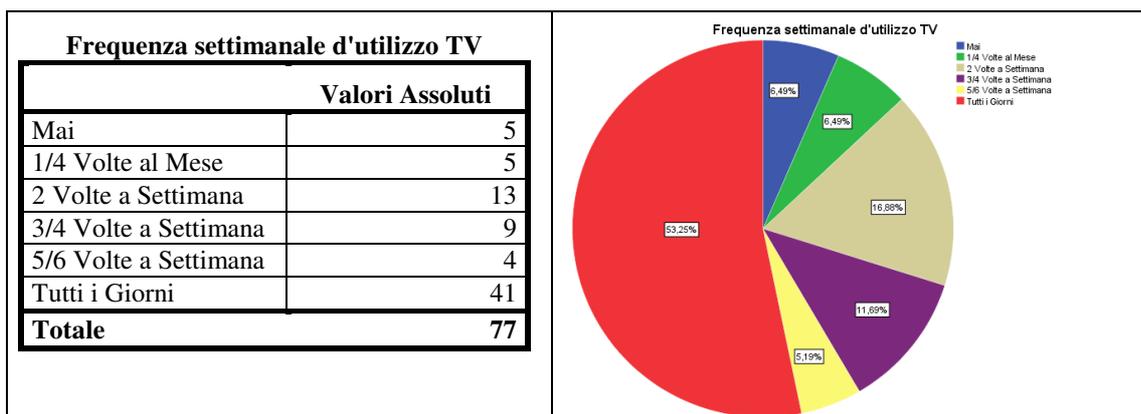
Complessivamente all'interno del campione dunque si osservano da un lato buone conoscenze informatiche, soprattutto in riferimento al gruppo di *Sesso Maschile*, ma in generale riportate da oltre l'80% degli intervistati, e dall'altro un elevato numero di ore dedicato all'utilizzo di nuove tecnologie con poco meno del 50% a riportare un monte ore settimanale di oltre 33 ore.

## 9.2 Frequenza fruizione della piattaforma televisiva

La Frequenza di fruizione dei prodotti audiovisivi è stata valutata considerando la Frequenza settimanale di utilizzo nonché la Quota di ore settimanale dedicata alla fruizione della televisione, la piattaforma maggiormente utilizzata per l'utilizzo di tali prodotti come sarà illustrato in seguito.

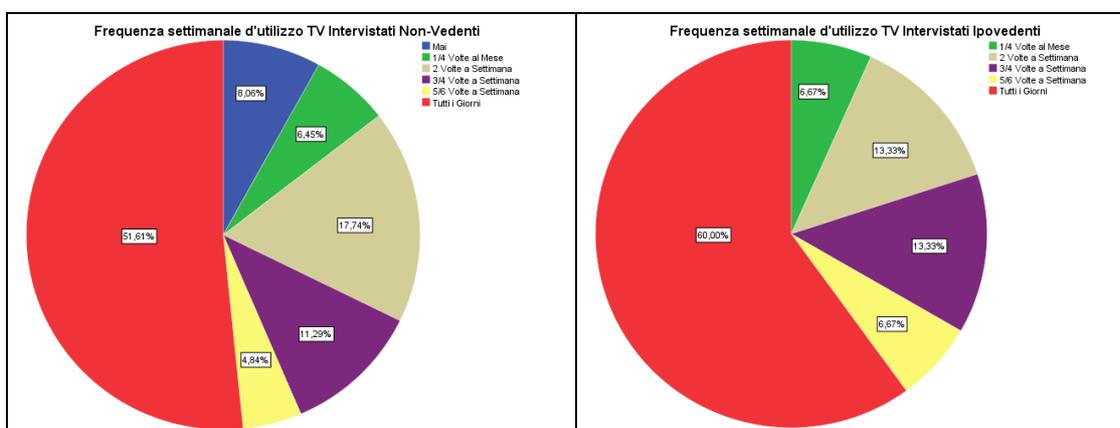
Per quanto riguarda la Frequenza di fruizione settimanale della piattaforma televisiva sono state proposte agli intervistati 6 diverse categorie, Mai, 1-4 volte al mese, 2 volte a settimana, 3-4 volte a settimana, 5-6 volte a settimana, Tutti i Giorni, in riferimento alle quali i dati raccolti sono riportati nella Tabella 5.

**Tabella 55** Frequenza settimanale di utilizzo Piattaforma Televisiva



Il 53,25% del campione pari a 41 individui ha riportato un utilizzo quotidiano della piattaforma televisiva a fronte di 23 individui pari al 29,86% che ne fanno invece un utilizzo saltuario. In riferimento al Grado di Lesione Visiva gli intervistati ipovedenti hanno riportato una Frequenza di utilizzo più alta rispetto ai partecipanti non-vedenti

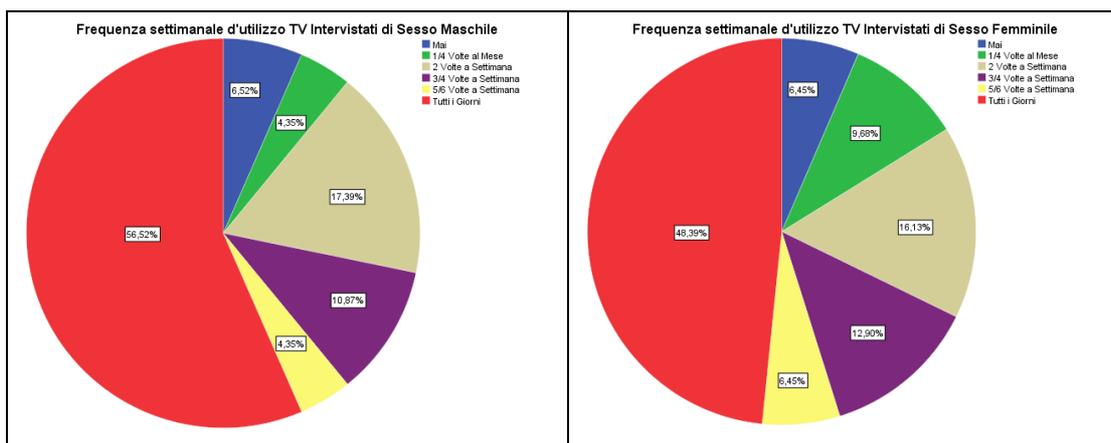
**Figura 10** Frequenza settimanale di utilizzo Piattaforma Televisiva per Grado di Lesione Visiva



In particolare all'interno del gruppo degli intervistati ipovedenti sono assenti coloro che non utilizzano Mai la televisione mentre la percentuale di coloro che ne fruiscono quotidianamente è pari al 60%, all'interno del gruppo dei non-vedenti tale valore supera di poco il 50%, mentre coloro che dichiarano un utilizzo inferiore ai 2 giorni settimanali sono il 32,25%.

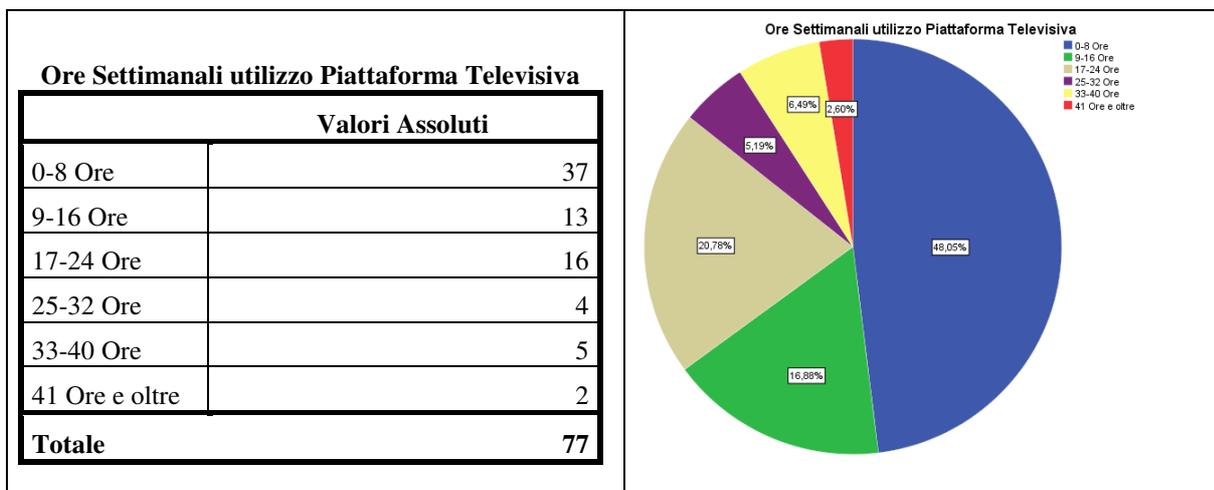
In riferimento al Sesso degli intervistati non si osservano differenze di rilievo ad eccezione della categoria Tutti i Giorni in riferimento alla quale il 56,52% dei partecipanti di Sesso Maschile ha riportato un uso quotidiano a fronte di un 48,39% della controparte femminile.

**Figura 11** Frequenza settimanale di utilizzo Piattaforma Televisiva per Sesso



Al fine di rilevare la Quota di ore settimanali dedicata all'utilizzo della Piattaforma Televisiva sono state proposte agli intervistati 6 Fasce Orarie, 0-8, 9-16, 17-24, 25-32, 33-40, oltre 41 ore, le frequenze registrate sono illustrate nella Tabella 6.

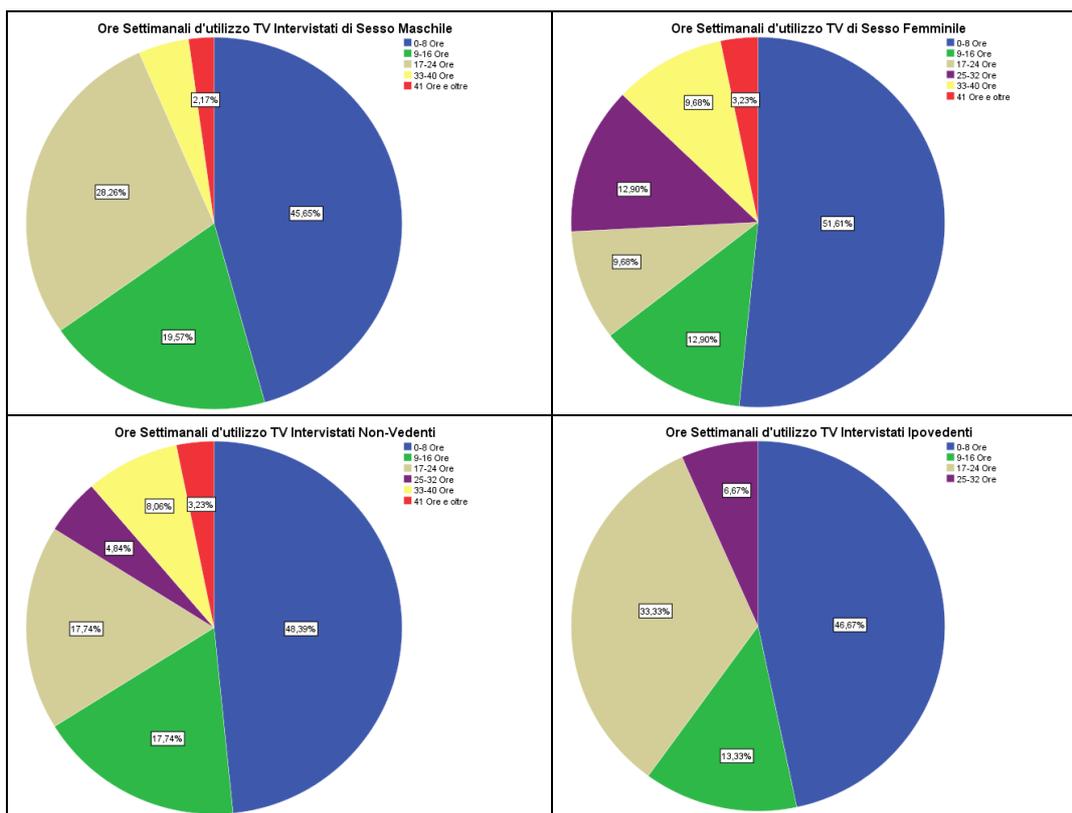
**Tabella 56** Ore Settimanali di utilizzo Piattaforma Televisiva



Il campione si presenta diviso quasi a metà dallo spartiacque delle 9 ore settimanali riservate all'uso della televisione, mentre il monte ore settimanale pro-capite equivale a 12 ore.

In riferimento alle variabili Sesso e Grado di Disabilità Visiva non sembrano osservarsi differenze di rilievo, si fa però notare che il gruppo degli intervistati Non-Vedenti sembra guardare più televisione rispetto alla controparte Ipovedente in termini di ore, al contrario di quanto rilevato in riferimento alla variabile Frequenza Settimanale.

**Figura 12** Ore Settimanali di utilizzo della Piattaforma Televisiva per Sesso e Grado di Disabilità Visiva

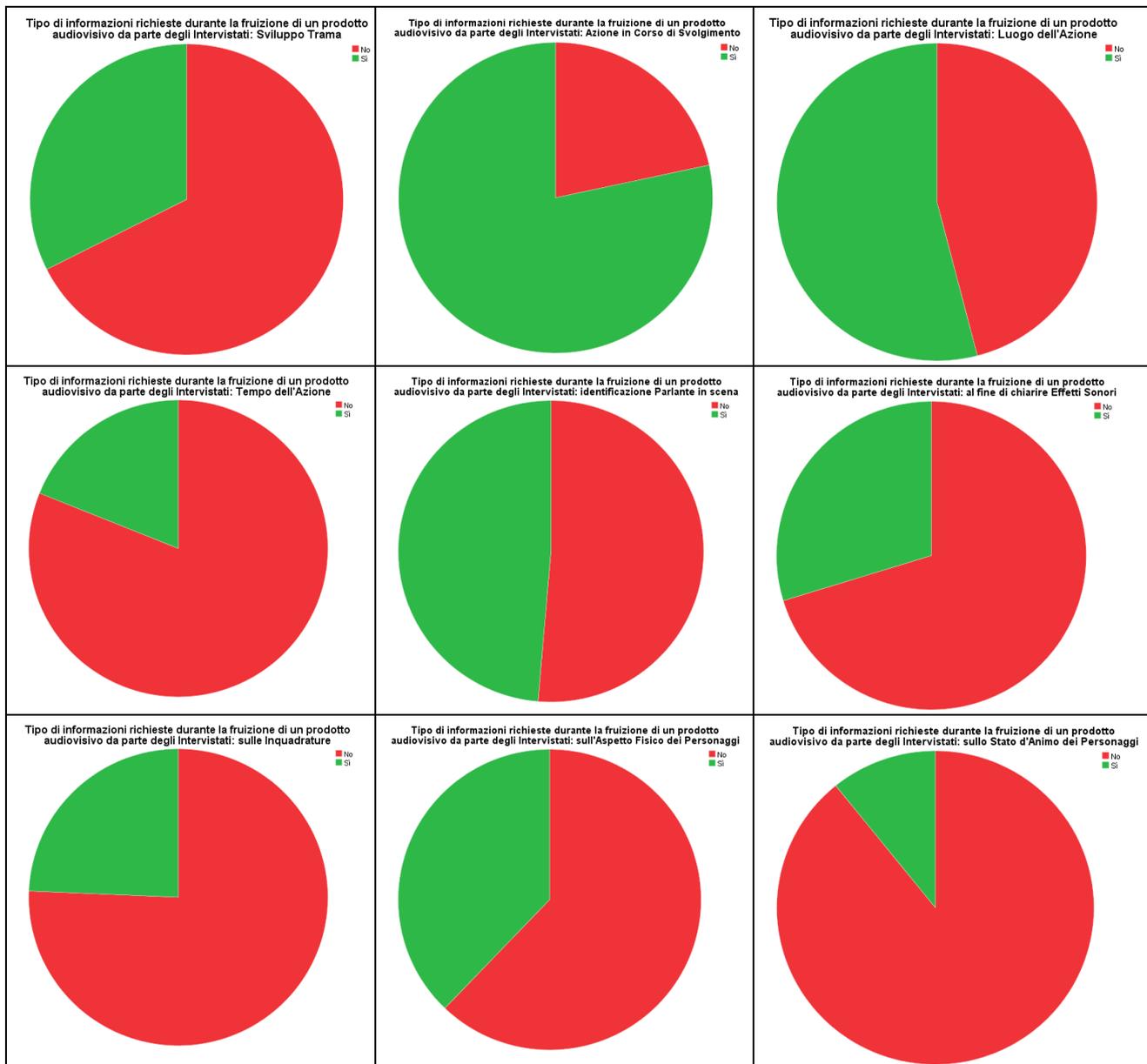


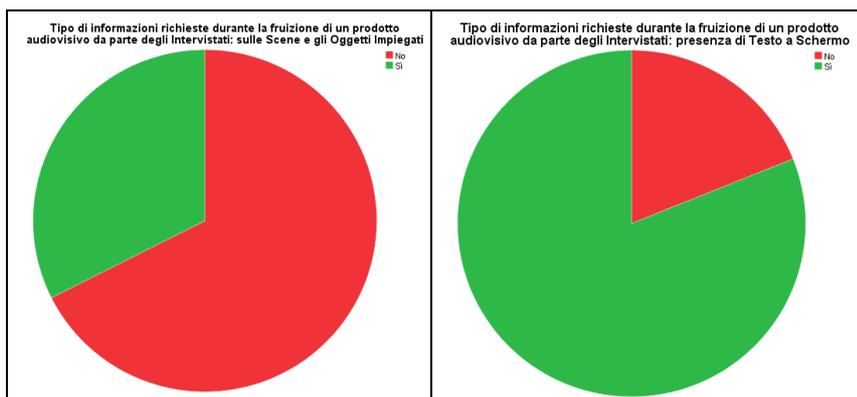
### 9.3 Strategie impiegate durante la fruizione di prodotti audiovisivi non integrati dal servizio di Audiodescrizione (AD)

In relazione alle Strategie impiegate durante la visione di un prodotto audiovisivo privo del servizio di AD sono emerse, come era logico attendersi, grandi differenze sulla base del Grado di Lesione Visiva, con il gruppo degli intervistati Ipovedenti impegnato a mettere in pratica una combinazione di diverse soluzioni atte a consentire di sfruttare al meglio la Capacità Visiva Residua. Tra le Strategie più comunemente impiegate si registrano la Regolazione dell'Illuminazione della stanza, l'impiego di Ingranditori, Occhiali Speciali, Televisori di Grandi Dimensioni e infine il Sedere Vicino alla televisione. L'impiego di sistemi Audio ad Alta Fedeltà e Dolby Surround, pur avendo un carattere trasversale tra i due gruppi è stata indicato solamente da 13 individui pari al 17% del campione. Nonostante siano per ovvie ragioni gli intervistati Non-Vedenti a fare un maggiore affidamento sul proprio Udito senza ricorrere a sistemi audio di alcun genere, anche 3 individui Ipovedenti hanno indicato il senso udito come l'unica strategia a cui ricorrere. A tal proposito si ricorda che proprio 3 intervistati

Ipovedenti non hanno attribuito alcuna importanza alla propria Capacità Visiva Residua quale mezzo per percepire informazioni durante la visione di prodotti audiovisivi.

**Figura 13** Tipologia di Informazioni richieste durante la visione di un prodotto audiovisivo con una persona vedente.

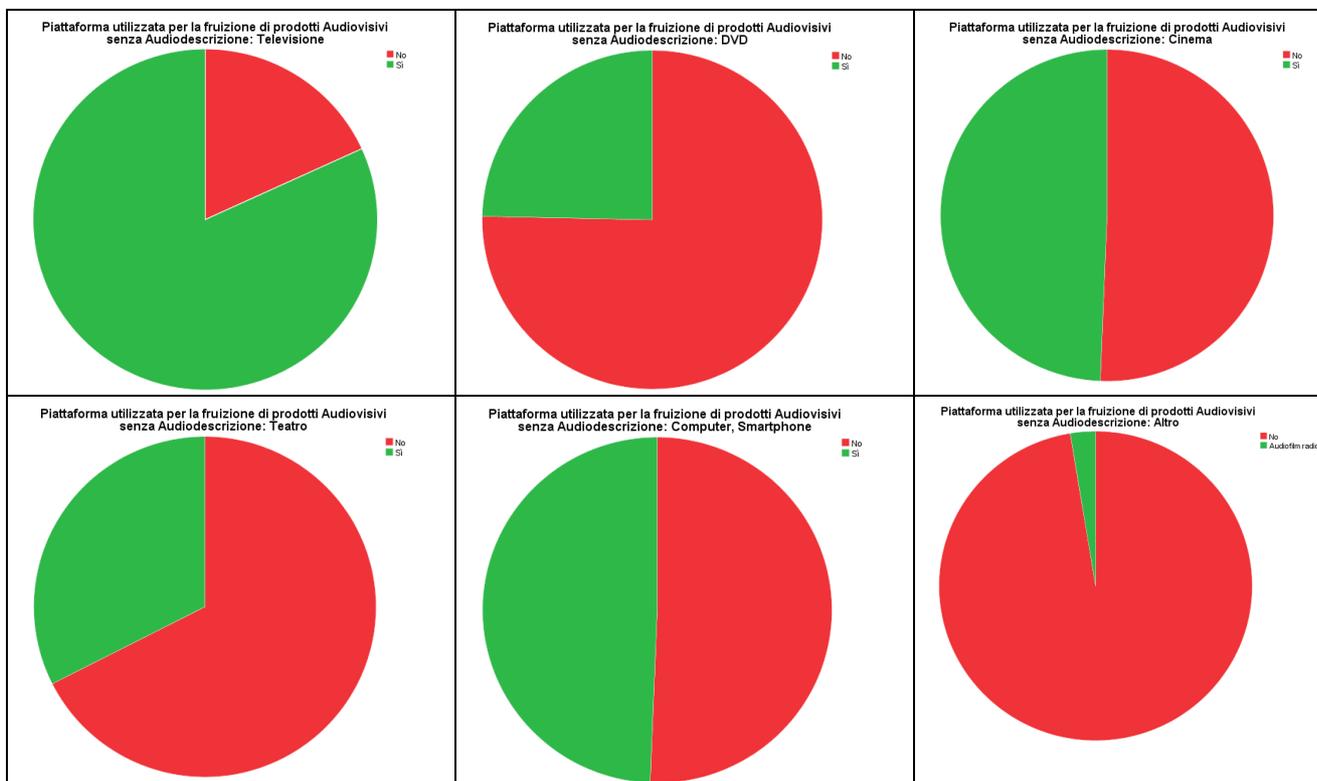




La Figura 13 schematizza la tipologia di informazioni che vengono richieste durante la visione di un film in compagnia di una persona/accompagnatore vedente. Le più richieste riguardano la Presenza di testo a schermo, l’Azione in corso di svolgimento, il Luogo dell’azione e l’Identificazione del Parlante o dei Parlanti in scena. Dalla parte opposta ritroviamo le informazioni riguardanti lo Stato d’animo dei personaggi, il Tempo di svolgimento dell’azione, le Inquadrature utilizzate dal regista e l’Identificazione di Effetti Sonori. La Descrizione delle scene e degli oggetti impiegati e dell’aspetto fisico dei personaggi vengono ritenuti mediamente interessante, a tal proposito si ricordi come nel corso dei Focus Group alcuni Non-Vedenti la cui condizione era intervenuta in età infantile o sussisteva fin dalla nascita si sono detti del tutto disinteressati alle caratteristiche fisiche dei personaggi o più in generale delle persone. In generale sembra emergere che le informazioni ritenute maggiormente interessanti sono quelle più direttamente legate alla comprensione della vicenda narrata, mentre dal punto di vista del Grado di Disabilità Visiva e del Sesso non si registrano sostanziali differenze.

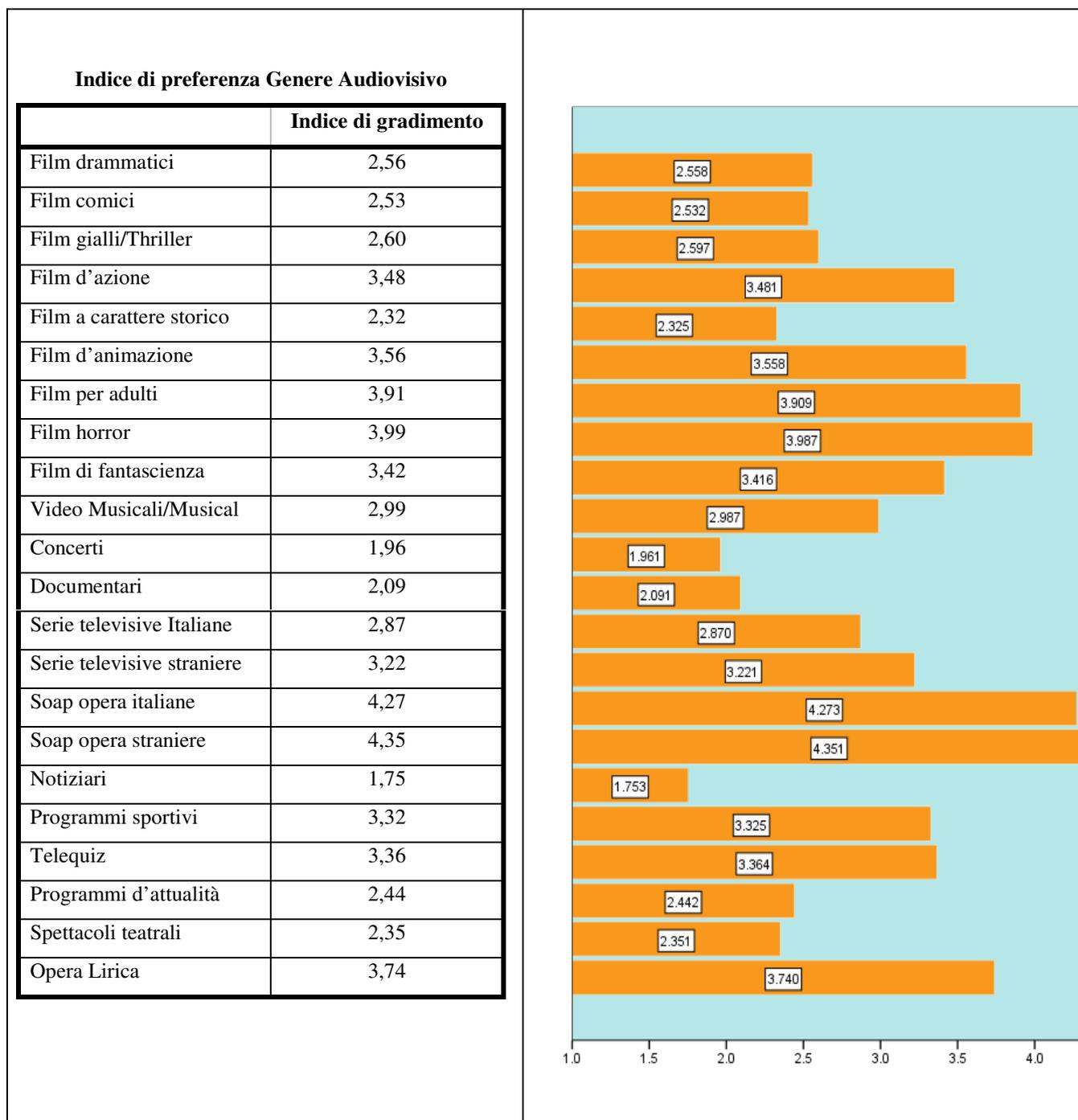
## 9.4 Piattaforme utilizzate per la fruizione di materiali audiovisivi non integrati dal servizio di Audiodescrizione (AD) e indici di gradimento per genere di prodotto audiovisivo

Figura 14 Piattaforme utilizzate per la fruizione di materiale audiovisivo



In riferimento alle piattaforme utilizzate per la fruizione di materiale audiovisivo non integrato dal servizio di audiodescrizione il tasso percentuale di fruizione maggiore è stato registrato in corrispondenza della Piattaforma Televisiva, a pari merito le categorie Computer/Smartphone e Cinema, seguite da Teatro e in posizione più staccata DVD e Audiofilm.

**Tabella 57** Indice Gradimento per Genere di prodotto audiovisivo \*



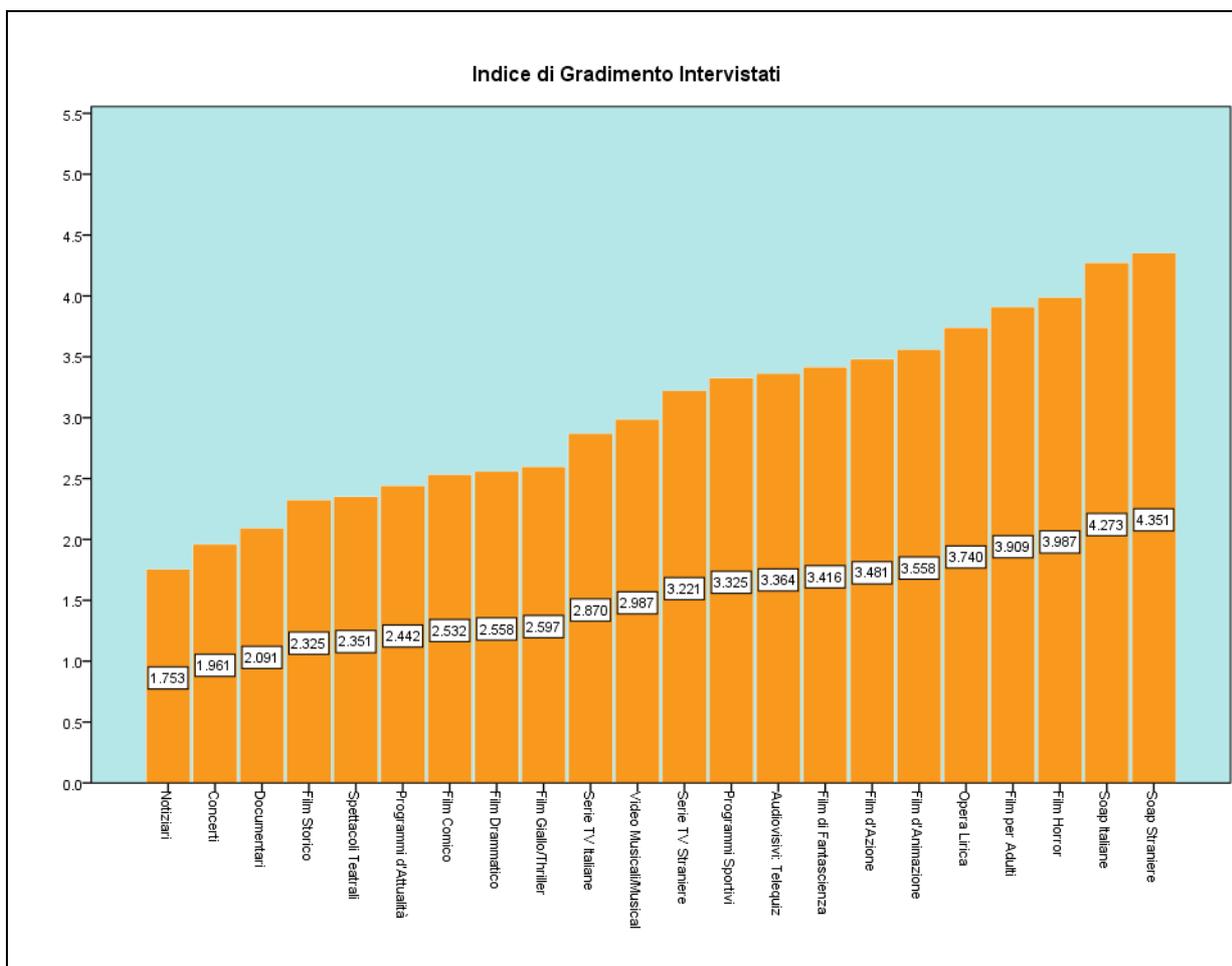
\* Il grafico a destra della Tabella contiene gli indici di gradimento medio rilevati in corrispondenza di ciascun genere audiovisivo

Per valutare l'indice di Gradimento degli intervistati in riferimento al genere di prodotto audiovisivo è stata sottoposta all'attenzione dei partecipanti una griglia contenente 22 diversi generi audiovisivi, in riferimento a ciascuno dei quali è stata associata una scala Likert a 5 scalini, dove il valore 1 indica il maggiore livello di gradimento e 5 il minore. Nei relativi

grafici e tabelle il maggior grado di preferenza relativo a ciascun genere corrisponde quindi al valore medio più basso riportato. Il medesimo criterio è stato adottato quando è stata riproposta agli intervistati la medesima griglia per rilevare rispetto a quale genere di prodotto audiovisivo sussista una maggiore richiesta di prodotti integrati dal servizio di AD.

Le tipologie di programmi che hanno raccolto il maggior numero di consensi risultano essere Notiziari, Concerti e Documentari tutti al di sotto o poco sopra al valore 2 e tutti generi in cui la componente sonora e informativa risulta essere predominante rispetto alla componente visiva.

**Figura 15** Indice di Gradimento per Genere di prodotti audiovisivi

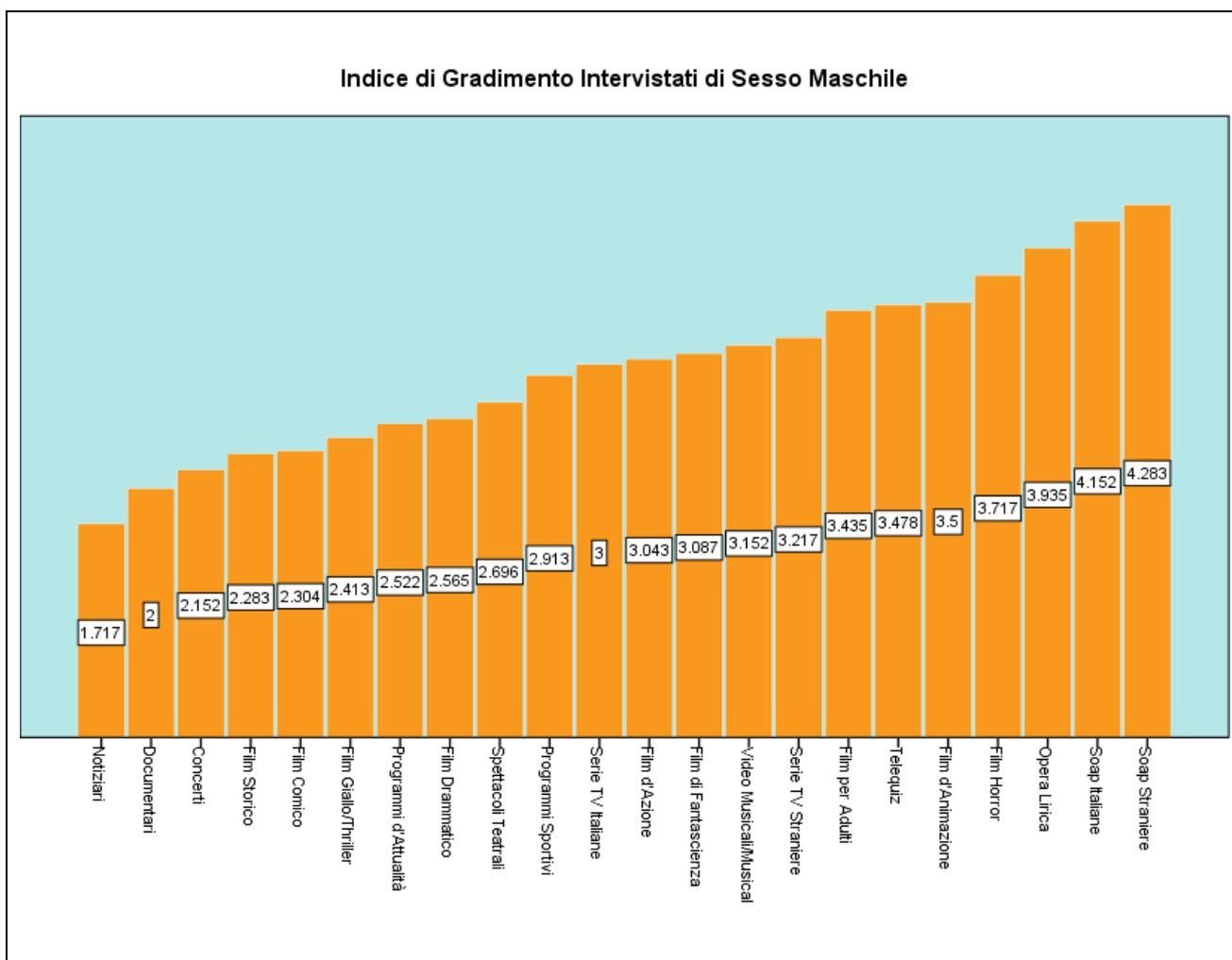


Si collocano tra il valore 2 e 3 i generi Film Storico, Spettacoli Teatrali, Programmi d'Attualità, Film Comico, Film Drammatico, Film Giallo/Thriller, Serie Tv Italiane e Video Musicali/Musical. I generi Serie Tv Straniere, Programmi Sportivi, Telequiz, Film di Fantascienza, Film d'Azione, Film d'Animazione, Opera Lirica e Film Horror; gli unici generi a totalizzare un Indice Medio di Gradimento compreso tra i valori 4 e 5 sono i generi Soap Tv

Italiane e Straniere. Per quanto riguarda le performance dal vivo i Concerti hanno riscosso un maggior successo collocandosi tra il valore 1 e 2, seguiti dagli Spettacoli Teatrali di prosa attestatisi tra il valore 2 e 3, infine l'Opera Lirica segue più distaccata con un valore medio di gradimento compreso tra i valori 3 e 4.

Per quanto riguarda invece l'Indice di Gradimento in relazione al genere, il gruppo di intervistati di Sesso Maschile ha confermato ai primi tre posti i generi Notiziari, Concerti e Documentari, mentre il gruppo di intervistati di Sesso Femminile, pur confermando Notiziari e Concerti nelle prime posizioni, preferisce ai Documentari il genere Spettacoli Teatrali.

**Figura 16** Indice di Gradimento intervistati di Sesso Maschile

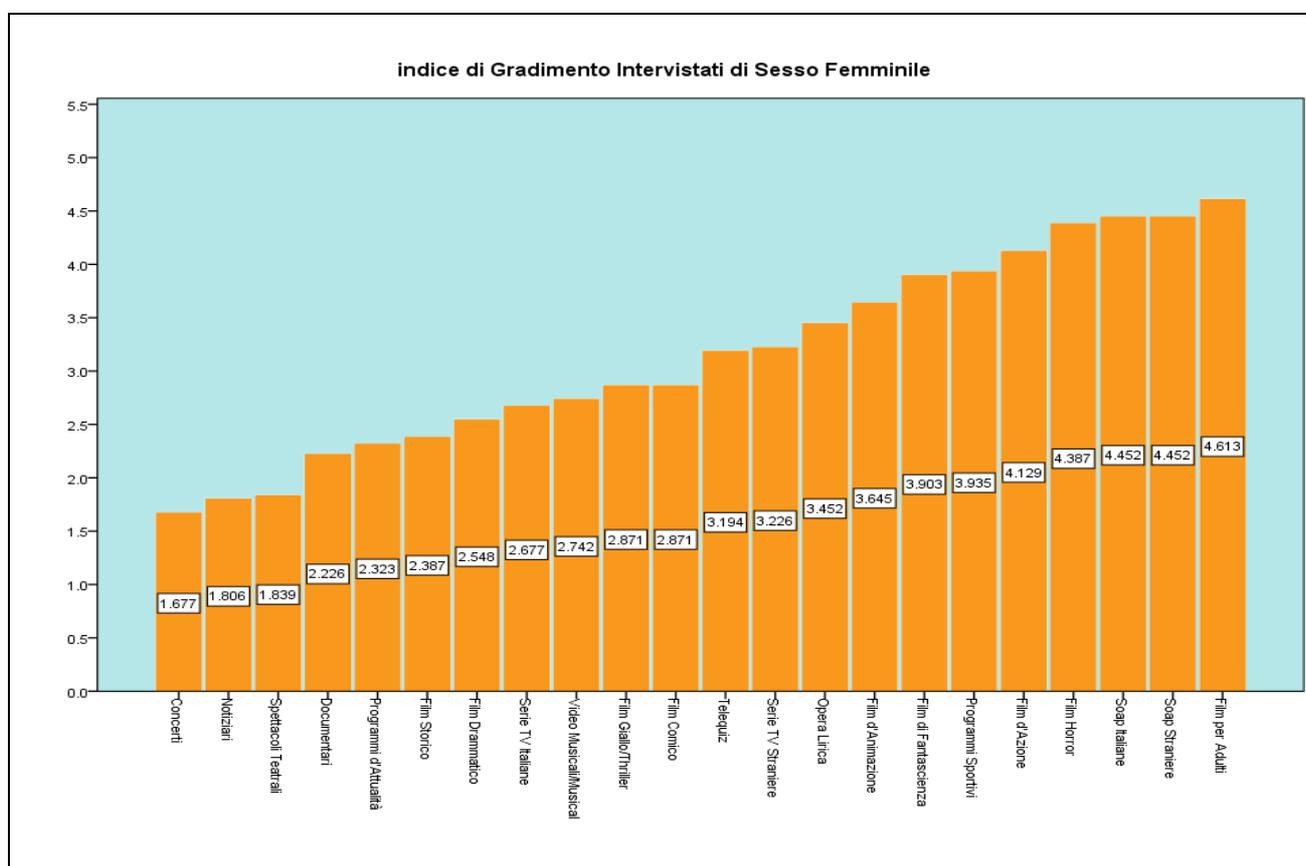


Entrambi i gruppi hanno espresso un più alto Indice di Gradimento in relazione al genere Film Storico, Gli intervistati di Sesso Maschile mostrano Indici di Gradimento maggiori per generi cinematografici quali Film Comici, Gialli e Drammatico, attribuendo loro un gradimento

compreso tra i valori 2 e 3; sono ritenuti di medio interesse invece i generi Film d'Avventura, Fantascienza mentre il valore più basso si registra in corrispondenza dei generi Film d'Animazione e Horror. In riferimento al genere Programmi Sportivi, come era lecito attendersi, l'Indice di Gradimento maggiore è stato registrato tra i partecipanti di Sesso Maschile che hanno collocato tale tipologia di programma tra il valore 2 e 3 della Scala Likert, mentre gli intervistati di Sesso Femminile lo hanno collocato tra i valori 3 e 4.

Tra gli intervistati di Sesso Femminile si registrano indici di gradimento maggiori in corrispondenza di Film Drammatici, Gialli e Comici, collocati tra il valore 2 e 3, in posizione intermedia si collocano i Film di Animazione, mentre sono ritenuti di scarso interesse i Film di Fantascienza, d'Azione, Horror e per Adulti, collocati tra i valori 4 e 5.

**Figura 17** Indice di Gradimento intervistati di Sesso Femminile



## **Capitolo 10.**

### **Descrizione dei risultati. Modalità di utilizzo del servizio di Audiodescrizione (AD) o di prodotti audiovisivi accessibili a spettatori con disabilità visiva**

Nel presente capitolo verranno illustrati i dati raccolti presso il campione degli intervistati circa le modalità di fruizione del servizio di AD e di prodotti audiovisivi accessibili a spettatori con disabilità visiva. I dati descritti fanno riferimento alle variabili delle Sezioni 4 e 5 del Questionario.

In particolare la Sezione 4 Familiarità con prodotti audiodescritti mira a verificare i livelli di Cognizione pregressi alla somministrazione del Questionario, le Frequenze di Utilizzo settimanali e le Piattaforme utilizzate, cercando inoltre di identificare le motivazioni alla base di un NON utilizzo del servizio.

La Sezione 5, Modalità di fruizione di prodotti audiovisivi con AD, invece ha come scopo quello di identificare le Modalità di fruizione di prodotti accessibili a persone con disabilità visiva, rilevando se tali tipi di prodotti vengono fruiti in compagnia di persone vedenti o da soli, se vengono o meno richieste informazioni suppletive rispetto a quelle fornite dall'AD. Al pari di quanto fatto per la Sezione 3, Modalità di fruizione di prodotti audiovisivi, i cui dati sono illustrati nell'omonimo Capitolo di questo studio, si è cercato di individuare le strategie eventualmente adottate durante le fruizione di prodotti audiovisivi integrati da AD, proponendo la medesima griglia di opzioni al fine di verificare se e come la presenza del servizio di AD influenzi le modalità di fruizione di prodotti audiovisivi.

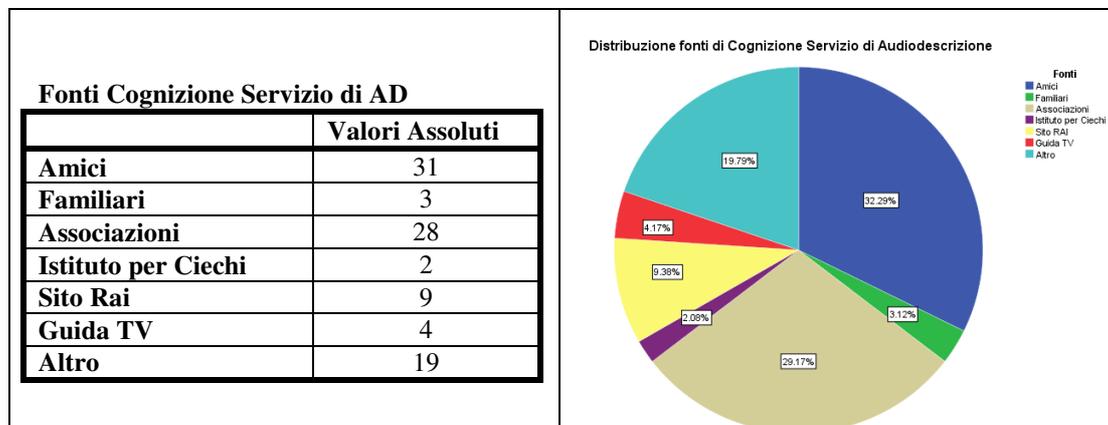
#### **10.1 Livelli di cognizione e frequenza di utilizzo del servizio di Audiodescrizione (AD)**

Su 77 intervistati totali solo 5 individui, tutti Ciechi Totali/Parziali, hanno dichiarato di non sapere che cosa sia l'AD e quali siano le motivazioni e gli obiettivi alla base di tale servizio. Questo piccolo gruppo è composto da 4 individui di Sesso Maschile e 1 di Sesso Femminile, 3 dei soggetti sono in possesso di un Titolo di Studio equivalente o inferiore al Diploma di Scuola Secondaria Inferiore i restanti 2 sono invece in possesso di Laurea o titolo Superiore; la distribuzione per Fasce d'Età risulta uniforme con 1 individuo per ciascuna delle Fasce d'Età a

eccezione della fascia 65-74 con 0 individui e la fascia 30-44 con 2 individui. 4 dei soggetti hanno indicato di essere divenuti completamente Non-vedenti entro i 29 anni, al contrario di quanto si potrebbe supporre, ben 3 individui che hanno dichiarato di non conoscere il servizio di AD sono membri di U.I.C.I. o altre associazioni. Per quanto riguarda la frequenza di utilizzo di prodotti tecnologici solamente 2 individui hanno riportato bassi livelli di familiarità e un utilizzo settimanale inferiore alle 8 ore, i rimanenti 3 hanno riportato livelli di utilizzo superiori alle 33 ore. Infine per quanto concerne la Frequenza di utilizzo della Piattaforma Televisiva solamente 1 degli intervistati ha riportato di non farne Mai uso, a fronte di un uso quotidiano da parte del resto del gruppo.

All'interno del gruppo dei 72 intervistati che hanno riportato di essere a conoscenza del servizio di AD e delle sue finalità, la fonte più frequentemente indicata dalla quale gli intervistati hanno preso coscienza della sua esistenza è risultata essere il passaparola tra Amici o Familiari, menzionati dal 35,4% degli intervistati, seguita da Associazioni e Istituti per Ciechi, indicati nel 32,2% dei casi, infine il Sito Rai e la Guida Televisiva indicate rispettivamente dal 9,4% e dal 4,2% degli intervistati.

**Figura 18** Fonti Cognizione Servizio di AD

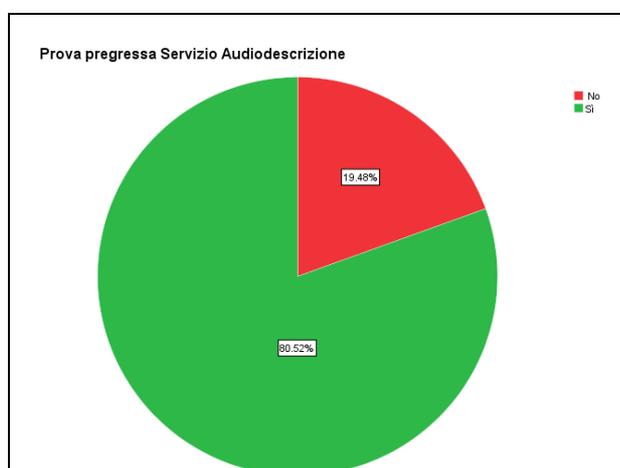


Come si può osservare dalla Figura 1 tuttavia la percentuale degli intervistati che hanno indicato una fonte diversa rispetto a quelle proposte risulta considerevole. A un'analisi più dettagliata delle risposte fornite emerge che 10 individui, pari a oltre il 50% di coloro che hanno indicato Altro, sono venuti a conoscenza del servizio grazie ad azioni promozionali messe in campo da Rai sulle proprie emittenti televisive o attraverso le proprie radio, portando pertanto la percentuale di coloro che sono venuti a conoscenza del servizio grazie ai servizi informativi

Rai al 26,4%. A tal proposito è bene ricordare che Rai, immediatamente prima dell'inizio di una programmazione integrata dal servizio di AD, informa gli spettatori di poter usufruire del servizio attraverso il secondo canale audio del digitale terrestre, non vengono però fornite informazioni sulla procedura che gli spettatori devono seguire per accedere a tale impostazione attraverso il decoder in loro possesso. La medesima modalità di promozione viene adottata anche dalle radio afferenti a Rai. Infine è interessante notare come 5 individui siano venuti a conoscenza del servizio grazie a gruppi di discussione su internet (3), studi personali (1) o associazioni di altri paesi (1). In considerazione del fatto che ben 77 degli intervistati, pari all'84,4%, risultano affiliati ad un'associazione di categoria, sulle quali spicca per frequenza U.I.C.I., sarebbe stato probabilmente lecito attendersi una maggior incidenza di tale fonte di informazioni.

Ad un alto livello di Cognizione potrebbe tuttavia non è detto che corrisponda un'effettiva Fruizione del servizio, all'interno della Figura 2 è possibile osservare i valori percentuali riscontrati in riferimento a coloro che hanno effettuato almeno una prova del servizio precedentemente alla somministrazione del Questionario. I dati illustrati prendono in considerazione l'intero campione dei 77 partecipanti.

**Figura 19** Intervistati che hanno provato il servizio di AD prima della somministrazione del questionario

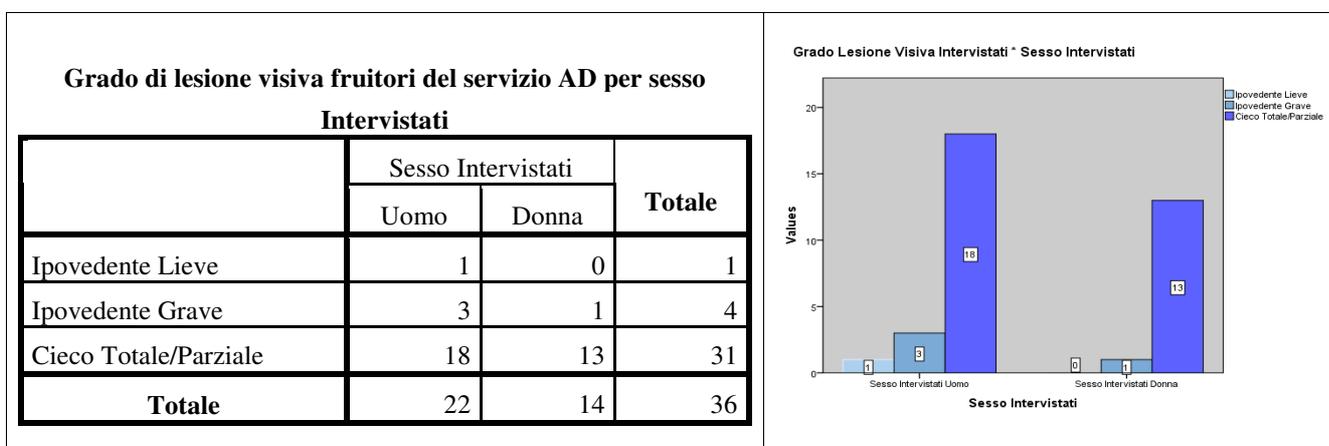


A fronte di un 6,5% del campione, pari a 5 individui, che ha dichiarato di non sapere dell'esistenza del servizio, il 15,3% di coloro consapevoli della sua esistenza, pari a 10 individui, non lo ha mai sperimentato. Se si considera la totalità dei partecipanti allo studio tale percentuale sale al 19,5%.

Complessivamente sono 36 gli intervistati che hanno riportato di utilizzare stabilmente il servizio di AD, pari al 46,8% del campione complessivo; sono invece 41 i partecipanti che, pur essendo a conoscenza dell'esistenza del servizio e pur avendolo sperimentato, non ne usufruiscono in maniera stabile.

Il gruppo dei 36 fruitori del servizio è composto per la maggior parte da individui non-vedenti di Sesso Maschile, per un ammontare di 18 individui, a fronte di 13 individui di Sesso Femminile. Gli intervistati Ipovedenti all'interno del gruppo sono risultati 5, di cui 4 di Sesso Maschile.

**Tabella 58** Distribuzione fruitori del servizio di AD per grado di lesione visiva e sesso

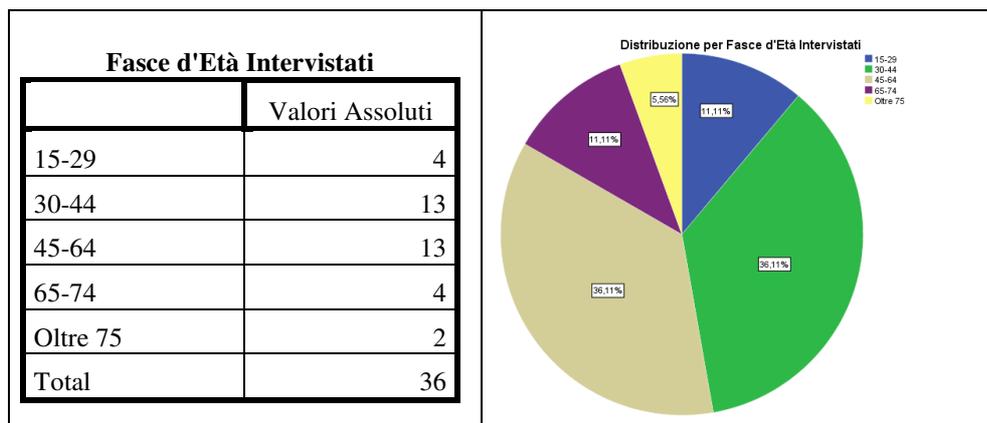


In riferimento al Periodo di Insorgenza Lesione Visiva ad eccezione di 1 intervistato i restanti 35 hanno riportato di aver acquisito la condizione attuale quando avevano un'età inferiore ai 30 anni, tendenza, questa, che ricalca quanto riscontrato a livello più generale.

In relazione alla distribuzione per Fasce d'Età il 72,22% degli intervistati si trova concentrato nelle Fasce d'Età 30-44 e 45-64, mentre l'Età Media<sup>74</sup> del campione si attesta a 47,5 anni al pari di quanto rilevato per la totalità dei 77 partecipanti allo studio.

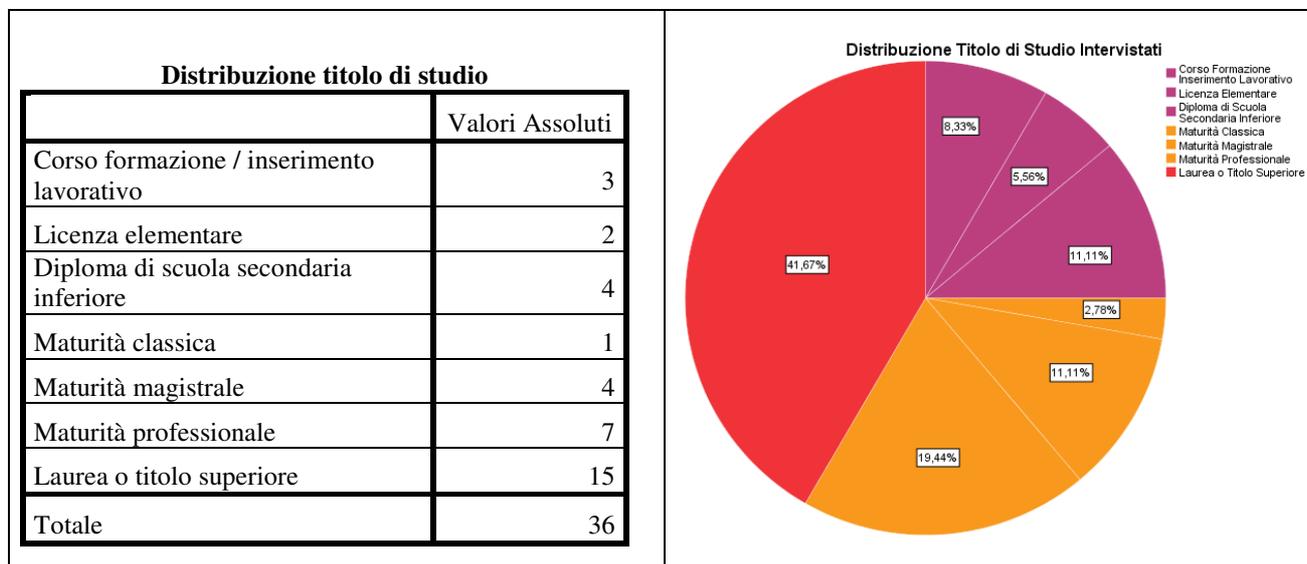
<sup>74</sup> Per calcolare l'Età Media è stato adottato un valore intermedio tra gli estremi di ciascuna Fascia d'Età (23, 37, 54, 70, 78) e in seguito è stata calcolata la media ponderata, moltiplicando il numero dei partecipanti di ciascuna Fascia d'Età per il valore intermedio adottato. Successivamente sono stati sommati i valori ottenuti e divisi per il numero complessivo dei partecipanti.

**Tabella 59** Distribuzione fruitori del servizio di AD per Fasce d'Età



Se si analizza la distribuzione dei Titoli di Studio tra coloro che utilizzano il servizio si nota un prevalere di Titoli di Istruzione Terziaria, a differenza di quanto rilevato all'interno dell'intero campione dove l'incidenza di Titoli di Istruzione Terziaria e quella di Titoli di Scuola Secondaria Superiore risulta paritaria.

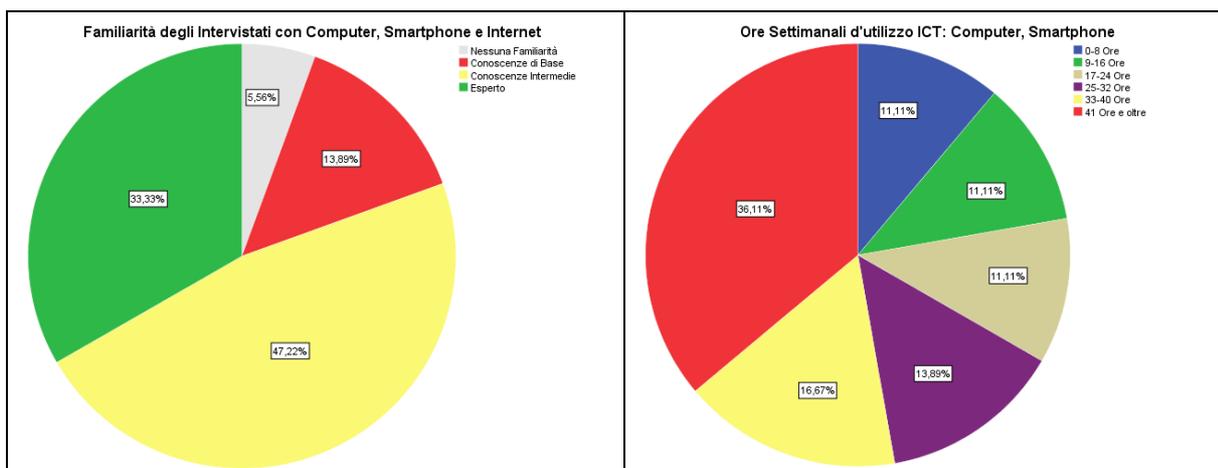
**Tabella 60** Distribuzione Titolo di Studio fruitori del Servizio di AD



L'incidenza percentuale riscontrata in relazione a Titoli di Istruzione Terziaria equivale al 41,7%, seguita da Titoli di Scuola Secondaria Superiore con un valore percentuale equivalente al 33,3%, infine i Titoli equivalenti o inferiori al Diploma di Scuola Secondaria Inferiore incidono per il 25,5%.

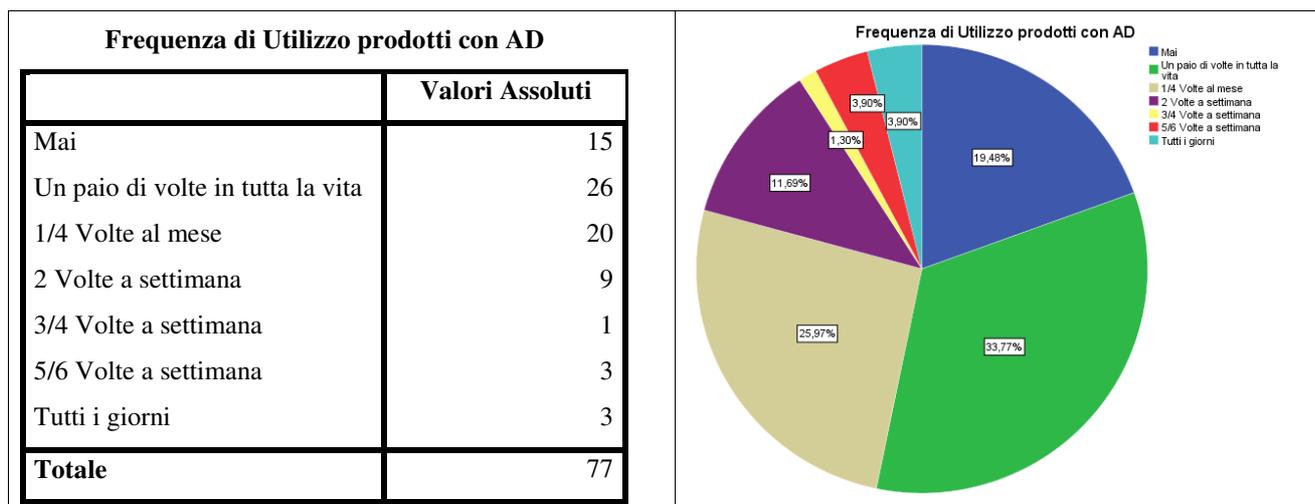
Oltre l'80% di coloro che utilizzano il servizio ha riportato di essere in possesso di Conoscenze Informatiche Intermedie o Avanzate, valore questo del tutto in linea con quanto rilevato a livello generale. In riferimento alle Ore Settimanali dedicate all'utilizzo di Tecnologie dell'informazione e della comunicazione, si registrano percentuali di utilizzo superiori rispetto a quanto rilevato a livello più generale, in particolare la categoria 41 Ore e oltre raggruppa oltre il 36% dei fruitori del servizio a fronte del 28,5% rilevato a livello generale.

**Figura 20** Familiarità e Ore Settimanali dedicate all'utilizzo di Computer, Smartphone e Tablet



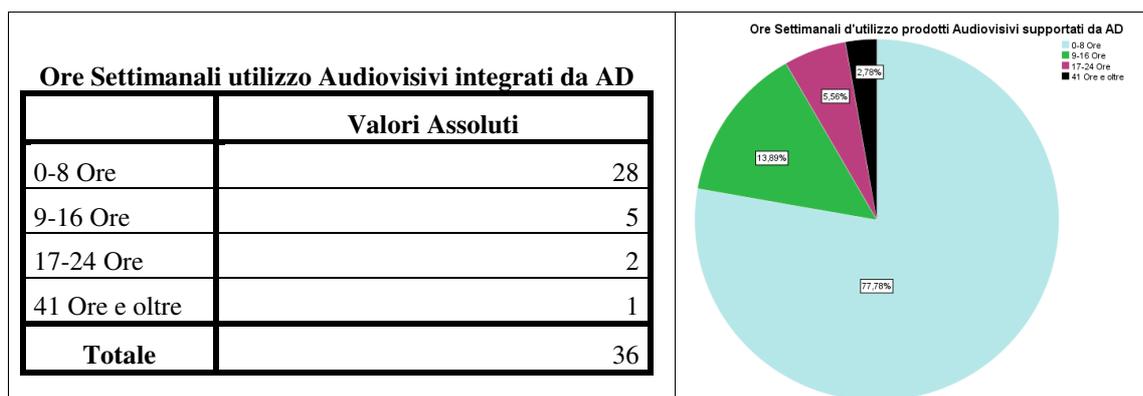
Per quanto riguarda la Frequenza Settimanale di utilizzo del Servizio di AD su 36 intervistati che hanno riportato una fruizione costante del servizio, 29 intervistati, pari al 37% dei partecipanti totali, hanno riportato una frequenza di utilizzo sporadica pari o inferiore ai 2 giorni settimanali. Solamente 7 intervistati hanno riportato una frequenza di utilizzo pari o superiore ai 3 giorni a settimana, in particolare 6 degli intervistati hanno riportato un utilizzo del servizio quasi quotidiano.

**Tabella 61** Frequenza Settimanale dedicate alla fruizione del Servizio di AD



In riferimento alle Ore settimanali dedicate alla fruizione di prodotti integrati dal servizio di AD il 77,8% dei 36 intervistati che hanno dichiarato un utilizzo costante ha riportato una fruizione sporadica e inferiore alle 8 ore settimanali, il 19,5% invece ha riportato un monte ore compreso tra le 9 e le 24 ore settimanali. Nessuno degli intervistati ha riportato un monte ore intermedio / alto compreso tra le 25 e le 40 ore settimanali, infine solo 1 dei partecipanti ha riportato un alto monte ore settimanale di fruizione pari a oltre 41 ore.

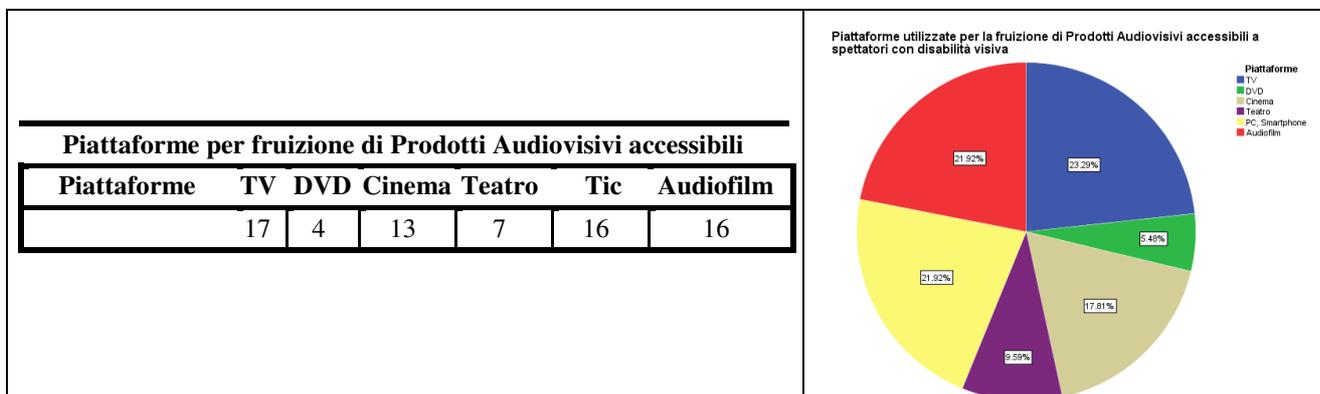
**Figura 21** Ore settimanali dedicate alla fruizione di prodotti audiovisivi integrati dal Servizio di AD



La media oraria pro-capite settimanale dedicata dagli utilizzatori del servizio alla fruizione di prodotti audiovisivi accessibili è pari a 7,1 ore per settimana.

In riferimento alle Piattaforme maggiormente utilizzate per la fruizione di Prodotti Audiovisivi accessibili a spettatori con disabilità visiva i dati rilevati sono descritti all'interno della Tabella 5.

**Tabella 62** Piattaforme utilizzate per la fruizione di Prodotti Audiovisivi integrati dal Servizio di AD



Le Piattaforme che fanno registrare i più alti indici di utilizzo sono rispettivamente Televisione, Audiofilm, e Smartphone e PC, questi ultimi 2 sono compresi all'interno della Tabella e del Grafico sotto la categoria Tic. Chiudono la graduatoria con indici di utilizzo inferiori Cinema e, più staccati, Teatro e DVD. Se da un lato era lecito attendersi un'alta percentuale di fruizione attraverso le nuove tecnologie in considerazione degli alti livelli di conoscenza tecnologica registrati sia all'interno di questo particolare gruppo che a livello più generale, risultano di notevole interesse le percentuali registrate in relazione a Cinema e Teatro. Come illustrato nel capitolo relativo all'offerta di prodotti accessibili in Italia, si stanno diffondendo ormai da diversi anni in varie città numerosi progetti e iniziative dedicati all'accessibilità per spettatori con disabilità visiva che, stando ai dati raccolti, incontrano il favore del pubblico di riferimento con il Cinema a recitare la parte del leone. Considerando i dati aggregati delle due categorie si registra una percentuale pari al 27,4% che supera la percentuale fatta registrare dalla categoria Televisione, pari al 23,3%, a testimoniare da un lato l'importanza di un concetto quale quello di inclusione sociale e dall'altro la stessa volontà di una parte degli intervistati di prendere attivamente parte alle attività culturali e di svago nella normale disponibilità della popolazione. Proprio dal punto di vista dell'Inclusione Sociale e della partecipazione sono Cinema e Teatro a porre le sfide maggiori rispetto alle altre piattaforme che possono essere utilizzate all'interno della propria abitazione. Queste particolari categorie infatti toccano problematiche legate alla

mobilità che rappresentano sfide particolarmente ardue nella vita delle persone con disabilità visiva.

Se si analizza l'utilizzo delle diverse Piattaforme in relazione al Grado di Lesione Visiva, i fruitori Ciechi Totali o Parziali impiegano ogni fonte a disposizione con una preferenza per PC e Smart-Phone indicati in 16 casi, seguiti da Televisione e Audiofilm, con 15 riscontri. I frequentatori Non-vedenti di Cinema e Teatro sono risultati essere rispettivamente 11 e 4, infine sono solamente 4 gli intervistati ad aver indicato un utilizzo di DVD accessibili. I fruitori Ipovedenti hanno tutti riportato di utilizzare il servizio attraverso la Televisione, mentre Teatro e Cinema sono stati indicati in 2 casi ciascuno, gli Audiofilm invece da 1 solo intervistato. Nessun utente Ipovedente infine ha riportato di aver utilizzato il servizio grazie alle nuove tecnologie o ai DVD. In riferimento agli Audiofilm, a chiusura delle Sezioni dedicate a indagare l'utilizzo di prodotti integrati da AD, si è cercato di esplorare l'eventuale utilizzo degli stessi da parte dei conoscenti vedenti degli intervistati. Si è ritenuto opportuno raccogliere tale dato in considerazione di quanto affermato da Vittoria von Schirach direttrice di Emons audiolibri la quale illustra idealmente il trend di questo particolare settore del mercato dell'editoria.

Sei anni fa siamo partiti con l'idea folle di pubblicare audiolibri in Italia, e alla prima fiera di Roma, *Più libri più liberi*, dovevamo ancora spiegare che cosa erano questi audiolibri. Alcune persone ci guardavano scandalizzate, dicendo con disprezzo che non li avrebbero mai comprati perché loro "amavano i libri". Altri ci spiegavano che non erano mica ciechi. Direi che questa fase è stata superata. È stata accettata l'utilità di una versione audio per i momenti in cui uno non può reggere un libro in mano o guardarlo, e visto che pubblichiamo solo versioni integrali, ben lette e tecnicamente ineccepibili, anche sul prodotto in sé non ci sono più dubbi. Il mercato si espande lentamente ma costantemente, e ora alle fiere ci chiedono direttamente quali sono le nostre novità. Con la rapida diffusione di tablet, iPad e smartphone, portarsi in giro un audiolibro diventa quasi più facile che portarsi un e-book; è anche più comodo ascoltare un libro quando si è in viaggio o mentre si aspetta, permette meglio di isolarsi dal mondo. Vediamo quindi che anche durante l'attuale crisi del mercato editoriale l'audiolibro non solo regge bene, ma addirittura cresce <sup>75</sup>

---

<sup>75</sup> Mazzocchi S., "Audiolibri, che passione! Un mercato in espansione", in *Repubblica*, 11 / 08 / 2012. Disponibile al seguente link: ([http://www.repubblica.it/spettacoli-e-cultura/2012/11/08/news/boom\\_audiolibri-46191417/](http://www.repubblica.it/spettacoli-e-cultura/2012/11/08/news/boom_audiolibri-46191417/))

In 13 occasioni gli intervistati hanno riportato di conoscere persone vedenti che utilizzano audiolibri o audiofilm. I momenti scelti per la fruizione di tale prodotto riguardano, in 5 casi, il tempo libero, o, in 8 casi, lo svolgimento di faccende domestiche, 8 intervistati hanno invece indicato la guida dell'automobile.

## **10.2 Modalità di fruizione prodotti audiovisivi integrati dal servizio di Audiodescrizione**

I prodotti accessibili agli spettatori con disabilità visiva in 22 casi su 36 vengono utilizzati in solitudine. I 14 intervistati che hanno riportato di fare uso di questa tipologia di prodotti in compagnia di amici vedenti sono stati invitati ad indicare la Frequenza di eventuali richieste di informazioni aggiuntive rispetto a quelle fornite dall'AD. Non senza sorpresa 6 intervistati hanno riportato di richiedere informazioni aggiuntive, sebbene con una frequenza assai ridotta. Di questo gruppo 2 intervistati hanno riportato di farne Raramente richiesta, a fronte di 4 che hanno risposto A volte, le tipologie di informazioni più frequentemente richieste riguardano l'Azione in corso di svolgimento e l'Aspetto fisico dei personaggi.

I dati raccolti circa le Strategie di fruizione di prodotti audiovisivi integrati da AD indicano un deciso cambiamento delle modalità di fruizione dei prodotti audiovisivi quando questi sono resi integrati dal servizio di AD. Come era facile supporre vengono abbandonate quasi del tutto quelle strategie finalizzate alla valorizzazione di un eventuale Capacità Visiva Residua da parte degli spettatori Ipo vedenti e ci si affida al proprio Udito cercando di valorizzare la componente sonora attraverso l'impiego di sistemi Audio ad Alta Fedeltà e *Dolby Surround*, l'utilizzo dei quali è stato riportato da 9 intervistati, pari al 25% degli intervistati. A livello complessivo l'utilizzo di tali impianti è stato riportato soltanto dal 17% degli intervistati.

In riferimento alle modalità di utilizzo della Capacità Residua Visiva durante la fruizione di prodotti audiovisivi dei 5 intervistati ipo vedenti, 2 hanno riportato di non cercare di cogliere alcun particolare, 2 hanno riportato di tentare di cogliere ulteriori informazioni oltre a quelle fornite dall'AD, infine 1 ha riportato di affidarsi esclusivamente al proprio udito.

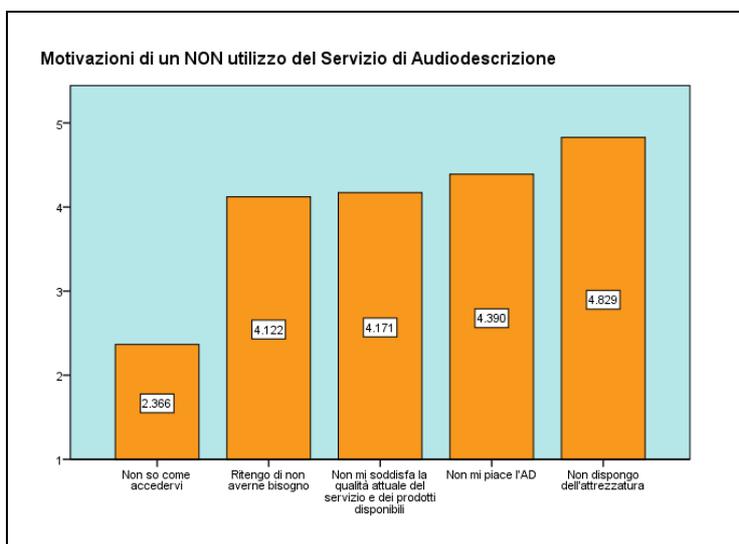
Il servizio di AD quindi appare sufficientemente efficace, informativo e soprattutto sembra confermare il proprio potenziale nell'offrire ai fruitori la possibilità di assistere alle proiezioni di audiovisivi con modalità che richiedono un minore sforzo cognitivo da parte degli spettatori,

tuttavia il campione di fruitori ipovedenti appare troppo ristretto per trarre più che mere indicazioni.

### 10.3 Motivazioni alla base di un NON utilizzo del servizio di AD

In riferimento a coloro che hanno riportato di non essere a conoscenza del servizio o che, pur essendone al corrente e magari avendolo sperimentato, hanno dichiarato di non farne uso si è cercato di comprendere quali fossero le motivazioni alla base di tale decisione. Le cause sottoposte al vaglio degli intervistati, la cui importanza è stata valutata attraverso una scala Likert a 5 gradini, comprendono motivazioni Psicologiche, quali la convinzione di non aver bisogno di tale servizio, motivazioni Personali, quali il non ritenere l'attuale servizio di sufficiente qualità, motivazioni Tecniche, come non possedere l'attrezzatura necessaria, e infine la Mancanza d'informazioni che indichino come accedere al servizio. Proprio quest'ultima si è rivelata in assoluto la causa principale alla base di un NON utilizzo del servizio con ben 29 intervistati ad attribuirle Molta o Abbastanza Importanza, le altre motivazioni indicate hanno ottenuto valori pressoché prossimi a un grado d'importanza nullo.

**Figura 22** Valori medi rilevati in riferimento alle motivazioni alla base di un NON utilizzo del servizio



I diversi valori indicati sull'asse delle ordinate corrispondono, prendendo come punto di riferimento iniziale il valore 1, a Molto Importante, Abbastanza Importante, Importante, Poco Importante e Di Nessuna Importanza, il valore medio ottenuto quindi corrisponde al grado

d'importanza attribuito dagli intervistati alla relativa motivazione, più basso è il valore medio e più alta è l'importanza. È interessante osservare come in generale chi ha sperimentato il servizio si sia ritenuto soddisfatto della qualità percepita. In proposito si noti però che chi sperimenta il servizio per la prima volta sia generalmente entusiasta, inoltre la bassa esperienza di coloro che hanno soltanto sperimentato sporadicamente il servizio non è da ritenersi un indicatore efficiente della qualità del servizio.

Infine solamente 2 degli intervistati hanno addotto ulteriori motivazioni: il primo, non-vedente, ha riportato che sono i familiari a provvedere le descrizioni di cui necessita, mentre il secondo individuo, Ipovedente, ha dichiarato di vivere una situazione di rifiuto psicologico che lo spinge a distanziarsi da tutto ciò che fa parte del mondo dei disabili visivi. In quest'ultimo individuo, di età compresa tra i 30 e 44 anni, la condizione di disabilità visiva è occorsa tra i 15 e i 29 anni. La dimensione della Mancanza di informazioni si arricchisce dunque di un'ulteriore sfaccettatura, se a un livello superficiale risultano Alti livelli di Cognizione circa l'esistenza del Servizio di AD e dunque una buona diffusione di informazioni, lo stesso non accade a un livello più profondo, non riuscendo a diffondere informazioni precise su come accedere al servizio stesso o sull'esistenza di prodotti accessibili a persone con disabilità visiva. La mancanza di informazioni precise su come accedere al servizio, almeno per quanto riguarda il servizio di AD erogato da Rai, sembra direttamente legata alla disponibilità sul mercato di molti decoder di marche diverse che presuppongono modalità di impostazione e percorsi di accesso al secondo canale del digitale terrestre tra loro differenti.

## **Capitolo 11.**

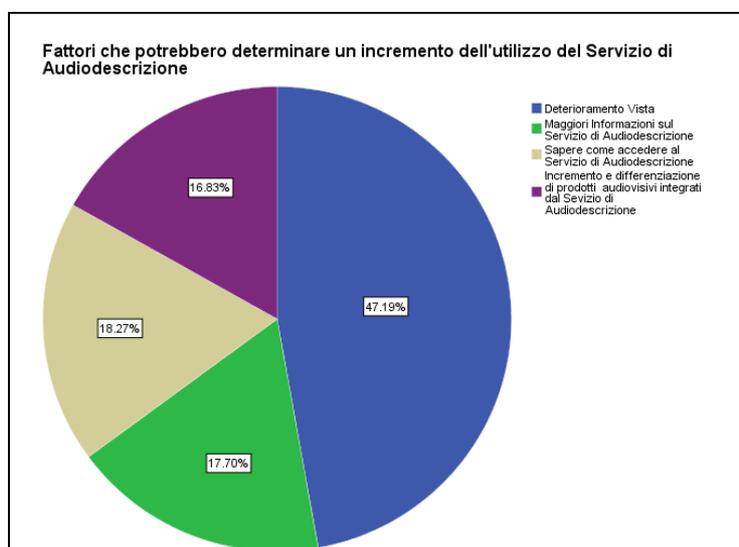
### **Descrizione dei risultati. Fattori che potrebbero determinare un incremento dell'utilizzo del Servizio di Audiodescrizione**

In questo capitolo saranno illustrati i dati raccolti tramite la Sezione 6 del Questionario, in particolare si cercheranno di individuare quelle leve su cui agire per tentare un allargamento della base dei fruitori del servizio sulla base delle indicazioni fornite dagli intervistati. Questo aspetto appare ancor più determinante soprattutto alla luce di quanto emerso circa i livelli di Cognizione circa l'esistenza del servizio e dei suoi obiettivi, a fronte infatti di 72 individui a conoscenza del servizio sono solo 36 coloro che ne fanno un uso effettivo e costante.

## 11.1 Importanza dei fattori che potrebbero determinare un incremento dei tassi di utilizzo del servizio di Audiodescrizione (AD)

A tutti gli intervistati all'inizio della Sezione conclusiva del Questionario è stato richiesto di indicare l'importanza personalmente attribuita a 4 diverse variabili che potrebbero portare ad un incremento delle percentuali di fruizione del servizio. Le variabili prese in considerazione comprendono un eventuale Peggioramento del deficit visivo, l'Incremento e differenziazione di prodotti audiovisivi ed infine una maggiore Diffusione di informazioni volte, da un lato, ad accrescere i livelli di consapevolezza dell'esistenza del servizio e dei suoi obiettivi, e, dall'altro, a diffondere le modalità di accesso al servizio stesso. Il Grado di Importanza è stato rilevato invitando gli intervistati a esprimere le proprie preferenze su di una scala Likert a 5 scalini, dove il grado massimo d'importanza equivale a 1, mentre il grado minimo corrisponde al valore 5. In seguito è stato calcolato il valore di importanza medio riferibile a ciascuna delle variabili, il valore percentuale minore rappresentato in Figura 1 dunque corrisponde al maggiore Grado di Importanza espresso dagli intervistati.

**Figura 23** Fattori che potrebbero determinare l'allargamento della base dei fruitori del Servizio di Audiodescrizione

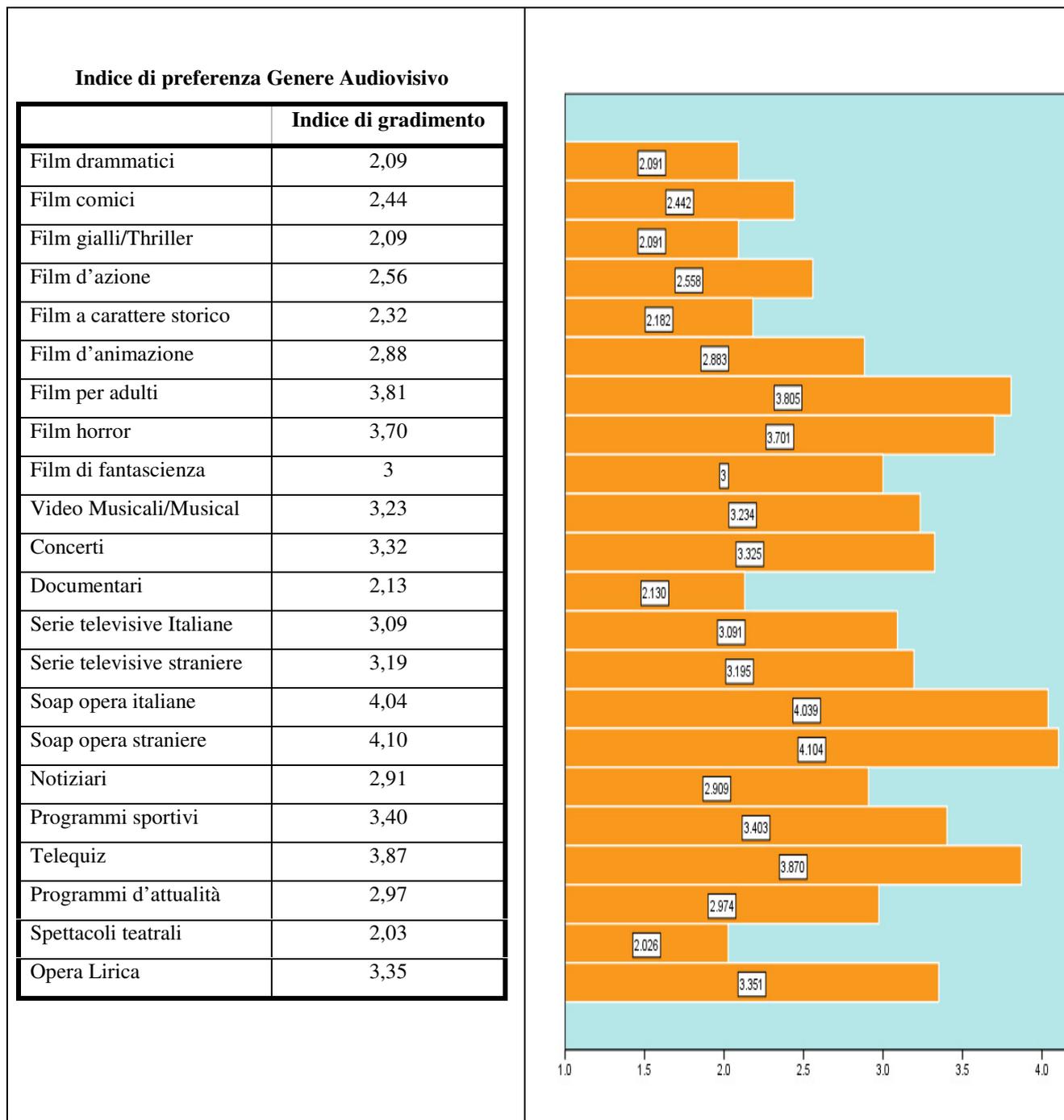


Come si può facilmente osservare a livello complessivo gli intervistati non hanno attribuito all'ulteriore deterioramento delle condizioni visive grande importanza, tuttavia se si considera il solo gruppo degli intervistati Ipovedenti la situazione, relativamente a questa variabile, cambia

notevolmente, con 9 individui su 15 ad attribuirvi Molta importanza. Relativamente alle restanti variabili si registrano valori percentuali molto vicini tra loro e per tutte e tre il Grado di Importanza si colloca tra Molto Importante (1) e Abbastanza Importante (2).

## 11.2 Indici di preferenza per un incremento del servizio per genere di prodotto audiovisivo e per piattaforma di fruizione

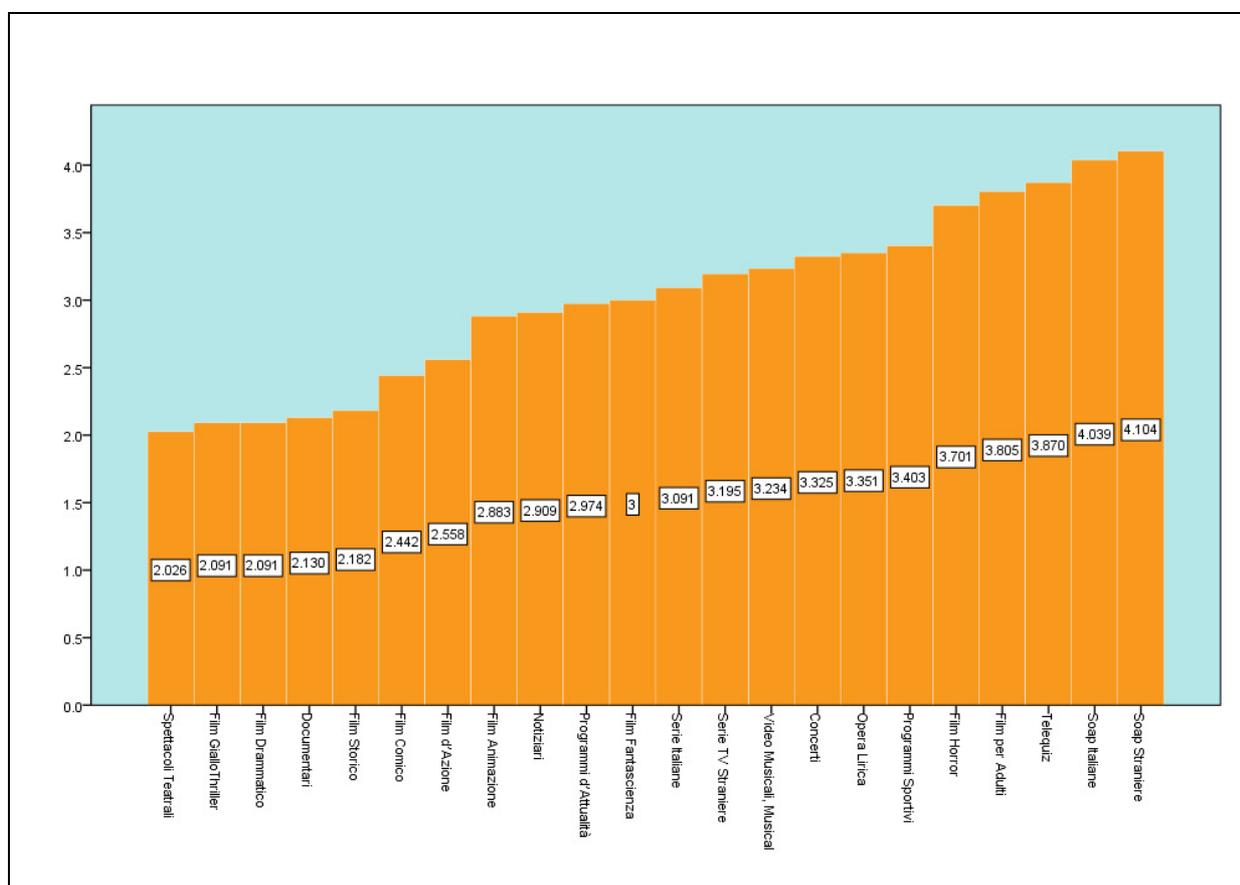
**Tabella 63** Indice di Preferenza disponibilità prodotti integrati dal Servizio di AD per Genere audiovisivo



\* Il grafico a destra illustra gli indici di preferenza medi rilevati in corrispondenza di ciascun genere audiovisivo

Per valutare rispetto a quale genere gli intervistati gradiscano una maggior disponibilità di prodotti audiodescritti è stata sottoposta all'attenzione dei partecipanti una griglia contenente 22 diversi generi audiovisivi, in riferimento a ciascuno dei quali è stata associata una scala Likert a 5 scalini, dove il valore 1 indica il maggiore livello di gradimento e 5 il minore. L'indice di Preferenza maggiore riportato nei relativi grafici e tabelle in relazione a ciascun genere corrisponde quindi al valore medio più basso. Il medesimo criterio, si ricorda, è stato adottato per rilevare il grado di preferenza degli intervistati rispetto ai generi e ai programmi audiovisivi non integrati dal Servizio di AD.

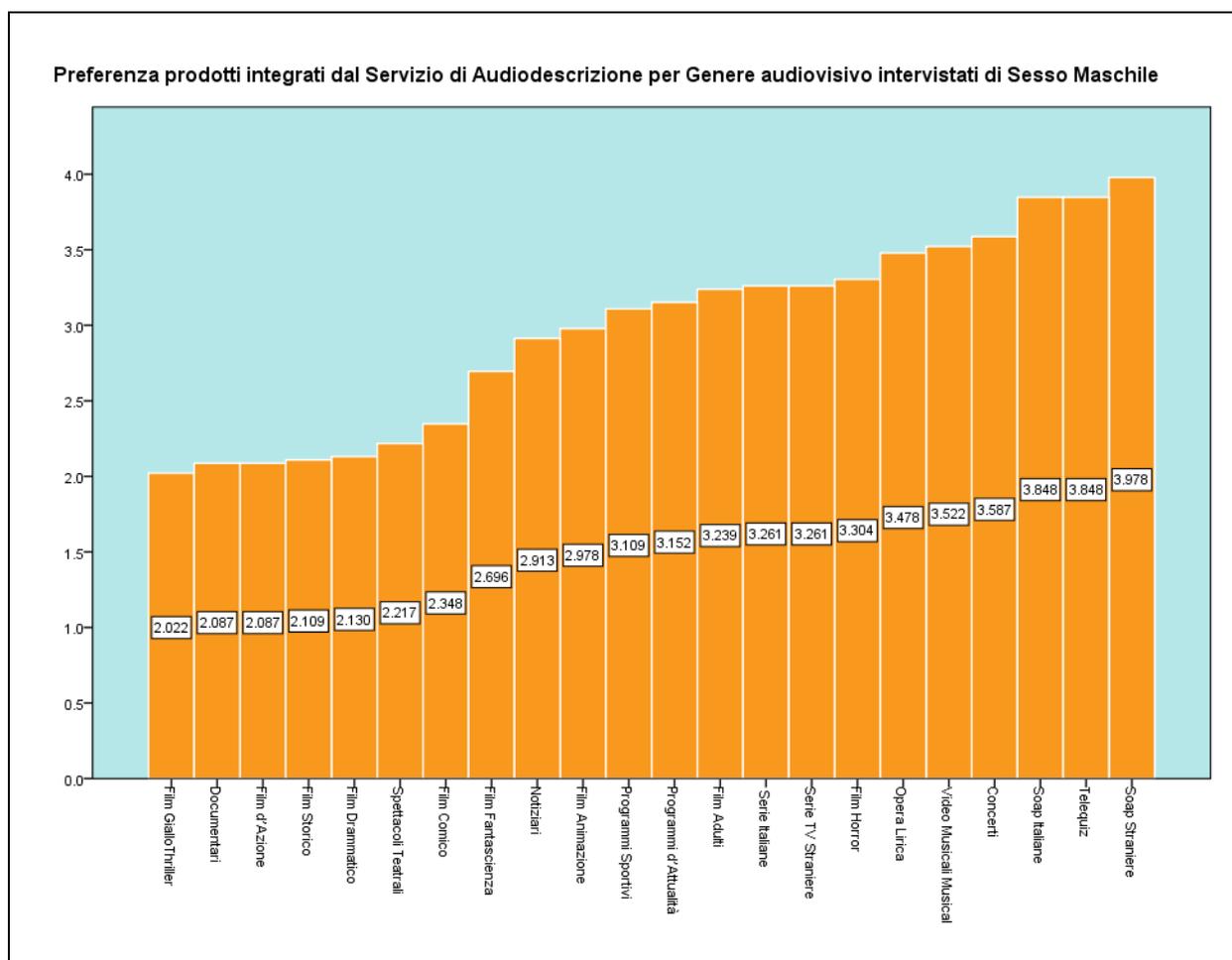
**Figura 24** Indice di Preferenza prodotti integrati dal Servizio di AD per Genere audiovisivo



Da un punto di vista generale nessun genere audiovisivo ha fatto registrare un indice di preferenza medio compreso tra i valori 1 e 2, le tipologie rispetto ai quali si rileva una maggiore richiesta di prodotti audiodescritti risultano essere spettacoli teatrali, film giallo/thriller e film drammatico. Al di sotto del valore centrale 3 si registrano ben 10 tipologie di prodotti audiovisivi tra i quali non solo la maggioranza dei diversi generi cinematografici, ma anche

tipologie di prodotti audiovisivi quali documentari, notiziari e programmi d'attualità, categorie queste ultime, contraddistinte da una predominanza della componente sonora e informativa rispetto a quella visiva ed estetica di altri generi. La tipologia che invece ha fatto registrare l'indice di preferenza medio più basso compreso tra il valore 4 e 5 è risultata essere la soap opera, mentre le rimanenti tipologie hanno fatto registrare indici compresi tra i valori 3 e 4.

**Figura 25** Indice di Preferenza Servizio di AD per Genere audiovisivo intervistati di Sesso Maschile

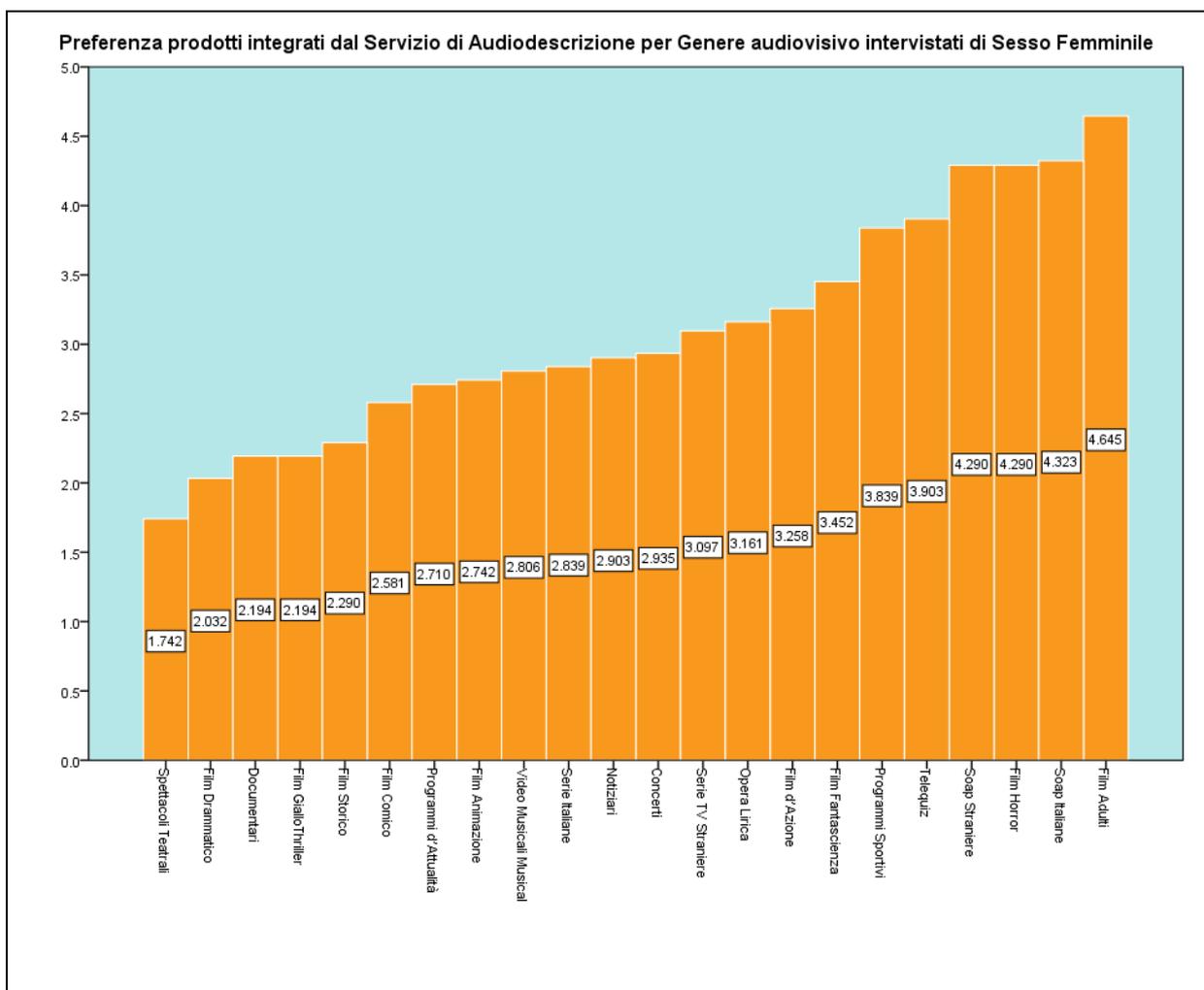


Osservando gli indici di Preferenza rilevati in base al Sesso degli intervistati emergono interessanti differenze.

Innanzitutto per quanto riguarda gli intervistati di Sesso Maschile gli indici medi relativi a ciascuna tipologia sono compresi tra l'intervallo dei valori 2 e 4, non mostrando dunque preferenze troppo marcate o mancanza di interesse particolare per alcuni generi, tuttavia le tipologie che hanno fatto registrare un indice di Preferenza inferiore al valore 3 risultano essere 10. Al contrario invece gli intervistati di Sesso Femminile hanno fornito indicazioni precise

preferendo sugli altri la tipologia Spettacoli Teatrali, unico genere a totalizzare un indice medio compreso tra i valori 1 e 2, mentre all'opposto dello spettro con indici medi di Preferenza compresi tra i valori 4 e 5 si ritrovano i generi Soap Straniere, Film Horror, Soap Italiane e Film per Adulti. I generi che hanno fatto registrare indici inferiori al valore 3 sono in tutto 12.

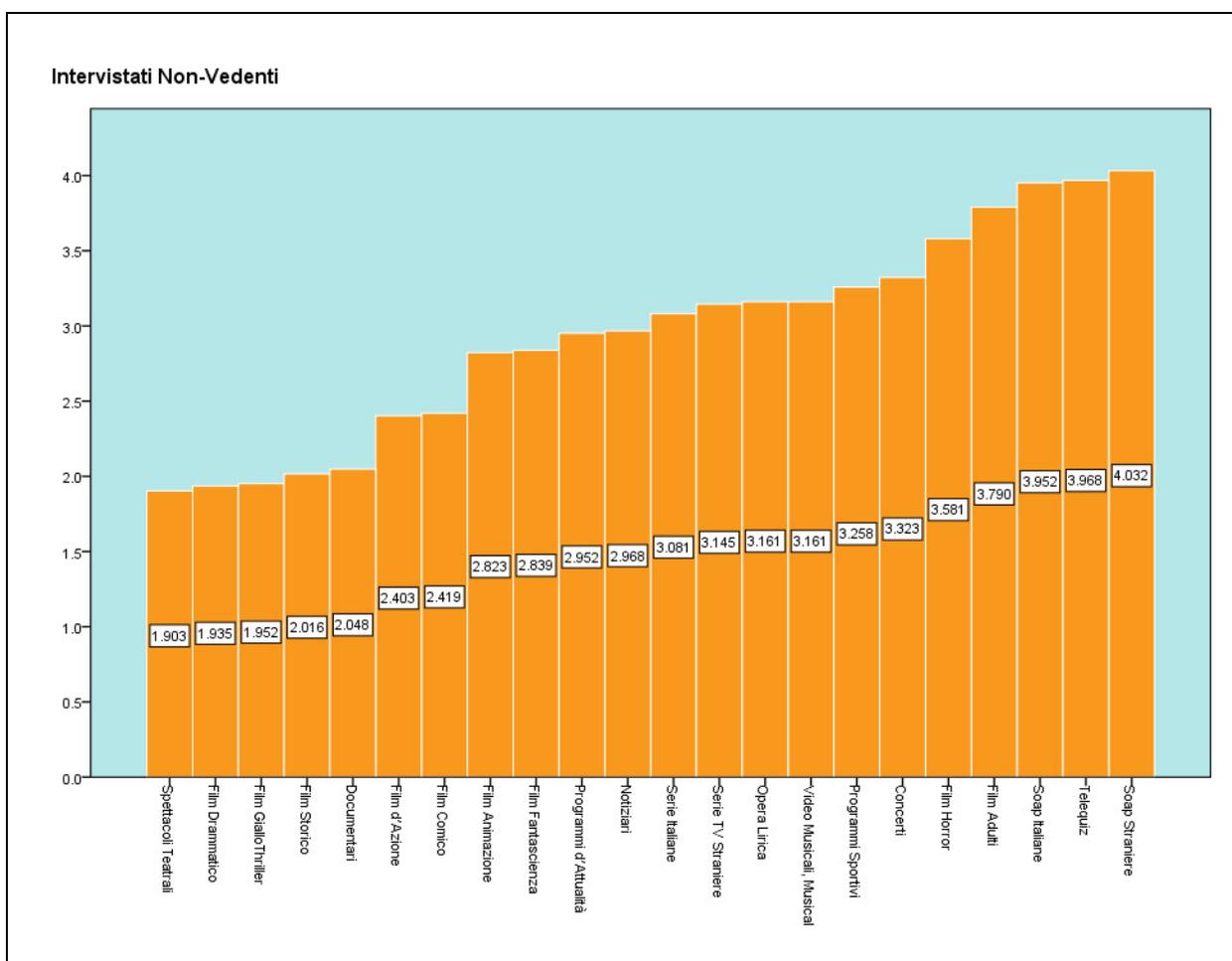
**Figura 26** Indice di Preferenza Servizio di AD per Genere audiovisivo intervistati di Sesso Femminile



Se si osservano più da vicino gli indici registrati all'interno di ciascun gruppo si possono rilevare diverse similitudini e differenze. Se da un lato all'interno di entrambi i gruppi le prime 5 posizioni sono occupate dalle medesime tipologie di generi distribuiti secondo ordini diversi con le uniche eccezioni rappresentate dalle tipologie Film d'Azione e Spettacoli teatrali, dall'altro è possibile riscontrare notevoli differenze se si confrontano i generi che all'interno dei due gruppi hanno fatto registrare indici di Preferenza inferiori al valore 3. Gli intervistati di Sesso Femminile hanno infatti indicato di preferire la presenza del Servizio di Audiodescrizione

anche in relazione a Programmi d'Attualità, Video Musicali/Musical e Concerti, generi che all'interno del gruppo degli intervistati di Sesso Maschile hanno invece fatto registrare indici di Preferenza compresi tra i valori 3 e 4. Al contrario tra gli intervistati di Sesso Maschile si osservano indici di Preferenza medi inferiori al valore 3 in relazione ai generi cinematografici Film d'Azione e Fantascienza, che si collocano invece al di sopra del valore 3 tra gli intervistati di Sesso Femminile. Tra gli intervistati di Sesso Maschile le tipologie Programmi Sportivi e Programmi d'Attualità pur avendo totalizzato indici medi superiori al valore 3 si collocano molto vicini a questo spartiacque con indici pari rispettivamente a 3,10 e 3,15.

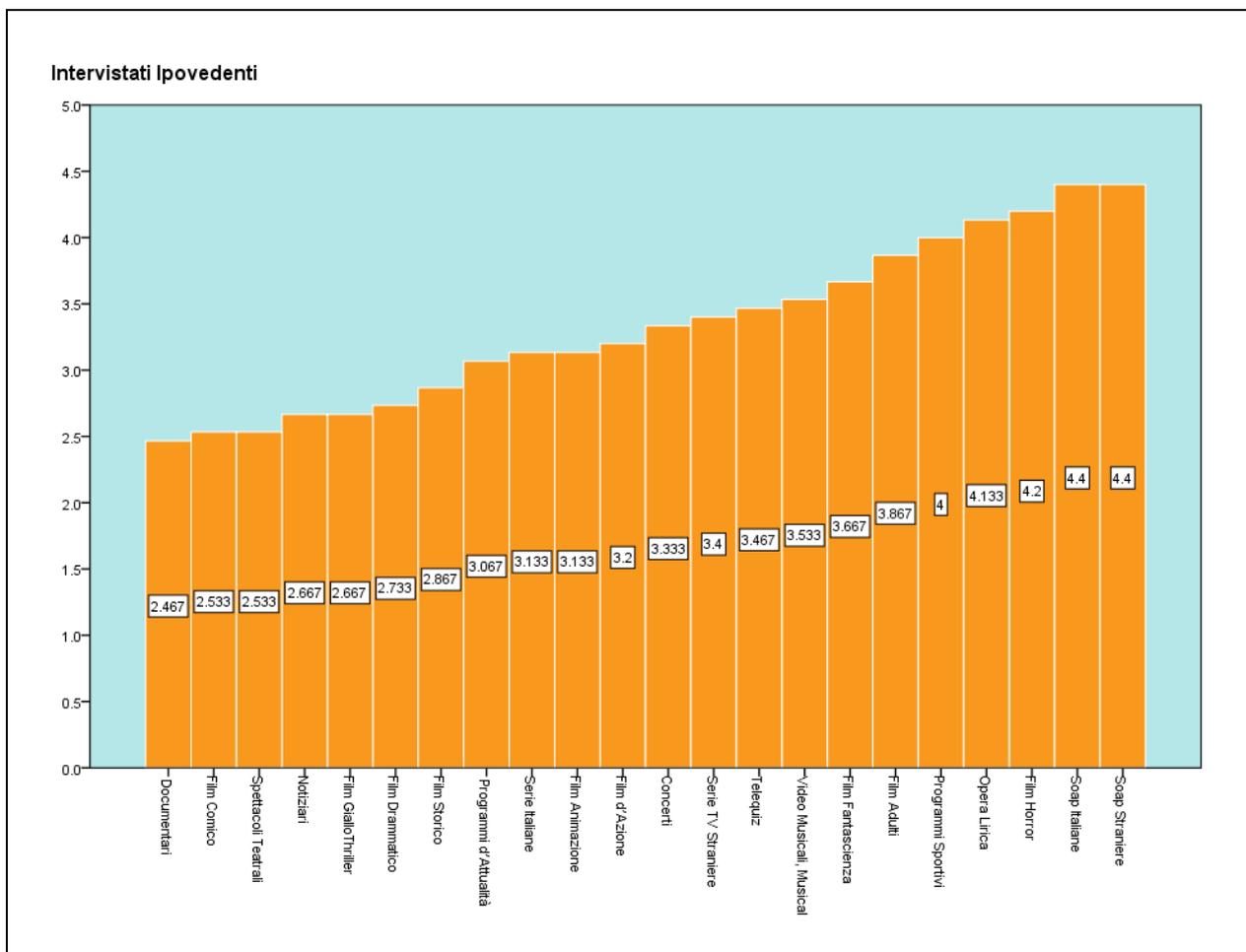
**Figura 27** Indice di Preferenza Servizio di AD per Genere audiovisivo intervistati non-vedenti



Se si osservano invece gli indici di Preferenza registrati in relazione al Grado di Disabilità Visiva appare chiaramente il maggiore grado di importanza attribuito dagli intervistati Non-Vedenti al Servizio di Audiodescrizione rispetto alla controparte degli intervistati Ipovedenti. All'interno del primo gruppo, infatti, sono ben 11 le tipologie che hanno totalizzato indici

inferiori al valore 3 e ben 3 tipologie, Spettacoli Teatrali, Film Drammatico e Film Giallo Thriller, si sono assestate su indici compresi tra i valori 1 e 2. Al contrario, all'interno del gruppo degli intervistati Ipovedenti sono solamente 7 le tipologie al di sotto del valore 3 e nessuna di essa si attesta al di sotto del valore 2. All'opposto dello spettro, gli intervistati Non-Vedenti collocano soltanto la tipologia Soap Opera Straniera al di sopra del valore 4, al contrario tra gli intervistati Ipovedenti sono 5 le tipologie con indici superiori al valore 4, Programmi Sportivi, Opera Lirica, Film Horror, Soap Opera Italiane e Soap Opera Straniere.

**Figura 28** Indice di Preferenza Servizio di AD per Genere audiovisivo intervistati ipovedenti.

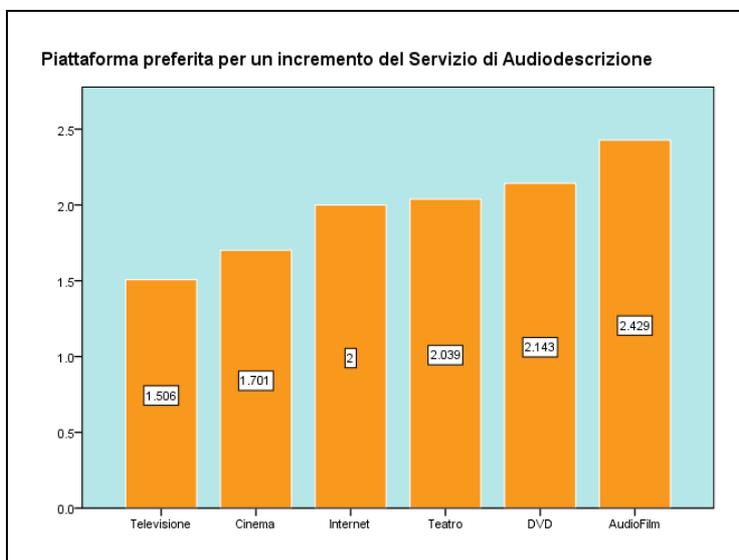


All'interno di entrambi i gruppi si ravvisano delle similitudini, in particolare per quanto riguarda i generi che si collocano al di sotto del valore 3 si ritrovano Spettacoli Teatrali, Documentari, Notiziari, Film Giallo/Thriller, Film Drammatico e Film Storico, mentre l'unico genere comune a entrambi i gruppi ad assestarsi al di sopra del valore 4 è la tipologia Soap Opera Straniere. È interessante inoltre notare come all'interno di entrambi i gruppi le tipologie

Documentari, Notiziari e Programmi d'Attualità abbiano totalizzato indici medi inferiori o uguali al valore 3.

Da quanto osservato a fianco di risultati che era lecito attendersi, quale ad esempio una generale maggior preferenza per le tipologie di prodotti cinematografici, sorprende ritrovare la tipologia Spettacoli Teatrali quale genere per il quale si richiede una più diffusa disponibilità del Servizio di Audiodescrizione. Altri risultati che sorprendono risultano essere quelli rilevati in corrispondenza delle tipologie Documentari, Notiziari e Programmi d'Attualità in considerazione della preponderanza della dimensione sonora di questi generi di programmi audiovisivi.

**Figura 29** Indice di Preferenza Servizio di AD per Piattaforma.

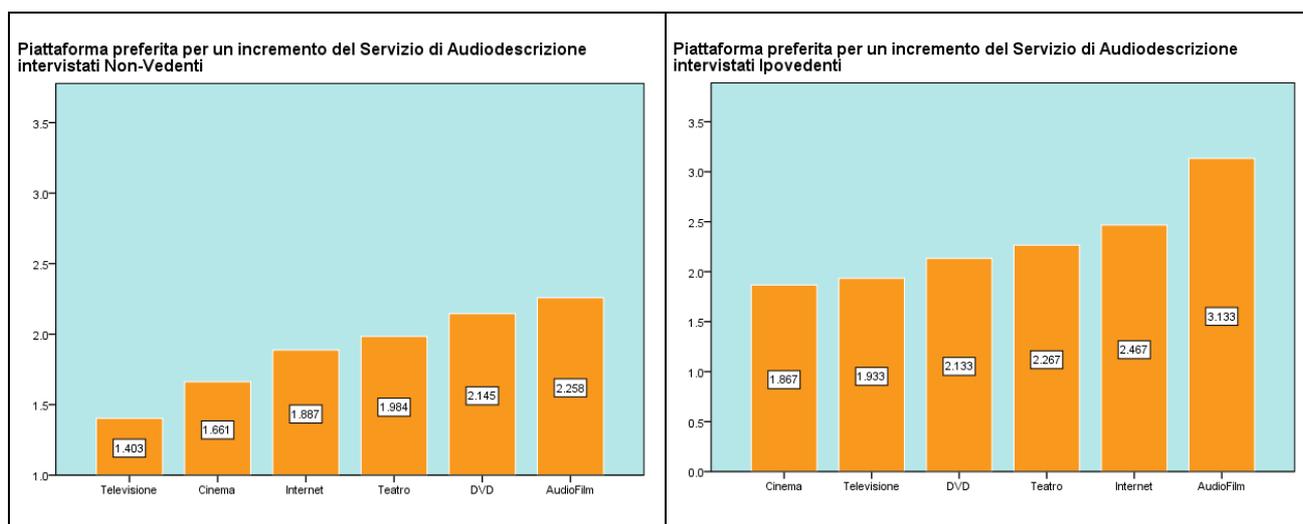


In considerazione della molteplicità delle fonti attraverso le quali è possibile reperire materiale audiovisivo ai partecipanti è stato richiesto di esprimere rispetto a quale Piattaforma gradissero una maggiore disponibilità di prodotti integrati dal Servizio di Audiodescrizione. Per rilevare tale dato è stato chiesto agli intervistati di esprimere la propria preferenza su di una scala Likert a 5 livelli, il valore 1 indica il maggior grado di preferenza mentre il valore 5 corrisponde al minore, successivamente è stato calcolato il valore medio relativo a ciascuna piattaforma presa in considerazione. Il valore medio inferiore corrisponde al maggior grado di preferenza rilevato. Come si può vedere dalla Figura 7 si registra una richiesta diffusa rispetto a ciascuna piattaforma con tutti gli indici medi al di sotto del valore 3, in particolare le piattaforme

Televisione, Cinema e Internet si attestano su indici compresi tra i valori 1 e 2, mentre il Teatro si avvicina molto al valore 2 totalizzando un indice di preferenza pari a 2,03.

Se si procede a confrontare gli indici di preferenza rilevati in relazione al Grado di Disabilità Visiva, si può nuovamente osservare una più decisa richiesta di prodotti accessibili a spettatori con disabilità visiva tra il gruppo degli intervistati non-vedenti, gli indici rilevati all'interno di questo gruppo risultano infatti tutti al di sotto del valore 3 con ben 4 piattaforme al di sotto del valore 2. Al contrario all'interno del gruppo degli intervistati ipovedenti solo Televisione e Cinema scendono al di sotto del valore 2. Il dato più sorprendente riguarda invece le Tecnologie dell'informazione e della comunicazione, questa piattaforma infatti si attesta al terzo posto tra gli intervistati non-vedenti mentre tra gli intervistati Ipovedenti si attesta al penultimo posto con un indice di preferenza al di sopra del valore 2.

**Figura 30** Indice di Preferenza Servizio di AD per Piattaforma e Grado di Disabilità Visiva



### 11.3 Strumenti assistivi in grado di facilitare l'accesso al servizio di Audiodescrizione (AD) e l'utilizzo della piattaforma televisiva

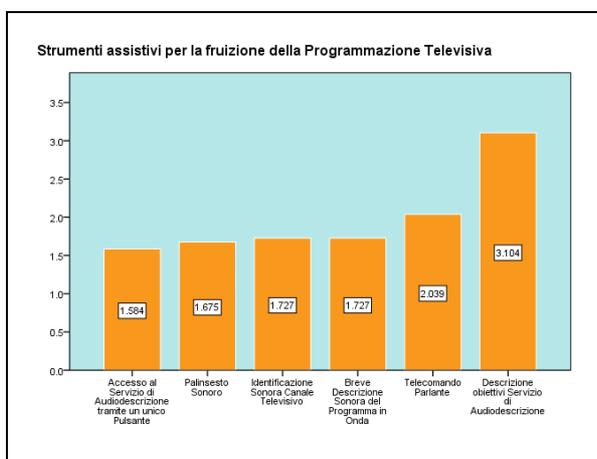
Al fine di facilitare da un lato l'accesso e la fruizione di prodotti audiovisivi accessibili a spettatori con disabilità visiva e dall'altro allargare la base degli utilizzatori del servizio, si è cercato di valutare l'opinione degli intervistati relativamente a eventuali strumenti in grado di assistere i potenziali utenti. In considerazione del fatto che la Televisione rimane, nonostante l'avvento delle nuove tecnologie, la piattaforma attraverso la quale viene diffuso la

maggioranza dei prodotti audiovisivi accessibili il focus dell'attenzione è stato concentrato su di essa.

Sono stati così sottoposti all'attenzione degli utenti 6 diversi Strumenti Assistivi in relazione a ognuno dei quali si è cercato di rilevare un indice di importanza. Per fare ciò gli intervistati sono stati invitati a esprimere il grado di importanza attribuito a ciascuno degli strumenti su di una scala Likhert a 5 gradini, dove il valore 1 esprime il maggior grado di importanza e 5 equivale al minore, l'indice medio minore quindi corrisponde al maggior grado di importanza registrato.

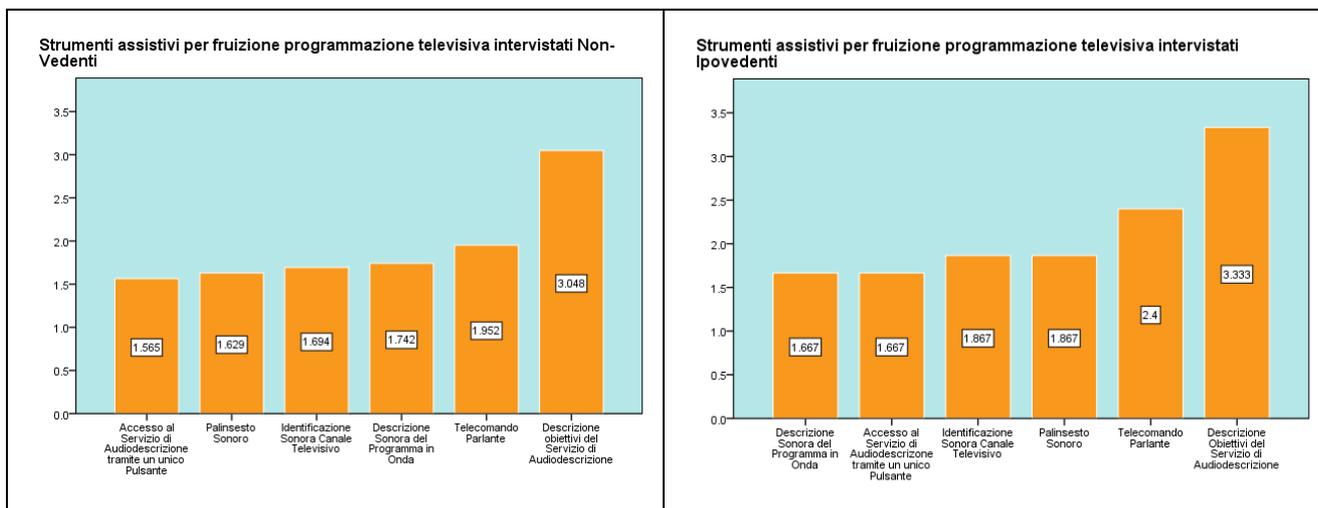
Gli Strumenti Assistivi proposti variano da dispositivi quali Telecomando Parlante in grado di agevolare la navigazione tra i diversi canali disponibili grazie all'Identificazione Sonora degli stessi, a soluzioni tecniche che consentano un accesso più diretto e immediato al servizio, come ad esempio l'adozione di un Pulsante Unico per l'attivazione. Altri strumenti invece puntano a favorire una più facile consultazione degli orari delle programmazioni accessibili tramite la creazione di un Palinsesto Sonoro consultabile attraverso la Televisione, oppure a favorire una breve Descrizione Sonora del Programma in Onda, o che infine chiariscano le finalità del servizio contribuendo a diffondere la consapevolezza circa gli Obiettivi del Servizio di Audiodescrizione. Ad eccezione della soluzione Descrizione Obiettivi del Servizio di Audiodescrizione, tutti gli altri strumenti assistivi hanno fatto registrare indici di Importanza inferiori al valore 3, in particolare le soluzioni Pulsante Unico, Palinsesto Sonoro, Identificazione Sonora del Canale e Descrizione Sonora del Programma in Onda hanno fatto registrare indici di Importanza compresi tra i valori 1 e 2.

**Figura 31** Indice di Importanza attribuito a Strumenti Assistivi per la fruizione della Programmazione Televisiva



Nel dettaglio il grado d'importanza maggiore è stato registrato in corrispondenza de Pulsante Unico e Palinsesto Sonoro, a testimonianza da un lato delle difficoltà di accesso al servizio e dall'altro della difficoltà a reperire informazioni sugli orari di erogazione del servizio stesso.

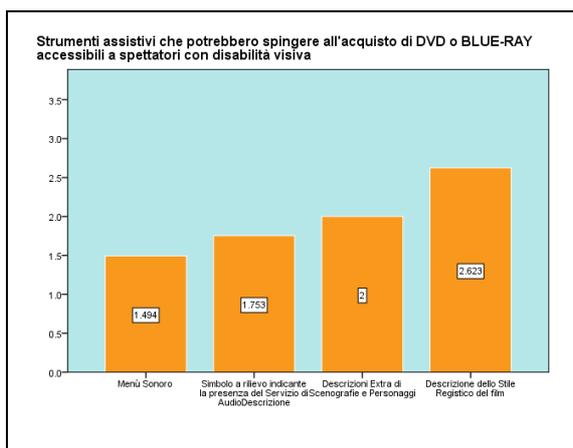
**Figura 32** Indice Importanza attribuito a Strumenti Assistivi per la fruizione della Programmazione Televisiva per Grado di Disabilità Visiva



Se si analizzano i dati raccolti in base al Grado di Lesione Visiva, riportati all'interno della Figura 10, è possibile rendersi conto come in generale gli intervistati Non-Vedenti attribuiscono una più diffusa importanza agli strumenti assistivi rispetto alla controparte degli intervistati Ipo vedenti. Entrambi i gruppi ritengono l'accesso al Servizio di AD un'urgenza prioritaria e attribuiscono una bassa importanza alla Descrizione degli obiettivi del Servizio di Audiodescrizione. Per gli intervistati Non-Vedenti inoltre la presenza di un Palinsesto Sonoro risulta di notevole aiuto, mentre per gli utenti Ipo vedenti sembra più allettante la possibilità di ascoltare una Descrizione del Programma in Onda.

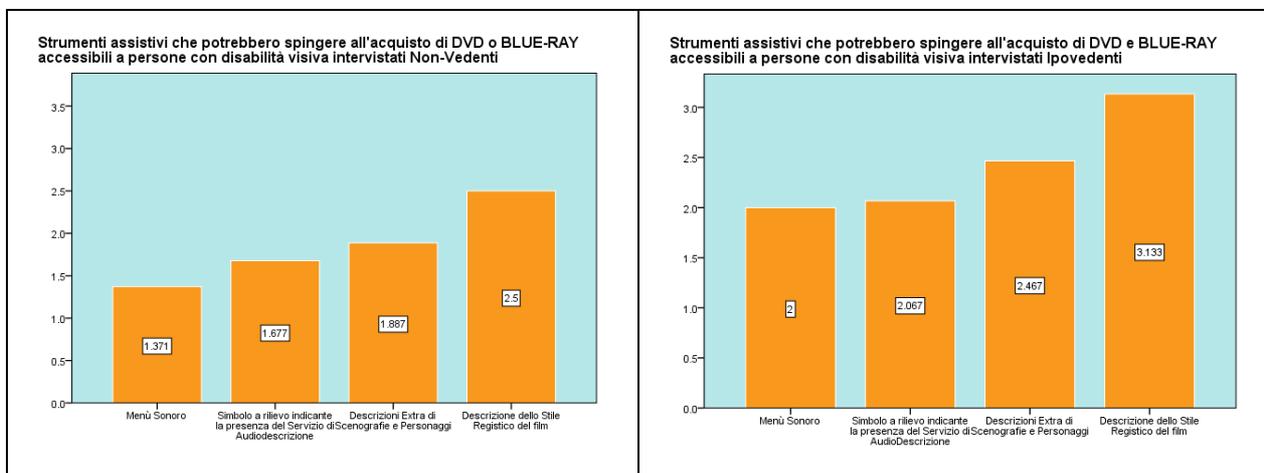
In riferimento agli Strumenti Assistivi si è tentato inoltre di valutare quali dispositivi o soluzioni potessero favorire l'acquisto di DVD o Blue-Ray accessibili alle persone con disabilità visiva. Per registrare l'Indice di Importanza attribuito dagli intervistati è stata impiegata la medesima modalità utilizzata in relazione agli strumenti assistivi per la fruizione della programmazione televisiva.

**Figura 33** Importanza attribuito a Strumenti Assistivi per l'acquisto di DVD o Blue-Ray



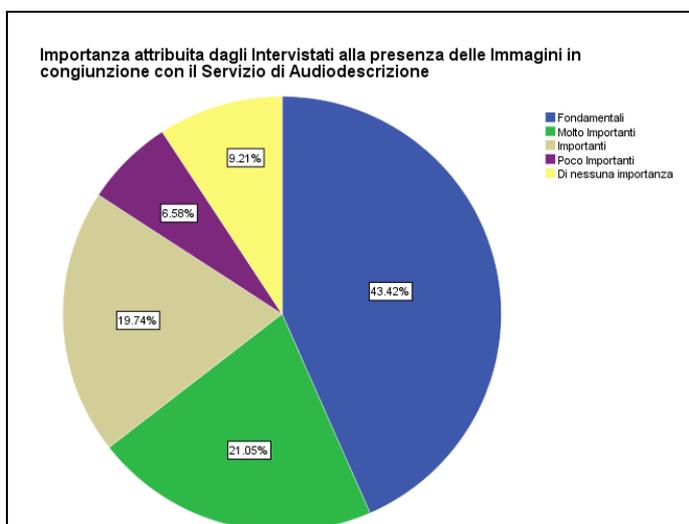
Tutti gli Strumenti Assistivi proposti hanno fatto registrare indici d'importanza inferiori al valore 3, in particolare il grado di importanza maggiore è stato rilevato in relazione a Menù Sonoro. Se si esaminano i risultati sulla base del Grado di Lesione Visiva ancora una volta appare come il gruppo degli intervistati Non-Vedenti attribuisca in generale una maggiore importanza agli strumenti proposti. In particolare all'interno di entrambi i gruppi viene confermata l'importanza primaria dello strumento Menù Sonoro, mentre vengono giudicate di notevole interesse l'inserimento sulla copertina del DVD o Blue-Ray di un Simbolo a Rilievo indicante la presenza del Servizio di Audiodescrizione. Rispetto alla presenza di informazioni aggiuntive sotto forma di contenuti supplementari gli intervistati hanno espresso un gradimento per le Descrizioni Extra di Scenografie e Personaggi rispetto alla Descrizione dello Stile Registico del film.

**Figura 34** Indice importanza attribuito a strumenti assistivi per la fruizione di DVD / Blue-Ray per Grado di Lesione Visiva



In considerazione del fatto che uno dei maggiori fornitori di materiali audiovisivi accessibili a spettatori con disabilità visiva diffonde i propri prodotti attraverso la piattaforma Audiofilm e dell'andamento del mercato degli audiolibri, aspetti trattati nel Capitolo dedicato all'offerta di materiali integrati dal Servizio di Audiodescrizione, è stato ritenuto opportuno cercare di rilevare l'importanza attribuita dai partecipanti alla Dimensione visiva. Per valutare questo aspetto tutti i partecipanti allo studio sono stati invitati a esprimere la propria opinione su di una scala Likhert a 5 scalini dove il valore 1 corrisponde al grado di maggiore importanza e il valore 5 al minore. Immediatamente dopo aver espresso la propria opinione gli intervistati sono stati invitati a giustificare la risposta fornita.

**Figura 35** Importanza attribuita dagli Intervistati alla presenza delle immagini nei prodotti audiovisivi integrati dal Servizio di AD



Il 64,5% degli intervistati ha giudicato la Presenza delle Immagini come Fondamentale o Molto Importante mentre il restante 35,5% ha ritenuto le immagini Importanti, Poco Importanti o di Nessuna Importanza. Le motivazioni addotte risultano diverse tra loro, tuttavia oltre il 60% degli intervistati ha indicato l'Inclusione Sociale a giustificazione dell'alto valore attribuito alla presenza delle immagini. All'opposto chi invece vi ha attribuito scarsa importanza ha riportato di non essere in grado di sfruttare la presenza delle immagini come fonte attraverso la quale ricavare ulteriori informazioni rispetto a quelle fornite attraverso il Servizio di Audiodescrizione.

## **Capitolo 12.**

### **Discussione dei risultati**

Nel presente capitolo verranno discussi i dati raccolti in riferimento al campione degli intervistati. Inizialmente saranno illustrate le caratteristiche demografiche del campione, effettuando un paragone, per quanto i dati lo permettano, con la popolazione italiana non-vedente e, più in generale, con la popolazione italiana. Oltre a un'analisi della struttura demografica del campione, effettuata discutendo le variabili età, grado di lesione visiva, periodo di insorgenza visiva e livello di istruzione, saranno trattati i livelli di familiarità con le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (Tic) e le modalità di fruizione di prodotti audiovisivi.

In seguito saranno analizzate le caratteristiche del gruppo degli individui che hanno riportato di fruire di prodotti audiovisivi integrati dal servizio di AD. In questa parte della discussione purtroppo non sarà possibile effettuare alcun parallelo con la popolazione non-vedente nazionale in quanto, al momento, non esistono rilevamenti circa le percentuali di utilizzo del servizio. I dati raccolti in relazione a questo gruppo saranno trattati in relazione a quelli riferibili alla totalità dei partecipanti, al fine di cogliere similitudini e differenze soprattutto in relazione ai livelli di istruzione, familiarità con le nuove tecnologie e alle modalità di utilizzo di prodotti audiovisivi NON accessibili. Successivamente la discussione si focalizzerà sui dati relativi alle modalità di utilizzo di prodotti integrati dal servizio di AD, prendendo in considerazione, da un lato, le piattaforme attraverso cui si fruisce del servizio, e, dall'altro, la frequenza di utilizzo.

La parte conclusiva della discussione si focalizzerà su tre aspetti. Inizialmente saranno analizzati i dati riguardanti il desiderio per una maggiore disponibilità di prodotti accessibili, in particolare tali dati saranno trattati in relazione ai diversi generi di prodotti audiovisivi e alle differenti piattaforme d'utilizzo. Successivamente si discuteranno i fattori potenzialmente in grado di favorire un allargamento della base degli utilizzatori del servizio e infine sarà discussa la capacità del servizio di garantire al pubblico di riferimento un'esperienza del prodotto audiovisivo più piacevole e meno stancante dal punto di vista cognitivo.

## 12.1 Caratteristiche demografiche del campione

Come già illustrato in precedenza il gruppo dei partecipanti allo studio è stato segmentato in base a diverse variabili demografiche, tra le quali età, sesso, titolo di studio, grado di lesione visiva e periodo di insorgenza della lesione visiva. Nel presente paragrafo i dati raccolti saranno discussi in relazione a quelli relativi alla popolazione italiana e, in particolare in relazione a quelli riguardanti la popolazione non-vedente. Si sottolinea che per effettuare la comparazione tra i dati demografici reperiti all'interno degli studi relativi alla popolazione non-vedente italiana e quelli raccolti all'interno del presente studio, si sono dovute uniformare le categorie dei titoli di studio e le fasce d'età prese in considerazione nell'impianto metodologico di quest'ultimo a quelle adottate all'interno del primo tipo di studi. Per una descrizione delle categorie dei titoli di studi e delle fasce d'età adottate nel presente studio si rimanda ai relativi capitoli sulla metodologia e sull'analisi delle caratteristiche demografiche del campione.

### Struttura demografica e grado di lesione visiva

Il campione risulta composto da 62 partecipanti non-vedenti, di cui 24 individui di sesso femminile e 38 di sesso maschile, a cui si aggiungono 15 partecipanti ipovedenti, dei quali 7 di sesso femminile e 8 di sesso maschile, per un totale di 46 partecipanti uomini e 31 partecipanti donne.

**Tabella 64** Composizione campione intervistati per Grado di Lesione Visiva, sesso e distribuzione per fasce d'età

Grado lesione visiva	Sesso intervistati		Totale
	Donna	Uomo	
<b>Ipovedente</b>	7	8	<b>15</b>
<b>Non-vedente</b>	24	38	<b>62</b>
<b>Totale</b>	<b>31</b>	<b>46</b>	<b>77</b>

Distribuzione intervistati per fasce d'età	
Fasce d'Età	Valori
<b>18 – 29</b>	8 (10%)
<b>30 – 44</b>	26 (34%)
<b>45 – 64</b>	31 (40%)
<b>65 – 74</b>	9 (12%)
<b>Oltre 75</b>	3 (4%)
<b>Totale</b>	<b>77 (100%)</b>

A livello generale la maggioranza dei partecipanti, 57 individui pari al 74% del campione, risulta concentrata tra i 30 e i 64 anni, tale tendenza appare con evidenza indipendentemente dal genere degli intervistati o dal grado di lesione visiva dichiarato.

L'età media registrata all'interno del campione si attesta sui 47,8 anni <sup>76</sup>, leggermente al di sopra di quella registrata in relazione alla popolazione italiana per l'anno 2015 pari a 44,4 anni (ISTAT, 2015a), ma ben al di sotto all'età media riferibile alla popolazione non-vedente pari a 68 anni (ISTAT, 2014). Se si calcola l'età media in base al grado di lesione, il gruppo degli intervistati ipovedenti risulta leggermente al di sopra dell'età media riscontrata a livello generale con un valore pari a 48,5 anni, per il gruppo dei partecipanti non vedenti tale valore si attesta a 47,7 anni. Se si prende invece in considerazione il sesso degli intervistati, in relazione ai 46 partecipanti uomini si osserva un valore pari a 46,1 anni a fronte di 50,4 anni relativo ai 31 partecipanti donne.

**Tabella 65** Struttura campione per fasce d'età e sesso. Valori in Unità

Distribuzione per fasce d'età campione partecipanti		Distribuzione per fasce d'età partecipanti uomini		Distribuzione per fasce d'età partecipanti donne	
Fasce d'Età	Valori Assoluti	Fasce d'Età	Valori Assoluti	Fasce d'Età	Valori Assoluti
18 – 29	8 (10%)	18 – 29	6 (13%)	18 – 29	2 (6%)
30 – 44	26 (34%)	30 – 44	17 (37%)	30 – 44	9 (29%)
45 – 64	31 (40%)	45 – 64	17 (37%)	45 – 64	14 (45%)
65 – 74	9 (12%)	65 – 74	4 (9%)	65 – 74	5 (16%)
Oltre 75	3 (4%)	Oltre 75	2 (4%)	Oltre 75	1 (3%)
<b>Totale</b>	<b>77 (100%)</b>	<b>Totale</b>	<b>46 (100%)</b>	<b>Totale</b>	<b>31</b>

Procedendo a un confronto dei dati raccolti con quelli riferibili alla demografia della popolazione non-vedente italiana emergono notevoli differenze. Oltre al già citato evidente divario registrato in relazione all'età media, la struttura del campione risulta essere caratterizzata da una prevalenza di individui di sesso maschile di età compresa tra i 30 e i 64 anni, per un totale di 34 individui pari al 44% del totale dei partecipanti. Al contrario, la struttura della popolazione non-vedente risulta essere caratterizzata nel complesso da individui di sesso femminile di oltre 75 anni di età, come è possibile rilevare all'interno della Tabella 3.

<sup>76</sup> Per calcolare l'Età Media è stato adottato un valore intermedio tra gli estremi di ciascuna Fascia d'Età (23, 37, 54, 70, 78) e in seguito è stato effettuato il calcolo, moltiplicando il numero dei partecipanti di ciascuna Fascia d'Età per il valore intermedio adottato. Successivamente sono stati sommati i valori ottenuti e divisi per il numero complessivo dei partecipanti.

**Tabella 66** Distribuzione per fasce d'età e sesso popolazione non-vedente. Valori in Migliaia (ISTAT, 2013)

Distribuzione per fasce d'età popolazione non-vedente		Distribuzione per fasce d'età popolazione non-vedente uomini		Distribuzione per fasce d'età popolazione non-vedente donne	
Fasce d'Età	Valori	Fasce d'Età	Valori	Fasce d'Età	Valori
<b>0-14</b>	5 (2%)	<b>0-14</b>	3 (2%)	<b>0-14</b>	2 (1%)
<b>15-44</b>	23 (7%)	<b>15-44</b>	12 (10%)	<b>15-44</b>	11 (6%)
<b>45-64</b>	52 (16%)	<b>45-64</b>	26 (21%)	<b>45-64</b>	26 (13%)
<b>65-74</b>	47 (15%)	<b>65-74</b>	22 (17%)	<b>65-74</b>	26 (13%)
<b>75 e più</b>	197 (60%)	<b>75 e più</b>	63 (50%)	<b>75 e più</b>	135 (67%)
<b>Totale</b>	<b>325 (100%)</b>	<b>Totale</b>	<b>126 (100%)</b>	<b>Totale</b>	<b>199 (100%)</b>

Il campione dei partecipanti è quindi caratterizzato da una prevalenza di individui di sesso maschile, l'età media riscontrata risulta leggermente al di sopra di quella registrata presso la popolazione italiana, ma ben al di sotto rispetto a quella riscontrata presso la popolazione non-vedente italiana. L'assenza all'interno del campione di un congruo numero di individui con oltre 65 anni d'età potrebbe essere implicabile a due fattori. Da un lato le modalità di somministrazione del Questionario stesso, basate su di un reclutamento effettuato principalmente per via telematica attraverso mailing-list, siti gestiti dalle sezioni locali dell'U.I.C.I. coinvolte e gruppi di discussione presenti su internet, al quale ha fatto seguito un'intervista telefonica o via Skype, potrebbero aver scoraggiato o magari neppure raggiunto coloro potenzialmente interessati. Dall'altro lato proprio l'elevata età della popolazione oggetto del rilevamento potrebbe costituire un fattore limitante per la partecipazione al rilevamento. La quasi totale assenza di individui non-vedenti di oltre 75 anni di età pare essere del tutto in linea con i bassi livelli di partecipazione rilevati all'interno di altre indagini (cfr. C.I.R.M., 2003). Nonostante la popolazione non-vedente sia caratterizzata da una massiccia presenza di individui ultra settantenni, al momento sembrerebbe lecito supporre, in relazione a tale segmento di popolazione, uno scarso coinvolgimento nelle attività associative, bassi livelli di utilizzo del servizio di AD e una scarsa familiarità con le tecnologie digitali, ormai sempre più importanti nell'ambito dell'accessibilità audiovisiva.

## Grado di istruzione

Analizzando la distribuzione dei titoli di studio rilevata presso il campione è possibile cogliere alcune caratteristiche peculiari, che lo contraddistinguono dalla popolazione non-vedente italiana. Da un punto di vista generale tra i partecipanti al progetto prevalgono titoli di studio di istruzione secondaria superiore o terziari, al contrario presso la popolazione non-vedente italiana prevalgono storicamente titoli di studio di istruzione primaria e alti tassi di analfabetismo (cfr. ISTAT, 2005, 2013). Per un raffronto dell'incidenza dei diversi titoli di studio all'interno della popolazione non-vedente italiana e quella rilevata all'interno del campione si prega di osservare le tabelle 4 e 5.

**Tabella 67** Ripartizione titoli di studio per fasce d'età popolazione non-vedente italiana. Valori in migliaia. (ISTAT, 2013)

Titolo di Studio	Fasce d'Età			Totale
	6 – 64	65 – 74	Oltre 75	
<b>Laurea e Diploma</b>	22 (28%)	4 (8%)	14 (7%)	<b>40 (12%)</b>
<b>Licenza Scuola Media Inferiore</b>	32 (41%)	12 (25%)	26 (13%)	<b>70 (22%)</b>
<b>Licenza Elementare / Nessun Titolo</b>	24 (31%)	32 (67%)	158 (80%)	<b>214 (66%)</b>
<b>Totale</b>	<b>78</b>	<b>48</b>	<b>198</b>	<b>325 (100%)</b>

**Tabella 68** Ripartizione titoli di studio per fasce d'età campione. Valori in unità.

Titolo di Studio	Fasce d'Età			Totale
	18 – 64	65 – 74	Oltre 75	
<b>Laurea e Diploma</b>	53 (82%)	5 (56%)	0	<b>58 (75%)</b>
<b>Licenza Scuola Media Inferiore</b>	11 (17%)	4 (44%)	2 (67%)	<b>17 (22%)</b>
<b>Licenza Elementare / Nessun Titolo</b>	1 (1%)	0	1 (33%)	<b>2 (3%)</b>
<b>Totale</b>	<b>65 (100%)</b>	<b>9 (100%)</b>	<b>3 (100%)</b>	<b>77 (100%)</b>

Osservando l'incidenza percentuale relativa a ognuna delle singole categorie dei titoli di studio, si può notare come tra la popolazione non-vedente al scendere dell'età degli individui corrispondano, da un lato, una minore incidenza di licenze elementari e analfabetismo e, dall'altro, una maggiore incidenza percentuale delle rimanenti classi di titoli di studio. All'interno del campione invece l'incidenza del titolo licenza elementare risulta limitata a un 3% dei partecipanti totali. A eccezione degli individui che si collocano oltre i 75 anni, i titoli di

studio equivalenti a lauree e diplomi fanno registrare un'incidenza percentuale superiore per ogni fascia d'età, tale tendenza appare ancor più netta al di sotto della soglia dei 64 anni.

Se si effettua un confronto con i dati reperibili all'interno dei rilevamenti che riguardano il resto della popolazione italiana con oltre 15 anni di età (cfr. ISTAT, 2015b), in riferimento ai quali però sono disponibili solamente i dati percentuali disaggregati in base al sesso, si può osservare come il campione presenti un livello d'istruzione al di sopra della media nazionale.

**Tabella 69** Incidenza percentuale titoli di studio popolazione italiana e campione intervistati per sesso

Titoli di studio popolazione italiana per sesso			Titoli di studio campione per sesso		
Titolo di Studio	Genere		Titolo di Studio	Genere	
	Uomini	Donne		Uomini	Donne
Laurea e Diploma	49%	47%	Laurea e Diploma	70%	84%
Licenza Scuola Media Inferiore	35%	29%	Licenza Scuola Media Inferiore	26%	16%
Licenza Elementare / Nessun Titolo	16%	24%	Licenza Elementare / Nessun Titolo	4%	0

L'incidenza della categoria dei titoli di studio laurea e diploma riscontrato presso il campione risulta essere superiore sia in riferimento agli individui di sesso maschile che a quelli di sesso femminile, all'opposto l'incidenza percentuale delle categorie licenza scuola media inferiore e licenza elementare/nessun titolo risulta in entrambi casi di gran lunga superiore presso la popolazione nazionale che non presso il campione. Inoltre se all'interno della popolazione italiana si registrano livelli di istruzione maggiori in riferimento agli uomini, con una maggiore incidenza delle prime due categorie di titoli di studi, non si può affermare lo stesso in riferimento al campione. Tra i partecipanti allo studio, sono infatti gli individui di sesso femminile a far registrare un più alto livello di istruzione, con una maggiore incidenza percentuale di titoli di studio equivalenti o superiori a laurea e diploma. Non è purtroppo possibile effettuare un ulteriore approfondimento della discussione relativa ai livelli di istruzione procedendo a un confronto tra popolazione non-vedente italiana e popolazione italiana, in quanto i dati riportati all'interno degli studi reperiti in riferimento a questa variabile o non contengono una segmentazione della popolazione in base alle fasce d'età (cfr. ISTAT, 2015b) o non tengono in considerazione il sesso in riferimento al grado di istruzione (cfr. ISTAT, 2013).

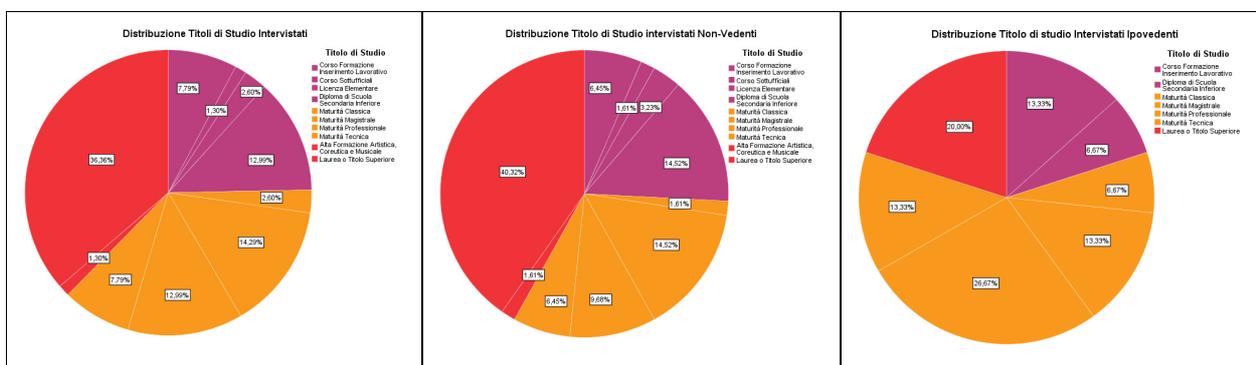
Se si osserva la distribuzione dei titoli di studio all'interno del campione in base alle fasce d'età prese in considerazione nell'impianto metodologico dello studio, è possibile osservare come l'incidenza percentuale della categoria di titoli di studio laurea e diploma risulta essere superiore all'80% in corrispondenza di ciascuna fascia d'età compresa nell'intervallo 18 – 64 anni. Al contrario in corrispondenza delle fasce d'età che si collocano oltre lo spartiacque dei 65 anni si registra una crescente e preponderante incidenza della categoria di titoli di studio licenza scuola media inferiore.

**Tabella 70** Ripartizione titoli di studio per fasce d'età campione. Valori in unità.

Titolo di Studio	Fasce d'Età Intervistati					Totale
	15-29	30-44	45-64	65-74	Oltre 75	
<b>Laurea e Diploma</b>	7 (88%)	21 (81%)	25 (81%)	5 (56%)	0	<b>58 (75%)</b>
<b>Licenza scuola media inferiore</b>	1 (12%)	5 (19%)	5 (16%)	4 (44%)	2 (67%)	<b>17 (22%)</b>
<b>Licenza Elementare /Nessun titolo</b>	0	0	1 (3%)	0	1 (33%)	<b>2 (3%)</b>
<b>Totale</b>	<b>8 (100%)</b>	<b>26 (100%)</b>	<b>31 (100%)</b>	<b>9 (100%)</b>	<b>3 (100%)</b>	<b>77 (100%)</b>

Se si analizzano poi nel dettaglio i dati rilevati in relazione al campione secondo la categorizzazione dei diversi titoli d'istruzione adottata all'interno del presente studio è possibile osservare come, a livello generale, l'incidenza percentuale dei soli titoli di studio equivalenti o superiori alla laurea risulta essere pari al 38%, mentre l'incidenza percentuale dei titoli di studi equivalenti a diplomi di maturità risulta essere pari al 37% a fronte di un'incidenza percentuale del 24% di titoli di studio equivalenti o inferiori al diploma di scuola secondaria inferiore.

**Figura 36** Distribuzione titoli di studio campione per Grado di Lesione Visiva

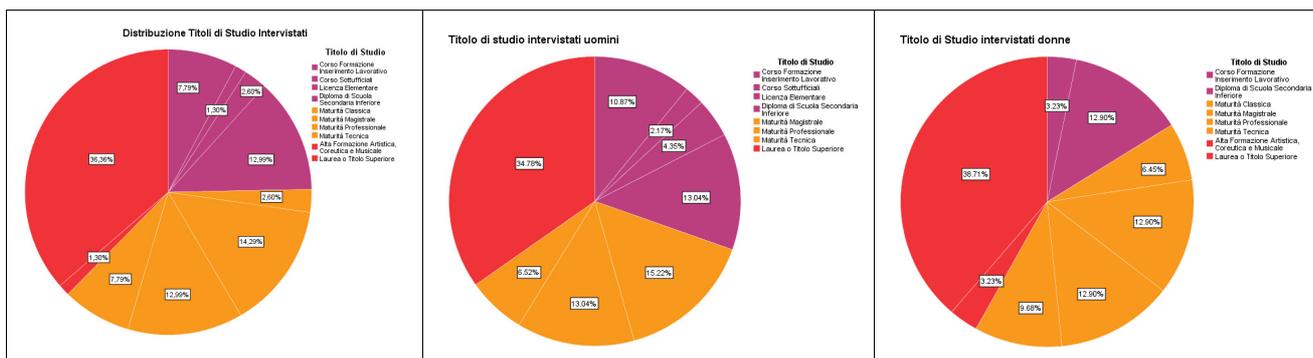


Esaminando i livelli di istruzione rilevati all'interno del campione in relazione al Grado di Lesione Visiva è possibile osservare come il gruppo degli intervistati non-vedenti faccia

registrare un'incidenza percentuale di titoli di studio equivalenti o superiori al Diploma di Laurea, al pari di quanto rilevato a livello generale. Il gruppo degli intervistati ipovedenti, invece, fa registrare una maggiore incidenza percentuale di titoli di studio equivalenti a Diplomi di Scuola Secondaria Superiore. Presso entrambi i gruppi l'incidenza di titoli di studio equivalenti o inferiori al Diploma di Scuola Secondaria inferiore risulta la categoria con l'incidenza percentuale minore, attestandosi al 26% presso il gruppo di intervistati non-vedenti e al 20% presso il gruppo degli ipovedenti.

Analizzando i dati relativi al livello di istruzione in base al Sesso degli intervistati, si rileva un livello di istruzione superiore presso il gruppo degli intervistati donne, come si può osservare dalla Figura 2, al contrario di quanto rilevato presso la popolazione italiana generale, all'interno della quale gli uomini fanno registrare un grado di istruzione superiore.

**Figura 37** Ripartizione Titoli di Studio campione per Genere dei partecipanti



Se all'interno del gruppo di intervistati uomini i titoli di studio equivalenti o inferiori al diploma di scuola secondaria inferiore incide per il 30%, presso il gruppo di intervistati donne la medesima categoria incide per il 16%. Le rimanenti due categorie mostrano, all'interno di ciascun gruppo, incidenze percentuali uguali, tuttavia presso il gruppo di intervistati donne tale valore è pari a 41,9%, mentre all'interno degli intervistati uomini tale valore si assesta al 34,8%.

Da un punto di vista generale il campione presenta un elevato grado di istruzione, superiore sia a quello rilevato presso la popolazione italiana nel suo complesso che a quello della sola popolazione non-vedente. Ancora a livello generale si osserva come il grado di istruzione decresca all'aumentare dell'età dei partecipanti, indipendentemente dal genere o dal Grado di Lesione Visiva degli intervistati, tendenza, questa, del tutto simile a quella rilevata all'interno della popolazione non-vedente. A un livello di analisi più dettagliato, presso i partecipanti

donne si registra un grado di istruzione più elevato, testimoniato da una minore incidenza percentuale di titoli di studio equivalenti o inferiori al diploma di scuola secondaria inferiore. Se si prende in considerazione il Grado di Lesione Visiva, il gruppo dei partecipanti non-vedenti presenta al tempo stesso una maggiore incidenza percentuale di titoli di studio equivalenti o superiori alla laurea da un lato e, dall'altro, di titoli di studio equivalenti o inferiori al diploma di scuola secondaria inferiore.

### Periodo insorgenza lesione visiva

Il periodo di insorgenza della lesione visiva, come rilevato da altri studi, (cfr. AUDETEL 1996, OFCOM 2009, DTV4ALL 2010, ADLAB, 2015), può rivelare aspetti interessanti circa le abitudini di consumo di prodotti audiovisivi integrati o meno dal servizio di AD. Da un lato infatti, una diversa memoria visiva può determinare diverse preferenze circa lo stile descrittivo da adottare durante la realizzazione del testo (cfr. ADLAB, 2015), mentre dall'altro, può determinare diverse modalità di fruizione di prodotti audiovisivi e servizi di accessibilità (cfr. AUDETEL 1996, OFCOM 2009, DTV4ALL 2010).

Questo aspetto della dimensione della disabilità visiva, al pari del Grado di Lesione Visiva, oltre a essere alla base dell'eterogeneità del pubblico di riferimento, risulta essere un fenomeno in costante mutamento a causa dell'evoluzione della medicina. Le conquiste in campo medico e le politiche di prevenzione adottate a livello mondiale, pur riuscendo da un lato a prevenire o ridurre i casi di cecità neonatale, specialmente nei paesi in via di sviluppo, non riescono, dall'altro, a eliminare i casi di ipovisione. In particolare nei paesi a economia avanzata, in corrispondenza delle fasce d'età più anziane della popolazione, i casi di ipovisione sono in aumento a causa della maggiore incidenza delle malattie neurodegenerative legate all'aumento della vita media della popolazione (cfr. CRUCIANI & DI PILLO, 2011).

In relazione a questa variabile demografica il campione è caratterizzato da una netta maggioranza di partecipanti che hanno riportato di essere divenuti persone con disabilità visiva entro il compimento del quattordicesimo anno di età. Tale tendenza si manifesta indipendentemente dal Grado di Lesione Visiva e produce un leggero scarto in relazione al genere, come è possibile osservare all'interno delle tabella 10 e 11.

**Tabella 71** Distribuzione partecipanti per Periodo di insorgenza visiva

Periodo insorgenza lesione visiva campione		Periodo insorgenza lesione visiva non-vedenti		Periodo insorgenza lesione visiva ipovedenti	
Fasce età	Valori Assoluti	Fasce età	Valori Assoluti	Fasce età	Valori Assoluti
<b>0-14</b>	46 (59,7%)	<b>0-14</b>	38 (61,3%)	<b>0-14</b>	8 (53,3%)
<b>15-29</b>	21 (27,3%)	<b>15-29</b>	18 (29%)	<b>15-29</b>	3 (20%)
<b>30-44</b>	6 (7,8%)	<b>30-44</b>	4 (6,5%)	<b>30-44</b>	2 (13,3%)
<b>45-64</b>	4 (5,2%)	<b>45-64</b>	2 (3,2%)	<b>45-64</b>	2 (13,3%)
<b>Totale</b>	<b>77 (100%)</b>	<b>Totale</b>	<b>62 (100%)</b>	<b>Totale</b>	<b>15 (100%)</b>

Confrontando più nel dettaglio l'incidenza percentuale registrata in corrispondenza di ciascuna fascia d'età in base al genere, è possibile notare come all'interno del gruppo dei partecipanti donne il 57% degli individui ha riportato di essere divenuto persona con disabilità visiva dopo il compimento del quattordicesimo anno d'età.

**Tabella 72** Distribuzione partecipanti per Periodo di insorgenza visiva

Periodo insorgenza lesione visiva campione		Periodo insorgenza lesione visiva partecipanti Uomini		Periodo insorgenza lesione visiva partecipanti Donne	
Fasce età	Valori Assoluti	Fasce età	Valori Assoluti	Fasce età	Valori Assoluti
<b>0-14</b>	46 (59,7%)	<b>0-14</b>	32 (69,6%)	<b>0-14</b>	14 (45,2%)
<b>15-29</b>	21 (27,3%)	<b>15-29</b>	12 (26,1%)	<b>15-29</b>	9 (29,0%)
<b>30-44</b>	6 (7,8%)	<b>30-44</b>	2 (4,3%)	<b>30-44</b>	4 (12,9%)
<b>45-64</b>	4 (5,2%)	<b>45-64</b>	0	<b>45-64</b>	4 (12,9%)
<b>Totale</b>	<b>77 (100%)</b>	<b>Totale</b>	<b>46 (100%)</b>	<b>Totale</b>	<b>31 (100%)</b>

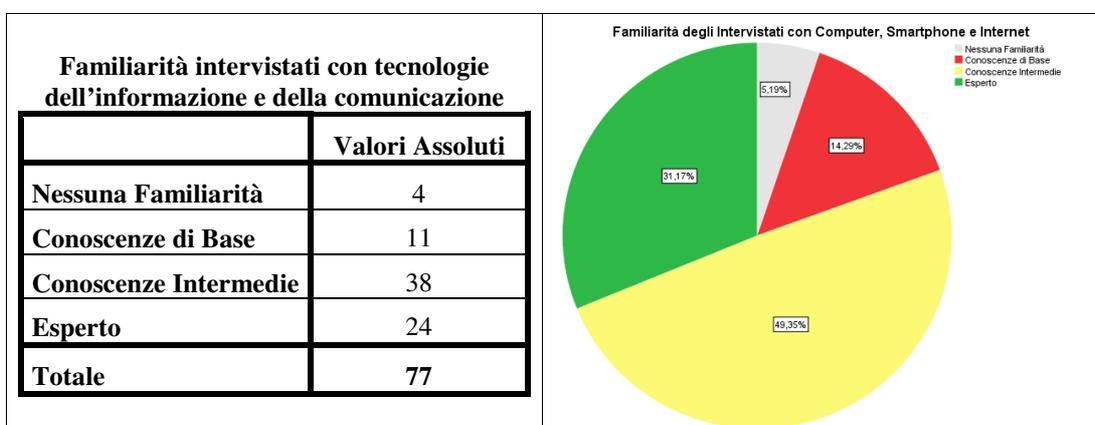
In relazione al periodo di insorgenza della lesione inoltre sembra lecito supporre che a una diagnosi precoce di disabilità visiva possa corrispondere una maggiore propensione alla conoscenza e all'utilizzo di ausili per l'accessibilità, come per altro già rilevato in altri studi (cfr. AUDETEL 1996, DTV4ALL 2010). Tale ipotesi sembra preliminarmente supportata osservando i tassi di adesione a una o più associazioni per la tutela dei diritti delle persone con disabilità visiva, quest'ultimo dato tuttavia non è da considerarsi come decisivo. Nonostante infatti solamente il 10% dei partecipanti non risulti essere membro di un'associazione, non è scontato che le associazioni recitino un ruolo centrale per la circolazione di informazioni utili per la conoscenza e la fruizione del servizio di AD. Il ruolo giocato dalle associazioni di

categoria in tal senso, sarà valutato successivamente, quando si discuteranno le principali fonti attraverso le quali i partecipanti hanno ottenuto informazioni riguardo il servizio di AD.

Familiarità con tecnologie dell'informazione e della comunicazione (Tic)

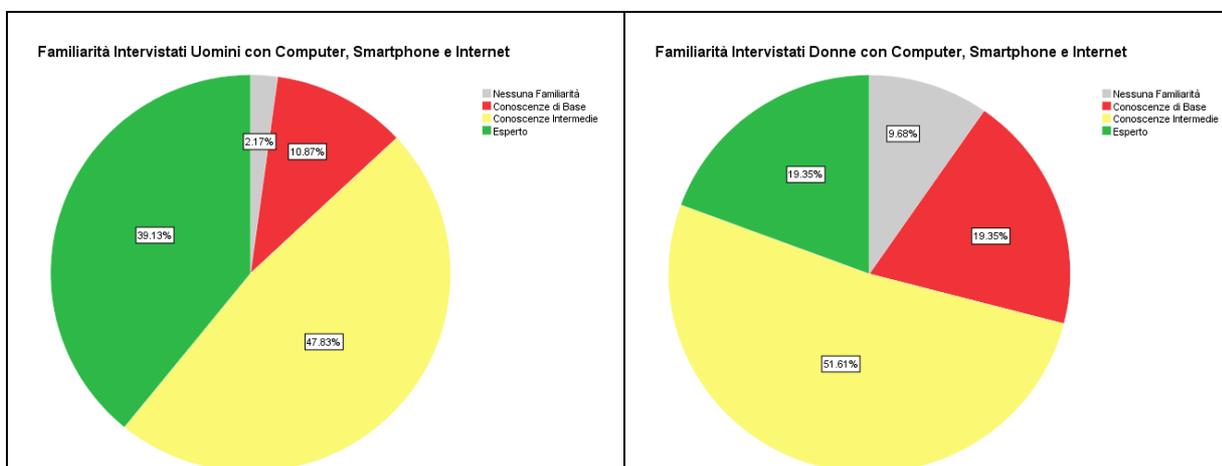
A livello generale il campione fa registrare una buona familiarità con le nuove tecnologie, con ben l'80% dei partecipanti che si dichiara in possesso di conoscenze informatiche che si collocano tra il livello intermedio ed esperto, come illustrato all'interno della Tabella 73.

**Tabella 73** Familiarità intervistati con Tecnologie dell'informazione e della comunicazione



Se si analizza tale variabile in relazione al sesso dei partecipanti si può notare come il gruppo degli intervistati uomini abbia fatto registrare un più alto grado di dimestichezza tecnologico rispetto alla controparte femminile, come si può apprezzare dalla Figura 38.

**Figura 38** Familiarità intervistati con Tecnologie dell'informazione e della comunicazione per Genere intervistati



L'87% degli intervistati uomini ha collocato il proprio livello di conoscenza tecnologica a un livello intermedio o esperto, a fronte del 71% della controparte di sesso femminile.

Il livello di conoscenza e dimestichezza informatica inoltre sembra essere direttamente correlato alla variabile età, a un innalzamento di quest'ultima, infatti, si registra una diminuzione delle conoscenze in possesso degli intervistati, come illustrato nella Tabella 74.

**Tabella 74** Familiarità intervistati con tecnologie dell'informazione e della comunicazione per fasce d'età

Familiarità Tic per fasce d'età					
	Nessuna Familiarità	Conoscenze di Base	Conoscenze Intermedie	Esperto	Totale
15-29	0	0	4	4	8
30-44	0	3	13	10	26
45-64	0	5	16	10	31
65-74	3	2	4	0	9
Oltre 75	1	1	1	0	3
<b>Totale</b>	4	11	38	24	77

Gli unici 4 individui ad aver dichiarato di non possedere nessuna conoscenza o dimestichezza con le nuove tecnologie hanno tutti oltre 65 anni, di questi 1 è di sesso maschile, i rimanenti di sesso femminile. Dalla Figura 3 e dalla tabella 11 si può notare come coloro che si sono classificati come esperti abbiano tutti un'età inferiore ai 64 anni, con un'incidenza percentuale maggiore nella fascia d'età 30-44 anni per gli intervistati uomini, mentre per gli intervistati di sesso femminile si riscontra una maggiore incidenza di utenti esperti nella fascia d'età successiva. Il livello di conoscenze intermedie risulta più uniforme attraverso tutte le fasce d'età, infine nessuno degli intervistati con un'età inferiore ai 30 anni ha riportato di possedere conoscenze di base. I dati raccolti dunque sembrerebbero evidenziare un progressivo incremento di abilità e conoscenze legate alle nuove tecnologie negli individui più giovani.

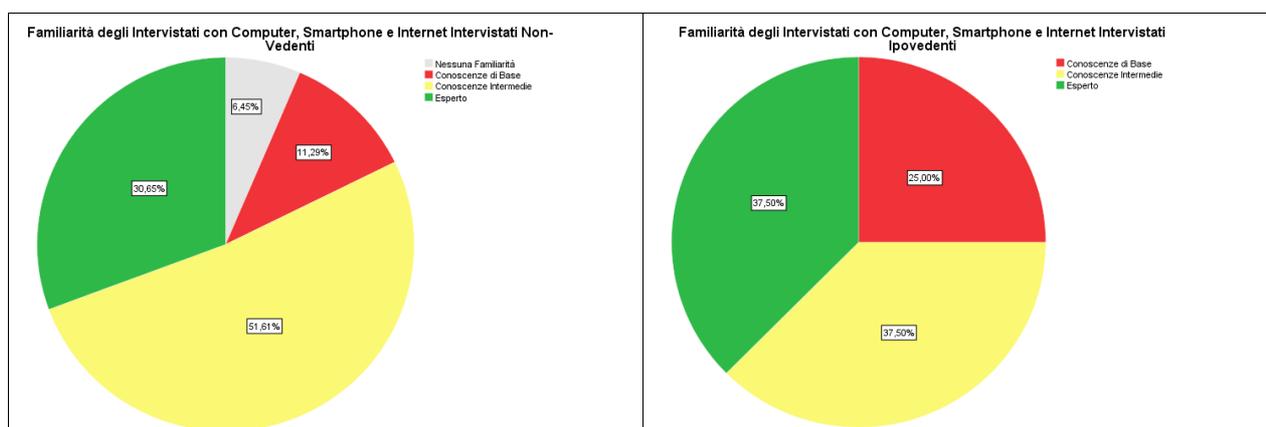
Allo stesso modo il livello di dimestichezza con le tecnologie informatiche sembrerebbe essere direttamente correlato al periodo di insorgenza della lesione visiva. All'aumentare del periodo dell'insorgenza infatti si registra una decrescita delle conoscenze informatiche, con l'82% di coloro al di sotto dei 30 anni che si dichiara in possesso di conoscenze intermedie o superiori, a fronte del 70% di coloro al di sopra di tale soglia.

**Tabella 75** Familiarità intervistati con tecnologie dell'informazione e della comunicazione per periodo di insorgenza della lesione visiva

Familiarità Tic per periodo di insorgenza lesione visiva					
Periodo Insorgenza Lesione Visiva	Livello di conoscenza				Totale
	Nessuna Familiarità	Conoscenze di Base	Conoscenze Intermedie	Esperto	
0-14	2	7	22	15	46
15-29	1	2	11	7	21
30-44	0	2	3	1	6
45-64	1	0	2	1	4
65 e oltre	0	0	0	0	0
<b>Totale</b>	<b>4</b>	<b>11</b>	<b>38</b>	<b>24</b>	<b>77</b>

In riferimento al Grado di Lesione Visiva si osservano una maggiore familiarità presso il gruppo dei partecipanti non-vedenti rispetto alla controparte degli intervistati ipovedenti, come evidenziato all'interno della Figura 4. L'82% degli individui appartenenti al primo gruppo, infatti, risulta essere in possesso di conoscenze valutate di livello intermedio o superiore, all'interno del secondo gruppo tale percentuale si ferma al 75%.

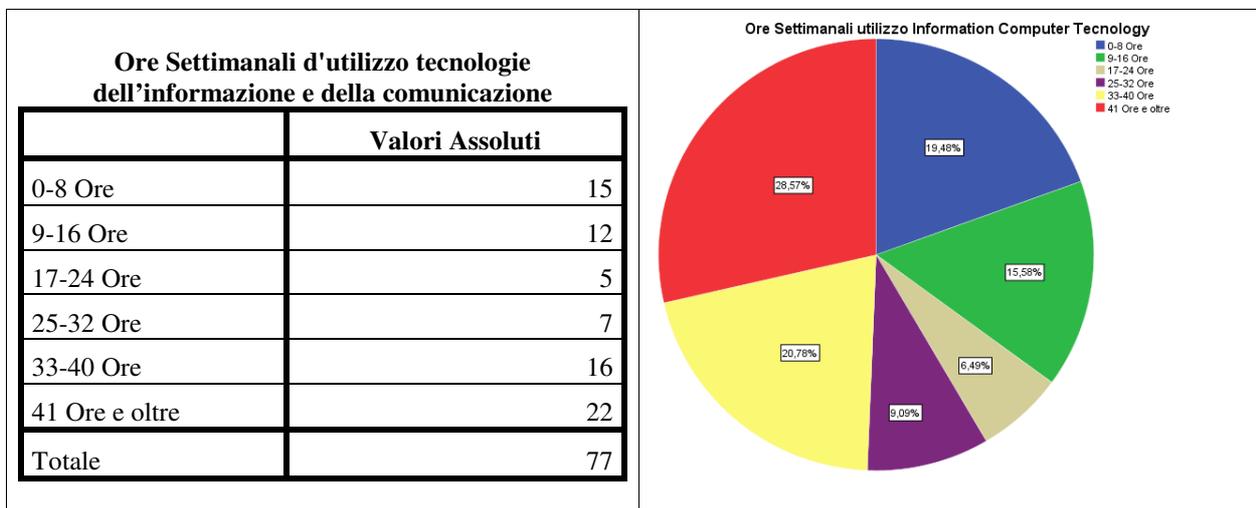
**Figura 39** Familiarità intervistati con tecnologie dell'informazione e della comunicazione per Grado di Lesione Visiva



A buone conoscenze informatiche fanno seguito alte percentuali di utilizzo, con il 49% dei partecipanti che ha dichiarato di utilizzare computer, smartphone e tablet per oltre 33 ore settimanali. La media oraria settimanale per ciascun partecipante risulta essere pari a 26 ore, quella giornaliera invece a 3 ore e 7 minuti. Quest'ultimo dato, in particolare, risulta di gran

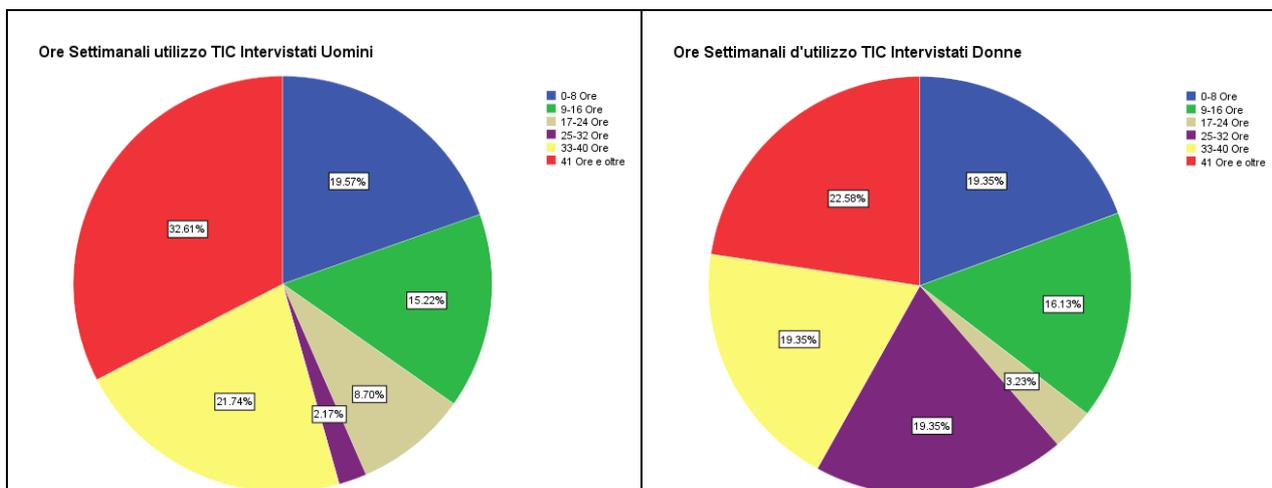
lunga inferiore a quanto rilevato in riferimento alla popolazione italiana, presso la quale si registra una media oraria giornaliera di 6 ore e 30 minuti (cfr. DELLA DORA, 2015, KEMP, 2015).

**Tabella 76** Ore settimanali dedicate all'utilizzo di tecnologie dell'informazione e della comunicazione



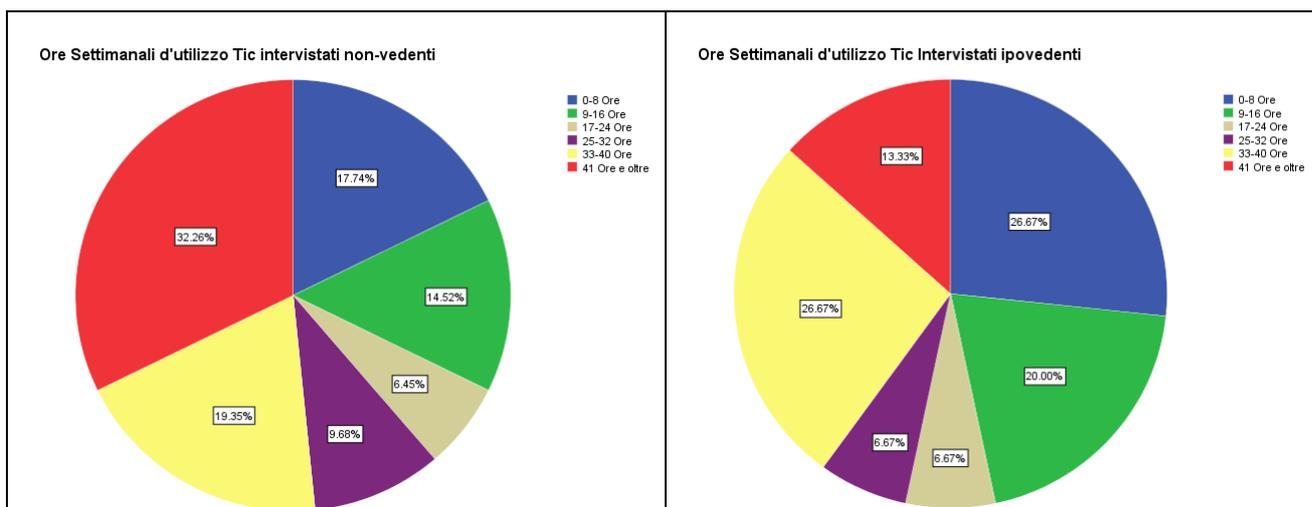
In accordo al maggior livello di conoscenze informatiche, gli intervistati uomini hanno riportato percentuali di utilizzo delle tecnologie informatiche superiori rispetto alla controparte femminile, con il 54% degli appartenenti al primo gruppo a riportare un utilizzo settimanale di oltre 33 ore, a fronte del 42% degli individui del secondo gruppo.

**Figura 40** Ore settimanali dedicate all'utilizzo di Tecnologie dell'informazione e della comunicazione per Genere intervistati



La medesima tendenza la si riscontra anche se si osservano le percentuali di utilizzo delle tecnologie informatiche in relazione al Grado di Lesione Visiva, ad una maggiore familiarità degli individui non-vedenti corrisponde un utilizzo maggiore. Il 52% degli appartenenti a questo gruppo infatti dichiara di ricorrere a questo tipo di tecnologie per oltre 33 ore, a fronte del 40% dei partecipanti ipovedenti.

**Figura 41** Ore settimanali dedicate all'utilizzo di Tecnologie dell'informazione e della comunicazione per Grado di Lesione Visiva

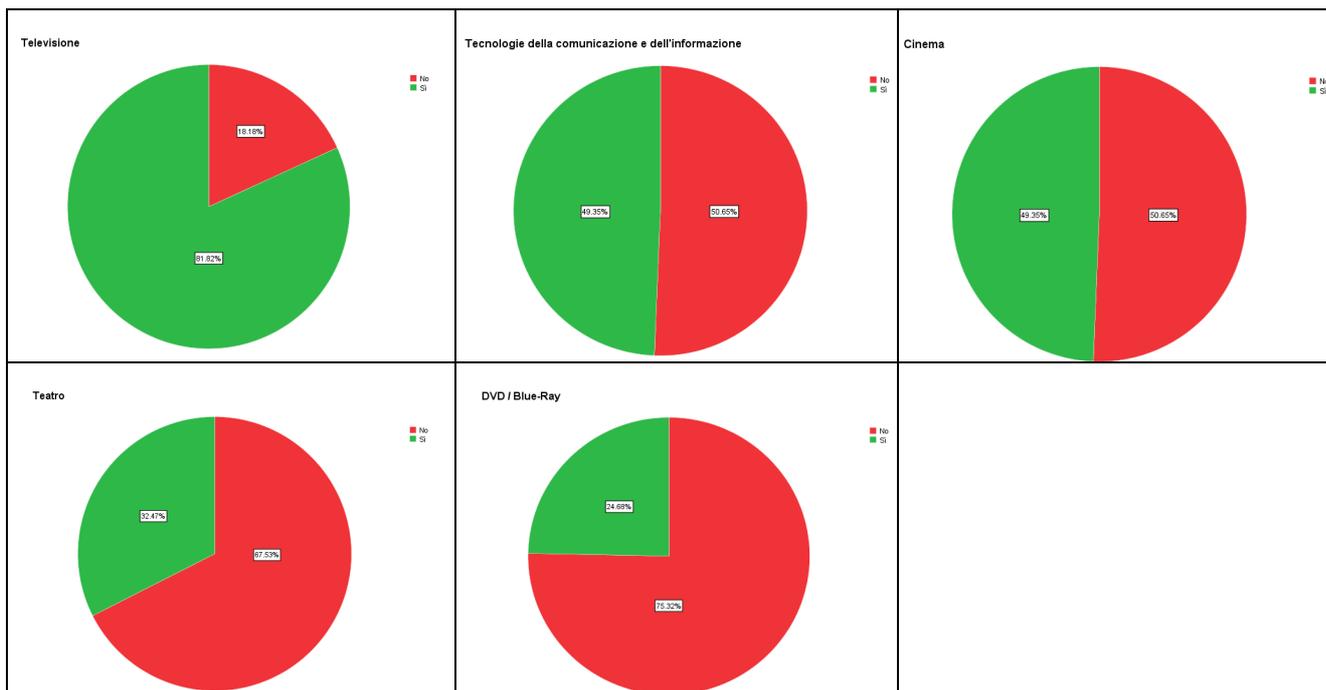


La percentuale di coloro che hanno dichiarato di utilizzare le tecnologie dell'informazione e della comunicazione per fruire di prodotti audiovisivi è pari al 49% dei partecipanti, tale dato sarà discusso più diffusamente in seguito in relazione alle piattaforme utilizzate per la fruizione di prodotti audiovisivi integrati o meno dal servizio di AD.

Modalità di fruizione di prodotti audiovisivi non accessibili a spettatori con disabilità visiva

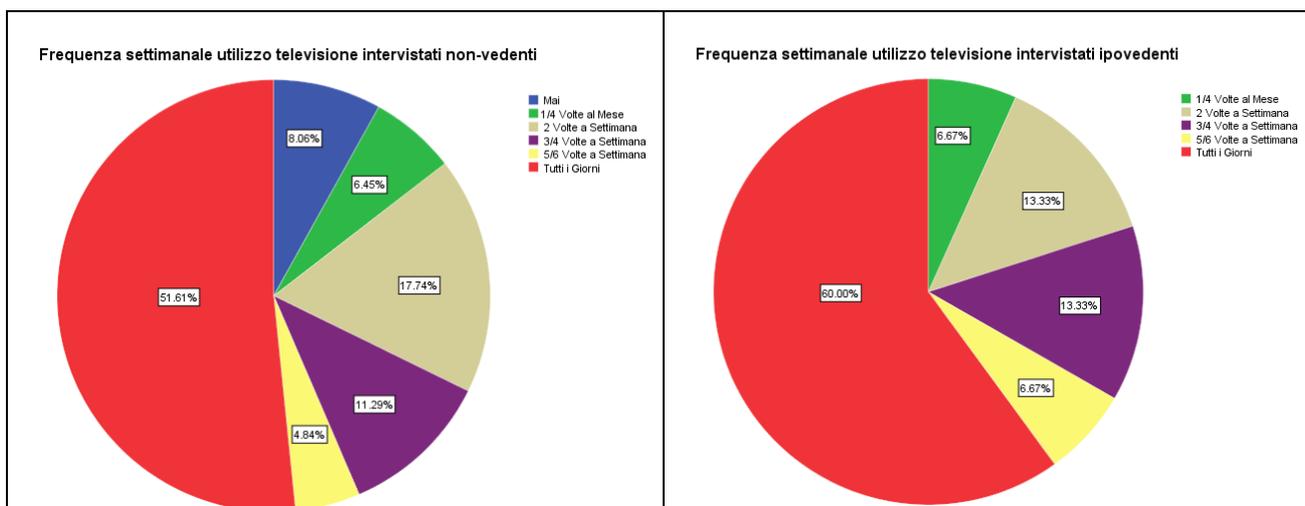
I partecipanti allo studio hanno dichiarato di fruire di prodotti audiovisivi non integrati dal servizio attingendo da fonti molteplici, con il più alto tasso di utilizzo registrato in corrispondenza della piattaforma televisiva, seguita a pari merito dalle piattaforme tecnologie dell'informazione e della comunicazione e cinema, in posizione più arretrata la piattaforma teatro e infine DVD / Blue-Ray.

**Figura 42** Utilizzo prodotti audiovisivi NON integrati dal servizio per piattaforma



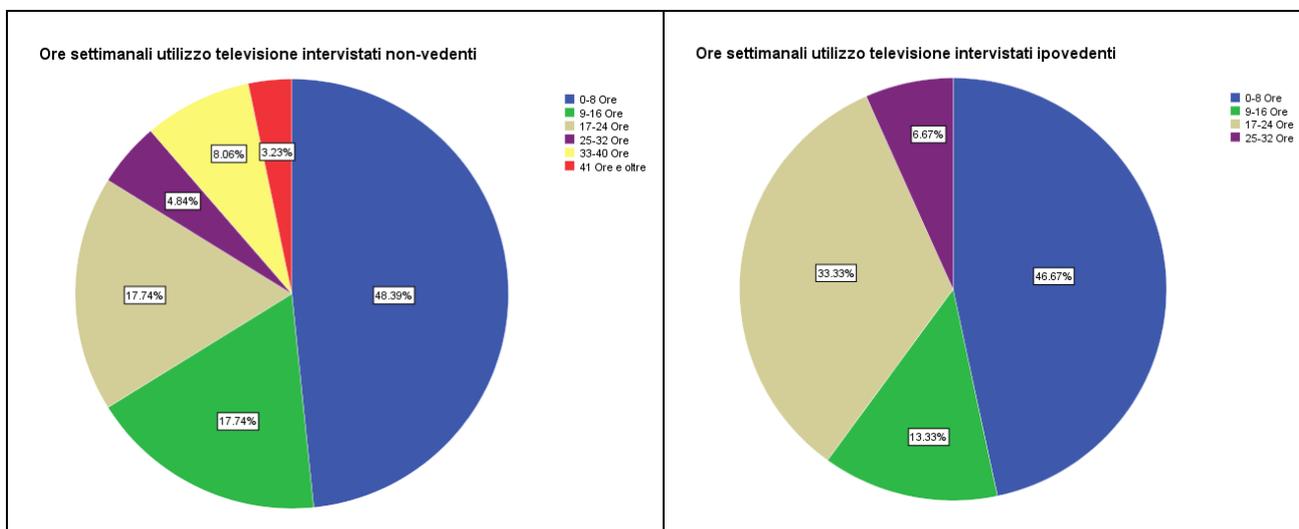
Se si osservano le percentuali di utilizzo relative a ciascuna piattaforma in base al Grado di Lesione Visiva, gli intervistati non-vedenti fanno registrare valori più alti per ciascuna di esse, a eccezione delle piattaforma televisiva. In particolare quest'ultima, a livello generale, viene utilizzata quotidianamente dal 53% dei partecipanti, a fronte, di un 30% che dichiara di utilizzarla per meno di 2 giorni a settimana.

**Figura 43** Frequenza d'utilizzo piattaforma televisiva per Grado di Lesione Visiva



Come si può apprezzare dalla Figura 8, tra gli intervistati ipovedenti risultano assenti coloro che non utilizzano mai la televisione, mentre la percentuale di coloro che ne fruiscono quotidianamente è pari al 60%, all'interno del gruppo dei non-vedenti tale valore supera di poco il 50%, mentre coloro che dichiarano un utilizzo inferiore ai 2 giorni settimanali sono il 32%. A una maggiore frequenza settimanale dei partecipanti ipovedenti non corrisponde tuttavia un utilizzo intensivo in termini di ore. All'interno del gruppo degli intervistati non-vedenti infatti l'11% degli individui ha dichiarato un monte ore di utilizzo di oltre 32 ore settimanali, a fronte di nessun intervistato ipovedente. All'opposto dello spettro la percentuale di coloro che dichiarano un monte ore inferiore alle 9 ore risulta del 48% e del 47%.

**Figura 44** Ore settimanali d'utilizzo piattaforma televisiva per Grado di Lesione Visiva

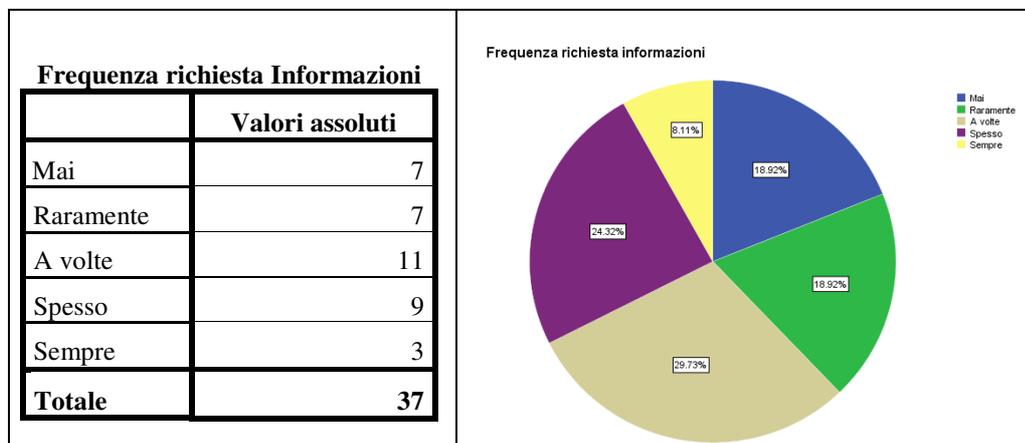


A livello generale la media oraria giornaliera pro-capite è pari a 1 ora e 43 minuti, valore sotto le 2 ore e 38 minuti rilevati invece in riferimento al resto della popolazione italiana (KEMP, 2015).

La visione di prodotti audiovisivi all'interno della propria casa si rivela un'attività che comporta un elevato carico cognitivo per il pubblico con disabilità visiva e per eventuali amici vedenti. Da un lato, infatti, i partecipanti ipovedenti risultano impegnati nel cercare di valorizzare il proprio residuo visivo regolando l'illuminazione della stanza o ricorrendo a ingranditori e occhiali speciali o sedendo particolarmente vicino al televisore, mentre dall'altro si registra una certa richiesta di informazioni a eventuali accompagnatori vedenti.

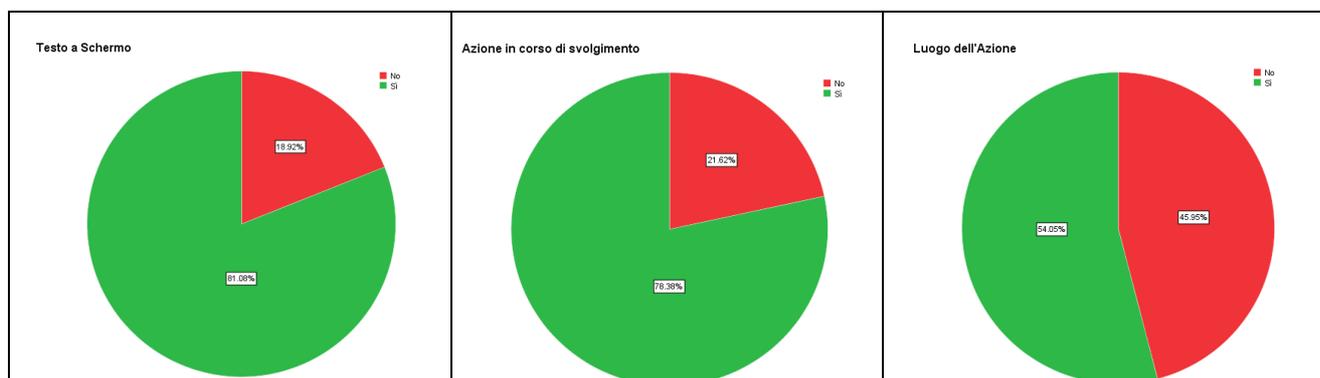
I prodotti audiovisivi vengono perlopiù utilizzati in solitudine, sono infatti 37 i partecipanti che hanno riportato di fruirne in compagnia di amici vedenti, solo il 32% ha dichiarato di richiedere informazioni con un'alta frequenza.

**Tabella 77** Frequenza richiesta di informazioni durante la fruizione di un prodotto audiovisivo NON accessibile



Le informazioni maggiormente richieste riguardano indicazioni sulla presenza di testo a schermo, sull'azione in corso di svolgimento, il luogo dell'azione richieste rispettivamente dall'81%, 78% e 54%.

**Figura 45** Frequenza richiesta informazioni



Le categorie d'informazioni che vengono richieste con minor frequenza sono risultate essere quelle riguardanti lo stato d'animo dei personaggi, il tempo dell'azione e il tipo di inquadrature utilizzate dal regista, richieste solamente dall'11%, 19% e 24% rispettivamente. Le informazioni riguardanti invece l'aspetto fisico dei personaggi e le scene e gli oggetti impiegati sono stati indicati rispettivamente dal 37% e 32% dei partecipanti. Un ulteriore categoria

d'informazioni cui i partecipanti attribuiscono particolare importanza, indicata nel 48% dei casi, è quella riferibile a chiarire chi sia, o siano, i parlanti in scena. La richiesta di informazioni circa anticipazioni sullo sviluppo della trama e sugli effetti sonori invece si collocano in posizione intermedia, indicate dal 32% e 30% dei partecipanti.

## 12.2 Le caratteristiche degli utilizzatori di prodotti audiovisivi integrati dal servizio di Audiodescrizione (AD)

### Grado di lesione visiva e struttura demografica

All'interno del campione i fruitori del servizio di AD sono risultati essere 36, pari al 47% dei partecipanti. Il dato appare sorprendente soprattutto considerando che, da un lato, 72 degli intervistati hanno riportato di essere consapevoli dell'esistenza del servizio e delle sue finalità e che, dall'altro, il servizio di AD è già stato sperimentato in ben 62 casi. Il gruppo di coloro che hanno sperimentato il servizio precedentemente alla data di somministrazione del questionario è composto da 51 individui non-vedenti, pari all'82% del totale dei partecipanti non-vedenti, e 11 individui ipovedenti, pari al 73% del totale dei partecipanti ipovedenti.

**Tabella 78** Partecipanti che hanno sperimentato il servizio per genere e Grado di Lesione Visiva

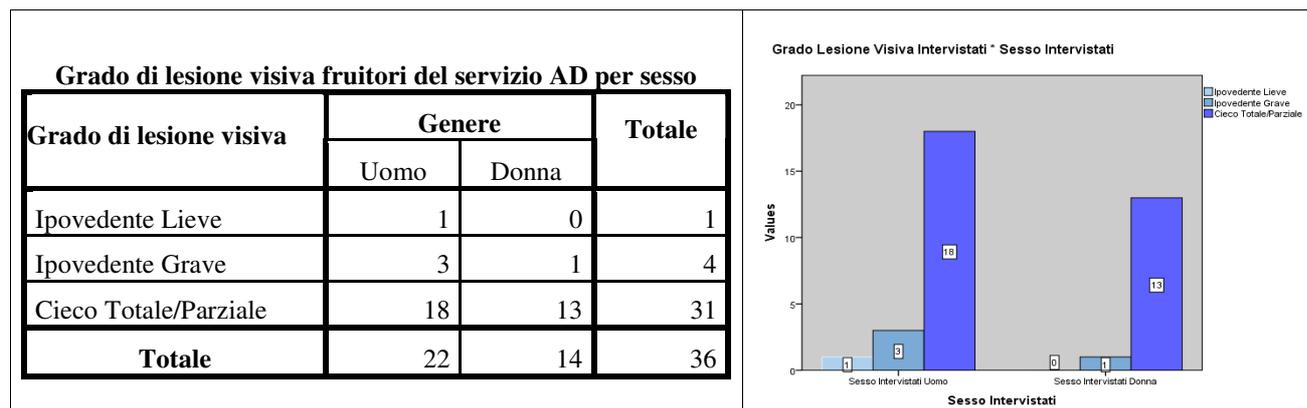
Grado di Lesione Visiva Intervistati	Genere		Totale
	Uomo	Donna	
<b>Ipovedente Lieve Medio/Grave</b>	3	0	<b>3</b>
<b>Ipovedente Grave</b>	4	4	<b>8</b>
<b>Cieco Totale/Parziale</b>	30	21	<b>51</b>
<b>Totale</b>	37	25	<b>62</b>

Se si osserva la distribuzione in base al genere si può notare che il 65% degli individui di sesso maschile ha riportato di aver provato il servizio, a fronte del 68% degli individui di sesso femminile.

La struttura demografica del gruppo dei 36 individui fruitori del servizio non si discosta da quanto registrato a livello più generale con un'età media uguale e una distribuzione attraverso le diverse fasce d'età pressoché sovrapponibile. Se si passa poi ad analizzare la struttura del

gruppo considerando le variabili grado disabilità visiva e genere, l'86% dei fruitori risultano essere individui non-vedenti, dei quali il 58% di sesso maschile, mentre la percentuale degli individui ipovedenti incide invece per 14%. Osservando invece la composizione del gruppo in base al sesso degli individui, i partecipanti uomini incidono per il 61% a fronte del 39% della controparte femminile.

**Tabella 79** Composizione gruppo fruitori del servizio di AD per Grado di Lesione Visiva e Sesso

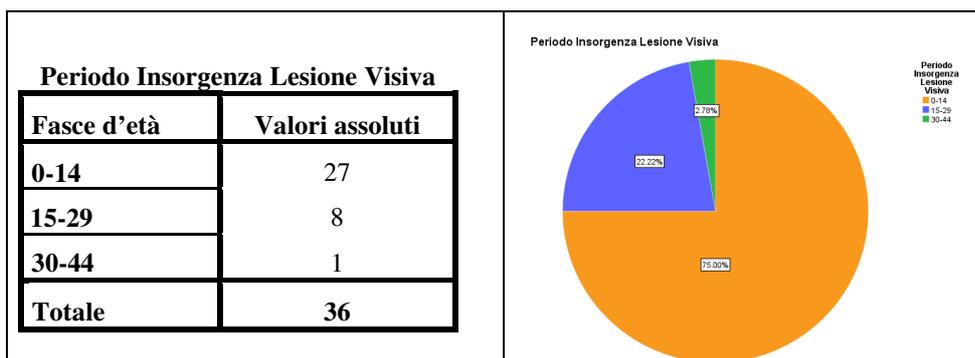


Sul totale dei soli partecipanti non-vedenti, la percentuale di fruitori ciechi che fanno un utilizzo su pianta stabile di prodotti audiovisivi accessibili ammonta al 50%, a fronte invece di un 33% dei partecipanti ipovedenti. Rispetto al sesso invece, il 47% dei partecipanti uomini ha dichiarato di fruire del servizio, a fronte del 45% dei partecipanti donne. Se si scende ulteriormente nel dettaglio applicando alla segmentazione in base al genere la variabile Grado di Lesione Visiva, è possibile osservare che sul totale dei partecipanti non-vedenti di sesso femminile il 54% ha dichiarato di fruire del servizio, a fronte del 47% dei partecipanti non-vedenti di sesso maschile. Rispetto agli intervistati ipovedenti invece, il 14% degli individui di sesso femminile ha riportato di utilizzare il servizio a fronte del 50% della controparte maschile.

Periodo di insorgenza lesione visiva

Osservando la struttura del gruppo dei fruitori del servizio in base al periodo di insorgenza visiva si registra una più alta percentuale di utilizzatori che sono divenuti non-vedenti o ipovedenti entro il quattordicesimo anno di età, il fruitore che ha dichiarato di essere divenuto disabile visivo in età più avanzata ha acquisito l'attuale condizione tra i 30 e i 40 anni.

**Tabella 80** Composizione gruppo fruitori del servizio per periodo di insorgenza lesione visiva



Come richiamato precedentemente, percentuali di utilizzo maggiori presso gli individui divenuti disabili visivi in più giovane età, da un lato, sono già state rilevato da altri studi (AUDETEL 1996, DTV4ALL 2010, OFCOM 2009), mentre dall'altro appare logico ritenere che coloro entrati precocemente in contatto con il mondo della cecità siano più propensi a una maggiore conoscenza e a un maggior utilizzo degli ausili e dei servizi per l'accessibilità.

Se si calcolano le percentuali di utilizzo del servizio relative a ciascuna fascia d'età afferenti alla variabile in esame rispetto al numero dei partecipanti complessivi che hanno riportato di essere divenuti disabili visivi in quello specifico lasso di tempo, tale ipotesi trova ulteriore conferma.

**Tabella 81** Distribuzione fruitori del servizio di AD e campione per periodo di insorgenza d'età

Periodo insorgenza lesione visiva fruitori del servizio di AD		Periodo insorgenza lesione visiva campione	
Fasce d'età	Valori assoluti	Fasce d'età	Valori assoluti
0-14	27	0-14	46
15-29	8	15-29	21
30-44	1	30-44	6
45-64	0	45-64	4
<b>Totale</b>	<b>36</b>	<b>Totale</b>	<b>77</b>

Rispetto ai 46 partecipanti del campione che hanno riportato di essere diventati disabili visivi entro i 14 anni infatti, la percentuale di coloro che ha riportato di utilizzare il servizio ammonta al 59%, mentre nella fascia d'età immediatamente superiore tale valore scende al 38%, per calare ulteriormente in corrispondenza della fascia d'età 30 – 44 anni al 17% fino a toccare lo 0% dopo i 45 anni.

Il periodo di insorgenza visiva tuttavia non sembra precludere l'entrata in contatto con le associazioni di categoria. Gli unici 5 individui che hanno dichiarato di non essere iscritti ad alcuna associazione di categoria hanno riportato di essere divenuti disabili visivi entro il compimento del trentesimo anno di età, di questi, 3 hanno acquisito l'attuale condizione entro i 14 anni. Questi 5 individui non iscritti comunque hanno riportato di utilizzare del servizio, come si può osservare dalla Tabella 82.

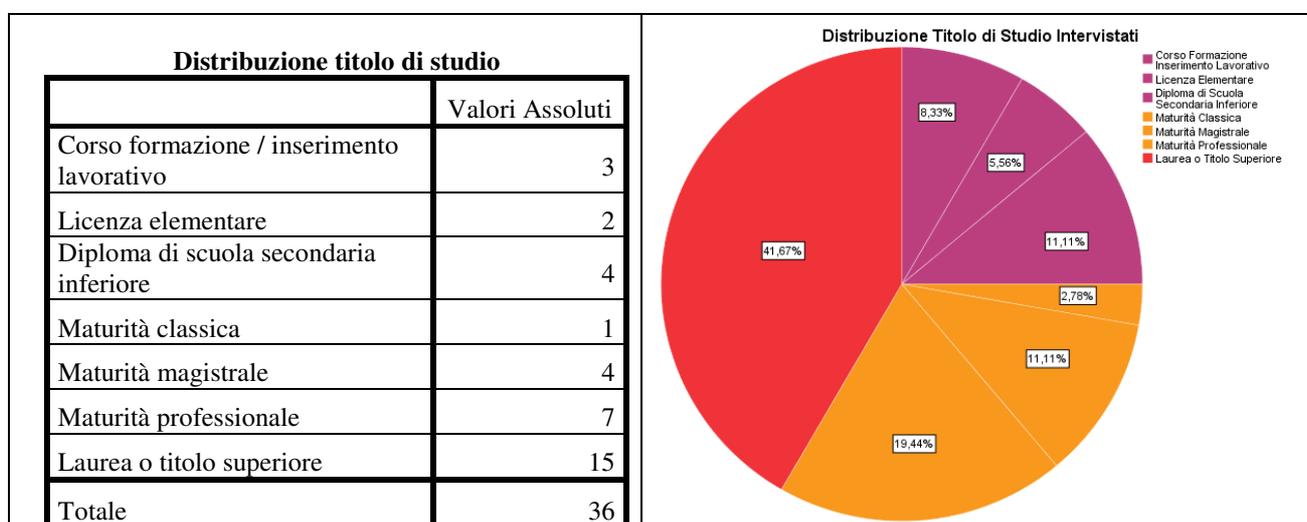
**Tabella 82** Composizione fruitori del servizio per affiliazione ad associazioni di categoria

<b>Affiliazione a un'Associazione di Categoria</b>	
	<b>Valori assoluti</b>
Nessuna associazione	5
U.I.C.I.	22
Più associazioni	9
<b>Totale</b>	<b>36</b>

### Grado di istruzione

Anche in riferimento al grado di istruzione la situazione non si discosta rispetto a quanto rilevato a livello generale. Tra i fruitori del servizio, infatti, la categoria dei titoli di studio equivalenti o superiori al diploma di laurea incide per il 42%, a questa segue la categoria dei titoli di studio equivalenti al diploma di scuola secondaria con un'incidenza percentuale del 35%. I titoli di studio equivalenti o inferiori al diploma di scuola secondaria inferiore infine incidono per il 23%.

**Tabella 83** Distribuzione titoli di studio fruitori del servizio di AD

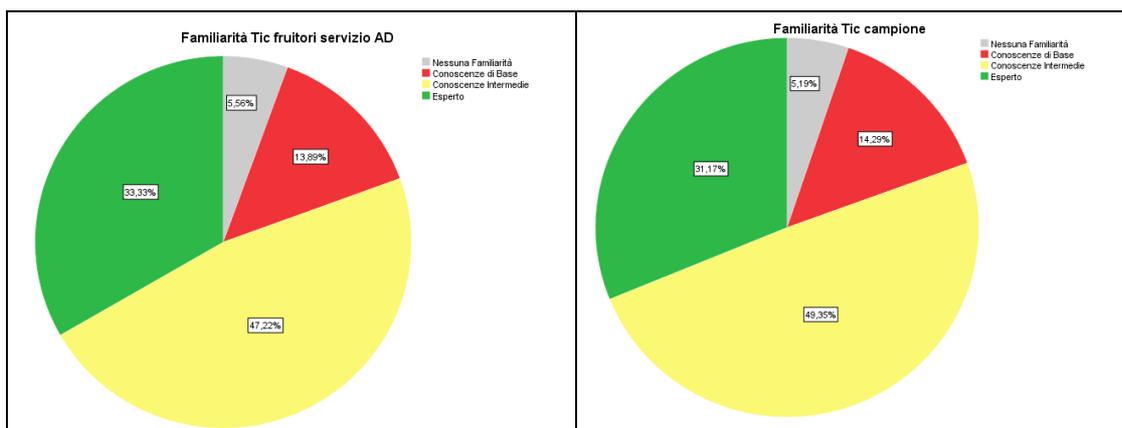


La situazione non mostra variazioni rilevanti neppure se analizzata in relazione al genere e al Grado di Lesione Visiva dei partecipanti.

### *Familiarità con tecnologie di informazione e comunicazione (TIC)*

Alla luce dei passi avanti mossi nel campo delle tecnologie digitali, oggi per le persone con disabilità visiva è possibile navigare su internet e utilizzare smart-phone, tablet e pc, al pari di qualsiasi altro utente. In particolare i progressi raggiunti dagli sviluppatori di programmi di lettura vocale e il miglioramento delle voci sintetiche da questi utilizzate, in aggiunta ai criteri emanati dal World Wide Web Consortium (W3C), mettono gli utenti con disabilità visiva nelle condizioni di poter fruire dei contenuti virtuali nella disponibilità degli utenti digitali. Il progresso tecnologico, inoltre, ha aperto la strada a nuove modalità di fruizione dei prodotti audiovisivi e il servizio di AD non è rimasto estraneo a questo tipo di cambiamenti. Da un lato, infatti, in diversi paesi si stanno affermando applicazioni in grado di erogare il servizio attraverso smart-phone o tablet, mentre dall'altro grazie alla rete si registra una crescente proliferazione di materiali audiovisivi accessibili a persone con disabilità visiva. L'importanza delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione quali strumenti per l'accessibilità è quindi stata riconosciuta sia a livello legislativo che commerciale quindi. In particolare si ricorda che in Italia esiste ormai da qualche anno l'applicazione *MovieReading*, primo tentativo commerciale di lanciare una compagnia privata specializzata nell'erogazione di servizi per l'accessibilità audiovisiva a supporto di persone con disabilità sensoriali. Per una descrizione più dettagliata delle applicazioni, dei riferimenti normativi e della disponibilità di prodotti audiovisivi accessibili a persone con disabilità visiva, si rimanda ai capitoli relativi alla storia dell'AD, ai riferimenti normativi e all'offerta di prodotti integrati dal servizio di AD in Italia.

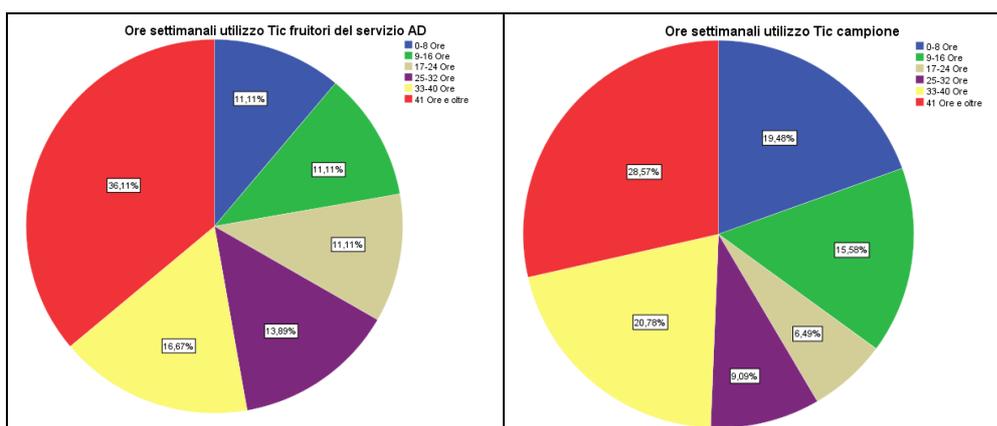
**Figura 46** Familiarità tecnologie dell'informazione e della comunicazione fruitori del Servizio di AD e campione



Come si può notare dalla Figura 11, al pari di quanto rilevato all'interno del campione, rispetto al quale non si rilevano sostanziali differenze, il gruppo è caratterizzato da un elevato grado di conoscenza tecnologica. In particolare l'80% del gruppo dei fruitori del servizio, ha valutato le proprie competenze informatiche come intermedie o superiori.

I tassi di utilizzo delle nuove tecnologie, impiegate indifferentemente sia per lo svago che per il lavoro, risultano superiori rispetto a quanto rilevato a livello generale. Tra i fruitori del servizio infatti, il 53% degli individui riporta un monte ore settimanale superiore alle 33 ore a fronte del 50% riscontrato a livello generale.

**Figura 47** Ore settimanali utilizzo tecnologie dell'informazione e della comunicazione fruitori del Servizio di AD e campione



In particolare questa tendenza emerge con maggior chiarezza se si osserva il valore rilevato in corrispondenza dell'ultima fascia oraria indicata, tra i fruitori del gruppo il 36% ha riportato un

monte ore superiore alle 41 ore, mentre a livello generale solo il 29% degli individui si attesta su livelli simili.

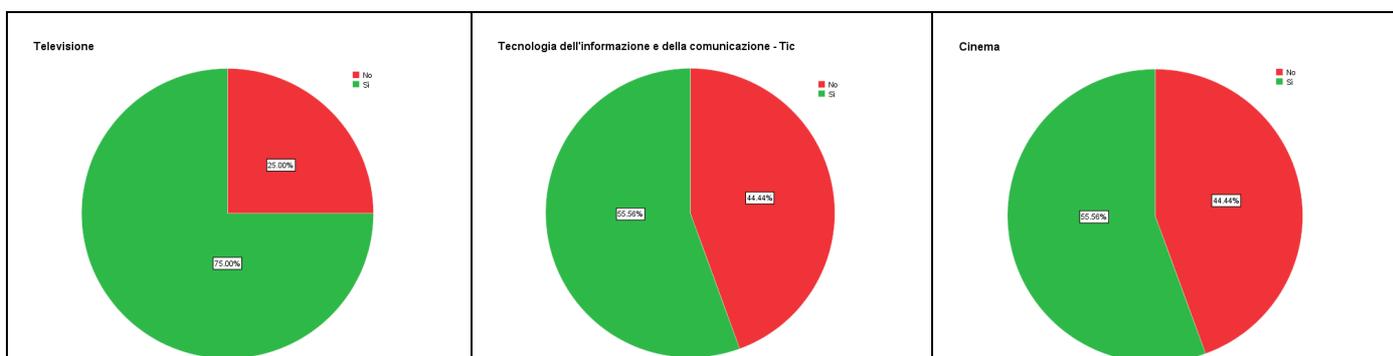
La media oraria giornaliera pro-capite pari a 4 ore risulta superiore rispetto a quella rilevata a livello generale, pari invece a 3 ore e 7 minuti, tale dato risulta tuttavia inferiore rispetto a quanto rilevato a livello della popolazione italiana, per la quale viene riportato un utilizzo quotidiano pro-capite pari a 6 ore e 30 minuti (KEMP, 2015).

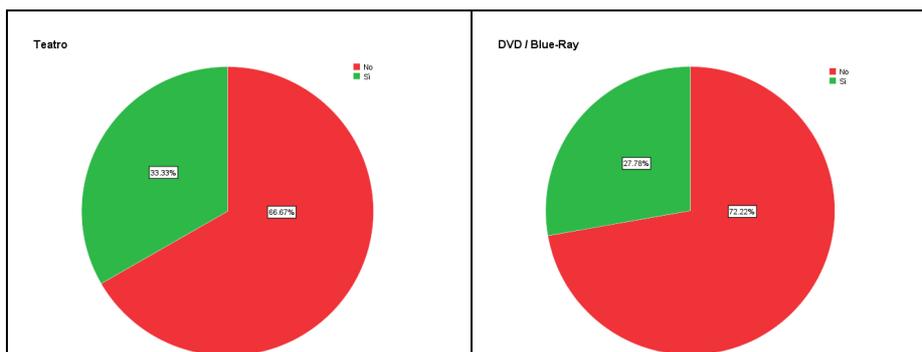
### Modalità di fruizione prodotti audiovisivi non accessibili a persone con disabilità visiva

Le modalità di fruizione di prodotti audiovisivi saranno trattate in relazione alle diverse piattaforme utilizzate per la fruizione e in relazione alla frequenza. In particolare quest'ultima variabile sarà discussa in relazione alla piattaforma televisiva.

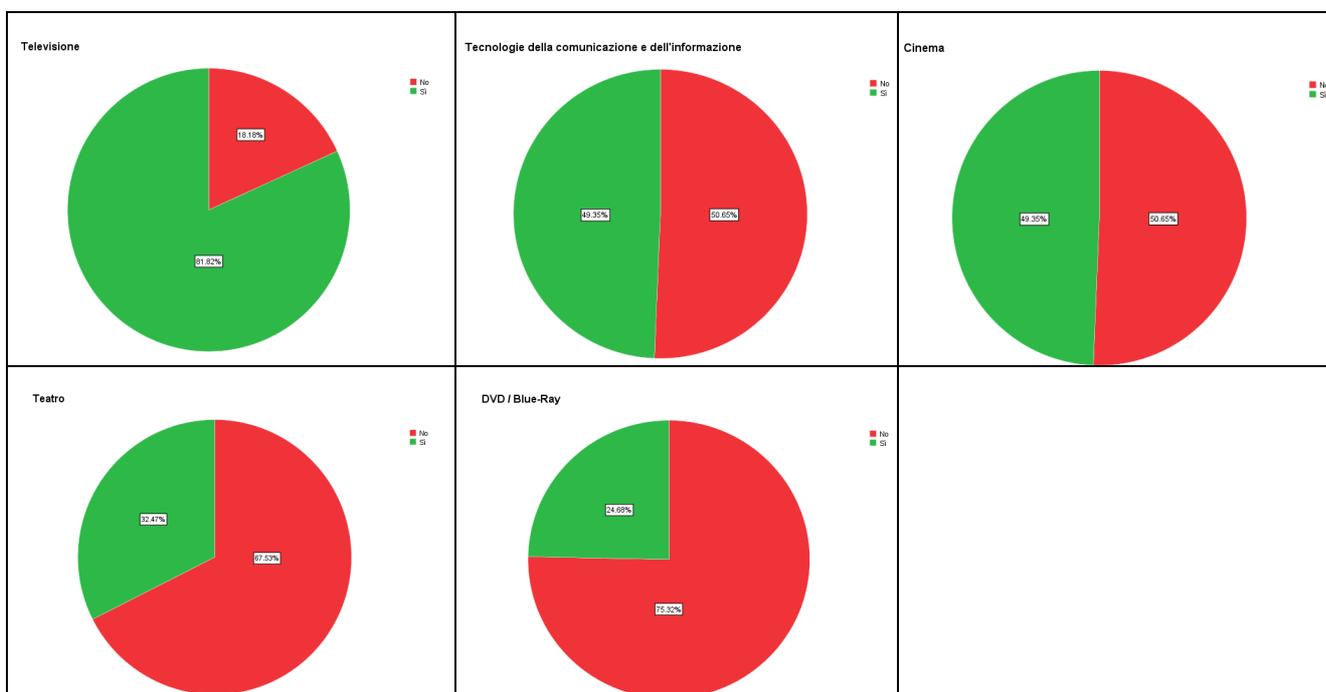
Per quanto riguarda l'utilizzo delle diverse piattaforme per la fruizione di prodotti non integrati dal servizio di AD, il gruppo dei fruitori del servizio fa registrare percentuali di utilizzo che non si discostano da quelle rilevate a livello generale soltanto in corrispondenza della piattaforma teatro. In corrispondenza delle restanti piattaforme, a eccezione della televisione, della quale si discuterà più diffusamente in seguito, si registrano percentuali di utilizzo superiori. In particolare tale tendenza si manifesta in riferimento al cinema e alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, per le quali si registrano indici di utilizzo pari al 56%, a fronte del 49% rilevato a livello del campione, come si può osservare all'interno delle figure 48 e 49.

**Figura 48** Utilizzo prodotti audiovisivi NON integrati dal servizio per piattaforma, fruitori del servizio di AD



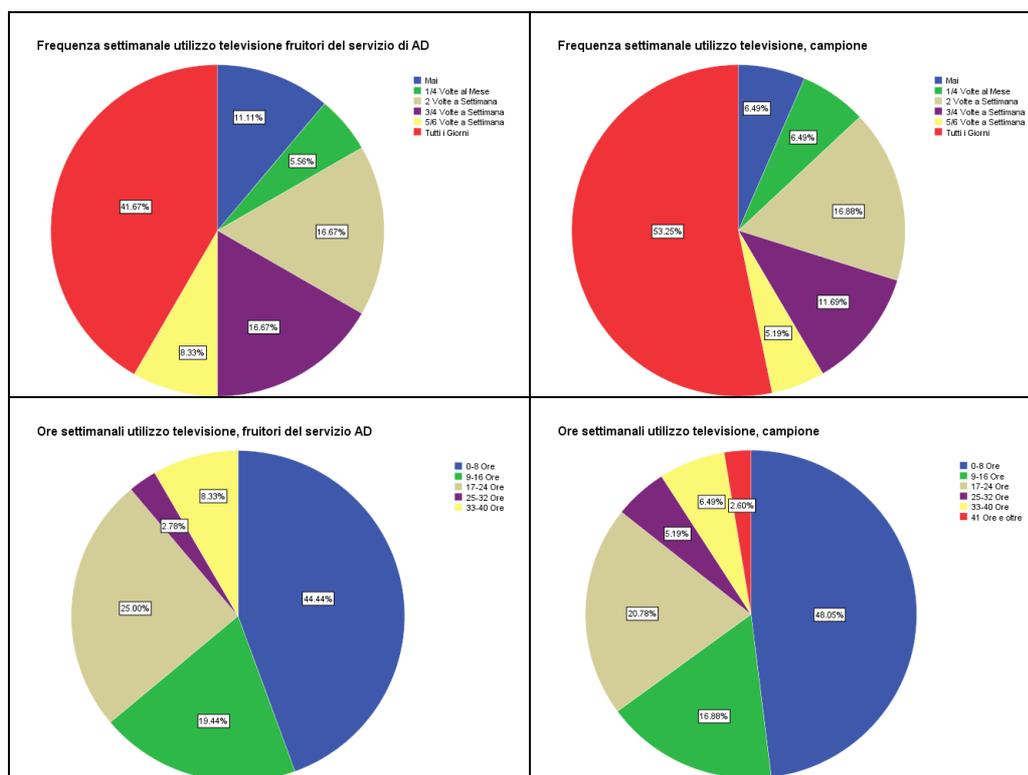


**Figura 49** Utilizzo prodotti audiovisivi NON integrati dal servizio per piattaforma



In relazione all'utilizzo della piattaforma televisiva, come si può notare all'interno della Figura 15, si registrano percentuali di utilizzo inferiori soprattutto in relazione alla frequenza settimanale, rispetto alla quale solamente il 50% dei fruitori riporta un utilizzo quasi quotidiano, a fronte del 58% registrato a livello generale. La percentuale di coloro che dichiara una frequenza di utilizzo pari o inferiore ai 2 giorni settimanali, inoltre, ammonta al 18% a fronte dell'11% registrato a livello generale.

**Figura 50** Livelli di frequenza utilizzo televisione fruitori del servizio di AD e campione



Tale tendenza risulta infine ulteriormente confermata dai dati relativi alle ore settimanali, nonostante infatti tra i fruitori del servizio la percentuale di coloro che dichiarano un utilizzo inferiore alle 8 ore risulti leggermente inferiore rispetto al valore registrato a livello generale, la percentuale di coloro che riportano un utilizzo uguale o superiore alle 25 ore equivale all' 11%, rispetto al 15% rilevato presso il campione. Nessuno dei fruitori del servizio inoltre ha riportato un monte ore eccedente le 40 ore, a differenza di quanto rilevato a livello generale.

I fruitori del servizio utilizzano prodotti audiovisivi per lo più in solitudine, sono infatti solamente 13 gli individui che hanno riportato un utilizzo in compagnia di amici vedenti, il 54% di costoro ha riportato tuttavia di richiedere informazioni circa ciò che si sta svolgendo sullo schermo con un'alta frequenza a fronte del 32% rilevato a livello generale.

### 12.3 Modalità di fruizione di prodotti audiovisivi integrati dal servizio di Audiodescrizione (AD)

#### Frequenza mensile e ore settimanali di utilizzo del servizio di AD

Se si osservano le frequenze di utilizzo di prodotti audiovisivi integrati dal servizio di AD, illustrate all'interno della Tabella 84, i dati rivelano tassi di utilizzo molto bassi. 20 individui, pari al 65%, hanno infatti indicato di utilizzare tale tipologia di prodotti 1 / 4 volte al mese, dalla parte opposta dello spettro, sono invece sei coloro che hanno riportato un utilizzo quasi quotidiano.

**Tabella 84** Frequenza mensile e ore settimanali dedicate all'utilizzo di prodotti audiovisivi accessibili

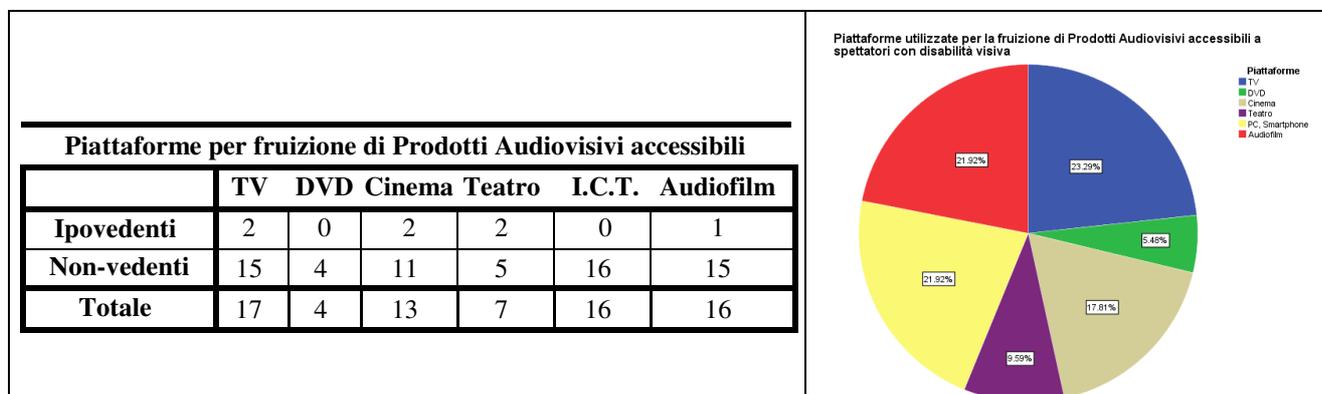
<b>Giorni di utilizzo prodotti accessibili per grado di lesione visiva</b>				<b>Ore Settimanali utilizzo Audiovisivi integrati da AD</b>	
<b>Frequenza</b>	<b>Grado di Lesione Visiva</b>		<b>Totale</b>	<b>Valori Assoluti</b>	
	<b>Ipovedente</b>	<b>Non-vedente</b>			
<b>1/4 Volte al mese</b>	5	15	<b>20</b>	0-8 Ore	28
<b>2 Volte a settimana</b>	0	9	<b>9</b>	9-16 Ore	5
<b>3/4 Volte a settimana</b>	0	1	<b>1</b>	17-24 Ore	2
<b>5/6 Volte a settimana</b>	0	3	<b>3</b>	41 Ore e oltre	1
<b>Tutti i giorni</b>	0	3	<b>3</b>	<b>Totale</b>	<b>36</b>
<b>Totale</b>	<b>5</b>	<b>31</b>	<b>36</b>		

Osservando più nel dettaglio il monte ore settimanale dedicato all'utilizzo di prodotti accessibili tale tendenza emerge in maniera ancor più evidente, in base a tale variabile infatti la percentuale di coloro che fanno un uso pressoché sporadico del servizio sale al 78%. Dei 6 individui che hanno riportato un utilizzo quotidiano, soltanto 1 ha riportato di ricorrere a prodotti integrati dal servizio di AD per oltre 40 ore settimanali, a indicare che anche all'interno di questo sparuto gruppo in realtà l'utilizzo di prodotti audiodescritti risulta basso. Il basso tasso di utilizzo infine trova ulteriore conferma calcolando la media di ore settimanali per partecipante, che si assesta sulle 7,1 ore settimanali, all'incirca 60 minuti al giorno.

#### Piattaforme utilizzate per la fruizione di prodotti audiovisivi accessibili

I fruitori del servizio di AD attingono materiali accessibili da tutte le fonti a disposizione, in particolare le piattaforme più frequentemente indicate sono risultate essere televisione, audiofilm e piattaforme informatiche. Tale dato non è affatto sorprendente, soprattutto se si considera che la grande maggioranza dei prodotti audiovisivi accessibili in Italia risulta disponibile proprio attraverso le 3 piattaforme indicate dagli intervistati, inoltre queste, rispetto a teatro e cinema, presentano il vantaggio di consentire la fruizione dei contenuti desiderati tra le mura confortevoli della propria abitazione. Sorprende inoltre registrare come nessuno dei fruitori ipovedenti abbia indicato di utilizzare prodotti accessibili attraverso le tecnologie informatiche.

**Tabella 85** Indici di utilizzo prodotti accessibili per piattaforma di fruizione



Il dato maggiormente degno di nota riguarda probabilmente le piattaforme cinema e teatro, le quali, al fine di consentire la fruizione di contenuti costringono l'utente a uscire di casa, ponendolo di fronte a difficoltà che vanno ben oltre quelle poste dall'accessibilità audiovisiva. Se si aggregano i dati registrati in corrispondenza di queste due piattaforme, il numero di coloro che le hanno indicate sale a 20. Tale dato sembra indicare, seppur in maniera parziale, la volontà di una notevole parte dei fruitori del servizio a prendere attivamente parte alle attività culturali e di svago nella normale disponibilità della popolazione, nonostante le diverse e nuove sfide che ciò potrebbe comportare.

In generale viene confermata la capacità del servizio di AD, rilevata per altro già all'interno di numerosi studi accademici, di rendere la fruizione di prodotti audiovisivi meno stressante e più piacevole. In presenza del servizio infatti vengono abbandonate quasi del tutto quelle strategie finalizzate alla valorizzazione di un eventuale residuo visivo finendo con l'affidarsi esclusivamente al solo senso dell'udito, che si cerca di sfruttare al meglio attraverso l'impiego

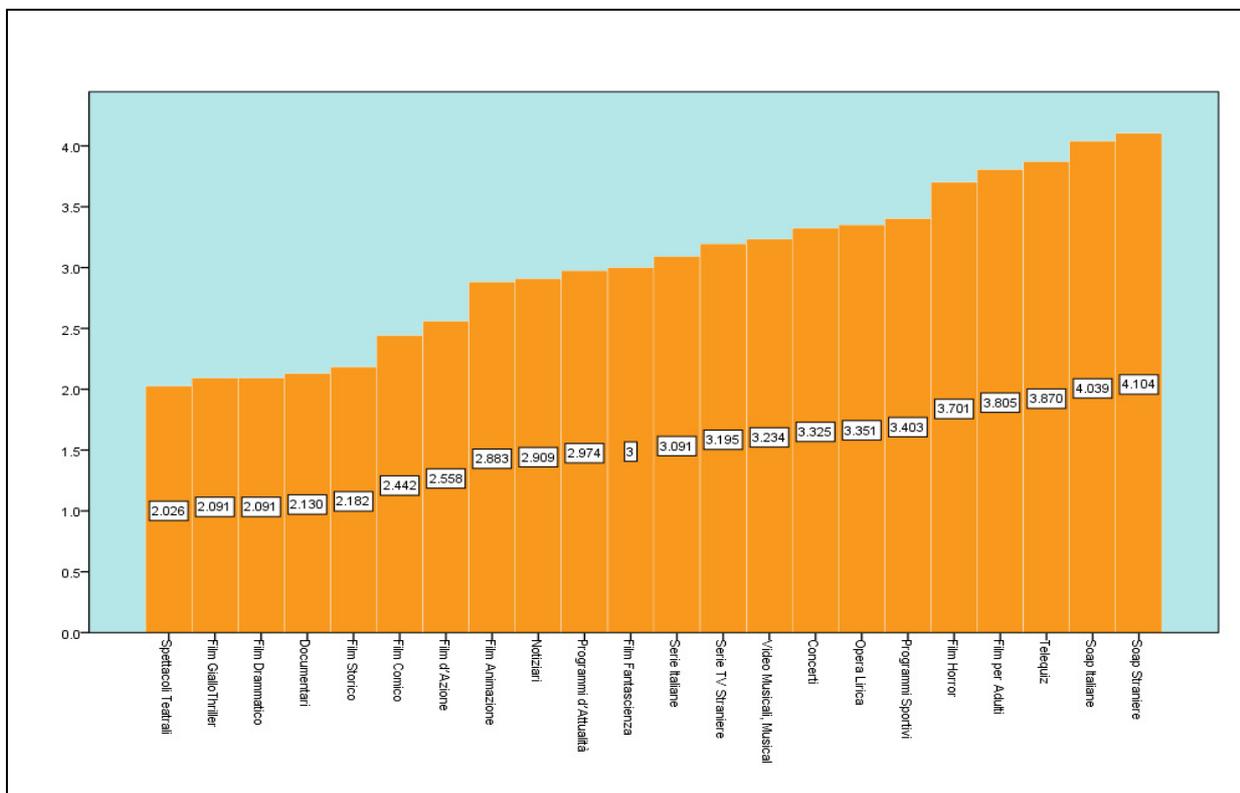
di sistemi audio ad alta fedeltà e dolby surround, almeno nel 25% dei casi. La frequenza della richiesta di informazioni a eventuali accompagnatori vedenti infine cessa quasi del tutto, rispetto invece a quanto rilevato in assenza del servizio.

## 12.4 Domanda di prodotti integrati dal servizio di Audiodescrizione (AD)

All'interno del campione si registra una richiesta diffusa per una maggiore disponibilità di prodotti audiovisivi accessibili, che si manifesta indipendentemente dal genere audiovisivo e dalla piattaforma utilizzata per la fruizione del servizio. Al contrario rispetto al Grado di Lesione Visiva gli individui non-vedenti esprimono un maggior desiderio per prodotti accessibili attribuendo una maggiore importanza a tutte quelle variabili e quegli strumenti che potrebbero favorire un allargamento della base degli utilizzatori.

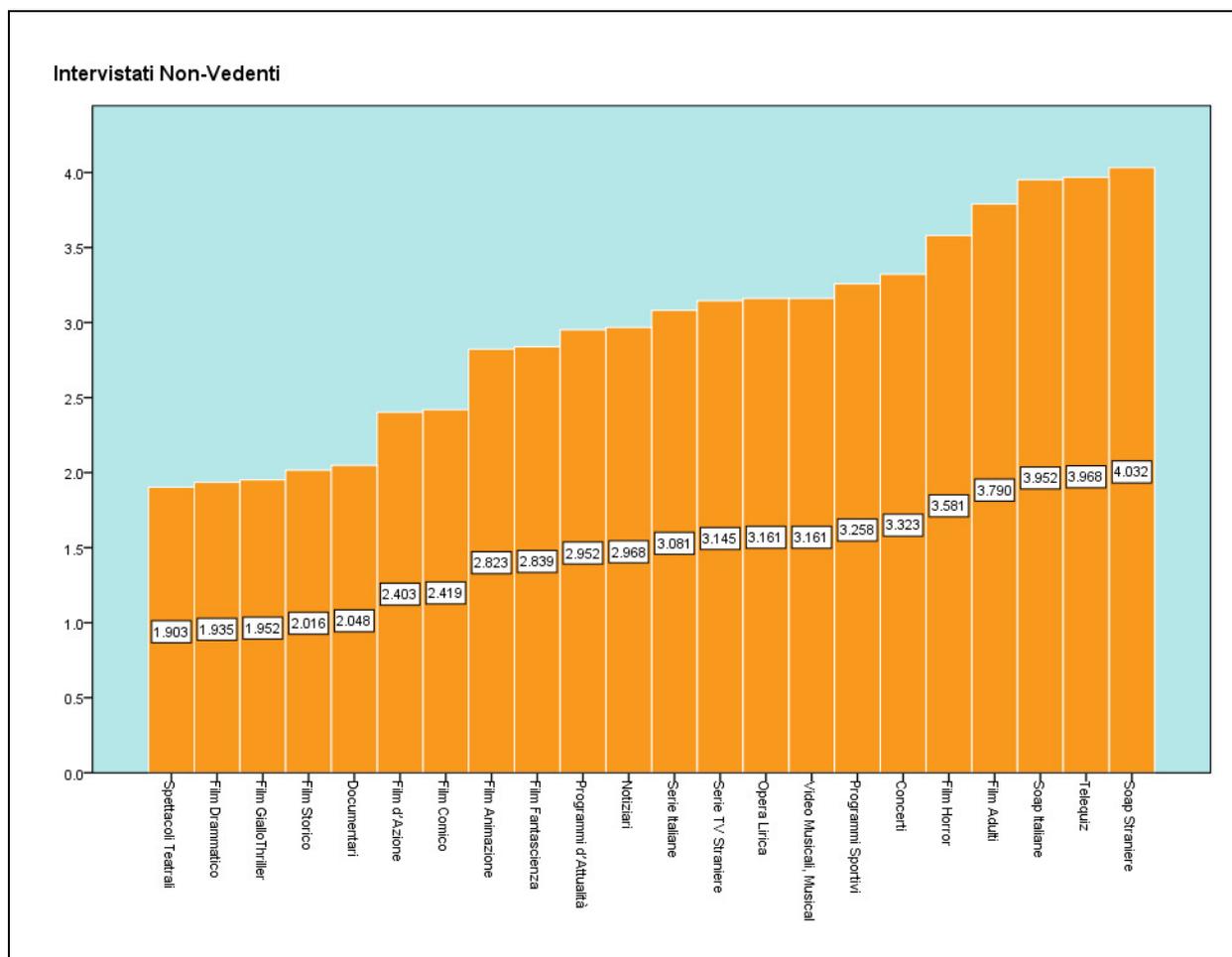
Per valutare rispetto a quale genere gli intervistati gradiscano una maggior disponibilità di prodotti audiodescritti è stata sottoposta all'attenzione dei partecipanti una griglia contenente 22 diversi generi audiovisivi, in riferimento a ciascuno dei quali è stata associata una scala likhert a 5 scalini, dove il valore 1 indica il maggiore livello di gradimento e 5 il minore. L'indice di preferenza maggiore riportato nei relativi grafici corrisponde quindi al valore medio più basso.

**Figura 51** Indice di preferenza prodotti integrati dal Servizio di AD per genere audiovisivo



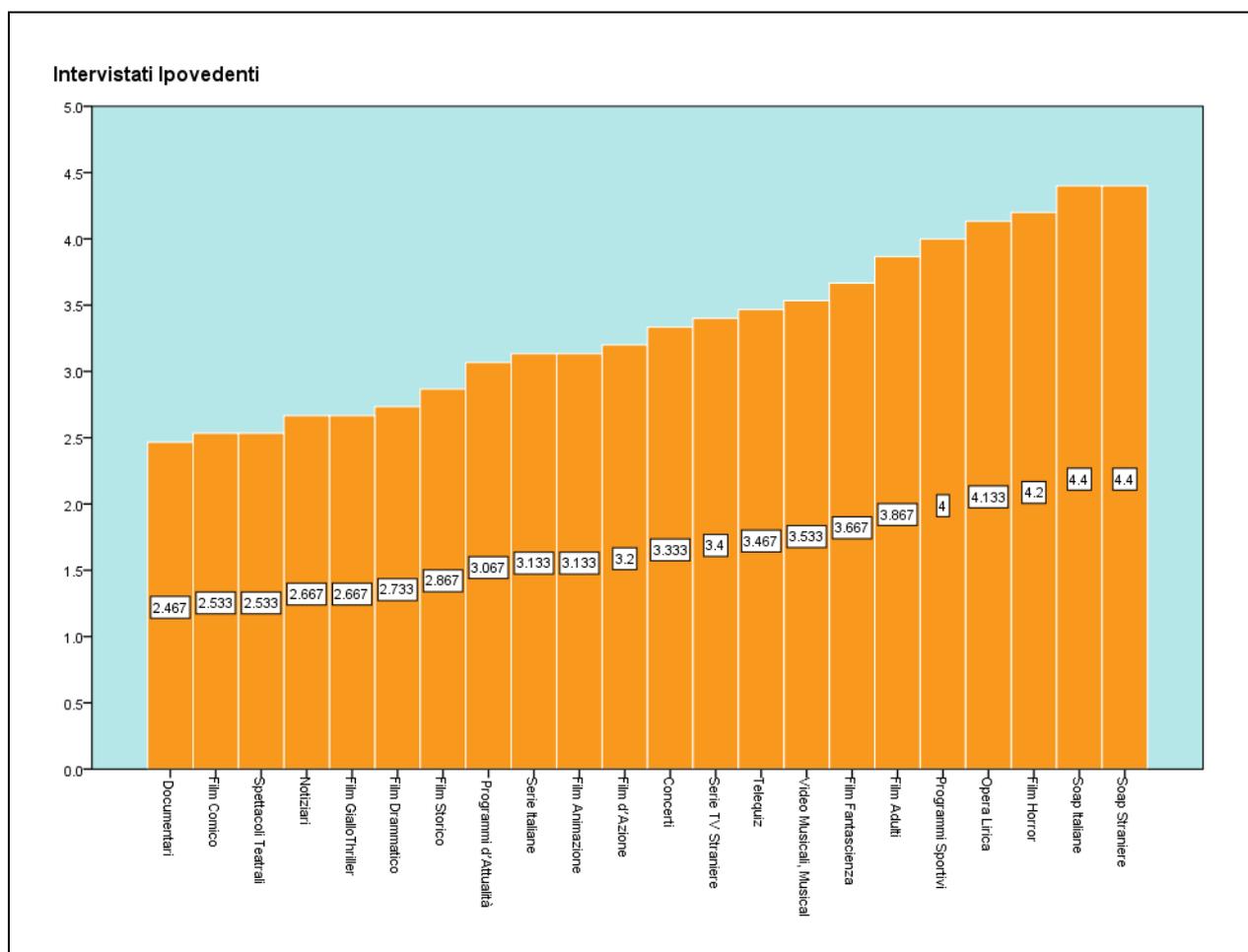
Da un punto di vista generale nessuno dei generi audiovisivi proposti ha fatto registrare un indice di preferenza medio compreso tra i valori 1 e 2, i generi rispetto ai quali si rileva una maggiore richiesta di prodotti audiodescritti risultano essere spettacoli teatrali, film giallo/thriller e film drammatico. Al di sotto del valore centrale 3 si registrano ben 10 tipologie di prodotti audiovisivi tra i quali tutti i diversi generi cinematografici, a eccezione dei generi film horror e film per adulti. Anche generi quali documentari, notiziari e programmi d'attualità, contraddistinti da una predominanza della componente sonora e informativa rispetto a quella visiva ed estetica si collocano al disotto del valore medio. Il genere che ha fatto registrare l'indice di preferenza medio più basso, compreso tra il valore 4 e 5, è risultato essere la soap opera, le rimanenti tipologie hanno fatto registrare indici compresi tra i valori 3 e 4. Analizzando gli indici di preferenza rilevati rispetto al Grado di Lesione Visiva è possibile notare una richiesta più diffusa di prodotti accessibili presso il gruppo di intervistati non-vedenti.

**Figura 52** Indice di preferenza servizio di AD per genere audiovisivo: intervistati non-vedenti



Confrontando i valori contenuti all'interno delle figure 17 e 18 appare chiaramente il maggiore grado di importanza attribuito dagli intervistati non-vedenti al servizio di AD rispetto alla controparte degli intervistati ipovedenti. All'interno del primo gruppo, infatti, sono ben 11 i generi che hanno totalizzato indici inferiori al valore 3, in particolare i generi spettacoli teatrali, film drammatico e film giallo/thriller, si sono assestati su indici compresi tra i valori 1 e 2.

**Figura 53** Indice di preferenza servizio di AD per genere audiovisivo: intervistati ipovedenti



Al contrario, all'interno del gruppo degli intervistati ipovedenti sono solamente 7 i generi al di sotto del valore 3 e nessuno di essi si attesta al di sotto del valore 2. All'opposto dello spettro, gli intervistati non-vedenti collocano soltanto la tipologia soap opera straniera al di sopra del valore 4, tra gli intervistati ipovedenti i generi programmi sportivi, opera lirica, film horror, soap opera italiane e soap opera straniere hanno totalizzato indici superiori al valore 4.

All'interno di entrambi i gruppi è possibile riscontrare delle similitudini, in particolare per quanto riguarda i generi che si collocano al di sotto del valore 3 si ritrovano spettacoli teatrali,

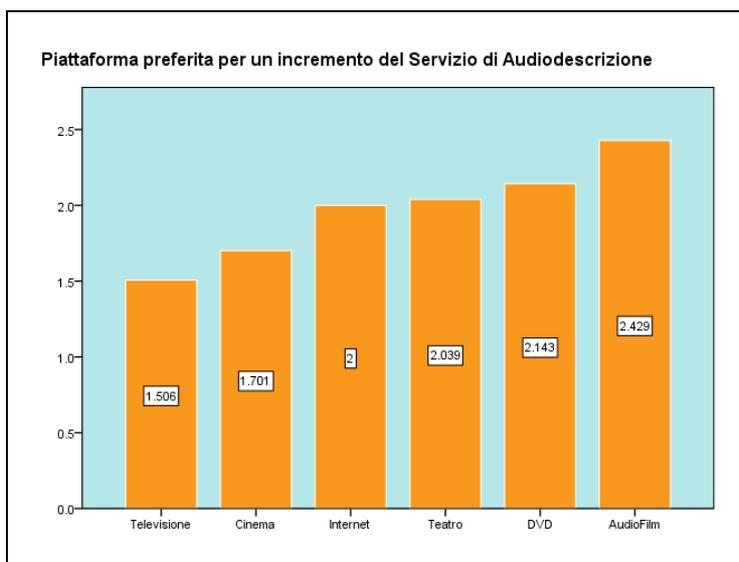
documentari, notiziari, film giallo/thriller, film drammatico e film storico, mentre l'unico genere comune a entrambi i gruppi ad assestarsi al di sopra del valore 4 è la tipologia soap opera straniera. È interessante inoltre notare come all'interno di entrambi i gruppi le tipologie documentari, notiziari e programmi d'attualità abbiano totalizzato indici medi inferiori o uguali al valore 3.

Da quanto osservato, a fianco di risultati che era lecito attendersi, quale ad esempio una generale maggior preferenza per le tipologie di prodotti cinematografici, sorprende ritrovare il genere spettacoli teatrali quale genere per il quale si richiede una più diffusa disponibilità del servizio. Altri risultati che sorprendono risultano essere quelli rilevati in corrispondenza delle tipologie documentari, notiziari e programmi d'attualità in considerazione della preponderanza della dimensione sonora di questi generi di programmi audiovisivi.

Anche rispetto al tipo di piattaforme attraverso cui fruire del servizio si registra una richiesta maggiormente diffusa presso il campione degli intervistati non-vedenti. Per rilevare tale dato è stato chiesto agli intervistati di esprimere la propria preferenza su di una scala likhert a 5 livelli, dove il valore 1 indica il maggior grado di preferenza mentre il valore 5 corrisponde al minore, in seguito è stato calcolato il valore medio relativo a ciascuna piattaforma. Il valore medio inferiore corrisponde quindi al maggior grado di preferenza rilevato.

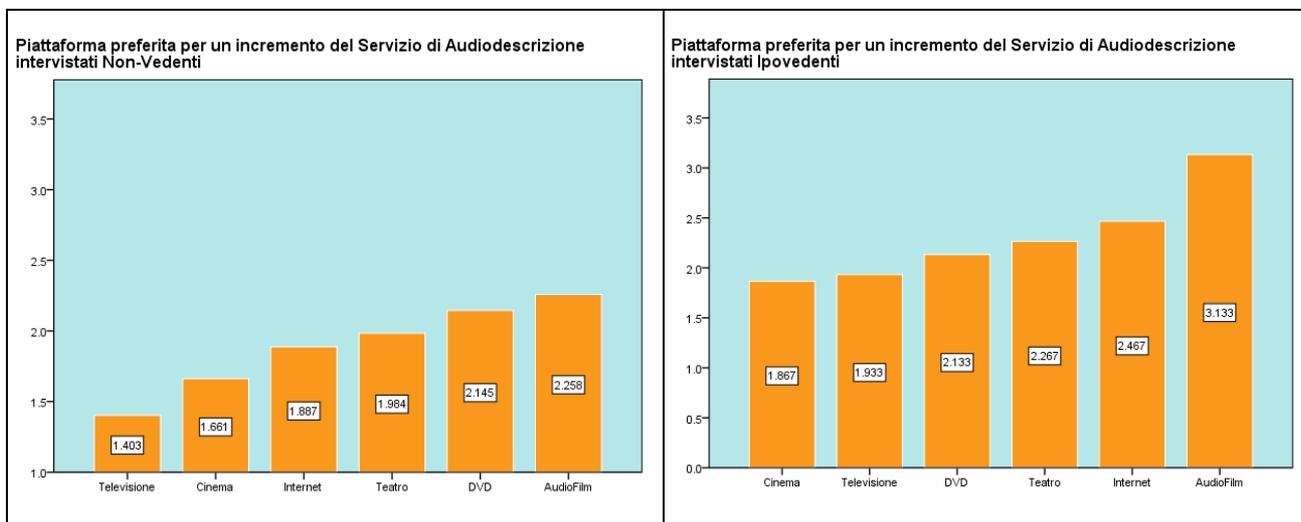
A livello generale sono televisione, cinema e tecnologie dell'informazione e della comunicazione si collocano al di sotto del valore 2, mentre la piattaforma teatro si attesta di poco al di sopra di questo valore. DVD e Audiofilm si attestano entrambi tra i valori 2 e 3.

**Figura 54** Indice di preferenza servizio di AD per piattaforma.



Gli indici rilevati presso il gruppo dei partecipanti non-vedenti si attestano tutti al di sotto del valore 3, con ben 4 piattaforme al di sotto del valore 2, presso il gruppo degli intervistati ipovedenti solamente televisione e cinema scendono al di sotto del valore 2.

**Figura 55** Indice di preferenza servizio di AD per piattaforma e Grado di Lesione Visiva



Procedendo a un confronto, oltre a una domanda più intensa tra i partecipanti non-vedenti, è possibile rilevare come tra i partecipanti ipovedenti la priorità venga attribuita, anche se di poco, al cinema. Tra gli intervistati ipovedenti inoltre le tecnologie dell'informazione e della comunicazione sono ritenute di minor interesse rispetto a DVD e teatro, nonostante sia possibile fruirne da casa e mettano a disposizione una notevole mole di materiale. Il dato tuttavia non sorprende più di tanto soprattutto ricordando che tra i fruitori ipovedenti nessuno ha indicato di utilizzare il servizio attraverso le tecnologie informatiche.

### 12.5 Fattori in grado di determinare un allargamento dei fruitori del servizio

I bassi tassi di fruizione del servizio di AD riscontrati all'interno del campione, nonostante la possibilità di attingere materiali da diverse fonti, spingono chi si interroga su come allargare la base dei fruitori a identificare le leve sulle quali agire per perseguire questo obiettivo.

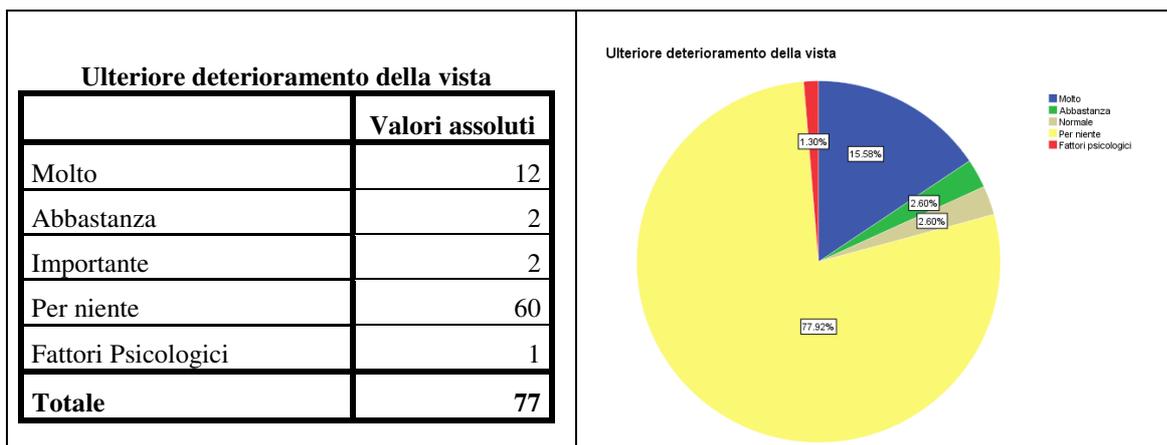
Nel presente paragrafo verrà discussa l'importanza che i partecipanti hanno attribuito a 4 diversi fattori e 10 differenti strumenti assistivi che potrebbero rivelarsi utili per incoraggiare il pubblico di riferimento a un maggior utilizzo del servizio. Si fa notare come all'interno delle

diverse tabelle e grafici sia presente una voce che recita fattori psicologici, questa fa riferimento a 1 partecipante ipovedente che ha riportato di non sentirsi parte del mondo delle persone con disabilità visiva e di rifiutare a priori qualunque tipo di ausilio.

### Deterioramento della vista

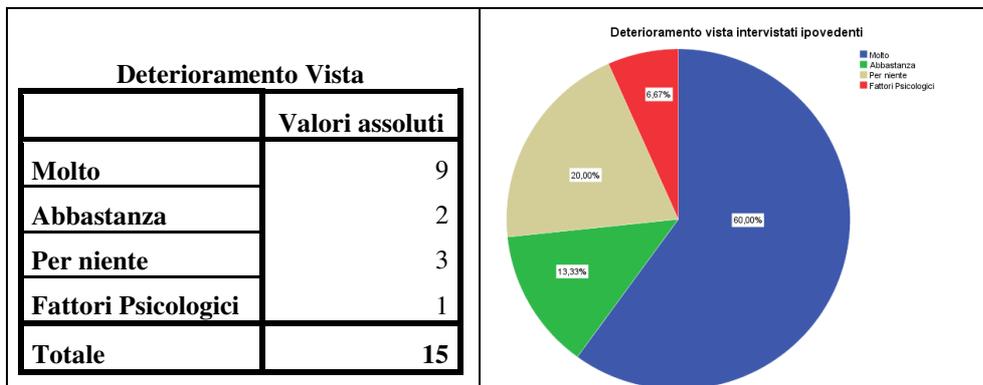
La variabile deterioramento della vista è ovviamente alla base dell'utilizzo dei servizi di accessibilità per persone con disabilità visiva. Questa variabile, come si può osservare all'interno della tabella 20, non ha fatto registrare un alto livello di importanza con il 78% del campione che considera il peggioramento della propria condizione visiva come poco importante.

**Tabella 86** Fattori per un possibile allargamento della base dei fruitori: deterioramento della vista



Questa tendenza, registrata a livello generale, è spiegabile ricordando che il campione è composto per la maggior parte da individui che non hanno alcun residuo visivo. Osservando infatti i valori assoluti sono 60 gli intervistati che hanno attribuito a questa variabile nessuna importanza, a fronte di 62 individui privi di qualunque tipo di capacità visiva residua. Se si analizza invece il grado di importanza attribuito al deterioramento della vista da parte del gruppo degli intervistati ipovedenti si osservano valori molto diversi, con 9 individui su 15 che attribuiscono a un eventuale ulteriore deterioramento della vista un elevato grado di importanza quale fattore in grado di determinare un incremento delle percentuali di utilizzo del servizio.

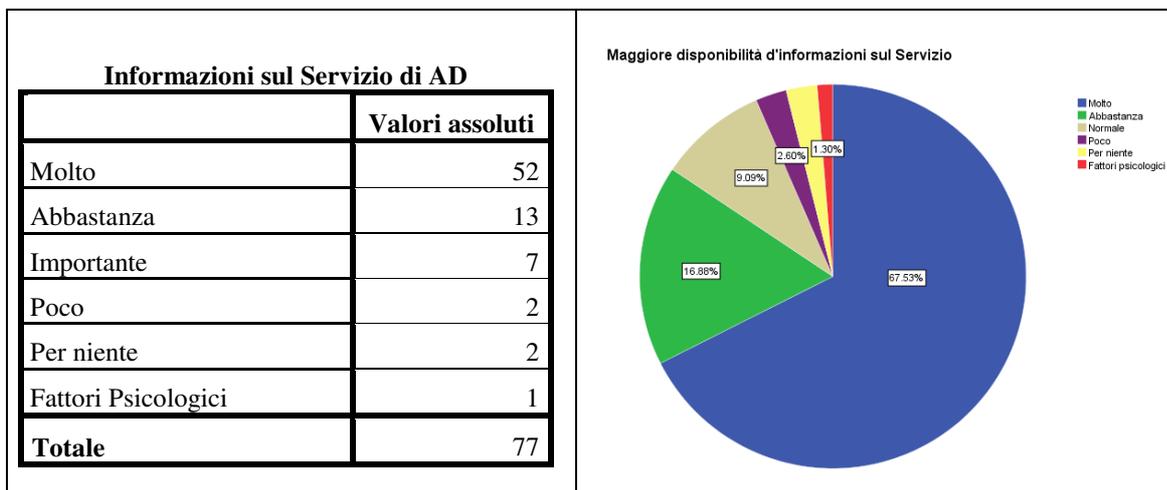
**Tabella 87** Fattori per un possibile allargamento della base dei fruitori: deterioramento della vista intervistati ipovedenti



Maggiore disponibilità di informazioni sul servizio

A livello generale una maggiore disponibilità di informazioni è stata giudicata di assoluta importanza per favorire percentuali di utilizzo del servizio più alte. Per maggiore disponibilità di informazioni si fa riferimento a informazioni circa gli orari di trasmissione di programmazioni accessibili e le modalità di accesso al servizio.

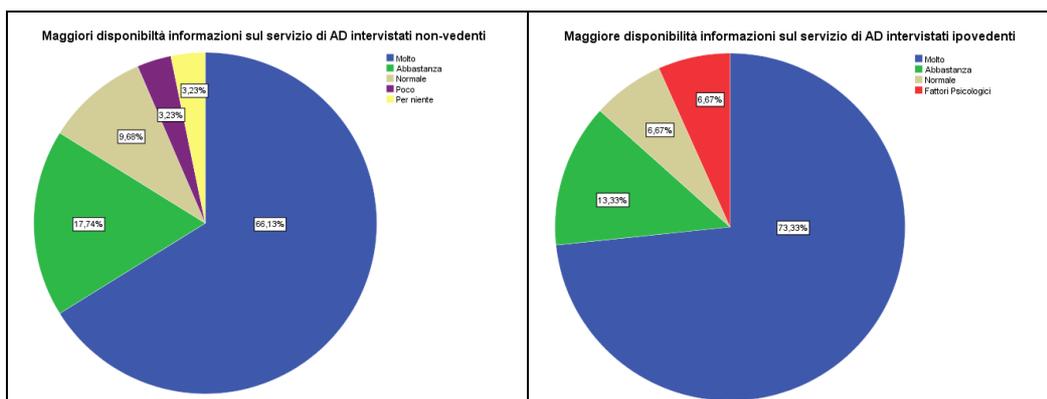
**Tabella 88** Fattori per un possibile allargamento della base dei fruitori: maggiore disponibilità di informazioni sul servizio



Come si può osservare dalla Figura 21, l'85% dei partecipanti al rilevamento ritiene la maggiore disponibilità di informazioni come molto o abbastanza importante come fattore in grado di determinare un allargamento della base degli utilizzatori.

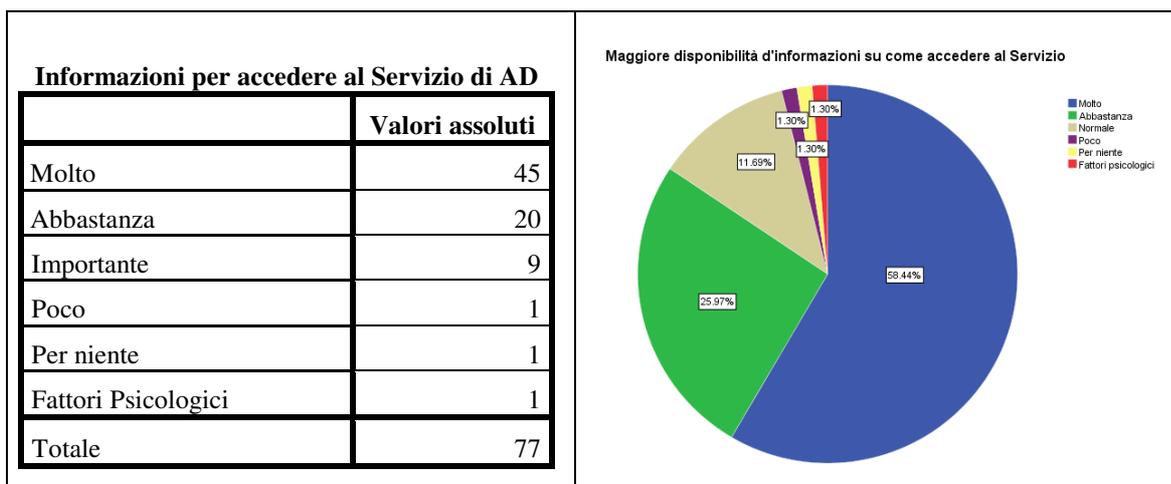
Se si analizza il livello di importanza attribuito a tale variabile in base al grado di lesione visiva non si apprezzano notevoli differenze tra i gruppi degli intervistati non-vedenti e ipovedenti, all'interno di entrambi i gruppi infatti la percentuale di coloro che hanno attribuito a questa variabile molta o abbastanza importanza si attesta oltre l'85%.

**Figura 56** Fattori per un possibile allargamento della base dei fruitori per Grado di Lesione Visiva: maggiore disponibilità di informazioni sul servizio



Un aspetto di assoluto rilievo per incentivare l'utilizzo del servizio riguarda indubbiamente le modalità di accesso al servizio stesso, dimensione, questa, cui gli intervistati hanno attribuito grande rilievo. L'85% dei partecipanti totali ha infatti attribuito a una maggiore disponibilità di informazioni su come accedere al servizio molta o abbastanza importanza.

**Tabella 89** Fattori per un possibile allargamento della base dei fruitori: informazioni per accedere al servizio



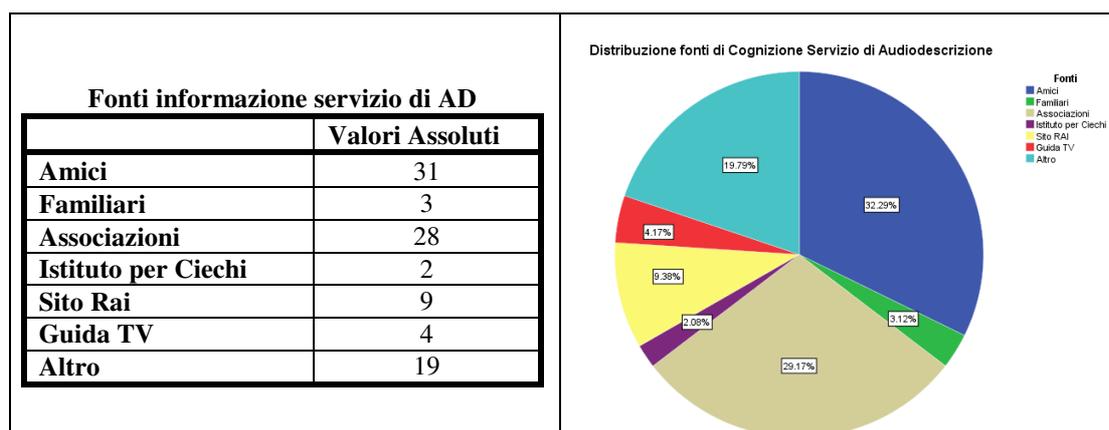
Se si analizzano i dati raccolti concernenti le cause alla base di un NON utilizzo del servizio è possibile notare come proprio la mancanza di informazioni chiare circa le modalità di accesso al servizio costituiscano uno dei maggiori ostacoli al servizio. La maggioranza dei 41 intervistati che hanno dichiarato di NON essere fruitori del servizio infatti, pari al 66%, ha indicato di ignorare le modalità di accesso al servizio, come è possibile osservare nella Tabella 90.

**Tabella 90** Motivi alla base di un NON utilizzo del servizio

Ignorare le modalità di accesso						
Grado Lesione Visiva	Molto	Abbastanza	Importante	Poco	Per niente	Totale
<b>Ipovedente</b>	3	4	1	1	1	<b>10</b>
<b>Cieco Totale</b>	16	4	1	3	7	<b>31</b>
<b>Totale</b>	<b>19</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>41</b>

L'analisi delle fonti attraverso le quali i partecipanti sono in grado di ottenere informazioni relative al servizio inoltre pare confermare la mancanza di indicazioni precise in grado di facilitarne la fruizione. Il passaparola tra amici e familiari infatti è stata indicata come fonte di informazione principale attraverso la quale i partecipanti sono venuti a conoscenza dell'esistenza del servizio, come si può osservare dalla Tabella 91.

**Tabella 91** Distribuzione fonti di informazione riguardanti il servizio di AD



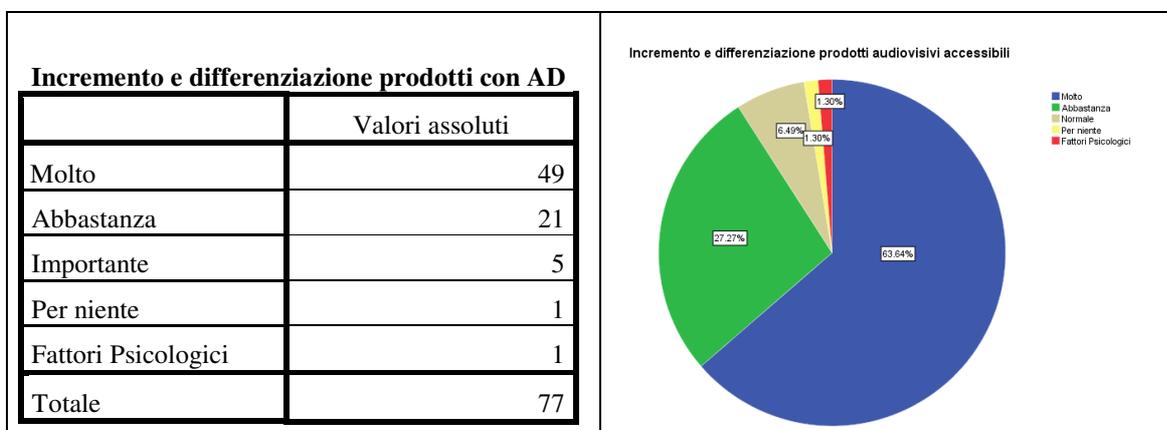
Se il passaparola influisce per il 35%, associazioni di riferimento e istituti per ciechi sono state indicate dal 31% dei partecipanti. Apparentemente le azioni messe in campo da RAI sembrano incidere per una percentuale pari al 14%, tuttavia se si analizzano le risposte comprese sotto la

voce altro, tale percentuale sale al 26%. Sotto la voce altro, inoltre, alcuni partecipanti hanno indicato gruppi di discussione su internet, che contribuiscono a portare la percentuale delle fonti ascrivibili più in generale al passaparola al 38%. Considerando che ben l'84% dei fruitori regolari del servizio e l'86% dei partecipanti allo studio risultano iscritti almeno a un'associazione di categoria sarebbe stato lecito attendersi una maggiore rilevanza delle associazioni quali fonti di informazioni per il servizio.

*Incremento e differenziazione prodotti integrati dal servizio di AD*

Come era lecito attendersi alla luce di quanto illustrato circa la domanda relativa a prodotti accessibili e parimenti a quanto accade in relazione a qualunque altro prodotto o servizio, l'incremento e la differenziazione dei generi di prodotti integrati dal servizio di AD è stato indicato dal 64% dei partecipanti come un fattore molto importante, come si può osservare nella Tabella 92.

**Tabella 92** Fattori per un possibile allargamento della base dei fruitori: incremento e differenziazione prodotti integrati dal servizio di AD



In particolare questa necessità sembra particolarmente sentita presso i partecipanti non-vedenti, il 90% degli appartenenti questo gruppo la ritiene infatti molto importante o abbastanza importante, a fronte dell'80% dei partecipanti ipovedenti.

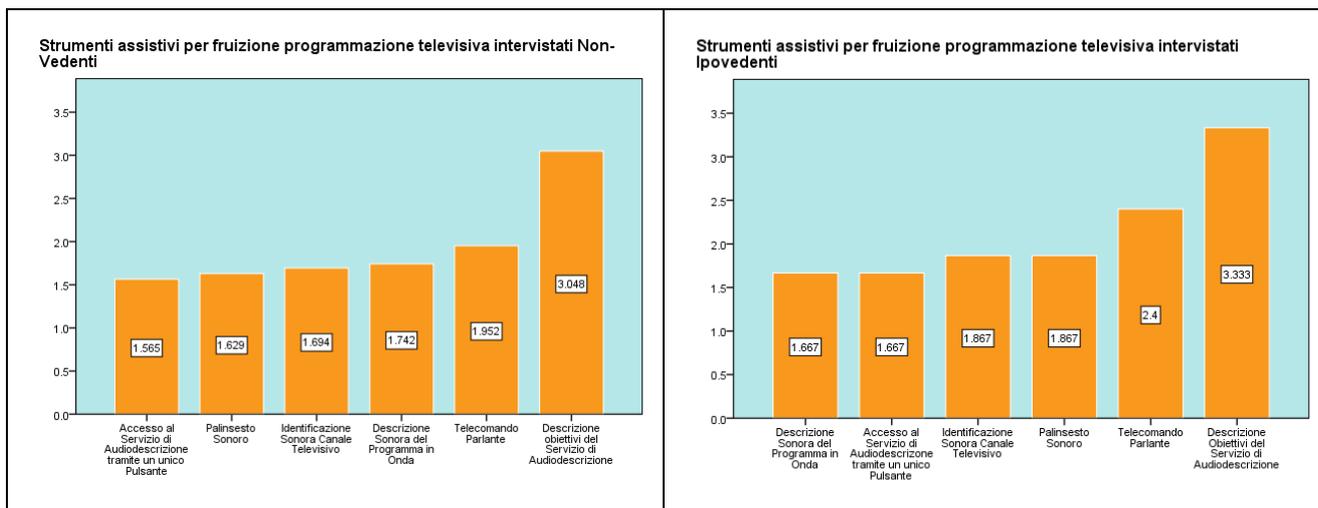
## **12.6 Strumenti assistivi in grado di determinare un allargamento della base dei fruitori di prodotti audiovisivi integrati dal servizio di Audiodescrizione (AD)**

I bassi tassi di utilizzo del servizio di AD all'interno del campione sembrano essere giustificati principalmente dalla scarsità di informazioni su come accedere al servizio da un lato, e, dall'altro, dalle diverse modalità di accesso al servizio che ogni diverso modello di decoder o televisore prevede. In particolare è stato possibile rendersi conto delle difficoltà implicate dall'ultimo di questi due aspetti proprio nel corso delle interviste stesse, quando l'intervistatore ha cercato di spiegare a molti dei partecipanti le modalità di accesso al servizio, senza però riuscire a conseguire lo scopo a causa delle differenze di progettazione dei vari impianti. Gli strumenti assistivi sono stati suddivisi in due categorie, considerando le piattaforme televisione e DVD / BLUE-RAY.

Riguardo al servizio erogato tramite la televisione sono stati sottoposti alla valutazione dei partecipanti 6 diversi strumenti, 3 dei quali finalizzati alla diffusione di informazioni relative al servizio, e 3 finalizzati invece a facilitare l'accesso e la fruizione del servizio.

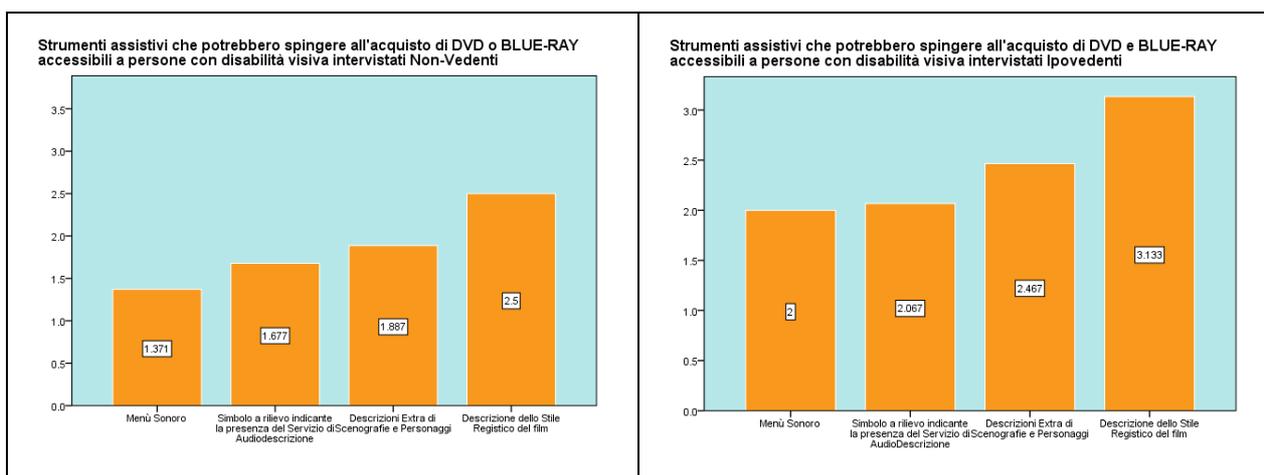
Per quanto concerne la prima tipologia di strumenti, la possibilità di consultare una versione sonora del palinsesto televisivo o di accedere a una descrizione sonora del programma in onda sono stati giudicati molto importanti, a differenza invece della descrizione sonora degli obiettivi e delle finalità del servizio che è stata giudicata di scarsa rilevanza. La seconda tipologia di strumenti, comprendente un unico pulsante per l'attivazione del servizio, l'identificazione sonora del canale e la possibilità di utilizzare un telecomando parlante sono state valutate con grande favore dagli utenti, ottenendo una valutazione compresa tra molto e abbastanza importante. Infine analizzando il livello d'importanza attribuito agli elementi descritti in base al Grado di Lesione Visiva si osserva nuovamente un'urgenza maggiore presso il gruppo dei partecipanti non-vedenti.

**Figura 57** Importanza attribuito a strumenti assistivi per la fruizione della programmazione televisiva per Grado di Lesione Visiva



Per quanto concerne invece la piattaforma DVD / BLUE-RAY sono stati sottoposti alla valutazione dei partecipanti 4 diversi strumenti, 2 dei quali finalizzati a facilitarne la fruizione, e 2 finalizzati a identificare la possibilità di inserire come contenuti speciali descrizioni relative a scenografie, costumi e personaggi o allo stile registico adottato dall'autore.

**Figura 58** Importanza attribuito a strumenti assistivi per la fruizione di DVD / Blue-Ray per grado di lesione visiva



Nuovamente si registra presso il gruppo degli intervistati non-vedenti una maggiore attenzione per gli elementi sottoposti a valutazione, in particolare la possibilità di poter usufruire di descrizioni aggiuntive sotto forma di contenuti extra viene accolta con maggior favore rispetto alla controparte dei partecipanti ipovedenti.

## 12.7 Efficacia servizio di Audiodescrizione (AD)

Il servizio di AD sulla base dei dati raccolti nel presente studio sembra confermare la propria efficacia quale strumento per facilitare la fruizione di prodotti audiovisivi e ridurre così il carico cognitivo che pesa sulle spalle degli utenti, come per altro già rilevate in numerosi altri studi (CHAPDELAINE, 2010, KUHN & KIRCHNER, 1992, KATZ & TURCOTTE 1993, PELI et Al. 1996, AUDETEL 1996, BOLLYWOOD4ALL 2009, DTV4ALL 2010,).

Se si confrontano le modalità rilevate per l'utilizzo di prodotti audiovisivi non integrati dal servizio con i dati rilevati in corrispondenza della fruizione di prodotti audiovisivi supportati dal servizio di AD si osservano notevoli cambiamenti rispetto alle strategie impiegate. Da un lato si osserva una diminuzione della frequenza di richiesta di informazioni a un eventuale compagno vedente, mentre dall'altro i partecipanti ipovedenti cessano di cercare di utilizzare la capacità visiva residua per affidarsi esclusivamente al proprio udito. In occasione della fruizione di prodotti audiovisivi non accessibili, infatti, il 39% dei partecipanti ha riportato di chiedere informazioni su ciò che si sta guardando, mentre in occasione invece della fruizione di prodotti integrati dal servizio di AD la percentuale di coloro che hanno dichiarato di richiedere ulteriori informazioni scende al 17%.

**Tabella 93** Frequenza richiesta informazioni durante la fruizione di prodotti audiovisivi integrati o meno dal servizio di AD

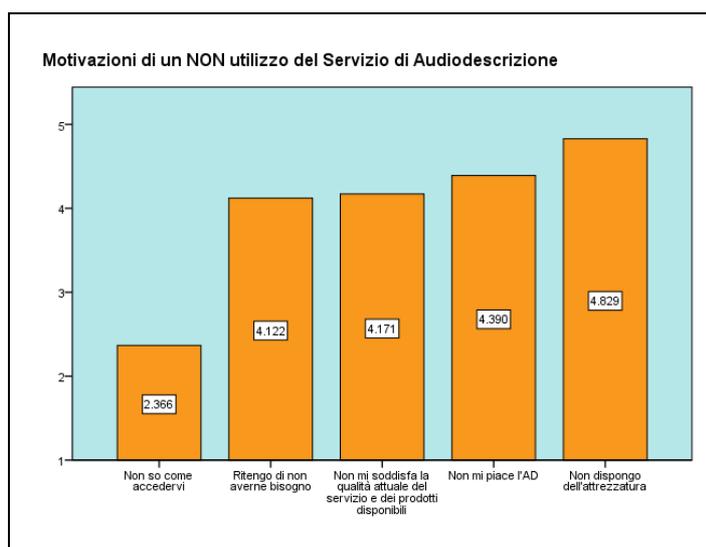
Frequenza richiesta informazioni durante fruizione prodotti audiovisivi non accessibili			Frequenza richiesta informazioni durante fruizione prodotti audiovisivi accessibili		
Frequenza	Valori assoluti	Valori percentuali	Frequenza	Valori assoluti	Valori percentuali
Mai	47	61,0	Mai	30	83,3
Raramente	7	9,1	Raramente	2	5,6
A volte	11	14,3	A volte	4	11,1
Spesso	9	11,7			
Sempre	3	3,9	<b>Totale</b>	<b>36</b>	<b>100,0</b>
<b>Totale</b>	<b>77</b>	<b>100,0</b>			

Per quanto riguarda le strategie adottate per la fruizione di materiali audiovisivi integrati dal servizio di AD, i partecipanti ipovedenti riportano di fare affidamento quasi esclusivamente sul senso dell'udito, abbandonando tutte quelle strategie finalizzate alla valorizzazione della Capacità Visiva Residua che invece vengono impiegate in assenza del servizio, quali ad esempio ricorrere a ingranditori o occhiali speciali e sedere vicino al televisore. L'impiego di

impianti audio ad alta fedeltà viene riportato, a livello generale, dal 21% del campione, mentre tra i fruitori del servizio invece la percentuale di coloro che riporta di impiegare questo tipo di impianti sale al 25%.

È possibile ottenere un'ulteriore conferma dell'efficacia riconosciuta dai partecipanti al servizio di AD osservando l'importanza che i partecipanti non fruitori del servizio hanno attribuito alle cause alla base di un NON utilizzo di prodotti accessibili a spettatori con disabilità visiva.

**Figura 59** Importanza attribuita dagli intervistati alle motivazioni alla base di un NON utilizzo del servizio



All'interno della Figura 11 i diversi valori indicati sull'asse delle ordinate corrispondono, prendendo come punto di riferimento iniziale il valore 1, a molto importante, abbastanza importante, importante, poco importante e di nessuna importanza. Eccetto l'indicatore "non so come accedervi", riferibile alla mancanza di informazioni di cui si è già parlato, i rimanenti sono stati valutati di nessuna importanza. In particolare il dato registrato in corrispondenza dell'indicatore "ritengo di non averne bisogno" è indice della consapevolezza dei partecipanti dell'importanza di tale ausilio. Gli indicatori più direttamente legati alla qualità del servizio non possono tuttavia essere ritenuti efficaci per valutarne l'effettiva qualità, in quanto tali dati sono stati registrati presso il gruppo dei 41 partecipanti che hanno riportato di aver effettuato solamente prove sporadiche.

## **Capitolo 13.**

### **Conclusioni**

Grazie al presente progetto di ricerca è stato possibile trarre diversi tipi di deduzioni, alcune sono di tipo più squisitamente metodologico e relative al basso tasso di adesione al rilevamento condotto, altre invece riguardano strettamente gli obiettivi sono alla base del progetto stesso.

Il capitolo si apre con le conclusioni tratte riguardo il ridotto coinvolgimento delle persone con disabilità visiva al progetto, a cui farà seguito la descrizione delle caratteristiche del mercato italiano dell'AD, valutato in termini di domanda e offerta. Da un lato saranno richiamate le caratteristiche che contraddistinguono l'offerta, mentre dall'altro si tenterà di definire le caratteristiche del potenziale pubblico di riferimento e il desiderio latente registrato nel corso del rilevamento. Più in particolare si tenterà di tratteggiare il profilo del fruitore del servizio di AD secondo quanto registrato all'interno del campione. Il capitolo si chiuderà infine con alcune indicazioni che potrebbero costituire la base per una strategia di sensibilizzazione finalizzata a incrementare i tassi di utilizzo del servizio. Alla luce dell'esiguo numero degli aderenti al rilevamento condotto chi scrive è pienamente consapevole dell'impossibilità di generalizzare le conclusioni tratte sulla base dei dati raccolti, tuttavia questi costituiscono una delle poche basi a disposizione per iniziare a definire, da un lato, le caratteristiche del pubblico di riferimento e, dall'altro, valutare e superare le problematiche legate all'utilizzo del servizio di AD.

#### **13.1 Partecipazione e adesione del pubblico oggetto di indagine al rilevamento**

Il coinvolgimento diretto del pubblico di riferimento si è rivelato problematico, soprattutto in riferimento alle fasce d'età più anziane e ai partecipanti ipovedenti, tuttavia è possibile trarre conclusioni interessanti anche da questo elemento. L'elevata età media della popolazione non-vedente italiana, caratterizzata da una stragrande maggioranza di individui con oltre 75 anni di età, pur essendosi rivelata un ostacolo che ha intralciato la partecipazione di questo particolare segmento della popolazione, ha segnalato, allo stesso tempo, la scarsa partecipazione alla vita delle associazioni di riferimento e la scarsa familiarità con le tecnologie dell'informazione e della comunicazione. La comunicazione per l'adesione al rilevamento infatti è stata diramata inizialmente via e-mail a numerose sezioni locali dell'U.I.C.I. e altre associazioni di

riferimento, e successivamente, grazie alla collaborazione di alcuni amministratori di gruppi di discussione on-line, è stata ulteriormente diffusa sui social network. Stabilire quindi un contatto diretto con questo particolare segmento della popolazione si è dunque rivelato essere uno dei maggiori problemi incontrati dal punto di vista metodologico. Da un punto di vista più generale tuttavia anche le risposte di adesione pervenute non sono state superiori al numero degli intervistati, a ulteriore conferma della difficoltà di coinvolgere non soltanto le persone più anziane, ma tutta la popolazione con disabilità visiva in generale.

Per quanto riguarda le risposte di adesione da parte di persone ipovedenti, anch'esse non eccedono il numero dei partecipanti certificati come tali. Anche se è proprio questo il primo dato che porta a supporre una scarsa consapevolezza degli ausili a disposizione delle persone con disabilità visiva da parte di questa categoria di individui, sembra doveroso ricordare che, stando a quanto riportato dagli esperti, gli individui ipovedenti sono la maggioranza delle persone colpite da deficit visivo, come già per altro segnalato più volte. Uno dei partecipanti ipovedenti in tal senso ha riportato di rifiutare di utilizzare gli ausili disponibili a causa di un blocco psicologico che lo fa sentire più vicino al mondo delle persone vedenti piuttosto che a quello delle persone con disabilità visiva, a confermare una delle potenziali difficoltà intrinseche per comunicare con questo gruppo. Purtroppo in riferimento agli individui ipovedenti non esistono studi demografici o di altro tipo in grado di fornire indicazioni utili a descrivere questo particolare segmento del potenziale pubblico di riferimento e una discussione approfondita circa i meccanismi psicologici connessi alla perdita della vista esula dagli obiettivi del presente studio.

Per aumentare il coinvolgimento e la partecipazione delle persone con disabilità visiva a questo tipo di studi e poter lavorare su di un campione più significativo e rappresentativo della popolazione che si sta studiando, dunque, si devono cercare altre strade che non passino unicamente attraverso le associazioni di riferimento o il web. Tuttavia tali strade sembrano precluse a quei ricercatori che si occupano di progetti che non prevedono la collaborazione attiva delle associazioni di categoria o dei ministeri della comunicazione e della salute, in quanto le norme riguardanti il diritto alla privacy non consentono di accedere alle liste di coloro che beneficiano di una pensione di invalidità. Un basso tasso di adesione al rilevamento, inoltre, potrebbe lasciar supporre, da un lato, uno scarso interesse da parte delle associazioni e degli iscritti verso il presente progetto e il servizio di AD o, dall'altro, una scarsa capacità di queste ultime di raggiungere e coinvolgere i propri iscritti nelle diverse attività proposte. In proposito si ricordi che nonostante la maggioranza dei partecipanti risulti iscritta a una o più associazioni,

la fonte principale che ha consentito agli intervistati di conoscere il servizio di AD è risultata essere il passaparola tra familiari, conoscenti e amici.

### **13.2 Le caratteristiche dell'offerta**

L'offerta di materiali audiovisivi integrati da AD risulta essere in crescita sia per quanto riguarda il servizio erogato da RAI che per quanto riguarda la disponibilità di audiofilm, mentre il numero di DVD e Blue-Ray accessibili è rimasto stabile nel corso di molti anni. Recentemente, inoltre, al pari di quanto sta accadendo anche in altri paesi e grazie all'innovazione tecnologica, si sta affermando una nuova modalità di trasmissione del servizio. Nonostante questa iniziale nota positiva tuttavia gli aspetti da migliorare sono ancora molti.

L'assenza di una legge o di un riferimento normativo preciso fa sì che l'erogazione del servizio di AD riguardi la sola emittente pubblica e non coinvolga in alcun modo nessun altro consorzio televisivo. Lo stesso contratto di servizio che viene stipulato tra RAI e il Ministero dello Sviluppo Economico inoltre non contiene precisi riferimenti che stabiliscano con chiarezza una quota oraria obbligatoria da trasmettere, a differenza invece di quanto avviene per i servizi di accessibilità dedicati agli spettatori non-udenti o ipoudenti e a differenza di quanto sancito all'interno delle leggi di alcuni altri stati europei. La legge sul diritto di autore inoltre pone vincoli che costituiscono una delle maggiori barriere alla proliferazione di materiali audiovisivi integrati dal servizio di AD, costringendo i fornitori del servizio ad adottare modalità di erogazioni differenti come verrà illustrato successivamente.

Da un punto di vista generale sembra corretto affermare che l'offerta di prodotti audiovisivi risulta caratterizzata da una presenza massiccia di titoli in formato audiofilm gratuitamente disponibili su diversi siti internet, tra i quali anche quello della RAI, o attraverso il catalogo della Cooperativa Sociale Senza Barriere Onlus Trento, mentre il secondo formato disponibile risulta essere quello del film audiodescritto fruibile gratuitamente attraverso la televisione o, in rarissime occasioni, disponibile per l'acquisto su DVD o Blue-Ray. Sempre da un punto di vista generale, l'offerta dei materiali risulta difficilmente accessibile e conseguentemente i tassi di fruizione della stessa risultano bassi. Le problematiche che limitano i tassi di utilizzo sono diversi e connessi, da un lato, alle diverse piattaforme attraverso le quali è possibile fruire dei materiali e, dall'altro, a una generale mancanza di informazioni sul servizio e a variabili legate

alle caratteristiche demografiche del pubblico di riferimento, di queste ultime si parlerà più avanti in questo stesso capitolo.

La mancanza di informazioni chiare sulle fonti attraverso le quali reperire materiali accessibili, sulle modalità di accesso al servizio e sugli orari di erogazione dello stesso è risultata essere la maggiore barriera alla fruizione. Se da un lato sopperire alla mancanza di informazioni riguardo le fonti e il palinsesto potrebbe rivelarsi una sfida non impossibile, a patto di disporre delle risorse necessarie e della volontà di raggiungere l'obiettivo, dall'altro la diffusione d'informazioni dettagliate e precise che possano guidare l'utente attraverso i diversi passi per accedere al servizio appare di gran lunga più complicato, a causa delle diverse procedure di accesso previste dalla moltitudine di modelli di decoder e televisori in commercio. La consultazione di pagine web contenenti informazioni utili e la fruizione dei materiali disponibili su internet presuppongono che i siti che ospitano tali contenuti siano accessibili secondo quanto stabilito dalla Legge Stanca e dai criteri per l'accessibilità fissati dal World Wide Web Consortium (W3C).

Più nello specifico, per quanto riguarda l'offerta fruibile attraverso la televisione, la mancanza di un riferimento normativo specifico che interessi l'intero comparto audiovisivo italiano lascia l'incombenza dell'erogazione del servizio sulle spalle del servizio televisivo pubblico. Inoltre la scelta del legislatore di limitarsi a fornire indicazioni vaghe, rinunciando a definire per esempio un preciso monte ore di programmazione da rendere accessibile agli spettatori con disabilità visiva, fa sì che solo una piccolissima porzione del palinsesto sia integrata dal servizio, delegando alla bontà dei singoli responsabili di rete decisioni che potrebbero fortemente influire sugli sviluppi e sul miglioramento del servizio. Più nel dettaglio il monte ore di programmazione accessibile trasmessa è costituito da repliche di vecchie produzioni seriali o produzioni seriali più o meno recenti targate RAI CINEMA, dal quale risultano del tutto assenti le grandi produzioni internazionali per il cinema.

Gli audiofilm prodotti dalla Cooperativa Sociale Senza Barriere Onlus Trento rappresentano senza dubbio la fetta maggiore di materiali audiovisivi accessibili presente in Italia. Il catalogo esaminato risulta in costante aggiornamento, si presenta variato e votato all'innovazione, scelta quest'ultima dimostrata dall'inserimento del genere audiofilm erotici. La scelta di limitarne la fruizione ai soli iscritti al servizio di prestito e quella di ricorrere al formato audiofilm sembrano essere dettate proprio dalle restrizioni imposte dalla legge sul diritto d'autore.

A fianco dell'offerta televisiva e quella riguardante gli audiofilm, l'offerta di materiali accessibili pare crescere, seppur molto lentamente, anche in riferimento a teatro e cinema. Per

quanto riguarda il teatro a progetti già esistenti se ne vanno affiancando altri, purtroppo le dimensioni di tali progetti sono circoscritte a territori ristretti o, molto più spesso, a singoli teatri e solitamente il coinvolgimento del pubblico risulta del tutto sproporzionato rispetto agli investimenti fatti. In definitiva anche sul fronte del teatro la strada da percorrere per aumentare la partecipazione è ancora lunga, posto che vi sia un reale ed effettivo interesse da parte del pubblico di riferimento che, almeno fino a oggi, pare rispondere tiepidamente a questo tipo di iniziative.

Un discorso simile pare valere anche per il cinema. A fronte di progetti di respiro limitato che tuttavia hanno il pregio di resistere al logorio degli anni e degli investimenti, la risposta del pubblico in termini assoluti non sembra essere tale da sostenerne i costi senza alcun sostegno istituzionale. Si segnala che sia i progetti e le iniziative dedicate all'accessibilità teatrale e cinematografica risultano infatti andare avanti grazie a fondi erogati da istituzione benefiche o enti pubblici.

Negli ultimi anni le maggiori innovazioni nel campo si sono verificate sul fronte tecnologico con l'avvento di applicazioni accessibili utilizzabili tramite tablet o smart-phone. In Italia l'unico fornitore commerciale di prestazioni orientati all'accessibilità audiovisiva per persone con disabilità sensoriali eroga i servizi di sottotitolazione per non-udenti e ipovedenti e di AD per non-vedenti o ipovedenti grazie a una di queste applicazioni ribattezzata Moviereading. Lo scarso numero di pellicole rese accessibili agli spettatori con disabilità visiva tuttavia, specialmente se confrontato con quello delle pellicole accessibili agli spettatori non-udenti o ipovedenti, lascia supporre che il pubblico di riferimento dell'AD non sia ancora sufficientemente maturo e sensibile, o informato, riguardo questo tipo di iniziative. Trattandosi di un'attività che prevede un pagamento da parte dell'utente si potrebbe essere portati a pensare che le politiche di costo applicate siano alla base della bassa risposta del pubblico, tuttavia alla luce del prezzo proposto agli utenti, pari a 99 centesimi di euro, questa tesi sembra difficilmente sostenibile.

Un ulteriore aspetto interessante che riguarda direttamente questo tipo di applicazioni e le differenze rispetto ai formati film audiodescritto e audiofilm è costituito dall'innovativa natura tecnologica che ne ha permesso la nascita. L'elevata usabilità da parte degli utenti, la capacità dell'applicazione di erogare il servizio indipendentemente dal luogo e dalla piattaforma utilizzata per la fruizione del prodotto audiovisivo ne costituiscono indubbiamente i punti di forza che, da un lato, dovrebbero spingere all'acquisto gli utenti di riferimento e, dall'altro, consentire la fruizione del servizio fianco a fianco degli spettatori vedenti, senza arrecare alcun

disturbo a questi ultimi. A differenza dei formati film audiodescritto e audiofilm, Moviereading consente all'utente di avere a disposizione la traccia descrittiva in ogni momento a un costo inferiore rispetto a quelli che si devono sostenere per l'acquisto di DVD o Blue-Ray accessibili. Per quanto riguarda il formato audiofilm non è possibile un paragone in termini di costo, in quanto, come già spiegato in precedenza, questi risultano essere disponibili a titolo gratuito. In particolare il formato audiofilm, non contenendo le immagini, rende probabilmente difficoltosa la fruizione in compagnia di amici vedenti e inoltre potrebbe essere percepito dal pubblico di riferimento come un prodotto creato specificatamente per persone cieche o ipovedenti.

### **13.3 Il potenziale pubblico di riferimento**

Le informazioni disponibili sulla popolazione delle persone con disabilità visiva sono poche frammentarie e datate e si riferiscono esclusivamente alla comunità delle persone non-vedenti, trascurando gli individui che seppur ancora in possesso di un residuo visivo sono certificati come disabili visivi. Complessivamente gli individui ipovedenti sono la maggioranza delle persone con disabilità visiva, se da un lato, infatti, le politiche di prevenzione stanno riducendo i casi di cecità assoluta, dall'altro non riescono a prevenire o escludere la condizione di disabilità visiva generando così un aumento dei casi d'ipovisione.

La maggioranza degli individui con disabilità visiva inoltre è costituita da individui di età anziana, in particolare in riferimento alle persone non-vedenti tale dato emerge in tutta la sua prepotenza. Il fattore età è uno dei primi indicatori che può aiutare a comprendere le reali dimensioni del potenziale pubblico di riferimento del servizio. Se da un lato infatti i casi di disabilità visiva sono dati in aumento soprattutto in corrispondenza delle fasce di popolazione più anziane, dall'altro a un'età più anziana corrispondono generalmente minori livelli di partecipazione e inclusione nella vita sociale, come peraltro sembrerebbero indicare anche gli scarsi livelli di adesione al rilevamento condotto. In relazione alla sola fetta degli individui completamente non-vedenti inoltre, nell'ultimo rilevamento campionario è stata registrata una flessione rispetto agli anni precedenti, a ulteriore indicazione che nel futuro la percentuale di individui ciechi andrà via via diminuendo all'interno della comunità delle persone con disabilità visiva.

A fianco di un'elevata età media, una delle caratteristiche comunemente associate alla comunità delle persone non-vedenti è un basso livello di istruzione, anche questa peculiarità però,

associata solitamente a bassissimi livelli di partecipazione e inclusione sociale, sembra destinata a sparire grazie alle politiche di integrazione scolastica messe in atto.

Nel tempo dunque si può supporre che, da un lato, gli individui certificati come completamente non-vedenti subiranno una costante riduzione, fino a essere limitati ai soli casi per i quali la medicina è impotente, a fronte di un accrescimento delle persone ipovedenti, dall'altro lato, si assisterà a un miglioramento del livello generale d'istruzione riferibile agli individui completamente privi della vista. Per quanto riguarda gli individui ipovedenti invece sembrerebbe lecito supporre un livello d'istruzione in linea o leggermente inferiore a quello rilevato presso il resto della popolazione italiana, almeno in riferimento a coloro che diverranno disabili visivi in età adulta.

#### **13.4 Gli utilizzatori del servizio**

A livello generale il campione ha mostrato caratteristiche che lo separano distintamente dalla popolazione non-vedente italiana, soprattutto in riferimento a variabili quali età e livello di istruzione, permettendo di schiudere lo sguardo su di una particolare fetta della comunità delle persone con disabilità visiva. Affermare che le caratteristiche rilevate all'interno del campione siano particolarmente comuni a un livello di indagine più generale è sicuramente azzardato per i motivi già ricordati, tuttavia affermare che non siano distintive di un particolare segmento di questa popolazione e che non diventeranno sempre più comuni in futuro, appare altrettanto azzardato. Sicuramente si necessita di ulteriori dati per conoscere meglio e più approfonditamente la natura di quella fetta di persone con disabilità visiva effettivamente interessata all'utilizzo del servizio di AD.

Sulla base dei dati raccolti sembra possibile affermare che gli individui interessati all'utilizzo del servizio sono per lo più persone non-vedenti di gran lunga più giovani rispetto alla media della popolazione non-vedente italiana e in possesso di livelli di istruzione più alti.

A questo si accompagnano buone conoscenze informatiche che consentono l'utilizzo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione – Tic, sia per lavoro che per la fruizione di contenuti audiovisivi integrati o meno dal servizio di AD. Tali tecnologie vengono impiegate mediamente per 3 ore al giorno, valore tuttavia inferiore rispetto a quello rilevato in riferimento alla popolazione italiana, pari a oltre 6 ore.

I prodotti audiovisivi non integrati dal servizio di AD vengono fruiti attraverso tutte le piattaforme disponibili, più in particolare la televisione viene utilizzata con frequenza quasi quotidiana per una media giornaliera di 1 ora e 43 minuti, valore largamente al di sotto delle 2 ore e 38 minuti registrati presso la popolazione italiana.

Livello di istruzione, utilizzo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione e frequenza di fruizione di prodotti audiovisivi integrati o meno dal servizio si sono rivelati direttamente collegati al grado di disabilità visiva, periodo di insorgenza della lesione ed età. Al crescere dell'età corrisponde una decrescita dei valori riferibili alle variabili elencate, allo stesso modo il periodo di insorgenza della lesione visiva esercita la propria influenza ma in direzione opposta, più è precoce il periodo di insorgenza della lesione più sono alti la familiarità e l'utilizzo degli ausili dedicati all'accessibilità informatica e audiovisiva, ai quali corrisponde inoltre un alto utilizzo di prodotti audiovisivi non integrati dal servizio. Per quanto riguarda il grado di disabilità visiva gli individui non-vedenti presentano una maggiore conoscenza delle possibilità messe a disposizione dalla tecnologie digitali e maggiore familiarità con il servizio di AD.

### **13.5 Tassi di utilizzo del servizio**

A fronte di un elevato grado di consapevolezza dell'esistenza del servizio e delle sue finalità, non corrispondono però alti tassi di utilizzo dello stesso. Da un lato le cause sono individuabili nella mancanza di informazioni precise riguardo gli orari della programmazione, nella monotonia e scarsità della programmazione proposta, e, dall'altro, nelle problematiche connesse all'usabilità dei diversi modelli di televisori e decoder in commercio.

Coloro che riportano di utilizzare prodotti accessibili, fanno registrare tassi di fruizione molto bassi con una media oraria giornaliera che non eccede i 60 minuti. Le percentuali e i tassi di utilizzo degli individui ipovedenti risultano più bassi rispetto a quelli registrati in corrispondenza dei partecipanti non-vedenti. Il periodo di insorgenza della lesione visiva influenza direttamente i tassi di fruizione, coloro divenuti disabili visivi precocemente infatti riportano tassi di utilizzo del servizio più alti. La fruizione risulta trasversale rispetto alle diverse piattaforme, con indici di utilizzo maggiori per televisione, audiofilm e tecnologie dell'informazione e della comunicazione, alle quali segue con indici leggermente inferiori il cinema, infine chiude il teatro.

### **13.6 Domanda per una maggiore disponibilità di prodotti accessibili**

La domanda per una maggiore disponibilità di prodotti audiovisivi accessibili a spettatori con disabilità visiva appare diffusa indipendentemente dal sesso degli intervistati, ma più intensa presso i partecipanti non-vedenti.

La domanda di prodotti audiovisivi, seppur diffusa rispetto a ciascuna delle piattaforme esaminate, risulta più incisiva in relazione a televisione, cinema e tecnologie dell'informazione e della comunicazione, seguono nell'ordine teatro, DVD / Blue-Ray e audiofilm.

A fianco di una generale e attesa maggior preferenza per i generi audiovisivi cinematografici sembra farsi strada la domanda per generi audiovisivi quali notiziari, documentari, programmi d'attualità e spettacoli teatrali. Rispetto al genere audiovisivo gli spettacoli teatrali si sono rivelati il genere rispetto al quale si è registrato una maggior domanda per una disponibilità più diffusa, tale dato appare tutto sommato in linea con quanto rilevato rispetto alle piattaforme, con il teatro indicata come quarta piattaforma per la quale si desidera maggior diffusione del servizio di AD.

### **13.7 Efficacia**

Il servizio di AD è uno strumento efficace in grado di facilitare la fruizione di prodotti audiovisivi da parte di persone con disabilità visiva, riducendo il carico cognitivo che pesa sulle spalle degli utenti, non più costretti a mettere in atto quelle strategie compensative normalmente impiegate durante la fruizione di prodotti audiovisivi privi del servizio. La percentuale di coloro che riportano di continuare a richiedere informazioni su quanto si sta svolgendo sullo schermo o che continuano a utilizzare ingranditori o sedere particolarmente vicini allo schermo, cala drasticamente fino a toccare valori prossimi allo zero, quando si utilizzano prodotti audiovisivi accessibili. Infine tra le cause indicate alla base di un non utilizzo del servizio, solo una bassissima percentuale di coloro che ha provato il servizio ha dichiarato di non fruirne a causa della bassa qualità, tuttavia per asserire con certezza il grado di qualità effettiva delle tracce audiodescrittive sono necessari studi più specifici.

### **13.8 Indicazioni per favorire lo sviluppo e la nascita di un mercato per prodotti audiovisivi accessibili a spettatori con disabilità visiva**

Alla luce della situazione rilevata circa la domanda e disponibilità di prodotti audiovisivi accessibili a spettatori con disabilità visiva, appare difficile utilizzare il termine mercato, intendendo con questo un'attività di scambio commerciale regolata da una domanda e un'offerta. Soprattutto per quanto riguarda l'offerta la maggioranza dei materiali accessibili risulta disponibile in forma del tutto gratuita. Da un lato problematiche connesse al rischio commerciale legato alla mancanza di informazioni sulle effettive dimensioni e abitudini di consumo di quella porzione di pubblico effettivamente interessato e disposto a corrispondere una cifra per il servizio stesso, e dall'altro le normative oggi in vigore a tutela del diritto d'autore, sembrano frenare o impedire la nascita di un vero e proprio mercato.

Al momento quindi la nascita di un effettivo mercato appare ancora distante, e, nonostante storicamente l'Italia sia uno di quei paesi che ha aperto per primo le porte al servizio di AD, mancano ancora molti di quei passaggi cardine che ne hanno permesso la diffusione e l'affermazione in quei paesi oggi considerati all'avanguardia nel campo dell'accessibilità.

In tal senso sembra fondamentale l'emanazione di una legge capace di definire obblighi, doveri e diritti dei fornitori del servizio dell'utente. Fino ad oggi, a parte i casi di Moviereading e quelli ascrivibili ai DVD e Blue-Ray in commercio, il servizio di AD è stato finanziato da fondi pubblici o erogati da istituti benefici, sia che si tratti del servizio erogato tramite la televisione o di progetti focalizzati su singoli territori, in quest'ultimo caso si vedano i progetti dedicati all'accessibilità teatrale o cinematografica.

A prescindere dalle definizioni delle regole di erogazione del servizio, che dovrebbero fissare almeno per quanto riguarda il servizio televisivo un monte ore preciso di ore di programmazione da rendere accessibile e il numero di repliche che è concesso trasmettere per raggiungere tale monte ore, riguardo le modalità di finanziamento dei costi di produzione e erogazione del servizio si potrebbero prendere in considerazione tre strade, con l'obiettivo fermo di incrementare la disponibilità di materiali audiodescritti.

La prima non si discosta da quanto fatto fino a oggi e continuerebbe a mantenere un carattere disomogeneo, caratterizzato da un approccio assistenziale, quasi caritatevole e talvolta volontaristico, con l'intervento di ulteriori fondi statali a sostenere i progetti territoriali e la produzione e l'erogazione del servizio da parte del solo servizio televisivo pubblico nazionale.

La seconda strada invece prevede una parziale forma di sostegno statale per coprire i costi di produzione del servizio che sarebbero così in parte scaricati sulle spalle degli stessi produttori o distributori di contenuti audiovisivi, lasciando poi ad emittenti televisive pubbliche e private, ai cinema e ai teatri il compito di diffondere il servizio, in base a una regolamentazione precisa e chiara.

La terza possibilità, previa ancora una volta l'emanazione di una regolamentazione chiara e precisa sulle modalità di diffusione dei materiali accessibili, prevede che siano i produttori dei contenuti audiovisivi a farsi completamente carico dei costi di produzione del servizio di AD e lascia il compito della diffusione di tali contenuti a distributori, emittenti televisive pubbliche e private, cinema e teatri.

Come è facile capire la seconda e la terza opzione prevedono un approccio di sistema all'intero comparto delle attività audiovisive e sarebbero probabilmente in grado di rispondere più efficacemente al desiderio di maggior disponibilità di prodotti audiodescritti, allo stesso tempo però, un approccio del genere potrebbe generare delle resistenze da parte dei soggetti interessati dal provvedimento che a fronte di un investimento, per quanto piccolo se paragonato all'intero budget di una produzione audiovisiva, non avrebbero garanzie sul possibile ritorno in termini di guadagno. Spostare l'attenzione da un approccio completamente assistenziale supportato unicamente da fondi statali o benefici, sembra un passo preliminare imprescindibile per una maggiore diffusione di materiali audiovisivi integrati dal servizio di AD.

Un'ulteriore strategia di più immediata applicazione finalizzata all'allargamento della base dei fruitori, condizione fondamentale per ottenere un eventuale guadagno commerciale da questo tipo di attività, potrebbe svilupparsi su un duplice binario. Da un lato si potrebbe dar vita a una campagna di sensibilizzazione del pubblico di riferimento nei confronti dell'esistenza e delle finalità del servizio di AD, e, dall'altro sarebbero auspicabili ulteriori rilevamenti demografici e di mercato sulle abitudini di consumo di questa particolare fetta di popolazione.

La campagna di sensibilizzazione, oltre a illustrare le finalità del servizio, dovrebbe incentrarsi sulla diffusione delle modalità di fruizione dello stesso, mettendo l'utente al corrente delle diverse possibilità a disposizione per reperire materiale accessibile e come accedere al servizio, in particolare quello erogato attraverso la televisione. La strategia comunicativa da adottare non dovrebbe rivolgersi esclusivamente alle persone con disabilità divisiva, ma dovrebbe essere rivolta a tutta la popolazione in modo tale da sollevare le associazioni di riferimento dal peso di essere l'unico tramite con gli utenti.

Inoltre, sempre con la finalità di allargare la base degli utenti, dovrebbero essere rese più facili, da un lato, la consultazione di informazioni circa il servizio e, dall'altro, la fruizione di prodotti accessibili. Nel primo caso, eventuali siti già esistenti dovrebbero essere adeguati secondo le direttive emanate dalla Legge Stanca, o in caso se ne ravvisi la necessità, dovrebbero essere creati ex-novo. Informazioni circa il palinsesto della programmazione integrata dal servizio dovrebbero essere accessibili via televideo anche in assenza di amici o familiari vedenti.

Nel secondo caso, invece, potrebbe rivelarsi utile l'adozione di un simbolo per indicare la presenza del servizio di AD, tale simbolo potrebbe essere utilizzato indifferentemente sia all'interno delle guide e dei palinsesti televisivi, che sulle copertine di DVD o Blue-Ray, eventualmente si potrebbe pensare all'utilizzo di un simbolo alternativo per indicare il formato audiofilm, con il rischio, però, di generare confusione. In riferimento al servizio televisivo, in particolare, potrebbe essere auspicabile la progettazione e realizzazione di ausili in grado di facilitare, da un lato, l'accesso diretto al servizio e, dall'altro, la fruizione della normale programmazione televisiva.

La definizione precisa, quindi, delle eventuali potenzialità commerciali del servizio di AD appare ancora lontana dall'essere pienamente compresa e soggetta a numerose variabili che potrebbero decretarne il successo o l'insuccesso, su tutte probabilmente la mancanza di un riferimento normativo nazionale che investa il settore audiovisivo da un punto di vista di sistema, piuttosto che da un punto di vista assistenziale. L'assenza di dati demografici precisi relativi al complesso della popolazione con disabilità visiva, e non relativi alla sola fetta di individui non-vedenti, in combinazione con una generale mancanza di dati sulle abitudini di consumo nella sua totalità contribuiscono a rendere l'attuale situazione ancor più nebulosa, con il presente studio tuttavia si spera di aver quanto meno aperto un punto di vista alternativo rispetto agli stereotipi comunemente associati alle persone non-vedenti.

## Bibliografia

### Letteratura di riferimento

ADC, 2013

Audio-Description Coalition (ADC), "A Brief History of Audio Description in the U.S.", 2013. Disponibile al link: (<http://www.audiodescriptioncoalition.org/history.html>). Consultato il: 05/11/2015

ADC & CADA, 2007

Audio-Description Coalition (ADC) & California Audio Describers Alliance (CADA), *Standards for Audio Description and Code of Professional Conduct for Describers*, 2007. Disponibile al seguente link: (<http://www.audiodescriptioncoalition.org/standards.html>). Consultato il: 05/11/2015

ADLAB, 2015

Remael, Reviere, Vercauteren, 2015, *Pictures painted in words: ADLAB Audio Description guidelines*, EUT, Edizioni Università di Trieste, 2015.

ARDUINI, 2015

Arduini S., *Rai, 31 mesi senza contratto di servizio*, 2015.

Disponibile al link: (<http://www.vita.it/it/article/2015/08/05/rai-31-mesi-senza-contratto-di-servizio/136179/>). Consultato il: 05/11/2015

AVH, 2015a

Association Valentin Haüy (AVH), "Faits et dates" 2015.

Disponibile al seguente link: ([http://www.avh.asso.fr/rubriques/association/faits\\_dates.php](http://www.avh.asso.fr/rubriques/association/faits_dates.php)). Consultato il: 05/11/2015

AVH, 2015b

Association Valentin Haüy (AVH), "Tout savoir sur l'audiovision", 2015.

Disponibile al seguente link: ([http://www.avh.asso.fr/rubriques/audiovision/tout\\_savoir\\_audiovision.php](http://www.avh.asso.fr/rubriques/audiovision/tout_savoir_audiovision.php)). Consultato il: 05/11/2015

BANKS, 2001

Banks M., *Visual Methods in Social Research*, Sage Publications Ltd, London, 2001.

BAZZANELLA, 2004

Bazzanella C., *Le facce del parlare: un approccio pragmatico all'italiano parlato*, La Nuova Italia, Editrice, Firenze, 2004.

BERKOWITZ et AL, 1979

Berkowitz, M., Hiatt, L.G., deToledo, P., Shapiro, I., & Lurie, M. (1979). *Characteristics, activities and needs of people with limitation in reading prim*. New York: American Foundation for the Blind (1979).

BECKER, 1998

Becker Howard S., 1998, *Tricks of the Trade. How to think about your Research while you are doing it*, The University of Chicago Press, Chicago.

BICKMAN, ROG, 1998

Bickman L., Rog D. J., *Handbook of Applied Social Research Methods*, Sage Publications, London, 1998.

BLAIKIE, 2000

Blaikie N., *Designing Social Research*, Polity Press & Blackwell Publisher Ltd, London, 2000.

BOGUCKI, 2013

Bogucki L., *Areas and Methods of Audiovisual Translation Research – 2nd Revised Edition*, Peter Lang, Frankfurt am Main, 2013.

BOLLYWOOD4ALL, 2009

Sonali, R., *Bollywood for all. The demand for audio described Bollywood films*.

Disponibile al seguente link:  
([https://www.rnib.org.uk/sites/default/files/2009\\_09\\_Bollywood\\_AD\\_report\\_0.doc](https://www.rnib.org.uk/sites/default/files/2009_09_Bollywood_AD_report_0.doc)). Consultato il: 05/11/2015

BRANJE, FELS, 2012

Branje, C. J., & Fels, D. I., “LiveDescribe: Can amateur describers create high-quality audio description?” *Journal of Visual Impairment & Blindness*, 106(3), (pp. 154-165), 2012.

BRAUN, ORERO, 2010

Braun s. & Orero p., “Audio Description with Audio Subtitling – an emergent modality of audiovisual localisation”. In *Perspectives: Studies in Translatology*, n. 18, (pp.173-188), 2010.

BUSARELLO, 2014

Busarello E., “La Cooperativa Sociale Senza Barriere ONLUS”, in Perego E. (a cura di), *L’audiodescrizione filmica per i ciechi e gli ipovedenti*, Eut Edizioni Università di Trieste, (pp. 107-115) 2014.

BUSHBY, 2012

Bushby H., (2012), “London 2012: Audio commentary for Paralympic ceremonies”.  
Disponibile al link: (<http://www.bbc.com/news/uk-17269543>). Consultato il: 05/11/2015

CABEZA-CACERES, 2011

Cabeza-Caceres, C., “Intonation in AD: Does It Affect Users’ Comprehension?” Conference paper presented at *4<sup>th</sup> Media For All Conference*, London, 2011.

CARMICHAEL & RABBITT, 1993

Carmichael A. & Rabbitt, P. M. A., 1993, “Survey of visually impaired people’s behaviour and attitudes towards television and their aspirations for audio description”. In *AUDETTEL Project Deliverable 18, Part 2 of Final Report*. London: Age and Cognitive Performance Research Centre.

CHMIEL, MAZUR, 2012

Chmiel A., Mazur I., "AD reception research: Some methodological considerations." In: a cura di Perego, E. (ed) *Emerging topics in translation: Audio description*, EUT Edizioni Trieste, 2012.

CHAPDELAINE, 2010

Chapdelaine C., "In Situ Study of Blind Individuals Listening to Audiovisual Content", 2010. *Proceedings of the 12th international ACM SIGACCESS conference on Computers and accessibility - ASSETS '10*

CIPOLLA & FACCIOLI, 1995

Cipolla C. & Faccioli P., *Introduzione alla Sociologia Visuale*, Franco Angeli Srl, Milano, 1995.

C.I.R.M., 2003

C.I.R.M., *Ricerca n. 22514 - Unione Italiana Ciechi e ipovedenti: Ricerca di base sui Non Vedenti*, 2003.

Disponibile al seguente link:  
(<https://www.uiciechi.it/documentazione/paginetematiche/IntroPagineTematiche.asp>).  
Consultato il: 05/11/2015

CRONIN & KING, 1990

Cronin, B.J. & King, S.R. (1990). "The development of descriptive video service". In *Journal of Visual Impairment & Blindness*, n. 80, (pp. 503-506), 1990.

CRUCIANI et Al, (2006)

Cruciani F. et Al., "Classificazione dell'Ipovisione", in *Oftalmologia Sociale N. 2-2006*, (pp. 15-19), 2006.

CRUCIANI, DI PILLO, 2011

Cruciani F., Di Pillo S., "Cecità e Ipovisione in Italia", in *Oftalmologia Sociale N4-2011* (pp. 28-50), 2011.

CSA, 2013

Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), *Accessibilité des programmes aux personnes handicapées: engagements à la hausse des chaînes TF1, TMC, M6, W9, Canal+, D8, BeIN Sport 1 et BeIN Sport 2*, 2013. Consultabile al link: (<http://www.csa.fr/Espace-Presse/Communiqués-de-presse/Accessibilite-des-programmes-aux-personnes-handicapees-engagements-a-la-hausse-des-chaines-TF1-TMC-M6-W9-Canal-D8-BeIN-Sport-1-et-BeIN-Sport-2>). Consultato il: 05/11/2015

DCMP, 2015

Described and Captioned Media Program (DCMP), "Description Timeline Highlights", 2015. Disponibile al link: (<https://www.dcmp.org/ai/193/>). Consultato il: 05/11/2015

DELLA DORA, 2015

Della Dora L., *Digital, Social & Mobile 2015: tutti i numeri globali e italiani*, 2015.

Disponibile al seguente indirizzo: (<http://wearesocial.com/it/report-ricerche/digital-social-mobile-2015-tutti-numeri-globali-italiani>). Consultato il: 05/11/2015

DIAZ, 2010

Diaz-Cintaz J., “La accesibilidad a los medios de comunicación audiovisual a través del subtítulo y de la audiodescripción”, in *Actas del IV Congreso El Español, Lengua de Traducción. El español, lengua de traducción para la cooperación y el diálogo*, 2010.

DTV4ALL, 2010

European Commission, *DTV4ALL*, 2008-2010. Disponibile al seguente link: (<http://www.psp-dtv4all.org/>)

ECO, 2002

Eco U., “Les sémaphores sous la pluie”. In Eco Umberto, *Sulla Letteratura*, (pp. 191-214). Bompiani, Milano, 2002.

FELS, UDO, DIAMOND & DIAMOND, 2006

Fels D. I., Udo J. P., Diamond J., & Diamond J. (2006). “A comparison of alternative narrative approaches to video description for animated comedy”. In *Journal of Visual Impairment and Blindness*, 100(5), (pp. 295-305), 2006.

FRAZIER, 1975

Frazier, G., *The autobiography of Miss Jane Pitman: An all-audio adaptation of the teleplay for the blind and visually handicapped* (Tesi di Laurea non pubblicata). San Francisco State University, USA, 1975.

FREEMAN & LESSITIER, 2001

Freeman & Lessitier, (2001), “A cross-media presence questionnaire: the ITC- Sense of Presence inventory”, in *Presence*, Vol. 10, n. 3, (pp. 282–297), 2001.

FREEMAN & LESSITER, 2010

Freeman J., Lessiter J., *Evaluation of partially sighted people's viewing experiences of 3D relative to 2D TV*, 2010. Disponibile al seguente link: ([https://www.rnib.org.uk/sites/default/files/3DTV\\_pdf\\_report.pdf](https://www.rnib.org.uk/sites/default/files/3DTV_pdf_report.pdf)). Consultato il: 05/11/2015

FRYER & FREEMAN, 2012

Fryer & Freeman, 2012, “Presence in those with and without Sight: Audio Description and its Potential for Virtual Reality Applications”. In *Journal of CyberTherapy & Rehabilitation*, 2012, Vol. 5, n. 1, (pp. 15-23), 2012.

FRESNO, 2012

Fresno, N. (2012). “Experimenting with characters: An empirical approach to the audio description of fictional characters”. In A. Remael, P. Orero, M. Carroll (Eds.), *Audiovisual translation and media accessibility at the crossroads. Media for All 3*, (pp. 147-171). Amsterdam: Rodopi, 2012.

FRYER, 2010

Fryer, L. “Directing in reverse”. In I. Kemble (Ed.), *The changing face of translation. Proceedings of the 9th annual Portsmouth translation conference* (pp. 63-72). University of Portsmouth, 2010.

FRYER & FREEMAN, 2012a

Fryer, L., & Freeman, J. "Presence in those with and without sight: Audio description and its potential for virtual reality applications". In *Journal of CyberTherapy & Rehabilitation*, Vol. 5, n. 1, (pp. 15-23), 2012a.

FRYER & FREEMAN, 2012b

Fryer, L., & Freeman, J. (2012b). "Cinematic language and the description of film: Keeping AD users in the frame". In *Perspectives: Studies in Translatology*, Volume 21, Issue 3, (pp. 421-426) 2013.

FRYER, PRING & FREEMAN, 2013

Fryer, L., Pring, L., & Freeman, J. "Audio drama and the imagination: The influence of sound effects on presence in people with and without sight". In *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications*, 25(2), (pp. 65-71), 2013.

GAZZANINI, 2015

Gazzanini C., *I politici fanno le nomine, ma il contratto Stato-Rai è scaduto da 32 mesi*, 2015  
Disponibile al link: (<http://www.linkiesta.it/it/article/2015/08/09/i-politici-fanno-le-nomine-ma-il-contratto-stato-rai-e-scaduto-da-32-m/26994/>). Consultato il: 05/11/2015

GUIDICINI, 1989

Guidicini P., *Questionari, interviste, storie di vita : come costruire gli strumenti, raccogliere le informazioni ed elaborare i dati*, Franco Angeli Srl, Milano, 1989.

KATARYNKA, 2013

Fundacja Katarynka, "Audio description in Poland".  
Disponibile al seguente link: (<http://fundajakatarynka.pl/audio-description-in-poland/>).  
Consultato il: 05/11/2015

KEMP, 2015

Kemp S., 2015, *Digital, Social & Mobile in 2015: We are Social Compendium of Global Digital Statistics*.  
Disponibile al seguente indirizzo: ([http://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-social-mobile-in-2015/167-We\\_Are\\_Social\\_wearesocialsg\\_167JAN2015](http://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-social-mobile-in-2015/167-We_Are_Social_wearesocialsg_167JAN2015)). Consultato il: 05/11/2015

GREENING & ROLPH, 2007

Greening J., Rolph D., "Accessibility: raising awareness of audio description in the UK", in Diaz-Cintas J., Orero P., Remael A., *Media for All: Subtitling for the Deaf, Audio Description and Sign Language*, (pp. 127-138), 2007.

HERNANDEZ & MENDILUCE, 2004

Hernandez-Bartolomé A. & Mendiluce-Cabrera G., "Audesc: Translating Images into Words for Spanish Visually Impaired People", in *Meta: Translators' Journal*, Volume 49, nr. 2, (pp. 264-277), 2004.

HEWITT, 2015

Hewitt C., *Twin Cities: For blind theater-goers, a play-by-play*, 2013.  
Disponibile al link: ([http://www.twincities.com/ci\\_22326014/twin-cities-blind-theatergoers-play-by-play](http://www.twincities.com/ci_22326014/twin-cities-blind-theatergoers-play-by-play)). Consultato il: 05/11/2015

HILTON, 2010

Hilton K., *Painting audio pictures of Austrian football*, 2010. Disponibile al seguente link: (<http://www.psneurope.com/painting-audio-pictures-of-austrian-football/>). Consultato il: 05/11/2015

HORFILM, 2005

Hörfilm – Vereinigung Deutscher Filmbeschreiber, “Geschichte der Audiodeskription in Deutschland”, 2005.

Disponibile al seguente link: (<http://www.hoerfilmev.de/index.php?id=35>). Consultato il: 05/11/2015

IGAREDA & MATAMALA, 2012

Igareda, P., & Matamala, A., “Variations on the Pear Tree experiment: Different variables, new results?”. In I. Mazur & J.-L. Kruger (Eds.), *Pear stories and audio description: Language, perception and cognition across cultures [Special issue]. Perspectives: Studies in Translatology*, 20(1), (pp. 103-123), 2012.

IGLESIAS FERNANDEZ, 2010

Iglesias Fernández, E. (2010), “La dimensión paralingüística de la audiodescripción: Un acercamiento multidisciplinar”. In C. Jiménez Hurtado, C. Seibel & A. Rodríguez (Ed), *Un corpus de cine: Fundamentos teóricos y aplicados de la audiodescripción* (pp. 205-222). Granada: Tragamando, 2010.

LOMBARD & DITTON, 1997

Lombard, M. & Ditton, T. (1997). “At the heart of it all: the concept of presence”. In *Journal of Computer Mediated Communication*, Vol. 3, n. 2, (pp. 1-39).

MAZZOCCHI, 2012

Mazzocchi S., “Audiolibri, che passione! Un mercato in espansione”, in *Repubblica*, 11 / 08 / 2012. Disponibile al seguente link: ([http://www.repubblica.it/spettacoli-e-cultura/2012/11/08/news/boom\\_audiolibri-46191417/](http://www.repubblica.it/spettacoli-e-cultura/2012/11/08/news/boom_audiolibri-46191417/)). Consultato il 24/11/2015

ISTAT, 2008

Istituto di Statistica (ISTAT), *Condizioni di salute e ricorso ai servizi sanitari anno 2004*, dicembre 2008.

Disponibile al seguente link (<http://www.istat.it/it/archivio/10836>). Consultato il 24/11/2015

ISTAT, 2010

Istituto di Statistica (ISTAT), *La disabilità in Italia – Il quadro della statistica ufficiale*, 2010.

Disponibile al seguente link: ([http://www3.istat.it/dati/catalogo/20100513\\_00/arg\\_09\\_37\\_la\\_disabilita\\_in\\_Italia.pdf](http://www3.istat.it/dati/catalogo/20100513_00/arg_09_37_la_disabilita_in_Italia.pdf)).

Consultato il: 05/11/2015

ISTAT, 2014

Istituto di Statistica (ISTAT), *Condizioni di salute e ricorso ai servizi sanitari anno 2013*, 29 dicembre 2014.

Disponibile al seguente link (<http://www.istat.it/it/archivio/144093>). Consultato il 24/11/2015

ISTAT, 2015a

Istituto di Statistica (ISTAT), *Indicatori Demografici*, 2015.

Disponibile al seguente indirizzo (<http://www.istat.it/it/archivio/149003>). Consultato il 28/05/2016.

ISTAT, 2015b

Istituto di Statistica (ISTAT), *Italia in Cifre 2015*, 2015

Disponibile al seguente link: (<http://www.istat.it/it/files/2015/08/ItaliaInCifre2015It.pdf>). Consultato il 28/05/2016.

JOSEPHSON, 1968

Josephson, E., *The spatial life of blind people* (Research Series 19). New York: American Foundation for the Blind, 1968.

LODGE, SLATER, 1992

Lodge, N. K. & J. N. Slater, "Helping blind people to watch television – the AUDETEL project". In *Proceedings of the International Broadcasting Convention, IEE Conference 358*, (pp. 86-9, Amsterdam, 1992).

LODGE, SLATER, 1992

Lodge, N. K., N. W. Green y J. P. Nunn (1994). "Audetel, Audio Described Television – the launch of national trials", *Proceedings of the International Broadcasting Convention, IEE Conference 397*, (pp. 140-145), Amsterdam, 1994.

MATAMALA, 2007

Matamala A., "Audiodescription in Catalonia", in *Translation Watch Quarterly*, Volume 3, nr. 2, (pp. 37-48), 2007.

MIUR, 2013

M.I.U.R., *L'integrazione scolastica degli alunni con disabilità – Dati statistici A.S. 2012/2013*, (2013). Disponibile al seguente link: ([http://www.istruzione.it/allegati/integrazione\\_scolastica\\_degli\\_alunni\\_con\\_disabilita.pdf](http://www.istruzione.it/allegati/integrazione_scolastica_degli_alunni_con_disabilita.pdf))

MORISSET, GONANT, 2008

Morisset L, Gonant F., *Charte de Qualité de l'Audiodescription*, (2008).

Disponibile al seguente link: (<http://www.enaparte.org/audiodescription/pdf-doc/Charte-de-laudiodescription.pdf>). Consultato il: 05/11/2015

NEVES, 2011

Neves J., (2011), *Guia de Audiodescriçao imagens que se ouvem*, Seleprinter. Lda – Portugal.

OFCOM, 2000

Office of Communications (OFCOM), *ITC guidance on standards for Audio Description*. London, 2000.

OFCOM, 2009a

Office of Communications (OFCOM), *Research into the Awareness and Usage of AD*, 2009a. Disponibile al seguente link: ([http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/tv-research/Access\\_Services\\_Report.pdf](http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/tv-research/Access_Services_Report.pdf)). Consultato il: 05/11/2015

OFCOM, 2009b

Office of Communication (OFCOM), *Television Access Services – Literature Review*, 2009b. Disponibile al seguente link: (<http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/consultations/accessservs/annexes/litreview.pdf>). Consultato il: 05/11/2015

OFCOM, 2012

Office of Communication (OFCOM), *Code on Television Access Services*, 2012. Disponibile al seguente link: (<http://stakeholders.ofcom.org.uk/broadcasting/broadcast-codes/tv-access-services/code-tv-access-services-2013/>). Consultato il: 05/11/2015

ONCE, 2014

ONCE, *Audesc mobile: la audiodescrizione en nuestra mano*, 2014. Disponibile al seguente link: (<http://cidat.once.es/home.cfm?id=1516&nivel=2>). Consultato il: 05/11/2015

OPPENHEIM, 2000

Oppenheim A. N., 2000, *Questionnaire Design, Interviewing and Attitude Measurement*, Bloomsbury Academic, London, 2000.

ORERO, 2007a

Orero P., “Pioneering audio description: an interview with Jorge Arandes”. In *Jostrans – The Journal of Specialised Translation* n. 7. (pp. 190-194), 2007

ORERO, 2007b

Orero P., “Sampling audio description in Europe”. In Diaz-Cintaz J., Orero P., Remael A., *Media for All: Subtitling for the Deaf, Audio Description and Sign Language*, Amsterdam, Rodopi, (pp.111-126), 2007

ORERO & MATAMALA, 2007

Orero P. & Matamala A., “Accessible Opera: Overcoming Linguistic and Sensorial Barriers”. In *Perspectives: Studies in Translatology*, Vol. 15, n. 4, (pp. 267-77), 2007.

ORERO, 2008a

Orero, P. (2008a). “Three different receptions of the same film: ‘The Pear Stories Project’ applied to audio description”. In *Perspectives: Studies in Translatology*, Vol. 12, n. 2, (pp. 179-193), 2008.

PACKER & KIRCHNER, 1997

Packer J., Kirchner C., “Who's Watching? A Profile of the Blind and Visually Impaired Audience for Television and Video”, 1997. Disponibile al seguente link: (<http://www.afb.org/section.aspx?FolderID=3&SectionID=3&TopicID=135&DocumentID=1232>). Consultato il: 05/11/2015

PALUMBO & GARBARINO, 2006

Palumbo M., Garbarino E., 2006, *Ricerca sociale: metodi e tecniche*, Franco Angeli Srl, Milano.

PELI et Al. 1996

Peli, E., Fine, E., & Labianca, A., "Evaluating visual information provided by audio description". In *Journal of Visual Impairment and Blindness (JVIB)*, Vol. 90, n.5, (pp. 378-385), 1996.

PELLICCIARI & TINTI, 1989

Pellicciari G., Tinti G., "Tecniche di ricerche sociali", Franco Angeli Srl, Milano, 1989.

PEREGO, 2014

Perego E., (2014), "Da dove viene e dove va l'audiodescrizione filmica per i ciechi e gli ipovedenti". In Elisa Perego (a cura di), *L'audiodescrizione filmica per i ciechi e gli ipovedenti*. Eut Edizioni Università di Trieste, (pp. 15-46), 2014.

PETRE, 2005

Petre L., (2005) "Briefing paper: user feedback on audio-description and the case for increasing audiodescription target". In Office of Communication (OFCOM), *Television Access Services – Literature Review*, 2009.

Disponibile al seguente link:  
(<http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/consultations/accessservs/annexes/litreview.pdf>).  
Consultato il: 05/11/2015

PETTITT et Al., 1996a

Pettitt, B., Sharpe, K., & Cooper, S., "AUDETEL: Enhancing television for visually impaired people". In *British Journal of Visual Impairment*, Vol. 14, n. 2, (pp. 48-52), 1996.

PORTLOCK et Al., 2008

Portlock S., Petré L., Pescod D., *The future of access to television for blind and partially sighted people in Europe*, 2008.

Disponibile al seguente link: (<http://www.euroblind.org/working-areas/access-to-information/nr/63>). Consultato il: 05/11/2015

RAI, S., 2009

Rai S., *Bollywood for all. The demand for audio described Bollywood films*.

Disponibile al seguente link:  
([https://www.rnib.org.uk/sites/default/files/2009\\_09\\_Bollywood\\_AD\\_executive\\_summary%20Word.doc](https://www.rnib.org.uk/sites/default/files/2009_09_Bollywood_AD_executive_summary%20Word.doc)). Consultato il: 05/11/2015

RAI, S. et Al., 2010

Rai S., Greening J., Petré L., *A Comparative Study of AudioDescription Guidelines Prevalent in Different Countries*, 2010, Media and Culture Department, RNIB, London

RAI S., 2011

Rai S., *RNIB International AD Exchange Study. Observations from a focus group study*.  
Disponibile al link: ([https://www.rnib.org.uk/sites/default/files/AD\\_pdf.pdf](https://www.rnib.org.uk/sites/default/files/AD_pdf.pdf)). Consultato il: 05/11/2015

RAI, 2015

RAI., *L'attenzione alle disabilità sensoriali*. Disponibile al link: (<http://www.bilanciosociale.rai.it/it/l-attenzione-alle-disabilita-sensoriali>). Consultato il: 05/11/2015

REPUBBLICA, 2015

“Istat, Italia sempre più 'vecchia': crollo delle nascite, oltre 44 anni l'età media”, in *La Repubblica*, 15 giugno 2015. Disponibile al seguente link: ([http://www.repubblica.it/economia/2015/06/15/news/italia\\_sempre\\_piu\\_vecchia\\_crollo\\_delle\\_nascite\\_e\\_eta\\_media\\_44\\_4\\_anni-116905758/](http://www.repubblica.it/economia/2015/06/15/news/italia_sempre_piu_vecchia_crollo_delle_nascite_e_eta_media_44_4_anni-116905758/)). Consultato il: 05/11/2015

RICCIO, 2007

Riccio J., 2007, *Evaluating alternative styles of audiodescription in an animated comedy*”, Ryerson University. (Tesi di laurea). Disponibile al seguente link: ([http://digital.library.ryerson.ca/islandora/object/RULA%3A1037/datastream/OBJ/download/Evaluating\\_alternative\\_styles\\_of\\_audio\\_description\\_in\\_an\\_animated\\_comedy.pdf](http://digital.library.ryerson.ca/islandora/object/RULA%3A1037/datastream/OBJ/download/Evaluating_alternative_styles_of_audio_description_in_an_animated_comedy.pdf)). Consultato il: 05/11/2015

RNIB, 2014

Royal National Institute of the Blind (RNIB), “We love audio description: UK broadcasters”, 2014. Disponibile al seguente link: (<http://www.rnib.org.uk/we-love-audio-description-uk-broadcasters>). Consultato il: 05/11/2015

RNIB, 2015a

Royal National Institute of the Blind (RNIB), “Leisure activities and sports”. Disponibile al link: (<http://www.rnib.org.uk/information-everyday-living-home-and-leisure/leisure-activities-and-sports>). Consultato il: 05/11/2015

RNIB, 2015b

Royal National Institute of the Blind (RNIB), “Audio-description event celebrates progress and sets challenges for the future”. Disponibile al link: (<http://www.rnib.org.uk/audio-description-event-celebrates-progress-and-sets-challenges-future>). Consultato il: 05/11/2015

SABINE, 2008

Sabine B., (2008), “Audiodescription Research: State of the Art and Beyond”, in *Translation Studies in the New Millenium 6*

SANCHES, 2014

Sanches Alves Santiago S. M., *Audiodescrição em contexto de teatro em Portugal*. Tesi di Laurea, 2014. Disponibile al link: (<https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/81764/2/128529.1.pdf>). Consultato il: 05/11/2015

SASSER, 2009

Sasser W. M., “The Ultimate Choice: James Stovall never let blindness interfere with his dreams”. In *Distinctly Oklahoma*, 1/03/2009. Disponibile al link: (<http://www.distinctlyoklahoma.com/editorial/jamesstovall>). Consultato il: 05/11/2015

SCHMEIDLER & KIRCHNER, 1996

Schmeidler E., Kirchner C., *Adding audio description to television science programs: Impact on legally blind viewers*. (Final Report of Grant ESI-9253447, National Science Foundation), 1996. New York: *American Foundation of the Blind*.

SCHMEIDLER & KIRCHNER, 2001a

Schmeidler E. & Kirchner C., "Adding Audio Description: does it make a difference?" in *Journal of Visual Impairment*, Vol. 95, n. 4, (pp. 197-212), 2001.

SCHMEIDLER & KIRCHNER, 2001b

Schmeidler E. & Kirchner C., (2001b), *Adding Audio Description to Television Science Programs: impact on Legally Blind Viewers*. Digitized by the Internet Archive, 2012.

Disponibile al seguente link: (<http://archive.org/details/addingaudiodescrOounse>)

SLATER, USOH & STEED 1994

Slater M. & Usoh M., Steed A., "Depth of presence in virtual environments". In *Presence-Teleoperators and Virtual Environments*, Vol. 3, n. 2, (pp. 130-144), 1994.

SZARKOWSKA, 2009

Szarkowska A., "The audiovisual landscape in Poland at the dawn of the 21st century." In: Goldstein A. e Golubović B., (eds) *Foreign Language Movies – Dubbing vs. Subtitling*. Hamburg, (pp. 185-201), 2009.

THOMAS 1996

Thomas, R. Jr., "Gregory T. Frazier, 58, Helped Blind See Movies With Their Ears." *The New York Times*, 1996.

Disponibile al seguente link: (<http://www.nytimes.com/1996/07/17/us/gregory-t-frazier-58-helped-blind-see-movies-with-their-ears.html>). Consultato il: 05/11/2015

UNI EN ISO 9000

International Organisation for Standardization (ISO), *UNI EN ISO 9000*, 2005.

UTRAY et Al., 2009

Utray F. et Al., "The Present and Future of Audio Description and Subtitling for the Deaf and Hard of Hearing in Spain". In *META*, Vol. 54, nr. 2, (pp. 248-263), 2009.

VAN der HEIJDEN, 2007

Van der Heijden, M., *Film en televisie toegankelijk voor blinden en slechtzienden. Een onderzoek naar de functionaliteit van geluid bij audiodescriptie*. Unpublished MA paper. Hogeschool voor de Kunsten Utrecht, Faculteit Kunst, Media & Technologie, 2007.

VIGHETTI, 2013

Vighetti, M. "Histoire".

Disponibile al Link: (<https://audiodescriptionfrance.wordpress.com/histoire/>). Consultato il: 05/11/2015

W.B.U., 2011

World Blind Union, *Ageing and Visual impairment. A report by the Elderly Working Group of the World Blind Union*, 2011.

Disponibile al link: ([www.worldblindunion.org](http://www.worldblindunion.org)). Consultato il: 05/11/2015

## Leggi e riferimenti normativi

### COSTITUZIONE DELLA REPUBBLICA ITALIANA

Senato della Repubblica Italiana, *Costituzione della Repubblica Italiana*. In *Gazzetta ufficiale* n. 298, 1947.

### BOE-A-2001-13268

Governo spagnolo, *Ley 15/2001 de 9 de julio, de fomento y promoción de la cinematografía y el sector audiovisual*. In *Boletín de Estado* n. 164, 10 luglio 2001, (pp 24904 a 24909). Disponibile al seguente link: ([https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2001-13268](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2001-13268)). Consultato il: 05/11/2015

### BOE-A-2007-22439

Governo spagnolo, *Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine*. In *Boletín de Estado* n. 312, 29 dicembre 2007. Disponibile al seguente link: (<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-22439>). Consultato il: 05/11/2015

### BOE-A-2010-5292

Governo spagnolo, *Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual*. . In *Boletín de Estado* n. 79, 01 aprile 2010. Disponibile al seguente link: (<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-5292>). Consultato il: 05/11/2015

### BG, 805–9–A

Der Landtag des Freistaates Bayern, *Bayerisches Gesetz zur Gleichstellung, Integration und Teilhabe von Menschen mit Behinderung und zur Änderung anderer Gesetze*, 2003, In *Bayerisches Gesetz- und Verordnungsblatt* n. 15/2003. Disponibile al link: (<http://www.netzwerk-artikel-3.de/dokum/baybgg.pdf>). Consultato il: 05/11/2015

### CdS, 2010

Ministero dello Sviluppo Economico, *Contratto nazionale di Servizio 2010-2012*. Disponibile al seguente link: (<http://www.segretariatosociale.rai.it/dl/sociale/website/ContentItem-51423263-15e4-4b02-ad05-95da13a172bf.html>). Consultato il: 05/11/2015

### CSA, 2011

Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), (2011), *Règlement relatif à l'accessibilité des programmes aux personnes à déficience sensorielle - Avis n°02/2011*, 2011.

Disponibile al seguente link: ([http://www.csa.be/system/documents\\_files/1534/original/CAV\\_20110506\\_reglement\\_accessibilite.pdf?1305100227](http://www.csa.be/system/documents_files/1534/original/CAV_20110506_reglement_accessibilite.pdf?1305100227)). Consultato il: 05/11/2015

### CSA, 2013

Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), *Décret coordonné sur le services de média audiovisuels*, 2013.

Disponibile al seguente link: ([http://www.csa.be/system/documents\\_files/1440/original/D%C3%A9cret%20SMA%20coordonn%C3%A9%20au%2012%20mars%202015.pdf?1431957507](http://www.csa.be/system/documents_files/1440/original/D%C3%A9cret%20SMA%20coordonn%C3%A9%20au%2012%20mars%202015.pdf?1431957507)). Consultato il: 05/11/2015

DCJSM, 2008

Departement Cultuur, Jeugd, Sport & Media, *Participatiedecreet – Decreet van 18 januari 2008 houdende flankerende en stimulerende maatregelen ter bevordering van de participatie in cultuur, jeugdwerk en sport*, 2008.

Disponibile al seguente link:  
([http://www.sociaalcultureel.be/doc/Doc\\_PART/2014/20140509\\_geco%C3%B6rdineerde%20versie%20participatiedecreet.pdf](http://www.sociaalcultureel.be/doc/Doc_PART/2014/20140509_geco%C3%B6rdineerde%20versie%20participatiedecreet.pdf)). Consultato il: 05/11/2015

DEC. LEG. 196/2003

Senato della Repubblica Italiana, Decreto Legislativo 30 giugno 2003, n. 196, “Codice in materia di protezione dei dati personali”, in *Gazzetta Ufficiale* n. 174, 29 luglio 2003. Supplemento Ordinario n. 123, 2003.

DEC. LEG. 177/2005

Senato della Repubblica Italiana, *Decreto Legislativo 31 luglio 2005, n. 177. Testo unico della radiotelevisione*. In *Gazzetta Ufficiale* n. 208, 2005.

DELIBERACAO 4/2014

Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), (2014), *Deliberação 4/2014 (OUT-TV) - Plano plurianual que define o conjunto de obrigações relativas à acessibilidade dos serviços de programas televisivos e dos serviços audiovisuais a pedido por pessoas com necessidades especiais*.

Disponibile al seguente link:  
(<http://www.erc.pt/download/YToyOntzOjg6ImZpY2hlaXJvIjtzOjM5OiJtZWVpYS9kZW5pc29lcy9vYmplY3RvX29mZmxpbmUvMjM3OC5wZGYiO3M6NjoidGl0dWxvIjtzOjI0OiJkZWxpYmVvYWNhby00MjAxNC1vdXQtdHYiO30=/deliberacao-42014-out-tv>). Consultato il: 05/11/2015

FRSV, 1987

Fünftehnter Rundfunkänderungsstaatsvertrag, *Rundfunkänderungsstaatsvertrag*, 1987.

Disponibile al seguente link:  
([http://www.ard.de/download/682716/15\\_\\_Rundfunkaenderungs\\_\\_staatsvertrag.pdf](http://www.ard.de/download/682716/15__Rundfunkaenderungs__staatsvertrag.pdf)). Consultato il: 05/11/2015

KRRT, 1992

Krajowa Rada Radiofonii I Telewizji, *Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o Radiofonii i Telewizji*, 1992.

Disponibile al seguente link:  
(<http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU19930070034>). Consultato il: 05/11/2015

LEGGE 104/1992

Senato della Repubblica Italiana, *Legge quadro per l'assistenza. l'integrazione sociale e i diritti delle persone handicappate – Legge 5 febbraio 1992 n. 104*. In *Gazzetta Ufficiale* n. 39, 1992.

LEGGE 138/2001

Senato della Repubblica Italiana, Legge 138/2001, *Classificazione e quantificazione delle minorazioni visive e norme in materia di accertamenti oculistici*. In *Gazzetta Ufficiale* n. 93, 2001.

#### LEGGE 633/41

Senato della Repubblica Italiana, *Legge 633/41 – Protezione del diritto d'autore e di altri diritti connessi al suo esercizio e successive modificazioni*. In *Gazzetta Ufficiale* n. 166, 1941.

Disponibile al seguente link:  
([https://www.siae.it/sites/default/files/BG\\_Normativa\\_LeggeDirittoAutore.pdf](https://www.siae.it/sites/default/files/BG_Normativa_LeggeDirittoAutore.pdf)). Consultato il: 05/11/2015

#### LEGGE 9/2004

Senato della Repubblica Italiana, Legge 9/2004, *Legge Stanca. Disposizioni per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici*. In *Gazzetta Ufficiale* n. 13, 2004.

#### LEGGE 18/2009

Senato della Repubblica Italiana, *Legge 3 marzo 2009, n. 18, Ratifica ed esecuzione della Convenzione delle Nazioni Unite sui Diritti delle Persone con Disabilità, con Protocollo Opzionale, fatta a New York il 13 Dicembre 2006 e istituzione dell'Osservatorio Nazionale sulla Condizione delle Persone con Disabilità*. In *Gazzetta ufficiale* n. 61, 2009.

Disponibile al link: (<http://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:legge:2009;18>). Consultato il: 05/11/2015

#### LEGGE 155/1965,

Senato della Repubblica Italiana, *Modifiche e integrazioni delle norme sul collocamento obbligatorio dei centralinisti ciechi*.

Disponibile al link: (<http://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:legge:1965;155>). Consultato il: 05/11/2015

#### LEI 27/2007

Governo portoghese, *Lei n.º 27/2007, de 30 de Julho - Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais a Pedido*. In *Diário da República*, 1.ª série n. 14,5 30 luglio 2007.

Disponibile al link: ([http://www.erc.pt/documentos/Lei\\_Televisao\\_2007.pdf](http://www.erc.pt/documentos/Lei_Televisao_2007.pdf)). Consultato il: 05/11/2015

#### LOI 2005-102

Governo francese, *LOI n° 2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées*. In *JORF* n. 36, 12 febbraio 2005 (p. 2353 sgg.).

Disponibile al seguente link:  
(<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000809647&categorieLien=id>). Consultato il: 05/11/2015

#### LOI 2009-258

Governo francese, *LOI n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision*, (2005). In *JORF* n. 28, 5 marzo 2009.

Disponibile al seguente link:  
(<http://legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000020352071>). Consultato il: 05/11/2015

#### OFCOM, 1996

Office of Communications (OFCOM), *1996 Broadcasting Act*.

Disponibile al link: (<http://www.legislation.gov.uk/ukpga/1996/55/contents>). Consultato il: 05/11/2015

OFCOM, 2003

Office of Communications (OFCOM), *Communication Act 2003*.

Disponibile al seguente link: (<http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2003/21/contents>). Consultato il: 05/11/2015

OFCOM, 2004

Office of Communications (OFCOM), *Code on Television Acces Service 2004*.

Disponibile al seguente link: (<http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/broadcast/other-codes/ctas.pdf>). Consultato il: 05/11/2015

OFCOM, 2015

Office of Communications (OFCOM), *Television access services report 2014*.

Disponibile al seguente link: ([http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/tv-research/access-service-reports/Access\\_Report\\_2014.pdf](http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/tv-research/access-service-reports/Access_Report_2014.pdf)). Consultato il: 05/11/2015

O.N.U., 2007

Organizzazione delle Nazioni Unite (O.N.U.), *La Convenzione O.N.U. sul diritto alle Persone con disabilità*, New York, 2006.

(trad. di: *Convention on the Rights of Persons with Disabilities*, United Nation (U.N.), New York, 2006).

PHV, 2009-2011

Governo francese, *Le plan «Handicap visuel» 2008-2011: Pour une intégration pleine et entière des personnes aveugles et malvoyantes à la vie de la Cité*.

Disponibile al seguente link: ([http://apedv.org/files/plan\\_handicap\\_visuel.pdf](http://apedv.org/files/plan_handicap_visuel.pdf)). Consultato il: 05/11/2015

(PUB.L. 93-112)

Senate and House of Representatives of the Unites States of America, *Rehabilitation Act of 1973 – Section 508*. Disponibile al seguente link: (<https://www.fcc.gov/general/section-508-rehabilitation-act>). Consultato il: 05/11/2015

(PUB. L. 111-260)

Senate and House of Representatives of the Unites States of America, *Twenty-First Century Communications and Video Accessibility Act of 2010*.

Disponibile al seguente link: (<https://www.fcc.gov/consumers/guides/21st-century-communications-and-video-accessibility-act-cvaa>). Consultato il: 05/11/2015

U.E., 2010/C 636

Unione Europea, 2010/C 636, *Strategia europea sulla disabilità 2010-2020: un rinnovato impegno per un'Europa senza barriere*.

Disponibile al seguente link: (<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0636:FIN:IT:PDF>). Consultato il: 05/11/2015

U.E., 2010/13/UE

Unione Europea, 2010/13/UE, *Direttiva sui servizi di media audiovisivi*. in *Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L95/1, 15/4/2010*.

Disponibile al seguente link: (<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32010L0013&from=EN>). Consultato il: 05/11/2015

U.E., 2012/C 326/01a

Unione Europea, 2012/C 326/01, *Versione consolidata del trattato sull'Unione europea e del trattato sul funzionamento dell'Unione europea*. In *Gazzetta ufficiale dell'Unione Europea C326/116, 2012*.

Disponibile al link: (<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=OJ:C:2012:326:FULL&from=IT>). Consultato il: 05/11/2015

U.E., 2012/C 326/391

Unione Europea, 2012/C 326/391, *Carta dei Diritti dell'Unione Europea*, (2012), in *Gazzetta ufficiale dell'Unione europea*, C 326/391, 2012.

U.S.A., 2010

Congress of the United States of America, *Twenty-First Century Communications and Video Accessibility Act of 2010*.

Disponibile al link: (<https://www.fcc.gov/general/twenty-first-century-communications-and-video-accessibility-act-0>). Consultato il: 05/11/2015

VRM, 2009

Vlaamse Regulator voor de Media (VRM), *Mediadecreet - Decreet betreffende Radio - Omroep en Televisie van 27 Maart 2009*, (2009).

Disponibile al seguente link: ([http://www.vlaamseregulatormedia.be/sites/default/files/mediadecreet\\_270309.pdf](http://www.vlaamseregulatormedia.be/sites/default/files/mediadecreet_270309.pdf)). Consultato il: 05/11/2015

## Filmografia

*Aanrijding in Moskou* (C. van Rompaey, 2008)  
*Afraid of the Dark* (M. Peplow, 1991)  
*American Hustle* (D. O’Russell, 2013)  
*American Playhouse*, (1982-1993)  
*Amor idiota* (V. Pons, 2005)  
*Mi ricordo di Anna Frank* (A. Negrin, 2009)  
*Arctic Tale* (A. Ravetch & S. Robertson, 2007)  
*L’assalto* (R. Tognazzi, 2014)  
*Bambi* (D. Hand, 1942)  
*Boogie Nights* (P. T. Anderson, 1997)  
*C’est le bouquet!* (J. Labrune, 2002)  
*La carica dei 101* (Wolfgang Reitherman, 1961)  
*Una casa nel cuore* (A. Porporati, 2014)  
*Divorce* (2016)  
*Les Anges gardiens* (J.M. Poiré, 1995)  
*Basic Instinct* (P. Verhoeven, 1992)  
*Belle Epoque* (F. Trueba, 1992)  
*Blind* (T. van den Dop, 2007)  
*Boris il Film* (L. Vendruscolo, G. Ciarrapico, M. Torre, 2011)  
*Bunker Palace Hôtel* (E. Bilal, 1989)  
*La Cage Dorée* (R. Alves, R. Blanco & J. Almeida, 2013)  
*A Canção de Lisboa* (J.C. Telmo, 1933)  
*Casablanca* (M. Curtiz, 1942)  
*I cavalieri che fecero l’impresa* (P. Avati, 2001)  
*Nuovo Cinema Paradiso* (G. Tornatore, 1988)  
*Il commissario Montalbano* (1999-in corso)  
*Confusi e felici* (M. Bruno, 2014)  
*Czarny czwartek* (J. Wiśniewski, 2010)  
*Diarios de motocicleta* (W. Salles, 2004)  
*Il discorso del Re* (*The King's Speech*, T. Hooper, 2010)  
*Per qualche dollaro in più* (S. Leone, 1965)

*Eine unheilige Liebe* (M. Verhoeven, 1993)  
*Le fabuleux destin d'Amélie Poulain* (J.P. Jeunet, 2001)  
*Una grande famiglia* (2012-in corso)  
*A Ferreirinha* (2004- in corso)  
*Eccezzziunale veramente – capitolo secondo... me* (C. Vanzina, 2006)  
*Emmanuelle* (J. Jaeckin, 1974)  
*Fuga dal Call Center* (F. Rizzo, 2008)  
*Fuoriclasse* (2011-2014)  
*G-Force – Superspie in missione* (H. Yeatman, 2009)  
*Gilda* (C. Vidor 1946)  
*Gola profonda* (G. Damiano, 1972)  
*Happy Days* (1974-1984)  
*Harry Potter and the Philosopher's Stone* (C. Columbus, 2001)  
*Hear my Song* (P. Chelsom, 1991)  
*A proposito di Henry (Regarding Henry)*, M. Nichols, 1991)  
*High Noon* (F. Zinnemann, 1952)  
*Home Alone* (C. Columbus, 1990)  
*Indiana Jones and the last Crusade* (S. Spielberg, 1989)  
*Inside Gola Profonda (Inside Deep Throat)*, F. Bailey, R. Barbato, 2005)  
*The Italian Job* (F. G. Gray, 2003)  
*Io sono Li* (A. Segre, 2011)  
*Le Jaguar* (F. Veber, 1996)  
*De Kampioenen* (1990-2011)  
*Karakter* (M. van Diem, 1997)  
*Katyn* (A. Wajda, 2007)  
*Kilimandjaro, au delà des limites* (2007)  
*L'un per l'altre* (2003-2005)  
*Langs de kade* (1988-1993)  
*Londyńczycy* (2008-2009)  
*Look Who's Talking* (A. Heckerling, 1989)  
*Ludzie Boga* (X. Beauvois, 2010)  
*The Majestic* (F. Darabont, 2001)  
*Majoria absoluta* (2002-2004)

*Malizia* (S. Samperi, 1973)  
*Mandela: Long Walk to Freedom* (J. Chadwick, 2013)  
*Mannaggia alla miseria* (Lina Wertmüller, 2010)  
*Don Matteo* (2000-in corso)  
*Mar adentro* (A. Amenábar, 2004)  
*Il maresciallo Rocca* (1996-2005)  
*Un medico in famiglia* (1998-in corso)  
*A Menina da Rádio* (A. Duarte, 1944)  
*Miasto nieujarzmione* (J. Zarzycki, 1950)  
*Milk* (S. Penn, 2008)  
*Tutta la musica del cuore* (2013-in corso)  
*The Three Musketeers*, (P. W. S. Anderson, 2011)  
*The Nativity Story* (C. Hardwicke, 2006)  
*Nicolas* (2000)  
*Per altri occhi* (S. Soldini, 2013)  
*Les Oiseaux de passage* (O. Ringer, 2015)  
*Papillon* (Franklin J. Schaffner, 1973)  
*O Pátio das Cantigas* (F. Ribeiro, 1942)  
*Il paradiso per davvero* (*Heaven is for Real*, R. Wallace, 2014)  
*Plats Bruts* (1999-2002)  
*The Pledge* (S. Penn, 2001)  
*Philomena* (S. Frears, 2013)  
*Pinocchio* (E. D'Alò 2012)  
*Un posto al sole* (1996-in corso)  
*Qualcuno d'amare* (*Like Someone in Love*, A. Kiarostami, 2013)  
*Ratatouille* (B. Bird, J. Pinkava, 2007)  
*Revenge* (*Revenge*, T. Scott, 1990)  
*Rosso come il cielo* (C. Bortone, 2005)  
*Un singe en hiver* (H. Verneuil, 1962)  
*Se souvenir des belles choses* (Z. Breitman, 2001)  
*See no Evil, Hear no Evil* (A. Hiller, 1989)  
*Senso 45* (T. Brass, 2002)  
*So What the Fuss* (Wonder S., Hunter P., 2005)

*Sole a catinelle* (G. Nunziante, 2013)  
*Something to talk about* (L. Hallström, 1995)  
*Spaghetti House* (G. Paradisi, 1982)  
*Spy Kids 3* (R. Rodriguez, 2003)  
*Tacones lejanos* (P. Almodóvar 1991)  
*Tajemnica twierdzy szyfrów* (2007)  
*The Ten Commandments* (C. B. De Mille, 1956)  
*Tessa* (2015)  
*Totò Peppino e la... Malafemmina* (C. Mastrocinque, 1956)  
*Ultimo tango a Parigi* (B. Bertolucci, 1972)  
*Vidocq – La maschera senza volto* (Vidocq, Pitof, 2001)  
*A prima vista* (*At First Sight*, I. Winkler, 1999)  
*Winnetoons ende schat van het wilde westen* (G. Ludewig, 2009)  
*XXL* (A. Zeïtoun, 1996)  
*De Zaak Alzheimer* (E. van Looy, 2003)  
*Zwartboek* (P. Verhoeven, 2006)

## Sitografia

Accès Culture, (<http://www.accesculture.org/>)

Albinit, (<http://albinit.org/>)

Allgemeinen Blinden und Sehbehindertenverein Berlin (ABSV), (<http://www.absv.de/>)

American Academy of Dramatic Arts (AADA), (<https://www.aada.edu/>)

American Council of the Blind (ACB), (<http://www.acb.org/>)

American Foundation of the Blind (AFB), (<http://www.afb.org/default.aspx>)

Associazione Pro Retinopatici e Ipovedenti (A.P.R.I.), (<http://www.ipovedenti.it/>)

Associació Catalana de Cecs i Disminuïts Visuals (ACCDV), (<http://www.b1b2b3.org/ca/>)

Association française d'audiodescription (AFA), (<https://audiodescriptionfrance.wordpress.com/>)

Association Valentin Haüy (AVH), (<http://www.avh.asso.fr/>)

Associazione Disabili Visivi (A.D.V.), (<http://www.disabilivisivi.it/>)

Associazione Nazionale Privi della Vista e Ipovedenti (A.N.P.V.I.), (<http://www.anpvionlus.it/>)

Audio-Description Coalition (ADC), (<http://www.audiodescriptioncoalition.org/index.html>)

Audio-Description Project (ADP), (<http://www.acb.org/adp/>)

Audioscenic ASBL, (<http://www.audioscenic.be/audioscenic/>)

Audiotales, (<http://www.audiotales.be/>)

AudioVision Inc, (<http://www.audiovision.org/>)

Bayerischer Blinden und Sehbehindertenbund (BBSB), (<http://www.bbsb.org/>)

Barrierefreier Zugang zu Audiodeskription, (<http://hoerfilm.info/ueber-das-projekt.html>)

Belgische Confederatie Blinden en Slechtzienden (BCBS), (<http://users.skynet.be/tekstinfo/presentatie/organisaties/23.html>)

Blindenzorg Licht en Liefde, (<http://www.blindenzorglichtenliefde.be/>)

Bundesliga On Ear, (<http://www.bundesliga.at/index.php?id=1503>)

California Audio Describers Alliance (CADA), (<http://www.cadescribers.org/>)

Centre for Access to Football in Europe (CAFE), (<http://www.cafefootball.eu/it>)

Cine Accesible, (<http://www.cineaccesible.com/>)

Cine de Barrio, (<http://www.rtve.es/alacarta/videos/cine-de-barrio/>)

cioffimichele.org, (<http://www.cioffimichele.org/>)

Consorzio Italiano per la Ricerca in Medicina (C.I.R.M.), (<http://www.cirm.net/>)

Cooperativa Sociale Onlus Trento, (<http://www.senzabarriere.org/cooperativa.html>)

Described and Captioned Media Program (DCMP)  
Descriptive Video Service (DVS), (<http://main.wgbh.org/wgbh/pages/mag/description.html>)  
Deutscher Blinden und Sehbehindertenverband (DBSV), (<http://www.dbsv.org/nc/startseite/>)  
Deutschen Hörfilm gGmbH (DHG), (<http://www.hoerfilm.de/>)  
European Blind Union, (E.B.U.), (<http://www.euroblind.org/>)  
Federal Communications Commission (FCC), (<https://www.fcc.gov/>)  
Fundacja Audiodeskrypcja, (<http://www.audiodeskrypcja.org.pl/>)  
Hörfilm-Vereinigung Deutscher Filmbeschreiber, (<http://www.hoerfilmev.de/>)  
Instituto Nacional de las Artes Escenicas y Musicales (INAEM),  
(<http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/artesescenicas.html>)  
INTRO, (<http://www.intro-events.be/en/about-intro>)  
Isiviù - Cultura Accessibile (<http://www.isiviu.com/>)  
Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT), (<http://www.istat.it/it/>)  
hörfilm.info, (<http://hoerfilm.info/>)  
La Gran Pelicula, (<http://lagranpelicula.com/>)  
Los Angeles Radio Reading Service (LARRS), (<http://www.larrs.org/>)  
Office of Communications (OFCOM), (<http://www.ofcom.org.uk/>)  
International Organisation for Standardization (ISO), (<http://www.iso.org/iso/home.htm>)  
Metropolitan Washington Ear (M.W.E.), (<http://www.washear.org/>)  
Motion Picture (MoPix) Access, (<http://ncam.wgbh.org/mopix/>)  
MovieReading (<https://www.moviereading.com/>)  
Movimento Apostolico dei Ciechi (M.A.C), (<http://www.movimentoapostolicociechi.it/>)  
Narrative Television Network, (NTN), (<http://www.narrativetv.com/>)  
Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE), (<http://www.once.es/new>)  
Polski Związek Niewidomych (PZN), (<http://pzn.org.pl/>)  
Segretariato sociale - RAI, (<http://www.segretariatosociale.rai.it/dl/sociale/website/Page-7402848f-fbee-444c-aed3-2107cc476569.html>)  
Retina Italia Onlus, (<http://www.retinaitalia.org/>)  
Royal National Institute of the Blind (RNIB), (<http://www.rnib.org.uk/>)  
Tournament of Roses Parade, (<https://www.tournamentofroses.com/>)  
Unione Italiana Ciechi e ipovedenti (U.I.C.I.), (<https://www.uiciechi.it/>)  
Unione Nazionale Volontari pro Ciechi, (U.N.I.Vo.C.), (<http://www.univoc.org/>)  
Vereniging Bartiméus Sonneheerdt, (<https://www.steunbartimeus.nl/>)

Vo'arte, InArte – Encontros Internacionais de Inclusão Pela Arte,  
(<http://www.voarte.com/pt/festvoarte/inarte/apresentacao>)  
WGBH Educational Foundation, (<http://www.wgbh.org/index.cfm>)

## **APPENDICI**

## Appendice 1.

### Questionario d'indagine conoscitiva

*“Il pubblico di riferimento del servizio di audiodescrizione televisiva/cinematografica in Italia: preferenze, aspettative e trend d'utilizzo di prodotti audiovisivi con e senza audiodescrizione da parte del pubblico non-vedente o ipovedente.”*

### Indice Sezioni

<b>Questionario: Sezione 1</b> .....	282
La demografia dei partecipanti .....	282
<b>Questionario audiodescrizione: Sezione 2</b> .....	283
Modalità di utilizzo della capacità visiva residua negli utilizzatori di prodotti audiovisivi .....	283
<b>Questionario: Sezione 3</b> .....	284
Modalità di fruizione del prodotto audiovisivo (senza AD) .....	284
<b>Questionario: Sezione 4</b> .....	287
Familiarità con prodotti audiodescritti, modalità di fruizione .....	287
<b>Questionario audiodescrizione: Sezione 5</b> .....	289
Modalità di fruizione del prodotto audiovisivo (con AD) .....	289
<b>Questionario audiodescrizione: Sezione 6</b> .....	290
Fattori che potrebbero determinare un incremento nell'utilizzo di un servizio di audiodescrizione .....	189

### **Introduzione al questionario.** (43 Domande Totali)

Buongiorno! Sono ....., La ringrazio di aver scelto di partecipare al sondaggio odierno parte del progetto di ricerca di dottorato “Audiodescrizione in Italia, quale futuro?” promosso dal Dipartimento di Interpretazione e Traduzione Università di Bologna, sede di Forlì.

Perché un questionario telefonico si starà chiedendo? Il questionario ci serve per meglio comprendere le esigenze delle persone non-vedenti e ipovedenti prima e durante la fruizione di un prodotto audiovisivo. Mediante l'analisi delle risposte si potrà valutare la reazione degli utenti in merito al servizio di audiodescrizione e individuare quelle criticità fondamentali, per un allargamento della base degli utenti e un effettivo miglioramento del servizio stesso.

Si garantisce infine che i dati personali forniti saranno trattati in via strettamente confidenziale e secondo i termini di Legge stabiliti dal Decreto Legislativo 196/2003.

**N.B.:** Le istruzioni per l'intervistatore sono in corsivo ed evidenziate in giallo.

## Questionario: Sezione 1 (8 Domande)

### La demografia dei partecipanti

1. Indicare il sesso: M . F .

2. La preghiamo di indicare la sua età:

- 0-14 .
- 15-29 .
- 30-44 .
- 45-64 .
- 65-74 .
- oltre 75 .

3. É iscritto, frequenta o fa parte di un'associazione, ente o istituto che si occupa di persone non-vedenti o ipovedenti?

- Sì , si prega di specificare quale.....
- No .

4. Indicare, tra quelli proposti, il titolo di studio in proprio possesso:

- Laurea o titolo superiore .
  - Diploma di Alta Formazione Artistica, Coreutica e Musicale .
  - Diploma di maturità:
    - Classica .
    - Scientifica .
    - Linguistica .
    - Artistica .
    - Magistrale .
    - Tecnica .
    - Professionale .
  - Licenza di scuola media inferiore .
  - Licenza elementare .
  - Corso di formazione finalizzato:
    - All'inserimento lavorativo .
    - All'acquisizione di competenze per l'utilizzo di tecnologie informatiche .
    - Altro  Specificare l'ente organizzatore:
- .....

- Nessun titolo tra quelli indicati .

**5. Indicare il grado di lesione visiva:**

- Ipovedente lieve/medio grave .
- Ipovedente grave .
- Cieco totale/parziale .

**6. Indicare il periodo di insorgenza:**

- 0-14 .
- 15-29 .
- 30-44 .
- 45-64 .
- 65-74 .
- oltre 75 .

**7. Sono presenti altri tipi disabilità?**

- Sì , si prega di specificare se di tipo motorio  o sensoriale .
- No .

**8. É presente una Capacità Visiva Residua? Sì .**

No . **Andare alla Sezione 3.**

**Questionario: Sezione 2 (5 Domande)**

Modalità di utilizzo/importanza della Capacità Visiva Residua negli utilizzatori di prodotti audiovisivi

*In caso di presenza di una Capacità Visiva Residua e di un effettivo impiego della stessa durante la visione di un prodotto audiovisivo, si prega di rispondere alle seguenti domande.*

**1. Si definirebbe come un ascoltatore o come un osservatore quando guarda la televisione, si trova al cinema o è a teatro?**

- Ascoltatore .
- Osservatore .

**2. É possibile per lei ricavare informazioni circa le immagini sullo schermo attraverso la capacità visiva residua?**

- Sì .

- No  **Andare alla Sezione 3.**

2.1) Di che tipo? Si prega di indicare la frequenza con cui si è in grado di percepire informazioni in relazione alla categoria in oggetto attraverso la sola Capacità Visiva Residua.

- Sono in grado di individuare i cambi di luce dello schermo:  
Sempre  Spesso  Qualche volta  Mai
- Sono in grado di individuare i cambi di scena:  
Sempre  Spesso  Qualche volta  Mai
- Sono in grado di individuare le sagome delle persone in inquadrature ravvicinate:  
Sempre  Spesso  Qualche volta  Mai
- Sono in grado di identificare i colori:  
Sempre  Spesso  Qualche volta  Mai

- Sono in grado di identificare luoghi e ambientazioni dagli arredi e dallo sfondo:  
Sempre  Spesso  Qualche volta  Mai
- Sono in grado di identificare personaggi a me familiari, solo attraverso la vista:  
Sempre  Spesso  Qualche volta  Mai
- Leggere i sottotitoli:  
Sempre  Spesso  Qualche volta  Mai
- Seguire i movimenti di personaggi/oggetti che si muovono lentamente:  
Sempre  Spesso  Qualche volta  Mai
- Seguire i movimenti di personaggi/oggetti che si muovono velocemente:  
Sempre  Spesso  Qualche volta  Mai
- Sono in grado di vedere alcune parti dello schermo in modo più chiaro e distinto di altre:  
Sempre  Spesso  Qualche volta  Mai
- Altro .....

3. Secondo lei, quale dei seguenti fattori potrebbe facilitare l'utilizzo della capacità visiva residua, come strumento per ricavare informazioni che facilitino la fruizione del testo audiovisivo? Barrare la casella relativa su una scala che va da 1 a 5, dove 1 rappresenta il più alto grado di utilità e 5 il più basso.

- Elevata illuminazione della scena: 1, 2, 3, 4, 5.
- Elevato contrasto tra i diversi elementi in scena: 1, 2, 3, 4, 5.
- Colori accesi: 1, 2, 3, 4, 5.

4. Quanto giudica importante la sua capacità visiva residua durante la fruizione di un film:  
Fondamentale  Molto importante  Importante  Poco importante   
Di nessuna importanza .

### Questionario: Sezione 3 (10 Domande)

Modalità di fruizione del prodotto audiovisivo (senza AD)

1. Indicare il proprio livello di conoscenza delle tecnologie informatiche (computer, internet):

- Nessuna dimestichezza .
- Conoscenze di base .
- Conoscenze Intermedie .
- Esperto .

**2. Indicare le ore settimanali trascorse utilizzando il computer:**

- 0-8 .
- 9-16 .
- 17-24 .
- 25-32 .
- 33-40 .
- 41 e più .

**3. Con quale frequenza guarda la televisione alla settimana?**

- Mai  *Andare alla Sezione 4.*
- 1-4 volte al mese .
- 2 volte a settimana .
- 3-4 volte a settimana .
- 5-6 volte a settimana .
- tutti i giorni .

**4. Indicare le ore settimanali trascorse guardando la televisione:**

- 0-8 .
- 9-16 .
- 17-24 .
- 25-32 .
- 33-40 .
- 41 e più .

**5. Quali delle seguenti strategie adotta per fruire al meglio di un film sprovvisto di audiodescrizione o di un programma televisivo?**

- Cerco di sedere il più possibile vicino allo schermo .
- Utilizzo un ingranditore o una lente di ingrandimento .
- Utilizzo occhiali speciali, particolarmente potenti .
- Regolo al meglio l'illuminazione della stanza in cui mi trovo .
- Ho acquistato una televisione più grande .
- Ho acquistato un sistema audio dolby surround .
- Mi affido esclusivamente al mio udito .
- Altro , si prega di specificare.....

6. Solitamente guarda film sprovvisti di audiodescrizione o programmi televisivi senza audiodescrizione:

- Da solo . *Se da solo, andare alla Domanda 7 della presente sezione.*
- Con amici/familiari .

6.1) Durante la visione di un film richiede informazioni a chi è con lei, circa ciò che si sta guardando?

- Mai . *Andare alla Domanda 7 della presente sezione.*
- Raramente .
- A volte .
- Spesso .
- Sempre .

6.2) Che tipo di informazioni richiede? È possibile fornire più di una risposta.

- Sullo sviluppo della trama del film .
- Sull'azione che sta accadendo .
- Sul luogo dell'azione .
- Sul tempo dell'azione .
- Al fine di chiarire chi sta parlando .
- Al fine di chiarire che cosa siano alcuni suoni o rumori .
- Sulle inquadrature delle scene e dei personaggi .
- Sull'aspetto fisico dei personaggi .
- Sullo stato d'animo dei personaggi .
- Sulla costruzione delle scene e degli oggetti impiegati .
- Sull'eventuale presenza di sottotitoli o altro testo sullo schermo .

7. Indicare le piattaforme utilizzate.

- Televisione .
- Dvd .
- Cinema .
- Teatro .
- Computer .
- Altro , si prega di specificare .....

8. La prego ora di indicare, su una scala che va da 1 a 5, il suo grado di preferenza in relazione ai seguenti generi di prodotti audiovisivi. 1 rappresenta il maggior grado di preferenza, 5 il più basso.

- Film drammatici 1, 2, 3, 4, 5.

• Film comici	1□, 2□, 3□, 4□, 5□.
• Film gialli/Thriller	1□, 2□, 3□, 4□, 5□.
• Film d'azione	1□, 2□, 3□, 4□, 5□.
• Film a carattere storico	1□, 2□, 3□, 4□, 5□.
• Film d'animazione	1□, 2□, 3□, 4□, 5□.
• Film per adulti	1□, 2□, 3□, 4□, 5□.
• Film horror	1□, 2□, 3□, 4□, 5□.
• Film di fantascienza	1□, 2□, 3□, 4□, 5□.
• Video Musicali/Musical	1□, 2□, 3□, 4□, 5□.
• Concerti	1□, 2□, 3□, 4□, 5□.
• Documentari	1□, 2□, 3□, 4□, 5□.
• Serie televisive Italiane	1□, 2□, 3□, 4□, 5□.
• Serie televisive straniere	1□, 2□, 3□, 4□, 5□.
• Soap opera italiane	1□, 2□, 3□, 4□, 5□.
• Soap opera straniera	1□, 2□, 3□, 4□, 5□.
• Notiziari	1□, 2□, 3□, 4□, 5□.
• Programmi sportivi	1□, 2□, 3□, 4□, 5□.
• Telequiz	1□, 2□, 3□, 4□, 5□.
• Programmi d'attualità	1□, 2□, 3□, 4□, 5□.
• Spettacoli teatrali	1□, 2□, 3□, 4□, 5□.
• Opera Lirica	1□, 2□, 3□, 4□, 5□.
• Altro	□; si prega di specificare .....

## Questionario: Sezione 4 (7 Domande)

### Familiarità con prodotti audiodescritti

1. Prima di partecipare al rilevamento odierno conosceva già l'audiodescrizione?

- Sì .
- No . *Andare alla Domanda 3 della presente sezione.*

2. Come ne è venuto a conoscenza?

- Grazie ad amici .
- Grazie ai miei familiari .
- Grazie all'associazione a cui sono iscritto .
- Grazie all'istituto per ciechi che frequento/ho frequentato .
- Consultando il sito della RAI .
- Consultando la guida televisiva .
- Altro ; si prega di specificare.....

3. Ha già utilizzato prodotti audiodescritti.

- Sì .

- No  **Andare alla Domanda 7 della presente sezione.**

**4. Indicare la frequenza con cui utilizza prodotti audiodescritti:**

- Mai  **Andare alla Domanda 7 della presente sezione.**
- 1/2 volte in tutta la vita  **Andare alla Domanda 7 della presente sezione.**
- 1-4 volte al mese
- 2 volte a settimana
- 3-4 volte a settimana
- 5-6 volte a settimana
- tutti i giorni

**5. Indicare le ore settimanali trascorse utilizzando prodotti audiodescritti:**

- 0-8
- 9-16
- 17-24
- 25-32
- 33-40
- 41 e più

**6. Indicare la piattaforma più utilizzata:**

- Televisione
- Dvd
- Cinema
- Teatro
- Computer
- Audiofilm
- Altro  , si prega di specificare .....

**7. Procedere con questa domanda solo nel caso l'intervistato abbia risposto No alla Domanda 3 della presente sezione o MAI o 1/2 volte in tutta la vita alla Domanda 4 della presente sezione. In seguito andare alla Sezione 6.**

Indicare tra le seguenti, le motivazioni che la spingono a non utilizzare prodotti audiodescritti. Si prega di indicare il grado di importanza attribuito alla motivazione in oggetto, su di una scala che va da 1 a 5, dove 1 rappresenta il più alto grado di importanza e 5 il più basso.

- Ritengo di non averne bisogno 1, 2, 3, 4, 5.
- Non so come accedervi 1, 2, 3, 4, 5.
- Non mi piace l'audiodescrizione 1, 2, 3, 4, 5.
- Non mi soddisfa la qualità del servizio attuale o dei prodotti audiodescritti attualmente disponibili 1, 2, 3, 4, 5.
- Non dispongo dell'attrezzatura necessaria 1, 2, 3, 4, 5.

- Altro

, si prega di specificare.....

## Questionario: Sezione 5 (7 Domande)

### Modalità di fruizione di prodotti audiovisivi con AD

*Somministrare le seguenti domande solo in caso di effettivo utilizzo di prodotti audiovisivi supportati dal servizio di audiodescrizione. Saltare la presente sezione e andare alla Sezione 6 se l'intervistato ha risposto MAI o 1/2 volte in tutta la vita alla Domanda 4 della precedente sezione.*

#### 1. Solitamente guarda film audiodescritti:

- Da solo  *Andare alla Domanda 2 della presente sezione.*
- Con amici/familiari

#### 1.2) Durante la visione di un film con audiodescrizione richiede spesso informazioni a chi è con lei, circa ciò che si sta guardando?

- Mai  *Andare alla Domanda 2 della presente sezione.*
- Raramente
- A volte
- Spesso
- Sempre

#### 1.3) Che tipo di informazioni richiede? È possibile fornire più di una risposta.

- Sullo sviluppo della trama del film
- Sull'azione che sta accadendo
- Sul luogo dell'azione
- Sul tempo dell'azione
- Al fine di chiarire chi sta parlando
- Al fine di chiarire che cosa siano alcuni suoni o rumori
- Sulle inquadrature delle scene e dei personaggi
- Sull'aspetto fisico dei personaggi
- Sullo stato d'animo dei personaggi
- Sulla costruzione delle scene e degli oggetti impiegati
- Sull'eventuale presenza di sottotitoli o altro testo sullo schermo

#### 2. Quali delle seguenti strategie adotta per fruire al meglio di un film provvisto di audiodescrizione?

- Cerco di sedere il più possibile vicino allo schermo
- Utilizzo un ingranditore o una lente di ingrandimento
- Utilizzo occhiali speciali, particolarmente potenti

- Regolo al meglio l'illuminazione della stanza in cui mi trovo .
- Ho acquistato una televisione più grande .
- Ho acquistato un sistema audio dolby surround .
- Mi affido esclusivamente al mio udito .
- Altro , si prega di specificare.....
- Nessuna delle precedenti .

### 3. In caso di Capacità Visiva Residua

Durante la visione di un film provvisto di audiodescrizione indirizza lo sguardo:

- Sui particolari indicati dall'audiodescrizione .
- Cerco di cogliere altri particolari .
- Non guardo in nessun punto in particolare .
- Altro , si prega di specificare .....

### 4. Tra i suoi conoscenti c'è qualcuno che utilizza audiolibri o audiofilm? (Per audiofilm si intende il prodotto ottenuto attraverso il mixaggio tra la colonna sonora originale del film e la colonna sonora dell'audiodescrizione, escludendo le immagini).

- Sì .
- No . *Andare alla sezione successiva.*

#### 4.1) In quali occasioni:

- Quando si è impegnati in altre attività che non consentono la visione delle immagini. Ad esempio quando si è impegnati nella guida, nelle faccende domestiche o si sta camminando per strada: .
- Durante il proprio tempo libero, ad esempio quando si è impegnati in attività fisiche, si sta facendo jogging o ci si sta semplicemente rilassando: .

## Questionario: Sezione 6 (6 Domande)

Fattori che potrebbero determinare un incremento dell'utilizzo del servizio di audiodescrizione

### 1. La prego ora di indicare, su una scala che va da 1 a 5, l'importanza che attribuisce ai seguenti fattori in un'ottica di incremento di utilizzo del servizio. 1 rappresenta il più alto grado di importanza attribuito, 5 il più basso.

- Ulteriore deterioramento della vista: 1, 2, 3, 4, 5.
- Avere a disposizione più informazioni sul servizio di audiodescrizione: 1, 2, 3, 4, 5.
- Sapere come fare per accedere al servizio: 1, 2, 3, 4, 5.
- Incremento e differenziazione di prodotti supportati da audiodescrizione: 1, 2, 3, 4, 5.

### 2. La prego ora di indicare rispetto a quali generi e tipologie di programmi audiovisivi le piacerebbe ci fosse una maggior disponibilità di audiodescrizione? La prego di esprimere tale preferenza, su una

scala che va da 1 a 5. 1 rappresenta il maggior grado di preferenza, 5 il più basso.

• Film drammatici	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
• Film comici	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
• Film gialli/Thriller	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
• Film d'azione	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
• Film a carattere storico	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
• Film d'animazione	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
• Film per adulti	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
• Film horror	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
• Film di fantascienza	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
• Video Musicali/Musical	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
• Concerti	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
• Documentari	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
• Serie televisive Italiane	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
• Serie televisive straniere	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
• Soap opera italiane	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
• Soap opera straniere	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
• Notiziari	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
• Programmi sportivi	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
• Telequiz	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
• Programmi d'attualità	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
• Spettacoli teatrali	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
• Opera Lirica	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
• Altro	<input type="checkbox"/> ; si prega di specificare .....				

**3.** La prego ora di indicare rispetto a quali delle seguenti piattaforme preferirebbe ci fosse una maggior disponibilità di prodotti audiodescritti. La prego di esprimere la sua preferenza su di una scala che va da 1 a 5. 1 rappresenta il maggior grado di preferenza, 5 il più basso.

• Televisione	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
• Dvd	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
• Cinema	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
• Teatro	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
• Internet	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
• Audiofilm	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
• Altro	<input type="checkbox"/> ; si prega di specificare .....				

**4.** La prego ora di indicare su di una scala che va da 1 a 5 l'importanza attribuita ai seguenti mezzi assistivi per la fruizione della programmazione televisiva. 1 rappresenta il maggior grado di importanza, 5 il più basso.

- Telecomando “parlante” in grado di comunicare all’utente quale pulsante è stato premuto: 1, 2, 3, 4, 5.
- Identificazione sonora del canale: 1, 2, 3, 4, 5.
- Descrizione sonora del programma in onda sul canale sintonizzato: 1, 2, 3, 4, 5.
- Guida sonora alle programmazioni dei diversi canali televisivi: 1, 2, 3, 4, 5.
- Accesso al servizio di audiodescrizione attraverso un unico pulsante sul telecomando: 1, 2, 3, 4, 5.
- Descrizione sonora del servizio di audiodescrizione: 1, 2, 3, 4, 5.

**5.** La prego ora di indicare su di una scala che va da 1 a 5 l’importanza attribuita ai seguenti mezzi assistivi per considerare l’acquisto di DVD con audiodescrizione. 1 rappresenta il maggior grado di importanza, 5 il più basso.

- Segnalazione della presenza del supporto dell’audiodescrizione sulla copertina del Dvd in braille: 1, 2, 3, 4, 5.
- Menù sonoro delle diverse opzioni disponibili: 1, 2, 3, 4, 5.
- Descrizioni extra di scenografie, personaggi e paesaggi: 1, 2, 3, 4, 5.
- Descrizione dello stile registico del film: 1, 2, 3, 4, 5.

**6.** Quanto ritiene importante la presenza delle immagini in congiunzione con il servizio di audiodescrizione:

Fondamentale . Molto importante . Importante . Poco importante . Di nessuna importanza .

Perché?

#### **Saluti al termine del questionario**

Il questionario si conclude qui, La ringraziamo per aver deciso di partecipare e di aver contribuito alla realizzazione del rilevamento dati e del progetto di ricerca all’interno del quale questo stesso rilevamento è inserito. Le ricordo infine che tutte le informazioni sensibili e i dati da Lei forniti saranno trattati secondo i termini di Legge stabiliti dal Decreto Legislativo 196/2003. Grazie ancora e buona giornata.

## Appendice 2. Trascrizione interviste *Focus Group*

### Convenzioni adottate per la trascrizione delle interviste

#### Raccolta dei dati

I dati sono stati raccolti mediante interviste semi-strutturate, realizzate presso le sedi locali delle sezioni U.I.C.I. (Unione Italiana Ciechi e Ipovedenti) di Forlì, Roma e Torino e presso l'Istituto dei Ciechi di Milano.

I gruppi d'intervista sono composti da un minimo di quattro persone fino ad un massimo di otto, le interviste sono finalizzate ad individuare quelle che dovrebbero essere le priorità di un'audio-descrizione efficace e di qualità. I dati di tipo demografico raccolti concernenti gli intervistati riguardano età, sesso, tipo di disabilità, titolo di studio e familiarità con l'audio-descrizione.

#### *Convenzioni di trascrizione*

Le interviste sono state trascritte facendo riferimento al sistema proposto da Bazzanella Carla in *“Le facce del parlare: un approccio pragmatico all'italiano parlato”*, Firenze, 2004, La Nuova Italia Editrice. Per garantire una maggiore riservatezza dei dati personali, tutti i nomi di persona sono pseudonimi, tranne quelli del ricercatore. La trascrizione segue le regole dell'ortografia italiana.

+xxx*	Sovrapposizione (Il simbolo + indica l'inizio, il simbolo * indica la fine delle parti sovrapposte)
=	Continuità tra un'espressione e quella seguente, nello stesso turno o in turni differenti
A   B	Partenza simultanea
!	Intonazione discendente
	Intonazione ascendente
/, /	Intonazione sospensiva
(-), (--)	Pausa breve, media
(x)	Volume basso

XXX	Volume alto
H	Respiro udibile
x:	Prolungamento vocale precedente
x-	Parola interrotta
<xxx>	Parola non comprensibile
<b>Xxx</b>	Enfasi (Qualora l'enfasi sia posta sull'intero turno, piuttosto che su parole o parti più specifiche si utilizzerà xxxx)

### Focus-Group U.I.C.I. Forlì

**Partecipanti:** 4 (3 Uomini 1 Donna)

**Grado di Lesione Visiva<sup>77</sup>:** 1 Cieco Totale; 3 Ipovedenti

**Education:** 1 Diploma operatore informatico, 1 Diploma di Scuola Superiore Secondaria, 2 Diplomi di Scuola Secondaria Inferiore

**Età:** 55, 57, 61, 65

**Familiarità con prodotti audiodescritti:** Sì

**Luogo dell'intervista:** Sezione Locale U.I.C.I. Forlì-Cesena, Piazzale della Vittoria 12, 47100, Forlì, FC.

**Data:** 06/20/2012

#### Inizio trascrizione

Ricer.	Allora io direi se voi siete d'accordo (-) di partire da quelle che sono le vostre: aspettative quando (-) vi accingete a: usufruire di un prodotto audio descritto, che sia un film o uno spettacolo teatrale o: qualsiasi altra cosa che sia audio descritta ma che sia un audiovisivo cioè (-) ci sia sia il canale sonoro che il canale visivo
--------	--

<sup>77</sup> Per indicare il grado del deficit visivo, si fa riferimento ai parametri indicati dalla legge 138/2001 "Classificazione e quantificazione delle minorazioni visive e norme in materia di accertamenti oculistici", pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* n. 93 del 21 aprile 2001 e consultabile all'indirizzo: <http://www.parlamento.it/parlam/leggi/011381.htm>

Part. 1	= Hm hm
Part. 2	= Deve essere espressa bene la scena (-) che c'è di fronte che noi non non non riusciamo a vedere
Ricer.	= Quindi a livello di descrizione
Part. 2	= Descrizione della scena come si presenta con gli occhi degli altri (-- ) e il fatto di che i vari personaggi: che a seconda della voce (-) per essere identificati
Part. 1	= Siano identificabili
Part. 2	= Tramite la voce
Part. 1	= Cioè spiegato /cioè, /
Ricer.	Cioè che si capisca bene
Part. 1	Esatto, descritto in un certo modo, in modo che tutte le volte che ci sia dei personaggi, siccome tante volte noi ci rendiamo conto del personaggio, anche al cinema questo succede
Part. 2	Sì esatto
Part. 1	Per la voce, cioè tanto è vero, ti faccio un esempio tanto per dire, tanto è vero che se io vado a vedere un film con Cristian De Sica o Massimo Boldi eccetera allora, io rido per le battute
Ricer.	Sì
Part. 1	Chi è dietro ride per la pre-battuta cioè come posso spiegarti
Tutti	<xxx>
Part. 1	La presentazione alla battuta, cioè certa situazione visiva o certa situazione per l'espressione arriva la battuta hai capito, ecco è quello, cioè la descrizione diciamo così, la preparazione alla battuta sonora. È quello ecco la cosa, però è molto difficile cioè anche chiederlo una cosa del +genere*
Part. 2	+Sì perché è molto rapida*
Part. 1	Però magari l'avvicinarsi il più possibile a
Part. 2	Alla spiegazione
Part. 1	Alla spiegazione. È come per esempio adesso quando abbiamo fatto quella lì del teatro no
Ricer.	Sì
Part. 1	Che prima è stato presentato eh hh come dire il libretto d'opera no, che ti spiega. Allora tu vai a vedere l'argomento, ti spiega che cosa c'è in scena

Ricer.	Sì
Part. 1	E poi ti dice a ecco allora c'è il tizio, cioè metti il protagonista che è questo, cioè lo spieghi. Quindi poi dopo il protagonista e gli altri intorno li spieghi così uno con le voci e i movimenti, ma anche poi soprattutto con le voci riesce a seguire il filo logico di tutte le cose. Cioè quello che voi a volte fate quando guardate, tante volte è la hmhm, come devo dire, com'è vestito, com'è l'atteggiamento del protagonista e degli altri che poi ti hmhm, prima vai vedendolo e poi senti +<xxx>*
Part. 2	+<xxx>*
Part. 1	E poi senti il discorso che viene
Ricer.	A voi anche per i film
Part. 1	Anche per i film
Ricer.	avreste piacere di avere un'introduzione che prepara al <xxx>
Part. 1	Non tanto lunga naturalmente, cioè +<xxx>*
Part. 2	+<xxx>*
Part. 1	Una traccia come si potrebbe spiegare
Part. 2	Un riassunto
Ricer.	Insomma come è stato fatto a teatro
Part.1	Sì bravo
Part. 4	Per lo meno dei principali personaggi ecco. Certo che a teatro è tutto un po' più limitato nel senso che +<xxx>* quei sei sette otto personaggi.
Part. 1	+<xxx>*
Part. 2	Sì
Part. 4	A volte in film o in un telefilm o in una fiction, o quello che è probabilmente i personaggi diventano anche molteplici però insomma, hmhm, se per i principali bene o male ehhh sia la costituzione fisica come bene o male si vestono, è ovvio che in un film gli abiti
Part. 1	Sì non è
Part. 4	Possono cambiare sicuramente
Ricer.	Sì
Part. 4	Quindi semmai non è un particolare fondamentale però. Un po' l'aspetto fisico
Part. 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'aspetto fisico, magari anche la come devo dire</li> </ul>
Part. 4	Il modo di atteggiarsi <xxx>

Part. 2	Il portamento, indicazioni sul portamento, non molto lunga
Part. 4	È ovvio che hmmm io credo che ancor più in teat ehmm in un film, o anche in una fiction, in un programma tv diciamo ehhh forse è un po' più difficile la descrizione soprattutto in determinati momenti, in determinate scene, quindi anche la sintesi sicuramente è dura e difficile da
Ricer.	Ottenere
Part. 4	Sì da ottenere. In teatro sicuramente è un po' più semplice anche se comunque si è sempre legati molto al discorso del dialogo e delle battute
Part. 1	Io ad esempio, tanto per darti un'idea mi sono vista, guardandola anche un pochino, sai io ho un po' di residuo visivo, non sono cieca assoluta quindi magari la mia cosa vale e non vale. Cioè per un cieco assoluto forse non è neanche così però io mi sono resa conto, mi sono vista Anita Garibaldi. Hanno fatto questa e poi lui che faceva: Dai te la ascolti per radio che ti spiega. Perché poi subentravano sempre personaggi all'inizio per vedere la trama ed è stato anche utile ascoltarne una parte, soprattutto all'inizio così ti sei reso conto che non c'era soltanto Anita e Garibaldi, c'erano degli altri che praticamente erano la spalla di tutto il racconto hai capito.
Ricer.	Allora praticamente tu hai ascoltato per radio l'inizio.
Part. 1	Sì esatto.
Ricer.	Di questo film.
Part. 1	Di questa fiction, poi mi sono più resa conto anche se dopo con gli occhi chiaramente non riuscivi cioè seguivi i dialoghi più che vedere tutto, però me la sono goduta bene hai capito.
Ricer.	Dopo sei riuscita a seguirla +alla televisione+.
Part. 1	Bravo esatto.
Part. 4	Sicuramente ha molto facilitato anche questo.
Part. 2	O sennò <xxx> alcuni personaggi non so dire, il tale è il tal personaggio. Una cosa rapida però.
Ricer.	Una breve descrizione +<xxx>*
Part. 2	+Parla il tizio* due tre volte e poi basta +<xxx>*
Part. 1	+Intendo una traccia+, non stare lì a descrivere per filo e per segno. Cioè la traccia che ti faccia capire il senso di quello che stai guardando. Io per esempio tanto per dire, certi film non è difficile perché magari sono molto argomentati, cioè tu ci vai, a

	noi è capitato di andare a vedere un film anche ultimamente. Cos'è che avevamo visto ultimamente con la C*****a?
Part. 2	Quasi Amici.
Part. 1	Quasi Amici un film con quel disabile. Bellissimo, a me è piaciuto molto. Però è un film pieno di contenuto, hai capito? Quindi sapevi che lui era come dire il perno del film con tutto quello che, e e l'altro, erano due i protagonisti, con quello seguivi bene. Chiaramente se noi dovessimo andare a vedere un film tipo che ne so, quelli di Rambo oppure qualcos'altro +così*.
Part. 2	+Guerre Stellari*
Part. 1	Per noi è molto più difficile seguire se non hai in testa bene un po' la traccia di come può essere sia le scene che l'azione fai fatica a seguire.
Part. 3	Se ci sono delle scene mute è un casino.
Part. 1	Ecco perché.
Ricer.	Poi è chiaro che se ci sono delle scene mute è lì che l'audiodescrizione...
Part. 4	Esatto.
Ricer.	Quindi praticamente l'audiodescrizione deve fornire da supporto quando attraverso il sonoro del film non si riesce più +a seguire*
Part. 3	+Non c'è* la spiegazione di quello che avviene nella scena in sostanza. Quando ci sono delle scene mute, io vedo a casa mia mia moglie, quando c'è una scena muta, se non c'è l'audiodescrizione, lei non capisce niente. Cioè fai fatica a seguire, se è una cosa breve la segui, ma se sono delle scene un pochino lunghe, diciamo un minuto o due anche tante volte perdi il filo.
Part. 1	Mm!
Part. 3	Del del diciamo della trama o dell'argomento in sostanza.
Ricer.	Anche magari quando queste diciamo mute o accompagnate dalla musica si tratta anche di una panoramica di un paesaggio ad esempio
Part. 3	Perdi
Ricer.	Sì, uno perde chiaramente la panoramica del paesaggio però a livello di comprensione di sviluppo della trama
Part. 3	Ma no a volte si perde, perché cioè praticamente la visione, uno che ci vede è il seguito di quello che ha visto prima, che vuol dire qualcosa. Se tu non lo vedi e non c'è la spiegazione tu ti perdi questa cosa e fai fatica a ricollegarti a quello che

	avviene dopo quando parla. Certe volte ci sono delle cose che fai fatica a ricollegarle, perché uno che ci vede segue e capisce quello che avviene perché vede questa scena muta. Uno che non ci vede come fa? Rimane lì come un piccione.
Ricer.	Quello che volevo cercare di capire è se uno perde il filo della trama perché appunto essendo una scena muta perdi anche interesse +<xxx> seguire il fim*.
Part. 3	Sì sì, perdi molto, mia moglie delle volte li segue, poi a un certo punto dice io stasera non riesco a seguirlo poi pianta lì.
Part. 1	Se non hai, se non ti fa seguire il contenuto come se tu leggessi la trama di un libro a volte ti perdi cioè, se non riesci
Part. 2	È come la partita è +uguale <xxx>*
Part. 1	Una scena che per esempio ti dice, adesso quello esce di casa poi ti prende la macchina. Vabbè c'è il rumore della macchina, però metti che durante il tragitto capita qualcosa c'è... Cioè se non è descritto oppure se tu non te lo aspetti da una spiegazione del dialogo precedente perché immagini poi che una certa cosa vada a finire in un certo modo alla +fine te lo perdi e non riesci più a realizzarlo*
Part. 2 3	+<xxx>*
Part. 1	oppure lo realizzi più avanti, però è come quando leggi un libro che ci perdi qualche riga insomma. Te lo devi immaginare ma non è facile sempre avere il filo di come l'autore vuole. È per quello che ti dico a volte avendo la traccia se uno perde quell'attimo con la traccia uno dice va beh sarà quello perché poi succederà così e così, cioè poi ci vai a logica hai capito +<xxx>*
Part. 3	+I film che* danno anche in televisione o di quelle fiction che danno che spiegano, che uno se le sente per radio no. Alla radio ti spiegano il film o la fiction, quando parla la televisione tutto tranquillo, quando alla televisione c'è qualcosa che è muto allora nell'audiodescrizione che fate voi la radio spiega per filo e per segno quello che c'è che avviene o non avviene e allora il non vedente riesce a seguire benissimo.
Ricer.	Ok questo è il servizio della Rai giusto?
Part. 4	Adesso ultimamente l'hanno sospeso.
Part. 1	Adesso ultimamente l'hanno sospeso.
Ricer.	Hanno dei problemi con la CTT, quell'agenzia...
Part. 4	È già da un po' che li hanno.

Ricer.	Voi magari sapete a cosa sono legati.
Part. 1, 2, 3, 4	Forse Roma <xxx>
Part. 3	L'altro giorno il nostro presidente ha contattato la Leila che è la direttrice della Rai per vedere se riescono a far riattivare questo servizio. Però ancora, ma chi, dove, perchè e chi è che segue 'ste cose
Part. 2	Chi si appoggia alla Rai non lo sappiamo
Part. 3	Però è una cosa. Tanto per dire è importante il discorso dell'audiodescrizione tipo quello che anche che ho visto anch'io e compagnia bella per me è molto interessante per me è valida.
Ricer.	Come qualità le avete apprezzate?
Part. 3	Sì sì
Ricer.	Permettevano di seguire
Part. 3	Madonna scherzi? Tante cose che io poi forse, io un po' ci vedo, però a me tante cose sfuggono. Invece con quella spiegazione riesci a seguirlo.
Part. 1	Cioè l'esempio che si può fare è l'esempio della partita. Tu vedi la partita, la vedi là nel campo vedi i giocatori però ecco all'altezza del mediano sì, quando ti spiega cioè se ti fa la telecronaca, all'altezza del, vicino al coso del rigore, calcio d'angolo, cioè ti rendi più conto, cioè se sei un appassionato. Se non te ne frega niente
Part. 2	È vero!
Part. 1	Ti rendi già conto, hai capito, se tu hai un'idea nel tuo immaginario come è fatto il campo da gioco di calcio ti rendi più conto.
Part. 2	+Certo, certo*
Part. 1	+Se tu la segui per televisione* tira questo, la passa all'altro però ci sono dei momenti per cui non cioè
Part. 2	Ci sono degli spazi vuoti.
Part. 1	Ti trovi il giocatore in porta che tira però
Part. 2	+<xxx>*
Part. 1	+Non riesci tanto a capire l'azione*
Ricer.	Stavamo parlando un attimo delle descrizioni.
Part. 4	Esatto.
Ricer.	Quindi voi preferite per quanto riguarda le descrizioni un livello di dettaglio il più

	preciso possibile.
Part. 3	Con più è dettagliato e meglio è.
Part. 4	Però attenzione. io dico una cosa, dettagli ok, però sintetici, cioè nel senso
Part. 3	Esatto, beh sì quello per forza, perché se no
Part. 4	Anche perché se poi una cosa è molto particolareggiata
Part. 3	Poi dopo si accavalla al discorso del <xxx>
Part. 4	Semmai pochi dettagli, ma fondamentali ecco diciamo che bisogna fare una scelta. Una cosa mirata.
Ricer.	È questo il vero problema di chi fa l'audiodescrizione. Che cosa scelgo?
Part. 2	Con i film hai tempo, invece
Ricer.	Sì e no, hai tempo però in un film rispetto a un'opera teatrale la ricchezza del canale visivo è maggiore perché la scena cambia spesso le ambientazioni sono diverse, i personaggi cambiano di abbigliamento molto spesso
Part. 4	I cambi sono molto più repentini. Non so da un interno a un esterno
Part. 2	Sì sì
Part. 4	C'è un centesimo di secondo cioè
Part. 3	Siamo tutti d'accordo che è molto diverso
Part. 2	È molto più veloce e più vario.
Part. 3	La commedia e il teatro è il teatro.
Part. 1	+<xxx>*
Part. 3	+<xxx>*
Part. 2	I nomi le prime volte però quello sì, non so parla il tizio, si presenta il tale
Ricer.	Certo
Part. 2	Le prime volte poi basta
Ricer.	Dopo si riesce ad identificare dalla voce
Part. 2	Poi dopo...
Ricer.	A proposito dei nomi. A volte in un film o a teatro capita che arrivano dei personaggi che non si presentano, non dicono il proprio nome. Di solito all'estero le linee guida internazionali raccomandano di non dare il nome prima
Part. 3	Della presentazione, dell'arrivo ufficiale dei personaggi.
Ricer.	Voi cosa ne pensate di questa cosa?
Part. 3	Eh non so...

Ricer.	In questo modo anche chi usa il servizio di audio descrizione ha le stesse informazioni a disposizione che hanno gli altri spettatori, non viene dato niente prima
Part. 2	Sorpresa diciamo...
Ricer.	Sì l'effetto sorpresa e tutto questo si cerca di mantenerlo intatto il più possibile però se voi dite, la vostra opinione è: Io voglio sapere fin da subito chi è
Part. 2	No no si può dire anche dopo
Part. 4	Allora il discorso è questo vedi. Soprattutto per il teatro dicevamo ci sono scene abbastanza statiche tra virgolette, dove bene o male la trama la sai già dall'inizio un po' i personaggi, quindi sicuramente nella presentazione nell'introduzione come è stato fatto fino adesso la descrizione dei personaggi per me è utile anche perché poi così... se poi capita come è successo con Lo Monaco che loro si presentano direttamente, già quello associ direttamente il personaggio alla voce quello lì è estremamente importante in teatro.
Ricer.	In un film?
Part. 4	In un film
Ricer.	Perché in un film chiaramente capite anche voi che a meno che non sia la casa di distribuzione che si incarica direttamente di fare l'audiodescrizione del film che propone è quasi impossibile andare a recuperare anche tutti i doppiatori che hanno prestato la voce
Part. 4	Esatto, esatto
Ricer.	Quindi uno l'introduzione la può fare, può fare una descrizione più o meno lunga, ma che venga fatta proprio dalle stesse voci è impossibile.
Part. 1	Esatto
Part. 4	No io parlavo del momento, secondo me in quel caso lì un po' le recensioni qualche cosa dei film salta fuori, cioè mettiamo che, prendiamo qualsiasi film, che ne so io... dove abbiamo i due personaggi principali in fase di descrizione di introduzione qualche cosina in più di questi due personaggi perché tanto ormai è più che noto. Però è ovvio che in un film possiamo avere dieci, venti, trenta personaggi, di cui due o tre di primo livello e gli altri sono in secondo piano mettersi lì all'inizio a fare venti trenta descrizioni è impossibile.
Part. 3	No secondo me l'unica cosa è siccome quando parli dei film viene fuori per chi ci vede le scritte, i titoli di testo oppure di coda. I titoli di coda a noi non interessano,

	allora lì eventualmente dire, l'attore x è il protagonista y oppure ehhh perché chi ci vede legge, chi non ci vede se nessuno gli dice niente. Ecco quello lì per me può avere una certa importanza, tanto è sempre musica lì quando...
Part. 2 3	<xxx>
Part. 1	Cioè almeno almeno gli attori quelli che fanno...
Ricer.	Gli attori principali.
Part. 1	Quelli che fanno il cuore del film diciamo, insomma il senso quello che mmm
Part. 3	Per il resto grandi
Ricer.	Per il resto non è mica finita qui. Ho una lista... Un'altra cosa che è molto importante per quanto riguarda i film che avete già accennato voi in precedenza è quella che riguarda il cambio scena, quando magari ci può essere un primo piano di un personaggio oppure una panoramica come abbiamo detto prima. Normalmente chiunque sta guardando un film è ben consapevole che sta guardando un'opera di finzione, per cui scatta un meccanismo di immedesimazione per cui si accetta implicitamente che ok sto guardando una cosa finta ma l'accetto come se fosse vera. Però se qualcuno che sta guardando il film ha a fianco qualcuno che gli ricorda in continuazione questo è un primo piano, questa è una panoramica
Part. 1	Ah no, spiegato così no. +No no così no*
Part. 2	+<xxx>*
Part. 1	Cioè nella descrizione bisogna rendere chi è il personaggio, che cosa fa, oppure che sia inerente alla trama del film ma non magari primo piano, +capelli lunghi*
Part. 3	+Rossi, biondi, bianchi*
Part. 1	Quello non ha importanza è come per esempio
Part. 2	O se no qualcosa di generico che sia non so vestito da idraulico, senza stare
Ricer.	A parte la descrizione sui vestiti sull'aspetto, io mi stavo proprio riferendo al linguaggio cinematografico, cioè se è importante dire che in quel momento l'attore è inquadrato in primo piano, si vede solo il viso...
Part. 1 2 3 4	No, no, no, quello no.
Part. 4	È una dispersione, caso mai ecco adesso mi sta venendo in mente una cosa. È ovvio che abbiamo una ripresa esterna, che so una macchina che sta attraversando una

	vallata con a bordo i personaggi va beh. In quella fase lì si può dire i personaggi x y a bordo di una macchina
Part. 1	Oppure si sta recando nel luogo
Part. 4	Sta attraversando una vallata verde, ecco. Però che renda l'idea è ovvio che <xxx> se c'è il paesaggio che circonda i lati della strada brullo, roccioso tre parole più o meno per descrivere...
Part. 2	Se c'è molto spazio quattro, se c'è poco spazio tre di numero è meglio.
Part. 3	Non le sovrapporre e sei a posto, lui ha le misure giuste.
Part. 2	Poche parole
Part. 1	O se no per esempio descrivere come ce lo potremmo immaginare, che so come si dice in un libro metti che si svolga a New York nel Bronx descrivere solamente qual è il luogo, non so va beh intanto che sei a Manhattan piuttosto che, cioè descrivere solo cioè tre parole per descrivere il luogo
Part. 4	Non ti potrai mettere lì a dire Pincopallino è in piedi sul marciapiede di fronte al civico numero
Part. 2 3	+<xxx>*
Part. 3	Il camioncino ha la ruota sgonfia.
Part. 4	Sì lì è roba a livello giornalistico
Part. 1 2 3 4	+<xxx>*
Part. 3	Sì così monti e smonti la scena.
Part. 1	La descrizione deve essere un po' come se tu la leggessi nel libro, cioè tanto per darti un'idea. Noi quando tu prendi un libro, anche il libro che tu te lo ascolti così, cioè ci deve essere la trama che ti spiega grosso modo seguendo la trama dove passi cioè. La descrizione deve essere fatta in funzione del filo logico della storia, non va bene particolareggiata deve contenere solo alcune cose che
Part. 2	Solo accennate, ma nel libro è peggio
Part. 1	Ma no non è mica vero, dipende che libro leggi
Ricer.	Sì dipende da quale autore
Part. 2	Dico una cosa. Il film è una cosa e il teatro un'altra. Il libro puoi spaziare finché vuoi tanto stai leggendo quindi...

Part. 1	Ho capito, non voglio dire +era tanto per dare un'idea di come...*
Part. 2	+<xxx>*
Ricer.	E invece per quanto riguarda sempre il cambio di scena che il cambio di scena è inteso come adesso qualcuno ci stesse riprendendo, noi adesso siamo qui dentro all'UICI poi scena successiva siamo al bar della Monica o ai giardini e stiamo giocando con un cane. Ecco per indicare che la scena è cambiata, perché le voci sarebbero sempre le nostre più quella di un cane ecco per dire. Voi preferite ecco la vostra idea su come possa essere segnalato questo cambio di scena preferite che venga fatto utilizzando delle espressioni linguistiche particolari come possono essere degli avverbi come adesso, ora, più tardi in quel giorno.
Part. 3	Oddio...
Part. 2	Dipende come è la scena.
Ricer.	Stessi personaggi ma cambio di ambientazione. I personaggi dovrebbero essere riconoscibili dalla voce...
Part. 4	I potrebbe anche riconoscere se le riprese audio sono fatte bene, o riprese audio o la fase del doppiaggio anche sentire i rumori d'esterno per cui anche quello può ci può aiutare. Però dire, è ovvio che anche lì vedi è difficile
Part. 3	È una cosa difficile
Part. 4	Il cambio di scena essendo molto repentino
Part. 2	Sì, un minimo ci vuole sempre.
Ricer.	In Inghilterra ad esempio che soluzioni hanno adottato, utilizzano quelle espressioni che vi ho illustrato ora adesso eccetera.
Part. 4	Le espressioni di tempo sono sicuramente importanti.
Part. 3	Allora è meglio mettere ora.
Part. 4	Sì. ora, adesso, dopo due ore per dare
Part. 2	Al giardino
Part. 4	Però una collocazione temporale secondo me +<xxx>*
Part. 2	+Ci vuole.*
Part. 4	Anche perché mettiamo
Ricer.	Nella definizione del temporale che intendevo io è non per dire quale tempo del giorno è
Part. 4	No no no

Ricer.	È per dire ora sullo schermo
Part. 4	Esatto.
Ricer.	Sottointeso si vede la tal cosa.
Part. 2	Allora ora al giardino basta
Ricer.	Anche senza ora, tu suggerivi.
Part. 3	Senza ora? Forse è meglio che dire ora. Al giardino o al bar. Se noi andiamo al bar non importa dire ora, basta al bar succede e poi quello che succede si sente.
Ricer.	Sì, sì.
Part. 3	Anche così potrebbe essere...
Part. 1	Anche solo rendendosi solo conto del luogo dove sei. Sì si solo descrivendo con poche parole
Part. 3	Comunque ora al bar ora al giardino forse ci vuole perché magari se non c'è nella descrizione nell'argomento qualcosa che te lo fa capire se dici soltanto vado al giardino non, può sfuggirti.
Part. 4	Io volevo dire il discorso del temporale potrebbe essere utile. Secondo me ci potrebbe far subito capire la scena successiva, cioè il cambio di scena, ora siamo al bar per dire. Ora siamo al bar non so quanto potrà rendere però, buttiamola là così. Quindi secondo me si potrebbe capire immediatamente che c'è. Sicuramente qualche cosa tipo ora siamo in un bar oppure siamo al giardino qualche cosina può aiutare.
Part. 1	Se no mi viene in mente
Part. 4	Semmai non in tutte le scene
Part. 3	Dopo dipende anche dall'argomento quando tu sei qui che parli e discuti e compagnia bella se nella scena che poi viene detto dove si va, se si cambia o meno direttamente magari uno ti ferma e ti dice adesso andiamo al bar +<xxx>*
Part. 1 2	+<xxx>*
Part. 1	Se no mi viene in mente questa cosa. Ascoltando una volta una fiction però così en passant senza avere volendola seguire, l'ascoltavo così per radio. Solo per rendermi conto sentivo il dialogo così tra due o tre personaggi poi a un certo punto la voce ha fatto e intanto all'ospedale c'era non so se era JR o non so se era, non mi ricordo più. La figlia di, cioè intanto, hai capito intanto. Intanto nell'ospedale la figlia di. Quello anche se io non conoscevo l'argomento avevo sentito il dialogo di questi due che

	bisticciavano prima per un problema, intanto in ospedale la figlia di. Questo ti fa allacciare il dialogo alla scena successiva. Ecco detto in maniera stringata intanto la figlia di
Ricer.	In modo che sia legato a quello che si diceva prima in qualche modo
Part. 1	Che facesse filo logico su questa cosa. Ecco io ti dico lì per esempio anche se non avevo visto tutto mi rendevo conto di come andava avanti la trama del racconto di questa fiction che c'era.
Part. 4	Io credo comunque che l'uso di qualche avverbio: ora, intanto, adesso, nel frattempo, +qualche cosa può essere utile*
Paert. 3	+Sì esatto.*
Part. 4	Non in tutte le scene ma può essere utile.
Part. 3	Anche perché se adesso noi siamo qui, se poi andiamo al bar, è ovvio che nel corso della scena, è inutile che vai a dire ora al bar. L'abbiamo già detto. Non ha più senso.
Part. 4	Oppure non se nel dialogo dice: dai allora adesso andiamo a prendere la macchina, poi la scena dopo senti l'esterno
Part. 2	Sì senti le chiavi, senti il rumore non so dell'esterno.
Part. 3	Dipende come avviene la scena. Tanto è inutile girarci intorno.
Part. 2	Sì è vero.
Ricer.	Dipende dai contenuti dei dialoghi di quella scena o dai contenuti del sonoro per tornare ai rumori ambientali.
Part. 1	Sì oppure magari la scena che mi è venuta in mente è anche quella. Anche lì appostato dietro i cespugli c'era, che tu lì per lì non, e poi magari la scena successiva che faceva vedere che quello lì camminava dietro ascoltando il dialogo di questi qua che pensavano di non essere ascoltati.
Part. 2	Come i film di paura che ti mettono un po' il vento, un po' il temporale già quello lì vuol dire che c'è qualcosa che deve venire.
Part. 1	È giusta l'osservazione di Part. 2, tante volte certi tipi di musica o certi tipi di rumore se son fatte associate a quello che deve avvenire ti aiutano a seguire il filo del discorso.
Ricer.	A quel punto però è chiaro che la descrizione non deve andare a coprire quei tipi di +<xxx>*
Part. 1	+No no no*

Part. 2	+Certo, certo.*
Part. 1	Se già da sole queste musiche riescono a farti presagire qualche cosa, a volte ti aiutano anche quelli.
Part. 2	Un minimo ecco.
Part. 4	Dopo dipende molto anche da... Prendiamo uno che si sta per buttare giù da un ponte perché è matto, lì urla mi butto mi butto, dopo un po' senti sciaff!
Ricer.	Lì forse sarebbe importante dire che è sul ponte.
Part. 1	+<xxx>*
Part. 3	+<xxx>* Anche chi fa queste descrizioni si dovrà rendere conto un po', comunque non credo che...
Part. 1	Non è facile.
Part. 3	No, non è facile però, va mò là. Adesso mi butto, adesso mi butto, poi nessuno anche un che non ci vede sa dov'è, perché potrebbe essere anche un tetto.
Part. 2	Poi la scena può durare anche mezz'ora tanto sai già che è su un ponte.
Ricer.	Invece per quanto riguarda la descrizione delle azioni, di quello cioè che praticamente avviene sullo schermo quello mi sembra che sia della massima importanza giusto?
Part. 4	Sì.
Part. 3	A beh certo.
Part. 4	È ovvio che anche qui vale sempre il discorso film.
Ricer.	Quello che si può capire dalla
Part. 4	Sia per quello che si può capire dall'audio ma anche dalla velocità dalla... diciamo dalla dinamica stessa degli eventi. Secondo me è molto difficile fare una descrizione precisa
Part. 3	Certo.
Ricer.	Purtroppo quando ci sono certi tipi di azioni si può sfruttare il principio di causa ed effetto, però poi bisogna sempre confrontarsi con la colonna sonora...
Part. 2	Certo, certo.
Part. 1	O il dialogo in quel momento.
Ricer.	Se magari ci sono due personaggi che stanno discutendo in quel momento si chiamano John e Tony. Non so John tira fuori una pistola poi si sente bam, a quel punto è inutile che io dica John spara a Tony.

Part. 1 2 3	Certo
Part. 3	Ti ho pur detto che tutto deve essere seguito e chi organizzerà preparerà questa descrizione penso che non sia l'ultima ruota del carro.
Ricer.	No no. Ma questa è una cosa che serve a me per crescere professionalmente.
Part. 3	Indubbiamente però tu vedi che le cose le sai meglio di noi. Tu ci sei più dentro.
Part. 1	No, ma la descrizione deve servire per farti rendere conto del contesto.
Part. 3	Deve farti seguire il racconto.
Part. 1	Noi adesso stiamo parlando del film però io ti posso dire anche quando sono andata a vedere da sola, senza andare a toccare. Sono andata a vedere lì al San Domenico il museo degli egizi. Allora mi sono messa la cuffietta Adele posto 2 e va bene, ero accompagnata da mio papà, lui non ha una cultura hai capito. Lui guarda le cose perché è curioso, ma non ha una cultura da dirmi, guarda questo è cioè capito? Però nell'audiodescrizione che ho trovato, intanto ti spiegava il contesto. Poi sala per sala quando c'era la descrizione, va beh è bello i particolari così, però più che altro il contesto dove lo stai vedendo. Così anche se non hai visto tutti i particolari della cosa ti rendi conto di cosa sei andato a vedere. C'era questa nave degli schiavi con il poggia remi cioè le cose principali che ti fanno rendere conto di come può essere. Lunga, il poggia remi cioè le cose più evidenti più importanti. Cioè se uno riesce così nella testa e rendersi conto del contesto, poi dopo piano piano la logica viene da sola.
Ricer.	Questo vale per tutti quelli che sono in questa stanza o vale solo per Part. 1
Part. 3	È una cosa interessante. Io un po' ci vedo anche Part. 2, però tante cose le devi toccare per riuscire a capire
Part. 1	Toccare o spiegato bene il contesto perché così, hai capito?
Part. 4	Anche perché c'è il discorso, credo che valga per noi ma anche per voi che un pochino vedete delle volte il residuo visivo non completa. Cioè non è da dire che io ci che ci vedo poco una cosa che è grande la vedo piccola.
Part. 3	Non è così.
Part. 4	Cioè non è un ridimensiona, per usare un termine di windows. Diciamo che una descrizione ben fatta aiuta anche loro ( <i>gli ipovedenti n.d.r.</i> )
Part. 2	Sì.
Part. 3	L'altro giorno siamo andati a vedere il museo, la ragazza che spiegava diceva certe

	cose che io non ci avrei nemmeno fatto il segno a tutte quelle cose che ha detto lei se le avessi viste così. Tante espressioni, tanti segni che... Cos'è? Boh. Cosa vuol dire?
Ricer.	Grazie alla spiegazione della ragazza invece sei riuscito a capire?
Part. 3	Sì, molto di più.
Part. 1	Ti rendi proprio conto di com'era.
Ricer.	Il problema di chi fa le descrizioni è proprio quello di rendersi conto di quali siano gli elementi che servono alle persone non vedenti per godersi un film.
Part. 3	A volte alla sera io guardo la televisione e ci appiccico il naso, ma sai quante scene perdo. Un casino.
Part. 2	In certi film poi
Part. 4	A volte con i miei amici così, spiego un po' i trucchi del mestiere e poi che mentre si è lì che si parla si scherza e si gioca con gli amici, si provano e una persona che non è nelle mie stesse condizioni non ci pensa assolutamente. Ma è normale che sia così. A che trucchi andiamo a usare noi. Poi uno pensa no a me non riuscirebbe, ma se si concentra qualche cosina. È ovvio che non può avere la mia stessa autonomia. Se io ti bendo vai al bagno magari ci arrivi però...
Ricer.	Per quanto riguarda invece i generi di fiction o film che vengono audio descritti voi avete notato che ci sia una varietà che a voi piace o vorreste che ci fossero cose diverse che oggi non vengono proposte?
Part. 4	Io non faccio molto testo in quanto io non sono un grossissimo amante non di film, ma della TV in genere. In realtà ho pochissimo tempo. Proprio perché ho poco tempo quando sto davanti al televisore a me piace di non dover essere attaccato lì al minimo particolare perché se no se lo perdi sei finito. Quindi non so, è una cosa mia personale.
Part. 3	Anche io sono così.
Part. 4	A me piace anche qualcosa di comico, da ridere. Perché con tutti questi problemi, accendi la televisione hanno ammazzato quello se no vai a vedere CSI.
Ricer.	Ve l'ho chiesto perché ho visto, dando un'occhiata al palinsesto della Rai, c'erano un sacco di film gialli, polizieschi, thriller.
Part. 3	Tutta roba vecchia. Sai quante volte la ripropongono.
Part. 4	Ma vedi i gialli e i polizieschi fatti in un certo modo mi stanno anche bene però solo solo di quelli... l'audiodescrizione di quei film lì più leggeri, Boldi e la sua banda,

	Lino Banfi del settanta, Villaggio lì insomma le scene ti mancano però un po' con l'intuito ci vai. Ma almeno lì...
Part. 1	Quelli sono leggeri. Da come ho visto io la Rai riesce a fare molto bene le audio descrizioni di film storici tipo Garibaldi oppure se fanno +<xxx>*
Part. 2 3	+<xxx>*
Part. 1	Le audio descrizioni migliori sono quelle delle fiction che hanno puntate e puntate <xxx> dei personaggi. Forse è più facile farla l'audiodescrizione.
Part. 4	A me ad esempio interesserebbero un po' anche di programmi scientifici. Già i documentari sono abbastanza comprensibili, però un tocco di audio descrizione non guasta.
Part. 3	Io li guardo. Ci sono certi documentari che a me piacciono un casino.
Part. 4	Per esempio adesso su Real Time o DMax lì spesso capita di vedere dei documentarini che si chiamano come è fatto. Fanno vedere come sono fatti i vari oggetti, anche se a volte fanno vedere come sono fatti degli oggetti o come si fa a fare un determinato alimento. L'altro giorno facevano vedere come sono fatte le robe lì messicane.
Ricer.	Io una volta ne ho visto uno dove spiegavano come vengono fatti i bidoni di lamiera.
Part. 1	Quelli lì sono molto interessanti.
Part. 2	Faccio per dire quelli lì non sono male non sono neanche descritti male. Saranno prodotti in America, poi per l'Italia ci sbattono sopra un po' di traduzione e sono a posto.
Part. 3	Come immagini e cambiamenti di scena sono più lenti.
Ricer.	Volevo parlare adesso della voce che legge l'audiodescrizione. Quali sono secondo voi le caratteristiche che una voce per le audio descrizioni cinematografiche deve possedere e cosa non deve assolutamente fare?
Part. 1	Secondo me non deve essere troppo espressiva o troppo forte.
Part. 3	Deve essere chiara.
Part. 1	Deve essere chiara, bassa e non espressiva, per non distoglierti dal dialogo che i personaggi hanno.
Part. 4	Diciamo che deve essere abbastanza lineare, senza troppi alti e bassi.
Part. 3	Esatto, non come si vede a volte in televisione che a volte una parola ti rompe i

	timpani e un'altra invece non si capisce.
Part. 4	Al di là del volume, anche come interpretazione.
Part. 1	Non deve avere nessuna inclinazione espressiva né di gioia né di tristezza né di niente altrimenti la voce ti distoglie dal dialogo.
Ricer.	Quindi completamente monotona?
Part. 1	Secondo me è così, non so poi se agli altri può andare bene così.
Part. 4	Diciamo che non è che deve essere la voce di un morto.
Ricer.	Infatti si rischia poi di andare all'altro estremo verso una voce completamente piatta.
Part. 4	Secondo me non deve essere diciamo proprio completamente anonima, però deve essere abbastanza lineare e non deve avere troppa espressività. Quello no. È ovvio che semmai c'è un dialogo, adesso mi viene in mente un particolare, magari anche abbastanza incalzante. È ovvio che senti questi qui litigare come i matti poi senti la descrizione con una voce completamente bassa e monotona... La voce deve, senza avere dei picchi assurdi, seguire una certa linea però stando abbastanza attaccata all'argomento.
Ricer.	Seguendo la linea che detta il film insomma.
Part. 3	Altrimenti non avrebbe senso e sarebbe una cosa completamente staccata.
Ricer.	Per quanto riguarda invece il linguaggio? La scelta del linguaggio da adottare, perché ad esempio ci possono essere dei film, magari particolari che di per sé si configurano più che come un film di consumo, come un'opera d'arte della cinematografia e quindi con dei riferimenti colti e con una complessità delle inquadrature e delle scene particolare, ma voluta dal regista. A livello di linguaggio è giusto che l'audiodescrizione diventi complessa tra virgolette quanto il testo audiovisivo di partenza oppure che rimanga semplice?
Part. 3	Io dico che con più è semplice che fa capire l'argomento e le cose meglio è, specialmente per me che io sono un caprone.
Part. 4	Io sono d'accordo con lui.
Part. 3	Quando diventa troppo complicato dopo fai fatica a capire, magari quando salta fuori un parolone che chi sa mai cosa vuole dire.
Part. 4	Soprattutto perché al momento non è che l'audiodescrizione sia molto diffusa. Al momento quella della Rai è diffusa tra i soci dell'unione ma non è detto che tra i soci ci sia un alto livello di cultura. Io non voglio fare differenze ma credo che un

	messaggio semplice sia più immediato per tutti, soprattutto in questo momento, poi magari fra venti o trent'anni...
Part. 3	Un messaggio semplice lo capisce chi è colto e meno colto
Part. 1	Voglio fare un'osservazione che non so quanto ti possa servire. Io vado al cinema a seguire i film. Se mi trovassi al cinema è una cosa che mi piace, mi ha aiutato molto a seguire i film il fatto di leggere. Se tu hai già la mente preparata a leggere un libro dall'inizio alla fine, io leggo Calvino e altri, romanzi intendo, se leggi un romanzo della Letizzietto è un'altra cosa.
Part. 2 3 4	Risate.
Part. 4	Risate. Stavo proprio pensando a quello. È chiaro che la Letizzietto è la Letizzietto e la prendi per quello che è.
Part. 1	Io mi sono abituata. Quando ci vedevo molto di più i libri me li divoravo, ho imparato così e ti dico che anche adesso quando a vedere un film avendo in testa questa, è per questo che anche all'inizio ti dicevo quando si comincia un argomento che uno ha già in testa la logica del racconto, come si deve svolgere il racconto, piano piano con la logica uno riesce a seguirlo meglio. Quello che volevo dirti è che leggere mi ha aiutato a seguire i film. Tu dirai scegli tutti i film con argomenti conosciuti. È chiaro che se devo andare a vedere Salvate il soldato Ryan cioè insomma, non ci vado a vedere quei film lì perché non riesco sempre a rendermi conto del personaggio, se no prima devo prendermi la recensione o andarci con qualcuno che l'ha già visto e mi spiega almeno.
Ricer.	Ti prepara prima?
Part. 1	Sì mi prepara prima, però del resto il leggere
Ricer.	Mi sembra di capire da Part. 1 che la parte principale dell'audiodescrizione dovrebbe essere quella che ti prepara poi andare a vedere.
Part. 3	Tantissimo, quello lì te l'ho detto anche l'altra volta anche nell'audiodescrizione delle commedie aiuta tantissimo. Penso sia la cosa principale, basilare.
Ricer.	La principale?
Part. 3	Sì perché tu da lì parti e hai già un orientamento.
Part. 1	Ti predisponi a come te lo devi vedere
Ricer.	In un film Part. 3 suggerivi questa parte introduttiva di metterla di sfruttare la parte

	dei titoli di testa che compaiono?
Part. 3	Secondo me è utile quello. Io adesso son trent'anni che non vado al cinema però quando ero giovane ci andavo spesso al cinema. Quando parli del cinema nella maggior parte dei film vengono fuori le scritte degli attori e tutte queste cose qua. Specialmente gli attori principali, è così che viene spiegato all'inizio del film oppure nella preparazione all'inizio, come nella commedia io mi ricordo quella che abbiamo visto che veniva spiegato. Per me è molto importante quella lì mi aiuta molto.
Ricer.	Come una persona va al cinema e legge sulla locandina il nome e il ruolo degli attori.
Part. 3	Sì noi invece, sì vai là così a lume di naso.
Part. 1	Te lo perdi. Magari dopo riesci a capire un po' il senso del film però tu hai bisogno del personaggio. Hai bisogno di sapere che hai lì il Brad Pitt della situazione. Questo che dice lui è anche importante per conoscere gli attori cioè nel senso. Va beh quelli più famosi uno li ha sempre visti. Però se uno deve conoscere quelli nuovi che sono diventati famosi. Fai conto che tu un film con George Clooney non l'hai mai visto, però tu che sai George Clooney fa, vai a vedere un film che fa questo questo e questo, ti immagini anche, riesci a dargli un giudizio su come recita, su come è, a seconda del personaggio che fa, hai capito. Cosa che voi fate tranquillamente, tu leggi la locandina poi vedi come si muove, come qui, come là, come giù. Allora già puoi dare un giudizio immediato. Noi abbiamo bisogno di un po' di preparazione per entrare nel personaggio per sì è stato bravo, no non è stato bravo. Io ho visto Titanic, a me Di Caprio non sembra questa cima di attore, però quel film era proprio una cosa fatta apposta per lui. Per dirti se tu hai già un'idea. Io ho avuto un'impressione molto buona anche di quando siamo andati su a Sarsina, mi piace anche il teatro, ho visto quella di De Filippo, cioè capito. Preparata riesci a renderti conto. Se uno ci va così se la trama è un po' semplice riesci a seguire tutto, se invece è una trama un pochino più complicata perché ci sono più personaggi perché devi seguire più fili della stessa trama magari qualcosa te lo perdi.
Part. 3	Anche un bel po'.
Ricer.	Per quanto riguarda invece le scene di sesso, come audio descrizione chi descrive
Part. 3	Non puoi descrivere più di quel tanto
Ricer.	Se io descrivo e vedo che c'è una scena di sesso, dico questa qui ok lascio all'immaginazione di chi si sta guardando il film attraverso i sospiri o attraverso

	quello che c'è di sonoro.
Part. 3	I rumori insomma.
Ricer.	La vostra opinione riguardo a questo è che sulla scena di sesso si può
Part. 4	+<xxx>*
Part. 3 2	+Risate*
Part. 3	Se uno è nudo penso che si possa dire
Ricer.	Secondo la vostra sensibilità personale?
Part. 1	Secondo me sì, però solo quelle cose che ti fanno rendere conto solamente del contesto della scena se la descrizione poi diventa con più particolari o ascolti la descrizione o perdi la sensazione che ti vuole dare la parte del film.
Part. 3	Dipende dalla filosofia.
Part. 4	Possibilmente senza andare nella volgarità.
Part. 3	Più o meno è quello che avevo detto io prima.
Part. 4	Facciamo un bell'esempio non con i noir, con quelli erotici e violenti. I viola?
Ricer.	Non lo so.
Part. 4	Insomma quella roba lì. Mettiamo che loro lì che..., poi a un certo punto lei tira fuori la pistola. È ovvio che in quella fase lì bisogna descrivere il fatto che loro erano a letto e stavano facendo qualche cosa.
Part. 3	Questo è un altro discorso.
Part. 4	No no no. La descrizione che loro comunque sono nel letto e stanno facendo sesso per poi approdare al discorso della pistola bisogna farlo. È la stessa cosa di un film romantico, è ovvio che non potrai dire tutti i particolari, però qualcosa bisogna dirlo.
Ricer.	Il discorso però è anche questo se il regista sceglie di mostrare dei corpi nudi con i genitali visibili io che descrivo dovrò rispettare questa scelta.
Part. 3	Questo sì, però dopo poi dipende da quello che dice il film e da come è strutturata la scena, chi fa l'audiodescrizione dovrà sapersi regolare sotto questo aspetto.
Part. 4	Volevo aggiungere una cosa. Ultimamente mi hanno detto che vanno di moda depilate, io non lo so. Però se il regista decide di mostrare la zona pelvica o pubica ed è depilata questo bisogna dirlo e non mi sembra che sia una volgarità, però può essere indicativo e espressivo, traduce la volontà del regista di fare vedere proprio quel dettaglio lì. Scene di sesso messe in modo tranquillo, però con dei particolari sui

	quali il regista insiste particolarmente.
Part. 3	Molti particolari si possono dire tranquillamente. Dipende poi anche da che tipo di film uno guarda, perché se guardi un film porno...

## **Focus-Group U.I.C.I. Bologna 26/07/2012**

**Oggetto:** Intervista semi-strutturata sull'audio descrizione, finalizzata ad individuare quelle che dovrebbero essere le caratteristiche fondamentali di un audio descrizione efficace e di qualità.

**Ricercatore:** Nicola Tondi

**Partecipanti:** 9 (4 uomini; 5 donne)

**Grado Deficit Visivo<sup>78</sup>:** 3 Persona Non Vedente Totale, 2 Ipovedente;

**Titolo di Studio:** 2 Diploma di Laurea; 5 Diploma di Scuola Media Superiore; 2 Diploma Media Inferiore

**Età:** 26; 31; 37; 42; 49;

**Condizione lavorativa:**

**Familiarità con prodotti audiovisivi audio descritti:** Sì

**Luogo dell'intervista:** sede locale via dell'Oro 1 - 40124 - Bologna

I partecipanti saranno indicati nella trascrizione attraverso delle sigle al fine di proteggerne l'anonimato: il primo partecipante ad intervenire nella discussione sarà indicato con la sigla Part. 1, il secondo con la sigla Part. 2, il terzo con la sigla Part. 3 ed infine il quarto con la sigla Part. 4. Il ricercatore verrà indicato con la sigla Ricer.

Part. 1: M gabriele

---

<sup>78</sup> Per indicare il grado del deficit visivo, si fa riferimento ai parametri indicati dalla legge 138/2001 "Classificazione e quantificazione delle minorazioni visive e norme in materia di accertamenti oculistici", pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* n. 93 del 21 aprile 2001 e consultabile all'indirizzo: <http://www.parlamento.it/parlam/leggi/011381.htm>

- Part. 2: M gennaro
- Part. 3: M costantino
- Part. 4: M mario
- Part. 5: D irene
- Part. 6: D rebecca
- Part. 7: D giuliana
- Part. 8: D antonietta
- Part. 9: D ada

Ricercatore: Nicola Tondi

### Inizio trascrizione

Ricer.	Allora, verificato che tutti abbiamo familiarità con l'audiodescrizione, se siete d'accordo comincerei da quelle che sono le vostre aspettative quando utilizzate un'audiodescrizione, sia essa per il cinema o sia essa per il teatro.
Part. 1	<p>Premetto che io parlo da fruitore esperto di prodotti audio descritti, ma non ne ho mai prodotti, costruiti, però ne ascolto parecchie da diverse fonti. Faccio un'altra breve premessa. Io non credo nel valore della discussione nella raccolta di questo genere di dati perché come di fronte ad un'opera artistica, un evento scientifico o qualunque altra cosa la percezione dell'audiodescrizione è una cosa estremamente soggettiva, troverai persone che amano cose diametralmente opposte. Da quelli che sono minimali e che quindi vogliono il meno possibile perché vogliono il rispetto dell'audio originale, a quelli che vorrebbero che addirittura il tempo dell'audiodescrizione superasse quello dell'altro perché vorrebbero ascoltare dei veri e propri capitoli per avere tutte le informazioni possibili. Quindi secondo me l'unica via scientificamente valida che puoi usare per raccogliere delle informazioni utili sarebbe quello di sottoporre un questionario e poi valutare statisticamente le maggioranze nelle risposte, ma se ne discutiamo difficilmente potrai arrivare ad un qualche tipo di conclusione. Personalmente il mio punto di vista è molto chiaro e semplice: io sono uno che ama le audiodescrizioni molto lunghe e dettagliate. Per me dove possibile il prodotto audio descritto potrebbe essere anche più lungo del prodotto di partenza, fermando l'audio originale apposta per fare spazio all'audiodescrizione, che è una cosa che risulta obbrobriosa agli orecchi di molti...</p>

Part. 6	Infatti.
Part. 7	Per i film è possibile?
Part. 1	Per i film sì per il teatro no.
Part. 5	Beh per il film se non li vedi al cinema però.
Part. 1	Io parlo di prodotti registrati principalmente.
Ricer.	Sì se uno non lo vede al cinema si possono inserire inserti speciali che riguardano specificatamente l'audiodescrizione e teoricamente si potrebbe fare. Io sto facendo queste interviste semistrutturate per arrivare a creare un questionario però prima di arrivare al questionario è sembrato utile ed opportuno conoscere le cose che venivano chieste da coloro che utilizzano il servizio.
Part. 5	Io invece ho il pensiero opposto da Part. 1. Io innanzitutto una cosa nella quale credo molto per la fruizione dell'audiovisivo in modo piacevole per me sia quello di dividerlo con gli altri, cioè anche con chi vede. Per cui un'ipotesi come quella proposta da Part. 1 limita questa possibilità perché comunque il prodotto che ipotizza lui è un prodotto diverso da quello originale che può piacere che è legittimo, però che non è per me un prodotto appropriato rispetto al film o allo spettacolo teatrale live audio descritto. Quando noi, io differenza di Part. 1 ho fatto qualche audio descrizione, quindi sono sia fruitore che descruttrice, diciamo così. Come fruitore ho avuto esperienza sia con i film della Cooperativa Sociale di Trento, che fa solo audiofilm solo su cd per cui si perde proprio quello che dicevo io, quello della condivisione con gli altri che vedono. Lì non ci sono le immagini. Per cui io non so se loro applichino la cosa che dice Part. 1, di fermare...
Part. 1	No. No.
Part. 5	Però comunque non ci sono immagini, per cui è difficile che un vedente possa... Lo può fare come esperimento però è difficile che uno si presta senza addormentarsi dopo un minuto. Poi ho visto qualche film audio descritto della Senza Barriere di Milano, poi quelli della Rai li conosco abbastanza, poi qualcosa che si era fatto a Bologna con un nuovo gruppo che lavora sulle audio descrizioni e va beh poi lì i nostri ovviamente. Dunque la questione per me è di non coprire mai l'audio del film e questo è molto complesso in alcuni film. Alcuni film proprio si fa fatica ad audiodescriverli in modo completo se tu non vuoi ma, mai coprire l'audio. Per audio io intendo il parlato perché a volte succede di coprire un suono, perché altrimenti non riesci a descrivere veramente

	<p>niente. In certi passaggi sì, è inevitabile. Per quanto riguarda il modo di descrivere l'audiodescrizione credo di essere all'opposto di Part. 1 perché a me non piacciono... cioè le audio descrizioni vanno scritte in italiano corretto, questo senza discussione, però non mi piacciono quelle piene di fronzoli o di interpretazioni. A me piacevano abbastanza quelle della Rai solo che in certi passaggi c'erano veramente quasi dei commenti al film o sui personaggi che io non ritengo necessari, perché per me l'audiodescrizione deve avere l'obiettivo di descrivere quello che compare sullo schermo e di ridurre al minimo, perché è impossibile azzerarla, l'interpretazione del descrittore. Già una descrizione diventa un'interpretazione perché sei tu che scegli quello descrivi o non descrivi, perché comunque l'audiodescrizione è tradurre un linguaggio visivo in un linguaggio verbale, quindi per forza c'è una perdita d'informazione perché comunque il linguaggio visivo è più veloce e immediato siccome riesce a concentrare molte più cose in un secondo, mentre con quello verbale non si può fare. Quindi quando tu scegli già interpreti, per cui trovo veramente superfluo fare un discorso di... interpretazione successiva. Tipo non so... mi ricordo film dove c'era quasi la morale alla fine, o anche telefilm, cioè queste cose io le trovo davvero poco utili.</p>
Part. 2	<p>Mi accodo alla discussione. La descrizione deve essere sintetica e ha secondo me uno scopo fondamentale: rendere un film o un telefilm conoscibile. Senza l'audiodescrizione qualsiasi tipo di film che sia... se a un prodotto con un grado di accessibilità alto, che abbia cioè pochi cambi di scena e con un ritmo lento o un film con molti cambi scena, con tante scene mute e da un ritmo frenetico, comunque l'audiodescrizione ci vorrebbe sempre. Un film senza audio descrizione è un prodotto non accessibile. Questo è un fatto che non si discute, poi possiamo discutere sulla metodologia con cui io vado a creare questo prodotto. Anche qui però fino a un certo punto, perché se ne può parlare qui nella realtà italiana, dove stiamo ancora a discutere se è il caso di audio descrivere dei prodotti oppure no, con una percentuale di programmi della televisione pubblica descritti bassissima. Paesi invece come l'Inghilterra invece hanno una tradizione di audio descrizione elevatissima, è ovvio poi che una volta che c'è una disciplina, una prassi, poiché lì sono stabilite anche delle norme da seguire. Infatti quando abbiamo fatto un seminario invitando degli esponenti stranieri hanno fatto riferimento proprio a dei parametri europei che si cercano di seguire. Questi parametri lasciano assolutamente spazio al prodotto film e quindi la</p>

	<p>descrizione non può interpretare ma deve descrivere altrimenti sarebbe un film interpretato. Poi come ha detto Part. 5, le audio descrizioni, io le cito, se ascolti quella lì del Diavolo veste Prada, fatta dalla Rai, alla fine il descrittore si lascia andare ad un'interpretazione delle due figure. Può anche essere un metodo diffuso ma è inutile, se vogliamo essere buoni si può considerare un'aggiunta, quindi per tirare le somme del mio discorso: l'audiodescrizione è un prodotto indispensabile per rendere fruibile un mezzo, è auspicabile che si creino anche in Italia dei parametri il più oggettivi possibili, visto che già ci sono sarebbe ancora più auspicabile conformarsi a quelli che già ci sono, poi sul caso di criticarli, insomma... ad arrivarci perché se arriviamo a criticare dei parametri vuol dire che è diventato costume fare le audio descrizioni in Italia. Ma in Italia stiamo parlando di cose come se fosse un evento...</p>
Part. 3	Ma sono eventi.
Part. 2	Le audio descrizioni in Italia sono degli eventi. Quella associazione che abbiamo citato prima, Senza Barriere, quell'associazione organizza eventi ok? È un altro discorso, sono eventi. Io prendo un film lo audio descrivo, lo proietto in quel cinema lì, a quell'ora lì e dico a tutti i ciechi venite a quell'ora lì, in quel posto lì.
Part. 6	La stessa cosa sono eventi questi di Bologna.
Part. 2	Assolutamente.
Part. 5	Perché non riesci a fare altro.
Part. 2	Ne fai uno unico e basta, sennò, no. Quando siamo riusciti noi e adesso non mi ricordo come si chiama l'altra associazione...
Part. 5	Culturabile.
Part. 2	A mettere una descrizione in un DVD abbiamo creato, secondo me, un prodotto completo.
Ricer.	Riuscire a produrre un'audiodescrizione e registrarla su DVD è il passo successivo.
Part. 2	Ma tecnicamente è banalissimo. Se tu acquisti Boris, il film che abbiamo proiettato qui a Bologna che dopo è andato in produzione perché semplicemente è diventato un DVD, c'è l'audiodescrizione. La stessa cosa vale per il Discorso del Re, non fatto da noi, ma fatto da un'altra associazione, non devi comprare un DVD speciale o un altro DVD, ma lo compri in qualsiasi negozio.
Ricer.	Bisognerebbe riuscire a fare questo, ma per realizzare un DVD di quel tipo bisogna disporre anche di tutta un'attrezzatura tecnica che ti consenta di abbracciare gli

	standard audio richiesti.
Part. 5	Noi semplicemente abbiamo fornito la traccia audio alla casa di produzione. Così loro quando montavano il DVD hanno aggiunto la traccia dell'audiodescrizione.
Part. 2	Per chi fa quel tipo di mestiere non è per niente impegnativo.
Part. 5	Sì, noi l'audio lo avevamo registrato per la proiezione in sala, quindi avevamo un audio già pronto, è stato semplicemente montato sul DVD in fase di produzione del DVD quindi non c'è stato...
Part. 5	Una cosa che nessuno dice mai. Un'altra grande azienda, la Sub-Ti che cura la produzione delle audio descrizioni nei festival, tutti quei film che vengono descritti, vengono cestinati il giorno dopo, perché nessuno comunque potrà mai usufruire di quel prodotto che è stato audio descritto. Immagina tutti i soldi che sono stati spesi per rendere accessibile quel film, poi ci sono andati sette ciechi, poi basta... andate e diffondete il verbo. O aspettate che certi servizi come quello di Trento di cui si è parlato prima... ma quello è proprio una cosa diversa, è rivolta ai ciechi, che entra proprio in un'altra categoria.
Ricer.	Anch'io ho visto il loro catalogo *che è molto esteso*
Part. 7	+Loro sono molto bravi* nelle audiodescrizioni.
Part. 5	Sì loro sono davvero bravi, secondo me. Mi piacciono abbastanza, però sono su CD audio.
Part. 6	Effettivamente non è un DVD che io posso guardare assieme a un amico e commentarlo con lui, perché...
Ricer.	Infatti io sono venuto qui alla cineteca per la proiezione di Benvenuti al Sud, che a me sembrava ben fatta, poi chi deve descrivere un giudizio siete voi.
Part. 6	No, era ben fatta e poi è stata anche difficile perché c'erano pochi punti dove inserire...
Ricer.	Sì a me sembrava ben fatta nonostante tutte le difficoltà, che poi sono presenti in ogni prodotto audiovisivo, la cosa più bella a mio parere è stato l'incontro tra il pubblico non-vedente e il pubblico vedente.
Part. 5	Quello era lo scopo di quella proiezione e l'idea che noi abbiamo delle proiezioni audio descritte, cioè non una proiezione ad hoc, ma una proiezione audio descritta inserita nella normale proiezione del cinema. Poi è chiaro che ci piacerebbe...
Part. 6	È auspicabile che io vada al cinema chiedo le cuffie...
Part. 7	Quello sarebbe +perfetto.*

Part. 6	+Esatto.*
Part. 5	In Inghilterra e in Spagna succede così, in alcune sale. Da noi non ce n'è nessuna.
Part. 8	Lì almeno ce ne hanno qualcuna, cioè voglio dire...
Ricer.	Prima si diceva che all'interno di qualunque prodotto audiovisivo in genere si è sempre costretti ad operare delle scelte, per le difficoltà che tutti noi ben conosciamo. secondo voi quali sono quelle informazioni che assolutamente devono essere trasmesse?
Part. 8	Le informazioni ovviamente devono essere quelle relative ai gesti che fanno le persone quando non parlano e che poi hanno significato. Nel complesso del film quei gesti lì hanno un loro significato. Se tu perdi quello poi non riesci a capire tutto il resto. I gesti, le azioni, non so... gli atteggiamenti, le espressioni del viso, che anche lì poi c'è...
Ricer.	Aspetta vuole intervenire Part. 3. Prego.
Part. 1	Ciò che è coinvolto nello svolgimento della storia. Cioè posso anche non sapere che il tavolo su cui è gettato il fascicolo del tribunale è di noce o è marrone, però magari mi interessa che lei gli lancia un'occhiata torva, perché mi è utile per capire i sentimenti che questo personaggio sta provando. Vorrei fare una precisazione su quello che stavo dicendo prima. Io credo che l'unico scopo di un'audiodescrizione sia quello di tentare, che è impossibile riuscire a farlo al 100% ma ci si può avvicinare, di sopperire alla mancanza di informazioni visive. Poi sono perfettamente d'accordo che ci si debba astenere da qualsiasi tipo di interpretazione etica o morale della trama in corso di svolgimento. Si deve far cambiare canale alle informazioni passandole, per quanto possibile dal visivo all'audio. Ovviamente se paragoniamo il visivo all'audio parliamo di un lago e di un ruscello, quindi passerà poco, ma quello che è il compito del descrittore è quello. Io resto però dell'idea che debbano essere descritte molte cose.
Part. 3	Dire descrivere molte cose, secondo me non è in contraddizione con quello che dice Part. 5. Stiamo parlando di quantità, della quantità di dettagli
Part. 5	Lui però dice, io vorrei fermare il film. Ma in sala il film come lo fermi?
Part. 3	Magari fare dei prodotti con dei contenuti speciali.
Part. 4	Beh per un prodotto come quello di Trento dove c'è un file audio MP3 dedicato solo ai non-vedenti, se loro hanno la capacità di farlo... non è indispensabile, però alcune volte quando descrivi un film vorresti...
Part. 2	Posso fare un esempio descrittivo che spiega bene questo pensiero. Se c'è una coppia

	che sta avendo uno scambio a livello verbale molto importante sul picco di una montagna o con un fondale meraviglioso, allora è ovviamente importante quello che si dicono e questo è alla portata di tutti, è chiaro. Però una persona che guarda il film ammira anche l'opera d'arte alle spalle degli attori che può essere un tramonto, un paesaggio collinare, quello che è. Quindi ridurre al minimo la descrizione del fondale, del paesaggio è una scelta che però toglie allo spettatore cieco la possibilità di ammirare questo fondale. Mentre con una descrizione più lunga...
Ricer.	Infatti chiunque si occupa di audio descrizione si rende conto che una fetta più o meno grande dell'aspetto visivo di un film si perde.
Part. 6	Questo è inevitabile.
Ricer.	Anche nei paesi dove la tradizione dell'audiodescrizione è ormai affermata una parte della sfera visiva del prodotto è soggetta a dei tagli.
Part. 5	Al cinema poi gli spazi disponibili per descrivere poi sono quelli che sono.
Part. 4	Scusate mi inserisco anch'io nel dibattito. Buongiorno a tutti. Io ad esempio ascolto le audio descrizioni in americano di Blind Minds che è questo sito per non vedenti, non so se lo conoscete, che per esempio loro. Siccome io... il mio inglese è sufficiente ma non eccezionale, guardo film che ho già visto in italiano, mi è capitato ad esempio di vedere film che avevo già visto anche audio descritti in italiano. Loro fanno delle cose molto belle. Ad esempio, parte il film e dicono "una miriade di stelle sul fondo nero si accumula al centro e vanno a formare le parole Golden Globe" no? Questo a me piace moltissimo.
Ricer.	Questo è sul prodotto americano?
Part. 4	Sì, a me piace molto, in Italia mai sentito una cosa del genere.
Part. 7	All'inizio, perché no?
Part. 4	O sui titoli di coda.
Part. 6	Posso dire? Io sono del parere che per me l'audiodescrizione debba servire esclusivamente a non farmi perdere la trama. Quindi il minimo indispensabile per non farmi perdere la trama e lasciare spazio alla vicenda a quello che c'è da ascoltare comunque. Per questo dicevo prima che le sovrapposizioni proprio non le sopporto. Soprattutto poi la descrizione dei finali, che è tremenda. In un film riesci a capire tutto ma non capisci il finale, che il giorno dopo in ufficio chiedo ai miei colleghi se hanno visto quel film e gli chiedo come è andato a finire. Perché il finale parte magari con la

	musica finale e tu non capisci. Questo effettivamente succede anche a teatro.
Part. 5	Noi una volta siamo andati al cinema e c'era questo problema qui, che non avevamo capito il finale. Allora abbiamo detto chissà come è finito, perché c'era uno che bussava a una porta e abbiamo chiesto come finiva. Uno ci ha risposto che la porta veniva aperta, un altro ha detto che no, la porta non veniva aperta.
Part. 3	E quindi è chiusa la porta, o ancora non si sa? Quello che volevo dire che gli elementi per seguire la trama sono importanti, però come nell'esempio che si faceva adesso la porta aperta o chiusa, magari servono anche gli elementi di contorno che nell'immediato non servono per capire la trama, ma che sono utili dopo allo spettatore cieco per dare la propria interpretazione, descritti però nel modo più asettico possibile.
Ricer.	Part. 3 ha sollevato il problema di fare descrizioni asettiche quindi viene coinvolto qui il problema della selezione degli aggettivi, di cui parlavamo prima.
Part. 7	Io e Part. 5 abbiamo litigato tantissimo perché ci sono momenti, specialmente nelle espressioni del viso in cui non riesci a mettere un aggettivo. Adesso mi viene in mente l'esempio del viso triste, poi se viene in mente qualcosa su cui abbiamo litigato lo diciamo. Però ci sono situazioni in cui un aggettivo ci vuole. Lui prima ha usato torvo. Ecco se io dico a Part. 5 di mettere scuro, nero... cos'era l'ultima volta? Che tu mi hai detto che non sapevi com'era. Non mi ricordo insomma, comunque a volte perché c'è poi anche a livello internazionale la discussione sull'espressione del volto, perché se c'è il dialogo ti rendi conto dell'espressione triste, ironico, corrucciato, ma se non c'è dialogo è l'espressione del viso che ti dice com'è in quel momento la persona. Qualcuno dice che questa è un'interpretazione, però come fai a indicare, cioè io posso spiegare ha tirato le labbra, ha alzato gli occhi, ma chi non sa quali sono queste espressioni come fa? Abbiamo avuto delle discussioni io e lei su questo.
Part. 3	Ogni prodotto va interpretato in base al background culturale di chi lo riceve, no? Però tu hai l'obbligo a fornire un prodotto al più alto livello culturale possibile, così chi lo utilizza cresce.
Part. 6	Però come fai a sapere...
Part. 3	Il più alto livello culturale a cui arrivi, se uno non sa che +aggrottare le sopracciglia significa essere arrabbiati*
Part 7.	+Ma non è una cosa che tutti sanno, come fa?*
Part. 3	Lo chiede a un amico e il giorno dopo cresce.

Part. 6	A questo punto però fai un prodotto per elite non per tutti.
Part. 7	I ciechi non tutti sanno...
Part. 3	Beh lo imparano Part. 7.
Part. 8	Beh questa è la differenza anche tra chi non ha mai visto o letto. Chi ha visto sicuramente ha più l'esigenza di sapere.
Part. 3	Allora bisogna dire a chi non ha mai visto di non leggere perché nei libri potrebbe trovare espressioni di quel tipo lì.
Part. 8	Non sto dicendo questo, scusami.
Part. 7	Stiamo discutendo per vedere come sarebbe meglio, cioè quale soluzione è migliore?
Part. 3	Non c'è un meglio.
Part. 5	Quando fai un'audiodescrizione comunque devi fare una scelta, no? Qual è il punto di vista di chi usa l'audiodescrizione? È uguale a quello di un'altra persona che valuta e dice ok questo prodotto mi piace perché va incontro alle mie esigenze, oppure lo avrei preferito così. Quando la fai invece questo problema ti si presenta spesso perché tu devi scegliere lo stile. Quello che dice Part. 8 ha molta importanza perché io pur essendo cieca dalla nascita leggo i libri, ancora nessuno me lo ha proibito e quindi sulle espressioni del viso in modo particolare lo capisci dal contesto del film ed è per questo che io non sono molto d'accordo sulla descrizione delle espressioni del viso. Generalmente dal contesto del film tu capisci lo stato d'animo dei personaggi, così come succede in un libro perché è il frutto di un'evoluzione. Poi il problema della cecità dalla nascita o acquisita è molto complesso in relazione all'audiodescrizione. A me una volta è capitato di ascoltare a Venezia un film descritto da Sutti era l'alba, ed era un film dove c'erano momenti dove il protagonista a volte soffriva di allucinazioni. A un certo punto disse l'interno della casa è rosa, Sutti intendeva dire che era rosa per il sole che albeggiava, questo poi me lo sono fatto spiegare, perché io pensavo che fosse lui che aveva un'allucinazione. Chi ha descritto quel problema non se l'era posto. Perché comunque il concetto a chi vedeva era chiaro.
Part. 2	È per questo che la cooperativa di Trento fa testare i suoi film prima di metterli fuori a un non-vedente.
Part. 5	Secondo me anche il test fatto da un cieco acquisito e da un cieco dalla nascita è diverso. Sono sfumature, ma anche esigenze diverse.
Part. 7	Va beh a questo punto ci vorrebbero delle linee guida internazionali.

Part. 2	Volevo sottoporre un problema che caso mai uno difficilmente ci pensa: le scene erotiche, a parte che anche quelle rendono un film piacevole, dal punto di vista mio.
Part. 7	Dipende dalla scena.
Tutti	<xxx> Risate.
Part. 2	Io ho dei porno americani audio descritti, era talmente curiosa come faccenda che anche se non sono interessato all'argomento, l'ho scaricato.
Part. 6	Americani, però.
Part. 5	Io continuo a dire che quello è il mercato del futuro ma nessuno mi crede.
Part. 2	Ci sono comunque dei capolavori della cinematografia che contengono scene erotiche. Il come farlo e come affrontarle è un problema. L'audiodescrizione di solito lascia spazio alla colonna sonora, che certo, mi consente di capire quello che sta succedendo, però non la descrive. Non so magari dicono "si scambiano dei..." senza mettere particolari o dettagli visivi. Caos calmo la famosa scena di Caos calmo... Io ho dovuto leggermi delle critiche per capire perché questo caspita di film ha avuto delle... perché effettivamente ci sono delle posizioni... ma tu che lo vedi puoi vederlo... e sai perché il film ha avuto delle critiche e l'attrice si è sentita in imbarazzo, ma se tu mi dici si scambiano delle effusioni a me chemme frega?
Part. 4	Quello sta alle competenze dell'audiodescrittore. Alla fine poi descrivere un rapporto sessuale e un branco di cervi che beve in un lago è la stessa cosa.
Part. 5	Sì, però diciamo che il rischio è di diventare un po' ridicoli. Noi per provare avevamo fatto un film con scene magari non erotiche che si intitola Il canto della sposa. Era ambientato in un paese arabo e la sposa veniva depilata nel pube e si strappava via tutto. Una scena molto cruda. Allora tu ti approcci alla descrizione come Piero Angela, con un tono del tutto distaccato, quasi da documentario scientifico, oppure una scena erotica che ha anche una componente cioè è comunque difficile da descrivere. Se tu mantieni un approccio del tutto asettico scadi un po' nel ridicolo e perdi l'atmosfera del film. Secondo me è per questo che molti criticano. Però a volte dicono ( <i>tono enfatico</i> ) "si scambiano effusioni e si vede chiaramente il loro sentimento"
Tutti	Risate.
Part. 5	Poi ti lasciano un po' di musica. Ma non vuol dire niente, però è davvero più complicato la scena erotica.
Part. 6	Puoi dire che so... mette la mano sul seno... però lì se descrivi, scegli tu come ma la

	devi descrivere.
Part. 5	Anche il discorso che si faceva sul livello culturale più alto per le audio descrizioni, secondo me andrebbero adattate in base al prodotto. Se io descrivo Vacanze di Natale, per dire, un film di massa. Io non posso lasciarmi andare a un linguaggio complesso, considerato il pubblico target del prodotto e considerando che il mio scopo è quello di far capire e rendere accessibile il film a tutti. Ovviamente sempre utilizzando un italiano corretto, però secondo me non mi posso lasciare andare... diverso è se descrivo un film di Antonioni che io immagino destinato a un pubblico di cinefili, magari mi posso lasciare un po' andare a livello di linguaggio. Secondo me un minimo di rapporto tra lo stile dell'audiodescrizione e quello che si descrive si deve legare.
Part. 4	Sono d'accordo tendendo all'alto però.
Part. 2	Uno tende sempre all'alto, non è che uno è masochista.
Part. 4	Il qualunquismo impera. Se uno ha la possibilità di fare un prodotto di qualità...
Part. 5	Secondo me si può rimanere nell'ambito della qualità anche operando delle scelte lessicali che siano adeguate.
Part. 7	Non è facile.
Part. 6	Avere un prodotto pieno di paroloni poi siamo sicuri che alzi la qualità?
Part. 4	Beh insomma... fare delle descrizioni con parole adeguate, anche magari non proprio conosciute dalla massa, ma che fanno parte della lingua italiana, non credo il risultato sarà qualcosa che appartiene a un'altra cultura, scusate...
Part. 7	Per certe cose non so, tipo le espressioni del viso o gli aggettivi... ha un viso... non mi ricordo, però abbiamo discusso tanto
Part. 3	Luminoso, a forma di cuore.
Part. 7	Ha un viso cupo per esempio, magari c'è uno arrabbiato allora metti un viso scuro, magari non è proprio arrabbiato, però è scuro in volto, ecco questo.
Part. 4	I non vedenti vivono in un mondo di vedenti con un linguaggio fatto per vedenti, tu non puoi adattare il prodotto ai vedenti, saranno loro che crescono culturalmente e imparano.
Part. 7	Sì però l'audiodescrizione si rivolge ai ciechi, non ai vedenti.
Part. 4	I ciechi come entità non esistono.
Part. 5	No, invece esistiamo.
Part. 7	Io ritengo comunque... a parte che ci sono dei film in cui proprio non... puoi dire solo

	una parola, ecco. La devi scegliere e non è facile. Guarda se capiterà che faremo un altro film se vuoi ti coinvolgiamo.
Part. 6	Abbiamo sempre troppo poco tempo. Se prendiamo su Part. 4 non finiamo più.
Part. 7	No così anche lui si rende conto delle cose.
Part. 4	La mia non è una critica, state facendo un ottimo lavoro.
Part. 5	No guarda, non è su come uno lavora, perché come su tutte le cose, mi piacerebbe che ci fossero più prodotti audio descritti in modo che ognuno potesse scegliere quello che più gli piace.
Ricer.	Mi piacerebbe approfondire la parte riguardo all'integrazione dello stile delle audio descrizioni con il prodotto di partenza. Ha citato Vacanze di Natele piuttosto che un film di Antonioni. Voi ritenete che debba esserci anche una differenza rispetto al genere del prodotto, cioè debbano avere delle peculiari caratteristiche se si realizzano per film horror o per film romantici?
Part. 4	Partendo che i presupposti fondamentali siano quelli di conoscere il film a menadito, senza audio descrizione. Quando devi descrivere un film, lo guardi più volte insieme anche alla persona che vede e ne prendi su il ritmo. Perché noi possiamo discutere di stile, di livello culturale ma poi il tutto viene determinato dal ritmo, l'audiodescrizione si deve adattare al ritmo del film. L'altra cosa che chi descrive deve avere è un'ottima conoscenza del linguaggio. E usare le parole giuste. Una cosa che si può dire con quattro parole, se uno ci pensa, la si può dire con tre.
Part. 6	Io non avendo mai fatto una cosa del genere posso immaginare che a descrivere un film horror hai più spazio per descrivere rispetto a un film romantico, più parlato. Quindi magari uno si deve basare sulla presenza degli spazi.
Part. 5	Secondo me, dovendo l'audiodescrizione adattarsi al ritmo e agli spazi del film, inevitabilmente si crea uno stile. Anche solo lo speaker che legge ha un tono diverso che magari fa basandosi anche allo sfondo musicale. È inevitabile che lo stile dell'audiodescrizione segua quello del film.
Part. 7	Abbiamo provato anche Shining. Perché noi abbiamo fatto delle prove in cui...
Part. 5	Abbiamo scelto generi di film diversi apposta.
Ricer.	Per quanto riguarda invece i titoli di testa.
Part. 4	Devono essere assolutamente letti e presenti. Anche quelli di coda.
Part. 5	Sì perché poi ti dicono quell'attore fa il tal personaggio...

Ricer.	Quello che mi interessava chiedervi però è questo, a voi interessa avere solo i riferimenti per il regista e gli attori principali, o volete proprio il riferimento di ogni singola persona che viene citata nel film? Tenendo presente che molto difficilmente chi guarda un film legge tutti i titoli di coda, che sono molto lunghi e probabilmente inciderebbero sui costi di registrazione.
Part. 7	Oppure può essere che gli stessi titoli passano su di una scena, come ha detto Part. 4 prima. Oppure a volte gli stessi titoli vengono costruiti attraverso giochi di immagini simili a quello delle stelle che ha raccontato lui prima.
Part. 5	Se si può la lettura dei titoli di testa o coda è utile, però se c'è una scena sotto ai titoli io preferisco sapere cosa succede nella scena.
Part. 7	Al cinema magari non si può fare però su un DVD si possono dire prima tutte le...
Part. 3	Il DVD non ha problemi, è già predisposto per avere più tracce.
Part. 7	Adesso mi viene in mente che a teatro dicevano prima il personaggio e poi l'attore che lo avrebbe interpretato e questa secondo me è una cosa molto interessante. Però a teatro non c'è esattamente una scena.
Ricer.	Quello che facciamo a Forlì è questo. Noi richiediamo a chi utilizza l'audiodescrizione di arrivare circa venti minuti prima, così si può accomodare e ascoltare l'introduzione allo spettacolo.
Part. 5	Anche nel caso dell'opera lirica fanno così.
Part. 4	Voi avete mai pensato di registrarli questi spettacoli che avete fatto?
Ricer.	Al momento stiamo registrando le introduzioni e sto verificando se le introduzioni possono interessare anche al pubblico vedente, però una registrazione completa e dello spettacolo e dell'audiodescrizione ancora no. Al momento quello che si potrebbe riuscire a fare sarebbe una registrazione audio di tutto, ma senza immagini.
Part. 4	Già forse quello potrebbe essere un buon prodotto.
Ricer.	Le difficoltà sono sempre legate comunque ai diritti d'autore e alle resistenze delle compagnie.
Part. 4	Alcune volte si incontrano produttori che ci credono, poi se non ci credono... a volte si può provare anche con i registi. Almeno quelli che sono venuti ad ascoltare le proiezioni qui a Bologna almeno a chiacchiere hanno espresso il loro apprezzamento e la loro soddisfazione.
Ricer.	Chi opera nel campo dello spettacolo, dalla mia limitata esperienza, mi sembra che

	apprezzi molto l'idea che gli viene proposta cioè rendere accessibile un prodotto, poi fa un attimo i conti sugli eventuali ritorni economici e storce un po' il naso.
Part. 4	Voi potreste impegnarvi a diffondere l'audio solo presso chi è certificato con una disabilità visiva o alla fine della tournée. A me sembra fattibile, con il film effettivamente ci andiamo a scontrare con i distributori, magari con il teatro... se non riesco a venire lì.
Ricer.	A mio modo di vedere la cosa, il problema della mobilità in occasione di questi tipi di eventi si rivela in tutta la sua completezza e costituisce un fattore limitante, per tutti. Devo però dire che in occasione dell'ultima data a Sarsina abbiamo conosciuto una persona che era capitata lì proprio perché ci teneva ad assistere allo spettacolo. Questa persona non vedente non sapeva che ci fosse il servizio di audio descrizione e veniva da Perugia, quando lo abbiamo incontrato gli abbiamo proposto il servizio. Una cosa che ci tenevo a chiedervi in chiusura era questa molto spesso capita che all'interno del film ci sono sottotitoli o informazioni relative al tempo della narrazione.
Part. 4	Assolutamente vanno letti altrimenti ti perdi tutto.
Part. 5	Abbiamo visto Bastardi senza gloria. È la morte.
Part. 2	Tutto il tedesco l'ho perso io. Il francese o l'inglese ancora ancora, ma il tedesco zero.
Ricer.	È audio descritto?
Part. 5	No al cinema.
Part. 2	Noi ci proviamo comunque, poi devo dire che ce ne sono alcuni che si seguono anche benone. Ma quelli lì con i sottotitoli...
Part. 8	È indispensabile che si leggano.
Part. 7	Se lo sai non ci vai.
Part. 4	Il semplice serial Uccelli di rovo, che ho fatto vedere poco tempo fa a mia mamma, ha un sacco di salti temporali, ti ritrovi spaesato.
Part. 5	Quelli lì ancora ancora, ma quelli dove ci sono diverse lingue che uno non conosce. Tra l'altro bisogna ricordarsi che ci sono le cuffie e se uno conosce la lingua sfili l'orecchio e ascolta l'originale. Noi in cineteca facciamo fatica a scegliere i film da audio descrivere proprio perché ci sono un sacco di film con i sottotitoli ed è impossibile. Dovresti leggere il sottotitolo e descrivere cioè ti spari quando hai finito. Però il sottotitolo va letto.
Part. 7	D'estate la cineteca organizza il Cinema Ritrovato e molte volte proiettano film in

	lingua originale.
Part. 4	Un conto è parlare di sottotitoli in un film in italiano un altro conto invece è un film in lingua straniera che rimane comunque inaccessibile.
Part. 5	Sono stata a vedere un film iraniano con una amica la quale ha insistito perché rimanessimo e mi ha letto tutto, ma è stato un incubo.
Part. 3	Lei avrebbe preferito un quarto d'ora di schiaffi, immagino.
Part. 7	Quelli lì mi è capitato anche a me ma proprio non riesci ad intuire nulla.
Part. 3	Io vi saluto perché ho un'altra riunione.
Part. 5	Il problema principale di qualunque posto io credo sia quello di trovare uno sponsor che ti permetta di continuare a lavorare. A Milano fanno una proiezione al mese, loro sono coperti dalla Provincia di Milano. Inizialmente noi abbiamo collaborato con Sub-Ti poi ci si è posto il problema di diventare autosufficienti, una volta che Sub-Ti non ha più avuto un interesse diretto a collaborare con noi. Soprattutto noi non volevamo fare delle proiezioni ad hoc. Quello che io ho notato è che non c'è scambio tra chi lavora in quest'ambito, nessuno vuole collaborare come poi se ci fosse tutto questo mercato. Magari se ci fosse una rete tutti i diversi film audio descritti potrebbero essere fatti girare.
Part. 9	Perché dici che poi i film vanno persi?
Part. 5	Perché non vengono fatti girare altrove. Chi organizza di solito ha a disposizione i soldi per coprire le spese dell'evento, ma una volta esauritosi l'evento la cosa muore lì.
Part. 4	In che senso distaccato?
Ricer.	Fino a quando mancherà un ritorno economico diretto o non interverrà il legislatore...
Part. 7	Sì, non gliene frega niente a nessuno.
Part. 5	I produttori di questa azione di solito non finanziano mai nulla, quindi non hanno né costi né benefici dall'audiodescrizione. Se tu hai l'audiodescrizione puoi mandarla quando vuoi nel cinema e qui cade un po' il discorso del diritto d'autore perché sono due tracce separate. Il problema vero è che se io propongo a Milano un film che ho audio descritto io, chiedendo magari metà dell'incasso che viene realizzato, poi io li invito a fare altrettanto qui a Bologna non ne scaturisce nulla.
Ricer.	Questo perché secondo voi?
Part. 5	C'è rivalità. Se pensiamo che in Italia non esistono prodotti audio descritti. Noi quando abbiamo cominciato, abbiamo cercato contatti ma nessuno ha voluto che

	collaborassimo.
Ricer.	A mio parere chiunque si occupa delle audio descrizioni comunque vuole avere un ritorno economico, seppur piccolo, che copra almeno le spese. A Milano hanno alle spalle la Provincia, a Forlì interviene la Provincia in accordo con altre istituzioni, a Trento intervengono anche lì le istituzioni, almeno credo.
Part. 5	Qualche anno fa il presidente della cooperativa dichiarò che la provincia arrivava a dargli circa 250 mila Euro all'anno. Poi lì loro bypassano il diritto d'autore perché non hanno il video. A me piace il loro lavoro, però la mancanza del video ti limita molto.
Part. 4	Secondo me sono i migliori. E poi basta fare partire la traccia su cd contemporaneamente al fim, tanto loro non aggiungono e non tolgono nulla.
Part. 5	Ma non si riesce ad avere un sincrono perfetto e poi se hai due audio è fastidiosissimo. Uno guarda un film per rilassarsi.
Ricer.	Cosa ne pensate invece del progetto dell'Unione riguardante questo nuovo decoder?
Part. 2	Diciamo che l'Unione fa tante cose.
Tutti	Risate
Part. 5	L'idea del decoder digitale è buona, lì il problema diventa quello dei menù, poi hanno fatto anche una cosa con il Pc che si integra al decoder. Poi c'è un nuovo decoder che uscirà tra poco ad un costo di 300 Euro. Si fanno prodotti di cui non ci sarebbe bisogno. Se invece ci fosse un sistema di gestione che mi assiste un po' su tutto allora è diverso.
Ricer.	I menù dei film che avete fatto?
Part. 5	Quando partiva il film una voce diceva di premere il 5 se interessati alla descrizione. A mio parere difficilmente si arriverà ad avere linee guida condivise, perché i fattori che intervengono sono tanti come ci hanno illustrato ad un workshop Benecke, Orero e De Giovanni.
Part. 4	Essere ciechi comunque anche da parte nostra deve sottendere ad adeguarsi, diciamoci la verità per quanto si possa descrivere bene non saremo mai alla pari. Siamo ciechi, siamo un po' diversi e quindi dobbiamo accettare che i prodotti accessibili siano un po' diversi.
Part. 5	Deve incidere il meno possibile. Io devo proprio avere il prodotto originale il più possibile.
Part. 7 8	Quello sì, però bisogna accettare dei compromessi.

"Ma cantare, sognare, ridere, libero, indipendente avere l'occhio sicuro e la voce possente,  
mettersi quando ti va il felpo per traverso.

Per un si per un no, battersi o fare un verso

lavorar senza culla di gloria o di fortuna

se poi venga il trionfo per fortuna, o per arte, non dover dare a cesare la più piccola parte,  
aver tutta la palma della meta scolpita e..

disdegnando di essere l'edera parassita

pur non un quercia essendo

né il gran tiglio fronzuto - salire

anche non alto

ma salire, senza aiuto" Cyrano de Bergerac

### **Focus-Group U.I.C.I. Milano 04/07/2012**

**Oggetto:** Intervista semi-strutturata sull'audio descrizione, finalizzata ad individuare quelle che dovrebbero essere le caratteristiche fondamentali di un audio descrizione efficace e di qualità.

**Ricercatore:** Nicola Tondi

**Partecipanti:** 5 (5 uomini)

**Grado Deficit Visivo**<sup>79</sup>: 3 Persona Non Vedente Totale, 2 Ipovedente;

**Titolo di Studio:** 3 Diploma di Laurea; 1 Diploma di Maturità; 1 Diploma Media Inferiore

**Età:** 26; 32; 36; 42; 49;

**Condizione lavorativa:**

**Familiarità con prodotti audiovisivi audio descritti:** Sì

**Luogo dell'intervista:** Istituto dei Ciechi di Milano, Via Vivaio, 7 - 20122 Milano

---

<sup>79</sup> Per indicare il grado del deficit visivo, si fa riferimento ai parametri indicati dalla legge 138/2001 "Classificazione e quantificazione delle minorazioni visive e norme in materia di accertamenti oculistici", pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* n. 93 del 21 aprile 2001 e consultabile all'indirizzo: <http://www.parlamento.it/parlam/leggi/011381.htm>

I partecipanti saranno indicati nella trascrizione attraverso delle sigle al fine di proteggerne l'anonimato: il primo partecipante ad intervenire nella discussione sarà indicato con la sigla Part. 1, il secondo con la sigla Part. 2, il terzo con la sigla Part. 3 ed infine il quarto con la sigla Part. 4. Il ricercatore verrà indicato con la sigla Ricer.

Part. 1: M

Part. 2: M

Part. 3: M

Part. 4: M

Part. 5: M

Ricercatore: Nicola Tondi

### Inizio trascrizione

Ricer.	Allora se voi siete d'accordo comincio la registrazione.
Part. 1	Principalmente a chi deve capire, al di là dei disabili, no? se fai una roba per tutti, ti sei inventato uno stile, dopo poi ti torna comodo anche per i disabili. Diverso è invece se fai l'audiodescrizione pensata solo per non-vedenti, che sono per fortuna pochi, anche se sono tanti, ma sono ancora più pochi quelli che magari sono appassionati di film, audiofilm o audiolibri.
Ricer.	In Italia tra le varie interviste che ho fatto sei l'unico che mi ha parlato di questa tendenza, in Inghilterra invece dove il servizio di audio descrizione è consolidato da anni esistono studi che dimostrano che la metà degli utilizzatori del servizio di audio descrizione sono persone vedenti.
Part. 1	Non è mica poco, è indicativo. A maggior ragione bisogna considerare chiaramente... tu hai mai ascoltato una tua... è vero che tu guardi con gli occhi di un esperto, perché l'hai fatto tu e ti sei visto già il film, però... Provare a metterti dalla parte di chi ascolta, cioè fare autocritica. Capire se la descrizione, tu la fai alla stregua di come la fa Rai uno?
Ricer.	Io adesso non so bene di preciso come le faccia Rai uno...
Part. 1	Non le hai mai sentite su... adesso io le seguo poco

Ricer.	Ne ho sentito alcune, ma essendo i miei spettacoli, spettacoli dal vivo, anche le strategie che si adottano,
Part. 1	Quindi tu utilizzi il metodo della cuffietta? Tipo Cinema senza Barriere?
Ricer.	Sì, io do a chi me le richiede le cuffie, che possono essere persone vedenti o non-vedenti, a me questo non interessa. In alcuni casi utilizzo solo una cuffia monopadiglione
Part. 1	Sì, certo.
Ricer.	Nel quale lo spettatore...
Part. 1	Ha la possibilità di sentire l'audiodescrizione.
Ricer.	Altre volte invece, a seconda dell'acustica del teatro in cui ci troviamo adotto anche il doppio.
Part. 1	Però tu lo faresti per il cinema o per il teatro questa cosa qua?
Ricer.	La discussione di oggi, gira attorno ai prodotti audiovisivi in generale, quindi qualunque prodotto che come canale...
Part. 1	Sì è uguale o cinema o teatro. Stavo pensando, poi l'esperto sei tu. Il cinema credo che sia un po' più dinamico, no?
Ricer.	Rispetto al teatro, il cinema presenta un linguaggio...
Part. 1	Più visivo. Anche se è parlato, non stiamo pensando a film muti chiaramente però sono più nel cinema le scene mute, i vuoti. Nel teatro chiaro alla fine la descrizione che cosa ti deve portare? Nel tuo immaginario, cioè tu le descrizioni come le...
Ricer.	Io le descrizioni...
	(Sopraggiunge una segretaria, che sarà indicata con Segr.)
Part. 1	È vero Segr. che a te piacerebbe ascoltare un film in macchina?
Segr.	Io li ho ascoltati i film in macchina.
Ricer.	Come è stata la tua esperienza?
Segr.	Che è tutto molto... Li ascolta mio figlio, due erano rimasti in casa e li ho messi in macchina. A me piacciono molto. Erano anche film particolari, almeno uno.
Part. 1	Secondo me davvero, se si muove il mercato questa cosa qua...
Ricer.	Sarebbe molto interessante, perché comunque finché i produttori non vedono un ritorno economico e non c'è una costrizione del legislatore che li obbliga, non si buttano su questo tipo di attività.
Ricer.	Se la Segr. vuole rilasciare quelle che sono state le proprie impressioni riguardo

	l'ascolto degli audiofilm?
Segr.	Secondo me soprattutto in macchina l'ho trovato interessante, perché devo dire che non mi metterei ad ascoltarlo in casa.
Ricer.	Magari quando uno sta facendo altro.
Segr.	Quando sto facendo altro allora sì, che è un po' come leggere un libro e lì è una storia raccontata con molti più elementi, quindi è ancora più suggestiva.
Part. 1	Però è un dato di fatto, che gli audiolibri si stanno diffondendo tra la popolazione tutta proprio in questi termini, perché si va a recuperare proprio quei momenti morti, in cui magari sei in auto... con questi dispositivi mobili poi si favorisce la diffusione di queste cose e la gente li richiede. Gli audiolibri sicuramente si stanno diffondendo molto.
Ricer.	Io per altro ho un paio di spettacoli che devo realizzare entro il 5 di agosto. Io di solito negli spettacoli teatrali presento sempre un'introduzione allo spettacolo della durata di circa 10 o 15 minuti, in cui vengono forniti tutta una serie di dettagli relativi al contesto storico letterario dell'opera che stiamo per vedere e poi tutte le descrizioni di scenografie e costumi che non ci sarebbe tempo di inserire durante lo spettacolo. La mia intenzione è quella di proporla agli spettatori vedenti e poi sentire quali sono le loro impressioni. Quindi mi fa molto piacere sentire che c'è questo interesse sia sugli audiolibri e che qualcuno inizia ad apprezzare +gli audiofilm.*
Part. 1	Io te lo dico perché nella nostra ricerca, è chiaro come persone molto interessate, il fatto di trovare più audiolibri non possiamo pensare che la diffusione sia per noi. Hai capito, è questo il punto. La diffusione c'è, perché c'è più richiesta da parte di tutti e poi è chiaro che noi siamo quelli che ne traiamo più benefici.
Ricer.	Infatti questa è una cosa molto interessante. Io però se tu sei d'accordo inizierei da quelle che sono le tue aspettative quando ti accingi ad usufruire di un film audio descritto. Secondo te l'audiodescrizione cosa deve fare come obiettivo principale?
Part. 1	Intanto io l'audiodescrizione, cerco di visualizzare l'ascolto di un'opera teatrale, di uno spettacolo teatrale piuttosto che di un film insomma, o di una situazione... Deve essere discreta, efficace, efficiente e portarmi attraverso questa voce fuori campo quella che è la realtà o situazione che si sta verificando che non mi è possibile cogliere. Quindi è un riempitivo dei vuoti, ma vuoti dati non soltanto dalle voci degli eventuali attori, quindi già qua ti dico che è importante evitare sovrapposizioni.

	Lasciare che la voce fuori campo, dovrebbe essere tale da riportare la scena che in quel momento si potrebbe cogliere solo visivamente ma anche di lasciarti, a fronte della colonna sonora, la possibilità di cogliere delle emozioni, in quanto la stessa colonna sonora è in grado di trasmetterti delle emozioni. Allora la voce fuori campo deve essere breve, efficace, efficiente, deve essere neutra, non deve... cioè deve consentire a me di vivere un'emozione, non mi deve influenzare emotivamente. Deve essere asettica in qualche modo.
Ricer.	Quindi asettica come la voce degli annunci delle stazioni?
Part. 1	Io immagino di sì perché sono io che decido come vivere... deve essere funzionale, cioè già l'attore recita e l'inflessione paraverbale dell'attore mi può trasferire delle emozioni, no? La voce fuori campo che mi descrive una scena o un passaggio che io non sono in grado di vedere. Secondo me deve essere il più distaccata possibile, non deve essere l'attore aggiunto.
Ricer.	Per quanto riguarda invece la comparsa di didascalie sullo schermo e quindi anche la comparsa di sottotitoli qualora ci siano dei film multilingua, chiaramente sono tutte informazioni che devono essere rese accessibili.
Part. 1	Questo però lo decidi tu. Puoi pensare di buttare tutto dentro nell'introduzione o nella coda.
Ricer.	Nel caso però di un film multilingua in cui la lingua principale è l'italiano però interviene un attore che per necessità narrative parla in tedesco e lo spettatore ha a disposizione i sottotitoli.
Part. 1	È molto raro, in genere sono frasette molto brevi, a quel punto se ti sovrapponi all'attore che recita la frase in tedesco, togli il suo paraverbale, o ti inserisci immediatamente dopo, oppure la prima volta lasci sentire l'attore così com'è e le altre volte ti vai a sovrapporre. Risulta una sorta di doppiaggio. Oppure trovi quell'equilibrio in cui si sente la voce dell'attore e lo sincronizzi con un ritardo di qualche secondo e così riesci... Poi bisogna vedere cosa c'è prima e dopo.
Ricer.	La tecnica che utilizzano in paesi come la Polonia, dove non c'è doppiaggio e quindi sono costretti ad adottare una soluzione per il pubblico non-vedente, loro adottano la stessa soluzione che si sente nei documentari. Non so se hai presente all'inizio c'è la voce in inglese...
Part. 1	Poi parte la voce in inglese, sì, sì. È quello che stavo dicendo io.

Ricer.	È una precisazione che serve a me per capire meglio anche questo concetto. Per quanto riguarda invece la terminologia cinematografica, quindi riferimenti ai primi piani, al mezzo busto, al campo lungo. Tu pensi che possa essere utile, quindi aggiungere qualcosa alla comprensione e al godimento.
Part. 1	Sai poi dipende dal grado di cultura e di passione dell'utente. È chiaro che ci sono dei termini magari tecnici che... o fai l'appendice della terminologia e quindi metti i significati. In particolare nell'introduzione puoi fare istruzioni per l'uso: questo termine significa... questo termine significa. Sì così anche le persone si documentano.
Ricer.	Chiaramente questo tipo di indicazioni, se un oggetto è in primo piano o in secondo piano, verrebbe poi adottata solo nei casi +<xxx>*
Part. 1	Ve beh primo piano o secondo piano credo siano... Ma anche per i ciechi ecco non mi farei una... C'è questo problema di utilizzare il linguaggio visivo con i ciechi, tipo "Ci vediamo domani.", ecco io non mi porrei problemi di questo tipo. Utilizzerei un linguaggio normale, anche perché tu devi sempre tener conto che ti rivolgi ad un pubblico eterogeneo.
Ricer.	Ecco questa è una delle problematiche, perché all'interno dello stesso pubblico dei non-vedenti ci sono i non-vedenti totali, i ventesimisti, gli ipovedenti.
Part. 1	Anche i vedenti.
Ricer.	Infatti questa è un'altra problematica che c'è, insomma. Per quanto riguarda invece i titoli di testa o di coda senza perdersi nella lettura di chi sia il tecnico del suono o il tecnico delle luci.
Part. 1	Perché no? Magari c'è tanta gente che spegne la tele appena finito il film, però se c'è l'informazione è giusto darla.
Ricer.	È giusto darla a chiunque tu ritieni. In chiusura e poi ti lascio, ti ho accennato brevemente alle introduzioni per il teatro. È chiaro che per un film avere un'introduzione di 15 minuti è troppo lunga.
Part. 1	La questione è questa. Bisogna capire il formato, come vengono gestite queste cose. È chiaro che in una sorta di audio guida ormai si parla di una possibilità di registrazione e gestione ipertestuale. Quindi volendo tu l'introduzione la puoi anche saltare. Io però sono per dare allo spettatore la possibilità di saltare le informazioni, ma non selezionare a monte le informazioni.

Ricer.	Quindi tu sei per dare allo spettatore la possibilità di scegliere quali informazioni avere disponibili o meno, però tu seguiresti questa linea anche all'interno del film o...
Part. 1	Il problema qui è capire, perché tu all'inizio hai sfiorato diverse situazioni. Cioè la visione di un film dal vivo, quindi io posso scegliere di togliere la cuffia ma non di saltare, perché se no sarei in una situazione asincrona rispetto al film vero. Quindi questa è una situazione. Puoi scegliere di non ascoltare l'introduzione, però poi il film te lo devi ascoltare per come è stato fatto. Mentre cosa diversa invece è un audio-film su DVD o audiocassetta però a quel punto tu devi lasciare la possibilità con il multimediale di scorrere e di andare avanti e indietro alla fine.
Ricer.	Invece per quanto riguarda i vincoli di tempo imposti dalla colonna sonora le informazioni da trasmettere secondo te quali dovrebbero essere?
Part. 1	Quelle descrittive, alla fine è questa la qualità, è questo poi che è il tuo lavoro. La capacità di chi le crea di riportare la realtà in maniera oggettiva che uno vede in maniera più completa possibile, fermo restando il tempo che uno ha a disposizione. Quindi non perdersi in parole inutili, pleonastiche e superflue ma proprio dare... e non è mica semplice e in una situazione neutrale.
Ricer.	Io come lo sto facendo adesso, come lo immagino sto cercando di colmare i gap della comprensione, la comprensione che uno non riesce a +<xxx>*
Part. 1.	+A ricavare dagli attori.* È chiaro. È un approccio intelligente, certo. Non dovresti riprendere le parole appena dette dall'attore e lì non è facile. Il problema principale comunque rimane la qualità dell'audiodescrizione.
Arrivano adesso anche gli altri partecipanti all'incontro, a breve invece Part. 1 abbandonerà l'incontro.	
Part. 2	Secondo me è un lavoro pazzesco realizzare un'audiodescrizione. In poco tempo riuscire, usando le parole giuste, a comunicare quello che io non posso vedere.
Part. 1	Adesso Ricer. vi farà delle domande su queste robe qua. Ci vediamo. Ciao.
Ricer.	Ciao e grazie.
Part. 2 3 4 5	Ciao, ci vediamo dopo.
Ricer.	Oggi sono qui con voi per parlare di quelle che sono le vostre aspettative circa riguardo l'audiodescrizione. Cioè cosa vi aspettate da un'audiodescrizione? Come

	vorreste che fosse realizzata? Ogni volta che ognuno di voi si sente di intervenire per aggiungere qualcosa alla discussione io vi invito a farlo.
Part. 2	Così in generale?
Ricer.	Sì, in generale. Insieme proviamo ad identificare i punti fondamentali che secondo voi un'audiodescrizione deve avere.
Part. 2	Ma in generale inteso come televisione, cinema?
Ricer.	Per un film. Ecco non immaginiamo una situazione nella quale io sono al cinema e allora serve questo tipo di attrezzatura, quanto piuttosto riflettiamo proprio sulle parole inserite nell'audiodescrizione, posto che non bisogna sovrapporsi ai dialoghi, ai rumori significativi della colonna sonora.
Part. 3	Ti posso portare la mia esperienza che vale solo per il cinema, perché non ho nessuna esperienza con audio film registrati, perché sono andato solo all'Oberdan.
Ricer.	Va benissimo lo stesso
Part. 3	Ci sarò andato cinque o sei volte, quindi un bel po' ne ho visti. Devo dire che l'ultima volta sono rimasto meno soddisfatto non tanto per il film come dicevi prima, ma l'audiodescrizione si sovrapponeva, quindi mentre stava finendo l'audiodescrizione si sovrapponeva all'inizio della frase dell'attore, quindi non si capiva la prima parola. A parte quello mi sono sempre trovato discretamente bene, perché comunque l'ho vista anche migliorare tra l'altro, perché ho un amico che lui le fa, non so se lo conosce Franco Frascolla. Anche se prima non si parlava delle attrezzature io invece credo sia importante parlare anche delle attrezzature, perché credo che quelle poche volte che io non vado, cioè che ho delle difficoltà ad andare al cinema è perché penso a quelle cuffie.
Part. 4	Sono pesantissime.
Part. 3	Sono pesanti e fanno male veramente alla cartilagine dell'orecchio. Sono quelle senza fili, sai quelle proprio grosse...
Part. 5	Sì.
Part. 3	Cioè io se non ci fossero quelle cuffie lì andrei molto più volentieri. Mi bolle proprio il timpano, si surriscaldano proprio i padiglioni auricolari che cominciano proprio a fare parecchio male. A quel punto le tolgo e faccio a meno dell'audiodescrizione. È un po' quello che fa decadere tutto il discorso dell'audiodescrizione, perché l'audiodescrizione può essere fatta benissimo, può essere bellissima, ma se

	l'aggeggio che me la convoglia nel padiglione auricolare me lo deve distruggere.
Ricer.	Preferisci non utilizzarlo.
Part. 3	Eh certo, già sono mezzo cecato, se poi mi bolle anche il timpano. Però per il resto come audiodescrizione mi sono sempre trovato bene.
Ricer.	Altre opinioni per quanto riguarda le attrezzature visto che siamo in argomento?
Part. 4	Io rispetto a Part. 3 sono andato un paio di volte in questo cinema, cioè il Cinema senza Barriere questo progetto della Provincia di Milano. Va beh la descrizione l'ho trovata buona. Il problema lì è che hanno usato un sistema dove hai l'audio del film in esterno e la descrizione all'interno delle cuffie, quindi non è miscelato insieme, quindi hai questa dicotomia tra l'audio del film e quello che invece hai dentro le cuffie. Invece ascolto ormai da quando esiste il servizio Senza Barriere. Non so se ne hai mai sentito parlare.
Ricer.	È quello di Trento?
Part. 5	Sì.
Part. 4	Sì di Trento. Hanno iniziato a fare questo servizio per i ciechi d'Italia. All'inizio direi che le descrizioni non erano così ben fatte. A volte c'erano delle sovrapposizioni, le descrizioni erano molto semplici, invece adesso quello che sono riusciti a fare è un ottimo lavoro molto professionale e le ascolto regolarmente. È chiaro che fin dove c'è molto dialogo c'è bisogno di poca descrizione.
Part. 3	Son difficili i film horror.
Part. 4	Sono difficili i film horror, poi loro hanno fatto Balla coi Lupi, l'hanno audio descritto in modo fantastico, ci sono tantissimi momenti di pausa, ma loro sono riusciti a descrivere tutte le scene nel modo più adeguato. Loro tendono a descrivere quando ci sono degli eventi tipo sparatorie o altri magari te li anticipano, prima che avvengano. Però mi rendo conto che è giusto che sia così.
Ricer.	La tecnica di anticipare quello che succede normalmente viene adottata, quando ad esempio nel caso dell'umorismo c'è da descrivere un dettaglio visivo che fa ridere perché è combinato con una battuta, di solito si anticipa il visivo in modo da permettere a tutti di ridere contemporaneamente. Perché se io descrivo dopo quello che fa ridere ci si trova in una situazione in cui attorno si sentono delle risate e non si sa il motivo. Part. 5 invece la tua opinione a riguardo.
Part. 5	A me piace molto il cinema, sono abbonato tra le altre cose a Senza Barriere, mi

	trovo molto bene. Secondo me è un ottimo servizio, addirittura a volte il commento è sovrabbondante, c'è quasi un commento in più. Un sentimento o una sensazione che il protagonista del film fa trasparire e che tu puoi percepire è inutile che venga descritto.
Ricer.	Ti danno una leggera interpretazione?
Part. 5	Sì, dovrebbe essere un pelino più scarna. Ma sono veramente dettagli, in realtà le descrizioni sono ottime. In realtà io vorrei che ci fossero molti più film. Sono solo due al mese e molti li ho già visti al cinema così devo scartarli. In ogni caso un'esperienza molto positiva, solo un po' più scarni.
Ricer.	Si parlava prima di cinema horror, avete detto che è molto più difficile.
Part. 3	Sì perché il cinema horror è costruito su scene quelle proprie truculente che si basano sulla vista. Puoi anche raccontarle ma non è che ti impressiona molto.
Ricer.	Quindi se tu dovessi dare un suggerimento a qualcuno che deve descrivere un film horror cosa ti sentiresti di dirgli?
Part. 3	Di cercare più che altro di far sentire i suoni. Sembra abbastanza macabro, ma il fatto che ad esempio stai accoltellando una persona, fai sentire proprio il coltello che entra. Almeno l'emozione che ti dà questo.
Part. 5	Però quello dipende dal regista credo
Part. 3	A volte c'è la musica, cercare di togliere la musica per far sentire di più quello che succede ecco. Perché in un film horror...
Ricer.	Tu quindi diresti proprio di privilegiare...
Part. 3	Sì togliere la musica, ma anche abbassare. Cercare di regolare un po'.
Ricer.	Adesso questo non so se è una cosa che si può fare. Lì sarebbero coinvolti regista, produttore, distributore perché in quel caso tu vai proprio a modificare...
Part. 4	A meno che con software specializzati non si riesca a fare questo mix voluto, però lì bisogna sempre chiedere le autorizzazioni.
Ricer.	Credo di sì, perché una volta che io vado a diffondere questo prodotto, risulterebbe una modifica...
Part. 4	Adulterato nel senso che già il regista lo aveva voluto così...
Part. 3	Sì però forse quello che proprio può sostituire la scena truculenta è il suono.
Part. 5	Secondo me nel film horror poi non è così difficile. Secondo me sono più difficili i film d'azione, siccome sono molto veloci. Nei film horror anche la descrizione è

	molto importante perché se io descrivo, semmai lì a parte chiedere sempre permessi, lì potrebbe esserci anche un'interpretazione di patos da parte della voce, quindi una specie di interpretazione del timbro e del tono della voce. Quello potrebbe aiutare secondo me senza alzare e abbassare i volumi, però se io descrivo la visione macabra che io ho davanti posso un attimo assaggiare nella mia mente cosa sta accadendo, nel senso che se nell'audiodescrizione c'è scritto che gli sta cavando gli occhi è un conto, ma se lo spiego nei minimi particolari, no?
Part. 3	Appunto più che descrivere dicevo far sentire i rumori di questo che gli stacca via l'occhio.
Ricer.	Però qualcuno dovrà indicare che quel rumore è dell'occhio che sta venendo via.*
Part. 4	Esatto, secondo me meno sintetico nell'horror però lì proprio dove dire cosa sta facendo. Chi va a vedere un horror ci va perché gli piace vedere il macabro lo spatter. Allora glielo devio spiegare a un non-vedente.
Ricer.	Quindi per il film horror voi state dicendo che è più apprezzata una descrizione dettagliata che renda conto di tutti questi dettagli macabri.
Part. 4	Se non è possibile fare come dice Part. 3, perché bisogna interpellare il regista e via dicendo. Far sentire il suono sì, però bisogna anche capire quel suono a cosa corrisponde.
Ricer.	Attraverso una descrizione più dettagliata.
Part. 4	Sì secondo me sì.
Part. 5	Anche attraverso il tono e il timbro della voce si può far molto.
Part. 3	Personalmente mi sembra maniacale star lì a descrivere le scene con ogni dettaglio, io già quando guardo un film horror dico: per fare questo film ci vuole una mente malata. Descriverlo proprio arrivi a
Part. 5	Hai sentito quelli di Senza Barriere?
Part. 3	No.
Part. 5	E dove ti è capitato di vederli?
Part. 3	Qualcuno l'ho ascoltato da qualche amico. Avevo sentito Frankenstein.
Part. 4	Che non è proprio macabro macabro.
Ricer.	Voi nelle audio descrizioni che avete utilizzato, avete mai notato se le audio descrizioni si differenziavano tra loro sulla base del genere del film?

Part. 4	No io ho notato un miglioramento nel corso degli anni. È chiaro che se il film è Balla coi Lupi o C'era una volta il West che hanno fatto recentemente dove ci sono dei silenzi più lunghi, la voce deve riempire di più rispetto ad un film più dialogato. Non è tanto il genere secondo me quanto la presenza di silenzi più o meno lunghi. Poi va beh io sono fissato su un genere solo quindi non saprei neanche dire sugli altri. Però in generale il discorso secondo me è se il film è più o meno ricco di dialoghi.
Part. 2	Se è molto ricco di dialoghi l'audiodescrizione può essere superflua.
Part. 4.	Io ho trovato grande soddisfazione e vedere tra virgolette Balla coi Lupi. Proprio perché l'audiodescrizione aveva un ruolo importante nella comprensione del film. Poi è vero magari attraverso i rumori qualcosa riesci anche a capire. Però lì la descrizione è senz'altro fondamentale.
Ricer.	Come esempio voi avete portato Balla coi Lupi, un film che punta molto sul senso della vista, mi sembra quindi di capire che voi preferiate maggiormente la descrizione di questo tipo di film dove effettivamente c'è bisogno dell'audiodescrizione, piuttosto che di un prodotto che +<xxx>*
Part. 4	Non è che preferisco un film dove c'è più dialogo piuttosto che un film con meno dialoghi. Se è un bel film lo voglio vedere. Se è un brutto film non lo voglio vedere. C'era una volta il west...
Ricer.	Sapevi che era un bel film.
Part. 4	No l'avevo già visto. Con guide umane, voglio dire, anni fa, però non me lo ricordavo più. Da solo non ci avevo mai provato perché sapevo che era molto difficile da seguire. Adesso veramente è stato straordinario, lo potremmo vedere.
Part. 3	Potendolo ascoltare con la descrizione?
Part. 4	Sì, sì. È la stessa cosa per Balla coi lupi, l'avevo già visto con delle altre persone. Ma da solo non ci provi neanche.
Part. 2	Lì infatti, cioè l'audiodescrizione proprio in generale...
Part. 4	Anche se l'hai già visto non te lo ricordi più.
Part. 2	Però quei bei film dove appunto molto riveste la parte diciamo non legata ai dialoghi io trovo soddisfazione nell'aver...
Ricer.	L'audiodescrizione.
Part. 2	Sì, nell'aver l'audiodescrizione. Appunto film di un certo livello.
Part. 3	Io l'ho provata ne La vita è bella e con l'audiodescrizione è completamente un'altra

	cosa, nel senso che hai tutto il film invece che il 50%, no? Questi poi sono film dove viene documentato qualche cosa, quindi è più a livello d'immagini, di emozioni no? Ti perdi il 50%
Ricer.	Sì questo è vero. Invece per quanto riguarda il linguaggio, il vocabolario che viene utilizzato nelle audio descrizioni, secondo voi che linguaggio dovrebbe essere?
Part. 5	Ma lì ci vorrebbe un linguaggio calzante insomma.
Ricer.	Ma calzante perché di immediata comprensione?
Part. 5	Sì.
Part. 4	Semplice.
Part. 2	A me per dire piace che quando sono stato qua al Cinema senza Barriere ci sono parole non difficili, ma che non si usano tutti i giorni. Questo è importante per mantenere la lingua italiana e per imparare comunque ad esprimersi in italiano. Cioè è un arricchimento come quando leggi un libro e trovi una parola che non conosci, dici va che bella parola, vediamo cosa vuol dire. È buono, no, che sia un italiano orale che sia anche corretto
Ricer.	Quindi anche l'inserimento di parole che possono risultare anche un po' più complicate se comunque tutte le altre parole che stanno intorno consentono di comprendere che cosa significa...
Part. 3	Sì perché noi ormai qua in Italia con gli aggettivi è tutto bello, brutto, cattivo. Invece con l'audiodescrizione proprio ricca di aggettivi nuovi, freschi che si usano poco... e questo davvero è un arricchimento bellissimo.
Ricer.	Dal gruppo di oggi, che è un gruppo più giovane rispetto a quelli intervistati nelle altre sezioni, l'aspetto linguistico emerge, ma con alcune differenze. Se io capisco bene quello che tu, Part. 3, stai dicendo, saresti proprio per introdurre in certi tipi di film parole che si stanno affermando adesso nella lingua, che però vengono dal linguaggio dei giovani.
Part. 3	No il contrario forse.
Part. 4	Riprendere anche parole vecchie, magari anche quelle cadute in disuso.
Part. 3	Cioè usare questa come un modo per imparare.
Part. 5	Come dicevamo prima adeguarsi anche al film, cioè se un film...
Part. 2	Se io guardo Quattro metri... seh...
Part. 4	Tre metri sopra il cielo.

Part. 2	Sì, Tre metri sopra il cielo, scusate. È che l'ho visto una volta sola, lì per forza di cosa devi dare... anche perché nel corso del film usano uno slang, quindi se lo usi anche tu nel corso dell'audiodescrizione ci sta anche.
Part. 3	Sì però vedi ti fa +<xxx>*
Part. 5	Però attenzione se però una persona di 70 anni guarda quel film lì, magari gli devi anche interpretare che cos'è lo slang...
Part. 4	Uno che guarda quei film lì però lo sa.
Ricer.	Eh infatti.
Part. 5	Però è anche vero che magari non capisce cosa significa quella determinata parola perché è un gergo giovanile che lui non ha mai usato e non userà mai...
Part. 3	È buono.
Part. 4	Magari anche nel film deve essere usato.
Part. 5	Sì a patto che glielo facciano capire.
Part. 4	Beh effettivamente +direi di sì.*
Part. 3	+Come diceva lui prima* in tutto il contesto magari nel film ci butti due, tre parole difficili.
Part. 5	Cioè difficili, bisogna usare le parole per la qualità che sono, nel senso...
Part. 2	Ricercate, +non difficili.*
Part. 5	Ma neanche ricercate perché, secondo me, la parola non deve essere né semplice né complicata. La parola va usata quando deve essere usata. Non posso usare... è come quando io scrivo un testo, non posso usare lo stesso vocabolo, non posso essere ripetitivo, perché se no commetto un errore grossolano della lingua italiana. Da qui al fatto che devo parlare in modo forbito per forza...
Part. 3	No, forbito per forza no...
Part. 4	Per me va bene eh...
Part. 5	In ogni caso penso che il concetto sia questo. L'audiodescrizione è migliore quanto più riesce a descrivere il più possibile, con meno parole possibile.
Part. 3	Usando aggettivi...
Part. 4	Sì, comprimere...
Part. 5	D'accordo comprimere senza... non comprimere a danno della comprensione del film stesso, ma comprimere il più possibile.
Part. 3	In nome della sintesi.

Part. 4	Sì credo che sintesi sia la parola più adatta.
Ricer.	Una cosa sulla quale mi sono interrogato a proposito delle audio descrizioni, mi sono sempre chiesto se l'audiodescrizione di un prodotto audiovisivo debba integrarsi con il prodotto audiovisivo stesso e quindi in un certo senso nascondersi all'interno della colonna sonora, oppure emergere come qualcosa di distaccato completamente dal film.
Part. 4	In che senso distaccato?
Ricer.	Ad esempio prendiamo una scena dove c'è un dialogo abbastanza concitato, c'è un leggero spazio di tempo per inserire un dettaglio che facilita la comprensione della scena io posso dire all'attore di seguire un minimo il ritmo, l'intonazione degli attori sul film oppure di recitarla come se fosse il messaggio di una stazione ferroviaria.
Part. 5	Una via di mezzo sarebbe l'ideale. Né un robot né... almeno a me non piacerebbe che... perché se no ho paura anche che si confonda nel film.
Part. 2	Io starei più verso l'asettico come...
Part. 3	Sì, asettico proprio no, una voce umana però non deve dare un'interpretazione troppo forte.
Part. 2	Dipende un po' anche dal film.
Part. 3	Quelli della Rai invece usano questo... questa impostazione un po'... entrano proprio nel personaggio, mettendoci quel tono un po'... loro usano proprio questo modo di raccontare.
Part. 4	Certe indicazioni te le dà il film. Non te le dà la voce che descrive le scene.
Part. 5	Non dovrebbe essere così, certo.
Ricer.	Questa è una cosa molto...
Part. 2	difficile da realizzare?
Ricer.	Da realizzare sì, però è un aspetto molto importante, perché io magari spendo tantissime ore per scrivere il testo dell'audiodescrizione poi se l'attore che lo legge, lo legge male o in modo completamente asettico come se fosse un software di riconoscimento vocale, posso aver utilizzato anche gli aggettivi più esotici del mondo, ma non credo che la resa sarà particolarmente...
Part. 5	Ma infatti lui secondo me dice asettico, ma non è proprio...
Ricer.	Io ho capito il suo...
Part. 5	Non deve essere né troppo asettica né troppo concitato. Se io e lui stiamo litigando e

	quindi urliamo, ci scazzottiamo, la terza persona che è la voce fuori campo che descrive non può descrivere (intonazione enfatica) <“Allora si stanno picchiando”>, oppure neanche (intonazione piana) <“Attenzione si stanno picchiando”> cioè una buona via di mezzo, una voce umana fuori +campo che racconta...*
Part. 4	+Neutra comunque...*
Ricer.	Che dà una leggera sfumatura.
Part. 3	Sì. Poi dicevamo prima dipende dal film. È per quello che prima parlavo dell’horror, nell’horror secondo me dovrebbe essere un pochino più accentuato il tono. Ci sono molte scene di splatter senza descrizione, beh a me farebbe piacere che l’audiodescrizione fosse un po’... Perché in un film horror mi fa crepare tutto. Cioè mi fa morire tutto la sintesi vocale, capito?
Part. 4	Vabbè’ dice la sintesi, secondo me non è necessario colmare tutti i punti vuoti. Se c’è uno spazio senza dialogo che la descrizione necessaria ne richiede cinque o sei, va bene così. Così anch’io mi godo la pausa musicale eccetera.
Part. 5	Esatto.
Ricer.	Quindi...
Part. 4	Deve incidere il meno possibile. Io devo proprio avere il prodotto originale il più possibile.
Ricer.	Ok. Fino ad oggi chi si approccia all’audiodescrizione si è comunque sempre interrogato su quanto reale interesse ci sia sui dettagli...
Part. 4	Infatti. Io penso che questo sia molto soggettivo. A me piace quasi di più andare al cinema, perché quando guardo un film su DVD a casa la guida tende a far pausa a dirmi... in realtà a me dà fastidio. Io voglio seguire il film con il ritmo. Ma questa è una questione personale, magari qui sedute al tavolo ci sono persone che vogliono sapere tutto, come la persona è vestita, com’è fatta. A me interessa la vicenda. Quindi poi tutti questi dettagli secondo me vengon via. Ovviamente poi molto dipende se sei cieco dalla nascita o non di nascita, quindi secondo me se sei di nascita sei più abituato. Io son di nascita a me di questi dettagli non importa niente. Se una persona è fatta in un certo modo oppure è vestita così, a me passa da una parte all’altra. Io voglio seguire la vicenda ed essere interrotto il meno possibile.
Ricer.	Anche l’espressione del viso per te...
Part. 4	Poco... sì più che altro seguo il dialogo. Poi è chiaro che per un’altra persona ci sono

	altre esigenze, quindi io all'inizio ero molto diffidente sul cinema, invece adesso vedo che va meglio, perché la persona è obbligata a tacere. Deve intervenire, intervenire quando è necessario, ma mi godo di più il film così.
Ricer.	Senza che nessuno +ti interrompa?*
Part. 4	Sì +senza interruzioni*, che mi dicano, che interrompano con ambientazione eccetera. Tanto io prima di vedere il film mi vado a leggere tutto: ambientazione, trama, personaggi quindi... Bisogna prepararsi quando si guarda un film.
Part. 3	La scena però è necessario, perché se uno è molto trasandato lo devi dire.
Part. 4	Sì certo, però delle volte io sento le persone dire quello è vestito così, quello è vestito colà... interrotto così non riesco più a seguire la vicenda. Voglio ritmo.
Ricer.	Ok.
Part. 2	Io ad esempio al cinema, quando vedevo quelli al cinema capita che ti dice l'audiodescrizione "si sta per avvicinare una persona" sono sempre molto brevi, poi dice "vestito elegante", "vestito in giacca e cravatta", è sufficiente non è che ti serva dire di che colore è la cravatta, la camicia, le scarpe... +Se no veramente non finisci più.*
Part.	+Sì è sufficiente.*
Part. 5	In effetti difficilmente fanno una descrizione accurata del vestiario. O vestito elegante o vestito trasandato...
Part. 4	Anche la descrizione dei visi, per me non vuole dire nulla. Per me una persona è alta, bassa, grassa o magra, si va beh è chiaro che per me che non ho mai visto è un ragionamento inutile.
Ricer.	Bisognerebbe forse trovare la giusta misura...
Part. 3	Per me non c'è la giusta misura, bisognerebbe...
Part. 4	È soggettivo.
Part. 2	A volte è l'ipovedente che si deve adattare, a volte invece è il non vedente.
Part. 3	Non so... ci vorrebbe qualche cosa che si riesca... come se fosse la sintesi vocale: c'è chi preferisce la punteggiatura, molta, tanto, poca. Ci vorrebbero almeno tre livelli di audio descrizione
Part. 1	+Avranno dei clienti o cose simili*
Tutti	Risate
Part. 2	Sì quella meno descrittiva. No quella più descrittiva.

Part. 3	Sì quella che descrive tutte le scene.
Part. 2	Anche sui volti non è che sia... un volto scosso, un volto felice, un volto addolorato cioè... lì è l'aggettivo che ci va di mezzo.
Part. 4	A volte quando descrivono il volto, il contorno, la bocca, gli occhi io lo +odio.*
Part. 3	+Sai che a me* non è mai successo.
Part. 4	A me è accaduto insomma...
Part. 3	Che ti dicevano...
Part. 4	Sì che la guida insiste proprio su quello... a me insomma
Ricer.	Non ti interessa.
Part. 5	È difficile però che ti spieghino un volto nei minimi dettagli, a meno che non sia un...
Ricer.	Ad esempio per il teatro, siccome io anticipo lo spettacolo con un'introduzione della durata di circa 10 o 15 minuti, così se adesso mi volete dire hai fatto una grossa cavolata io cerco di migliorarmi subito in base a quello che mi dite. Sostanzialmente si tratta di un'introduzione nella quale inseriamo riferimenti letterari, storico-critici all'opera o al luogo dove ci si trova, poi grande importanza viene data alla descrizione della scenografia, dei personaggi e degli attori. Fino ad ora ho fatto sempre descrizioni abbastanza dettagliate che a Part. 4 immagino non sarebbero piaciute...
Part. 5	Ma il teatro è un'altra cosa. Il teatro è espressività...
Part. 4	Magari hai ragione tu, io parlo del cinema, perché con il teatro non ho esperienza.
Part. 5	Il teatro è espressività, io quando vado al teatro io pagherei per vedere il volto dell'attore, cosa sta facendo in quella determinata scena, che sì mi può dare diciamo così tutta la sua capacità attraverso la voce, attraverso il battere di un pugno di un certo tipo di camminata, però sarebbe, cioè il teatro deve essere il volto. La mimica, l'espressività, come sbarra gli occhi. Io a teatro lo vorrei sapere, magari al cinema no, ma a teatro vorrei saperlo che sta sbarrando gli occhi che sta facendo quella determinata smorfia.
Part. 3	A teatro è tutto diciamo tra virgolette live, quindi un bravo attore deve proprio calarsi nel personaggio.
Part. 2	Come funziona a teatro scusami.
Ricer.	A teatro noi abbiamo delle cuffie, non quelle che fanno bollire il padiglione. Perché

	quelle io ho l'impressione che abbiano il ricevitore per il radiomicrofono incorporato nella cuffia
Part. 3	Sì, che poi senti anche il fruscio.
Ricer.	Le attrezzature che utilizziamo noi è quella che viene utilizzata anche dalle guide turistiche quando vanno con i gruppi nelle città.
Part. 5	Cioè praticamente?
Ricer.	Il ricevitore lo puoi attaccare alla cintura o mettere in tasca, poi c'è un jack attraverso il quale colleghi le cuffie, c'è la possibilità di avere la cuffia su entrambe le orecchie oppure su un orecchio solo.
Part. 5	Ho capito, posso anche scegliere di portarmi le cuffie da casa allora?
Ricer.	Sì.
Part. 2	Quindi auricolari che non fanno tutto questo male, che si potrebbe consigliare anche al cinema Oberdan.
Part. 5	Forse è un'attrezzatura un po' più costosa, un po' più...
Ricer.	Noi tutta l'attrezzatura cioè 50 cuffie, un mixer e il radiomicrofono lo paghiamo 500 Euro a volta. Noi andiamo a noleggio ogni volta.
Part. 3	Fantascienza e la poltrona imbottita con il buco qua per la cuffia?
Ricer.	Magari. Come quella del treno o dell'aereo.
Part. 3	Sì.
Part. 4	Ogni poltrona deve avere il suo ricevitore.
Ricer.	A Vienna esiste un teatro con le poltrone fatte come dici tu, con le poltrone che per i sopratitoli per non-udenti hanno un piccolo schermo davanti.
Part. 3	Però esistono allora? Però non in Italia.
Ricer.	In Italia il tutto stenta a partire perché magari l'U.I.C.I. si rifiuta di partecipare con qualcuno che gli propone il movie reading, già insomma a pensar male si potrebbe pensare che qualcosa dietro potrebbe esserci. Però fino a quando non ci sarà un obbligo legislativo sarà difficile, anche perché un ritorno economico anche solo per impattare le spese di chi lavora all'audiodescrizione e le spese per l'attrezzatura anche già a teatro noi non riusciamo ad impattarle. Riusciamo a offrire il servizio perché siamo finanziati dalle istituzioni che fortunatamente hanno dimostrato una sensibilità...
Part. 5	Perché giustamente se uno in carrozzina deve andare a teatro tu hai l'obbligo di

	dargli la possibilità di poter entrare tramite una pedana, tu comunque mi devi dare la stessa possibilità di guardare il film quasi alla pari. Non sarà mai alla pari...
Part. 3	Considerando che se il non-vedente adesso va al cinema paga il ridotto, se adesso tu metti +<xxx>*
Part. 5	+Io non farei pagare neanche il ridotto.*
Part. 4	La persona che viene con me paga il biglietto intero. Io sarei disposto a pagare il biglietto intero.
Part. 3	Appunto, se è reso accessibile dopo paga intero.
Ricer.	Noi facciamo pagare un biglietto ridotto sia per l'accompagnatore che per la persona non-vedente. Il servizio di audio descrizione viene dato al non vedente o a chi lo richiede quando abbiamo cuffie in più.
Part. 2	In questo caso se il non-vedente viene da solo?
Ricer.	Paga un biglietto ridotto.
Part. 3	Esatto. Anche in futuro con quella applicazione dell'I-Phone, si potrebbe considerare il prezzo ridotto fino... considerando il prezzo dell'applicazione loro dicono che potrebbero farla pagare 1 Euro e 50, 2 Euro.
Ricer.	Secondo me il problema principale per utilizzare Movie Reading all'interno di un cinema, non lo so di preciso ma è la prima obiezione che mi viene in mente, potrebbe essere quella della sincronizzazione tra la traccia del telefono e quella della colonna sonora del film.
Part. 2	Infatti.
Part. 5	Sì.
Part. 4	No, io non lo vedo così difficile.
Part. 3	Anche per me. Poi lui lo aveva già fatto vedere lì a...
Part. 4	Lui aveva fatto vedere che già si sincronizzavano con i sottotitoli in qualsiasi... Lui entrava con il telefono spento, lo accendeva fuori dal cinema, entrava dentro la sala, l'I-Phone, l'applicazione si sincronizzava automaticamente sull'altezza del film. Direttamente da lì in poi cominciava a sottotitolare. Quindi vuol dire che la sincronizzazione era quanto meno perfetta, che poi sia sottotitolata o audio descritta...
Part. 3	Ho provato l'audio... basta proprio un centesimo di secondo che vai fuori sync.
Part. 2	Lì dopo vai sopra le voci, va beh.

Part. 5	Dovrebbe esserci una perfetta sincronizzazione, ma secondo me è migliorabilissimo. Se siamo solo all'inizio ed è già quasi perfetto, se uno ci investe qual cosina...
Part. 4	Ci vorrebbe anche un po' di pubblicità per il servizio di Senza Barriere che permette veramente a un cieco di farsi una cineteca, poi la qualità dei film si può discutere. Però hanno tutti i generi
Ricer.	Non vorrei che voi pensiate questa intervista come una ricerca dei difetti delle audio descrizioni che già esistono. Ancora non ho contattato nessun produttore di audio descrizioni, lo farò quando avrò ultimato questa fase di interviste e focus group. io lo farò per entrare in possesso di materiale da sottoporre alla valutazione delle persone che effettivamente usano il servizio.
Part. 4	Senza dubbio anche il servizio di Senza Barriere è migliorabile. In questo momento però è l'unico servizio che davvero ti permette di vedere un film in autonomia assoluta. Puoi vedere il film da solo, senza alcuna... quando voglio, dove voglio, con chi voglio. Questa è una rivoluzione.
Ricer.	Questo è un servizio di cui va dato merito a Senza Barriere.
Part. 4	Te ne hanno parlato tutti?
Ricer.	Sì, io in proposito ho una lista di produttori, ho visto il loro sito internet. Da quello che so Senza Barriere è tra i pochi a coinvolgere già nella fase di produzione persone non-vedenti, quindi già questa mi sembra una caratteristica innovativa e all'avanguardia.
Part. 5	Del servizio Rai invece? A parte che ultimamente...
Ricer.	Del servizio Rai mi hanno detto che è stato sospeso.
Part. 2	Sì, è morto.
Part. 5	A parte che c'è un sito web dove ci sono le audio descrizioni.
Part. 4	Fanno tanti sceneggiati, però pochi film.
Ricer.	Ho visto che lo scorso anno, proprio in questo periodo proponevano una rassegna sul cinema indiano. Un ciclo di film indiani audio descritti, io mi sono chiesto forse prima di descrivere film indiani
Part. 4	La Rai ancora oggi, ogni tanto mette in onda film importanti. E.R. lo seguivo sempre, era molto bello, molto...
Part. 3	Si parla sempre della Rai però Mediaset se n'è sempre fregata.
Ricer.	Mediaset e Sky non hanno mai...

Part. 2	La Rai è servizio pubblico.
Part. 5	Il discorso è quello.
Part. 3	Sicuramente, però sai... Mediaset ti fa questo, ti fa quell'altro però se tu gli vai a parlare di audio descrizione ha sempre risposto picche.
Ricer.	Purtroppo non c'è neppure un responsabile che non dico si occupi di audio descrizione o di sopratitoli per non-udenti, ma che si occupi di accessibilità.
Part. 2	Il futuro passa per il digitale terrestre dove esistono tanti canali inutili, fare un canale dedicato ai non-vedenti.
Part. 5	Sì, perché no?
Part. 4	Non con programmi dedicati ai non-vedenti, ma con programmi audio descritti. Su Italia 1 magari trasmettono un film e su quel canale fanno lo stesso film però audio descritto.
Part. 5	Allora non un canale dedicato ai non-vedenti ma un canale con l'audiodescrizione.
Ricer.	Poi non è detto che debbano essere solo film audio descritti, possono essere anche programmi audio descritti.
Part. 2	Documentari. Prendiamo i documentari che se oggi un non-vedente guarda un documentario non può capire... capisce un quarto di quello che spiega.
Part. 3	A me ha fatto riflettere. Tempo fa c'era Jerry Scotti che faceva i quiz e dicevano che lui leggeva le domande non tanto per i ciechi o chi non vede bene, ma perché c'è gente che a quell'ora lì sta cucinando e non guarda la televisione.
Part. 2	Sì.
Part. 3	Però a noi torna utile che questo qua mentre fa il Milionario legge le domande e le risposte.
Part. 5	Questo lo ha detto lui?
Part. 3	Sì, lui ha detto che le leggeva perché magari qualcuno era distratto a fare altre cose in casa.
Ricer.	Prima era qui una ragazza che ha affermato che lei spesso ascolta i film del figlio in automobile. Ha detto che ha apprezzato molto questo nuovo modo di usufruire del prodotto audiovisivo. In Inghilterra quando il servizio di audio descrizione si è affermato in seguiti statistiche hanno detto che circa il 50 % del pubblico che utilizza il servizio è composto da persone vedenti.
Part. 3	Noi in Italia ci siamo dimenticati che prima c'era la radio e c'erano i film alla radio.

Part. 2	Certo, certo.
Part. 3	Ed erano accessibili per tutti, solo che ce lo siamo dimenticato.
Part. 5	È vero.
Ricer.	Noi in Italia arriviamo sempre un po' dopo.
Part. 3	Noi siamo partiti da quello poi adesso siamo arrivati alla televisione e ora è difficile tornarci.
Ricer.	Ragazzi prima che me ne vada potreste informarmi sui vostri titoli di studio? Tutto il materiale che sto raccogliendo sarà trattato in ottemperanza alla vigente normativa relativa alla privacy e nessun nome sarà associato ai dati raccolti. Mi ha fatto piacere conoscervi e spero che potremo collaborare ancora in futuro, ma non ho nessun interesse ad associare i nomi ai dati raccolti.

“Ma cantare, sognare, ridere, libero, indipendente avere l'occhio sicuro e la voce possente, mettersi quando ti va il feltro per traverso.

Per un sì per un no, battersi o fare un verso

lavorar senza culla di gloria o di fortuna

se poi venga il trionfo per fortuna, o per arte, non dover dare a cesare la più piccola parte,

aver tutta la palma della meta scolpita e..

disdegnando di essere l'edera parassita

pur non un quercia essendo

né il gran tiglio fronzuto - salire

anche non alto

ma salire, senza aiuto” Cyrano de Bergerac

### **Focus-Group U.I.C.I. Roma 27/06/2012**

**Oggetto:** Intervista semi-strutturata sull'audio descrizione, finalizzata ad individuare quelle che dovrebbero essere le caratteristiche fondamentali di un audio descrizione efficace e di qualità.

**Ricercatore:** Nicola Tondi

**Partecipanti:** 7 ( 2 uomini e 5 donne)

**Grado Deficit Visivo<sup>80</sup>:** 5 Persone Non Vedenti Totali; 2 Persone Ipovedenti Medio Gravi

<sup>80</sup> Per indicare il grado del deficit visivo, si fa riferimento ai parametri indicati dalla legge 138/2001 "Classificazione e quantificazione delle minorazioni visive e norme in materia di accertamenti oculistici",

**Titolo di Studio:** 2 Diploma di licenza media, 1 Diploma di Conservatorio, 2 Diploma di Laurea, 2 Diploma di Licenza Media Superiore.

**Età:** 32; 37; 41; 46; 52; 59; 63

**Condizione lavorativa:** Familiarità con prodotti audiovisivi audio descritti: Sì

**Luogo dell'intervista:** Sede sezione locale U.I.C.I., via Mentana, 2/B - 00185 ROMA

I partecipanti saranno indicati nella trascrizione attraverso delle sigle al fine di proteggerne l'anonimato: il primo partecipante ad intervenire nella discussione sarà indicato con la sigla Part. 1, il secondo con la sigla Part. 2, il terzo con la sigla Part. 3, il quarto con la sigla Part. 4, il quinto con la sigla Part. 5, il sesto con la sigla Part. 6 ed infine il settimo con la sigla Part. 7. Il ricercatore verrà indicato con la sigla Ricer.

Part. 1: F Rossella

Part. 2: F IP

Part. 3: M Giorgio IP

Part. 4: Eliana CT

Part. 5: F Barbara

Part. 6: F Gianna

Part. 7: M Luciano

Ricercatore: Nicola Tondi

#### Inizio trascrizione

Ricer.	Allora io direi se voi siete d'accordo io direi di iniziare da quelle che sono le vostre aspettative per un audio descrizione che voi ritenete di qualità ed efficace, cioè quale deve essere lo scopo principale di un'audiodescrizione filmica? A vostro modo di vedere la cosa
Part. 1	Chi inizia?
Part. 2	Per me far capire in modo semplice i contenuti.
Ricer.	Quindi sollecitare la comprensione di quello che sta avvenendo sullo schermo, dell'azione sostanzialmente, quindi diciamo che la descrizione delle ambientazioni, dei costumi deve essere subordinata
Part. 2	All'azione.
Part. 1	In linea di massima non solo a quello e basta.
Ricer.	Part. 3 qual è la tua opinione?
Part. 3	Io penso che sia importante la descrizione del paesaggio, del contesto delle scene, cioè il paesaggio, la voce, <xxx>, le persone
Part. 4	Per me la descrizione deve essere un qualcosa che mi permette di entrare nel contesto

pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* n. 93 del 21 aprile 2001 e consultabile all'indirizzo: <http://www.parlamento.it/parlam/leggi/011381.htm>

	del film in quel momento lì. Film o diciamo, come si può dire, va beh di scena teatrale. Quindi devo con poche parole devo essere in grado di capire esattamente in quel momento anche quando, cioè il momento di scena muta intendiamo, in quel momento cosa succede sulla scena. Se due persone per caso, che ne so, sono lì lì per darsi una coltellata, la cosa più assurda, descrivere il movimento che fa la mano che dà la botta, per dire. I costumi l'ambiente è importante ma descrivere anche l'azione è importante.
Ricer.	Quindi descrivere l'azione in modo tale che se ci sono degli indizi sonori che possono essere ambigui, tipo l'esplosione di una bomba che potrebbe essere anche il colpo di una pistola la descrizione deve chiarire +<xxx>*
Part. 4	+Esattamente il concetto.* È pur vero però, che se c'è un buon diciamo una sorta di dialogo ci sono dei dialoghi diciamo parlati piuttosto efficaci. Efficaci intendo che fanno capire esattamente in quel momento ciò che sta succedendo praticamente anche io capisco che il botto che io sento potrebbe essere causato da una pistola. Oppure diciamo il botto enorme da un tuono, quello che si può paragonare a un tuono potrebbe essere lo scoppio di una bomba e poi ovviamente quello che ne succede dopo, però descrivere esattamente non tanto sta arrivando la bomba adesso scoppia. No! Ma descrivere l'effetto che può causare questo scoppio. Almeno credo. Tu che dici Part. 2
Part. 2	No io pure <xxx>. Non c'è un'unica regola per le descrizioni come devono essere, cosa devo comunicare a chi non vede. La scena, l'azione, il contesto è uguale è un insieme
Part. 4	Molto coinciso, deve essere tutto molto coinciso. Però tieni conto che un'altra cosa molto importante che addirittura c'è differenza tra un non-vedente e un altro non vedente. A me ad esempio basta pochissimo, basta anche una parola e capisco l'azione, ma perché? Perché io ho visto un po', quindi il mio vedere, il mio vissuto di persona che ha visto mi permette di capire chiaramente quello che sta succedendo in quel preciso momento. Mentre una persona che non ha mai visto è ovvio che delle difficoltà per rapportarsi in quel momento con la scena. Bisogna poi tenere conto che non è lo stesso per una persona ipovedente.
Ricer.	Per loro è più facile seguire.
Part. 2	Dipende dalle scene.

Ricer.	Infatti volevo cercare di capire.
Part. 3	Le parti più difficili sono i colori.
Part. 2	Dipende dalle scene.
Part. 3	Che so il tramonto, l'alba. Come posso dire.
Part. 2	Il distinguere proprio. +La scena*
Part. 3	+Il paesaggio <xxx>*
Part. 2	Una scena dove è notte o è ambientata fuori, in penombra o al buio io proprio non vedo niente. Per noi è il distinguere, cioè dal contrasto con il giorno diciamo... Poi dopo dipende anche da dove mi metto, con il naso appiccicato <xxx>
Part. 3	Comunque volevo dire che spiegarlo non è semplice, capito? Mi piacerebbe avere la sensibilità per poterlo spiegare al meglio, ecco.
Part. 2	Anche per gli ipovedenti, come per i non-vedenti, chi vede un po' e poi perde la vista, chi nasce con la vista, questo vale anche per gli ipovedenti.
Part. 3	Certo.
Part. 2	Perché io ho una patologia diversa rispetto a quella di Part. 3 e vediamo cose diverse. Ma anche all'interno della stessa patologia ci sono situazioni in cui si vede in modo diverso. Cioè non sono standard.
Part. 3	Anche uno che non ci vede percepisce in modo diverso il tramonto, le nuvole, il temporale.
Ricer.	Certo.
Part. 4	L'audiodescrizione secondo me, adesso a prescindere dal non-vedente o dall'ipovedente o meno, deve essere molto, molto stringata con una parola tu mi devi far capire che cosa succede, e questo è molto difficile, perché l'azione corre ovviamente e tu l'audiodescrizione la devi fare su quel punto dell'azione dove c'è mancanza di dialogo, capito?
Ricer.	Sì.
Part. 4	Perché laddove c'è il dialogo non c'è bisogno della descrizione. Segui il dialogo, a volte ci sono dei film o delle commedie che si seguono perfettamente bene, perché sono dialoghi che ti permettono cioè, in un certo senso sono anche audio descrittivi capisci? Ti permettono di seguire passo passo quello che sta succedendo in quel momento sul palco o sulla scena del film. Ci sono invece dei film invece dove ci sono pochissimi dialoghi e tantissima scena d'azione e a quel punto è veramente... come

	se dice a Roma rimani fregato. E sì, e sì, perché con anche tutta la buona volontà di questo mondo... Ripeto loro due vedono un po', io ci ho visto un po', per cui non faccio granché testo, capito? Per cui mi rifaccio un po' a quello che dicono loro, per cui avendolo visto ricordo. Ma una persona che non ha mai visto, lì è un problema serio. Lì davvero dovresti intervistare una persona che non ha mai, mai, mai visto.
Ricer.	Alcuni ne ho intervistati. Per loro, la mia impressione è questa che l'aspetto puramente visivo della descrizione loro lo apprezzano, ma quello che gli interessa di più, almeno in base alla mia esperienza con il teatro, è riuscire a capire lo sviluppo narrativo della trama del film o della commedia.
Part. 4	Esatto.
Ricer.	Infatti io sono rimasto un po'... ci sono ricerche che hanno deciso di partire dal punto di vista di chi vede, cercando di capire ciò che osserva una persona che vede quando guarda un film, e descriviamo quello.
Part. 4	E no, manco per niente, perché chi vede, al momento opportuno, cioè quando guarda un film va a guardare la piccolezza che a me non interessa proprio un tubo. Per esempio se l'attore in quel momento è vestito in un certo modo, però sta facendo un'azione in quel momento che io non riesco a capire che azione è, e mi si descrive il suo diciamo vestiario che me frega a me, tanto pe' di. Mi interessa la scena in sé e per sé.
Ricer.	Questo per quanto riguarda la linea generale. Invece per quanto riguarda il tipo di vocabolario da utilizzare quando si fa una descrizione. Un minimo si dovrebbe integrare con il film di partenza o il testo teatrale.
Part. 4	Certo, certo. Deve essere sempre molto stringato e nello stesso tempo esauriente, con una parola tu mi devi far capire quello che sta succedendo in quel momento. Dico una parola, ma possono essere quattro o cinque, ma non più di tanto, perché se sono trenta secondi dal primo dialogo al secondo dialogo, è logico che tu mi devi fare la descrizione in quei trenta secondi. Se tu me la vai ad accavallare con il dialogo a quel punto non mi serve più.
Ricer.	Questo è un punto fermo. Quindi un tipo di vocabolario immediato, semplice, immagino, e che, forse, sia anche in grado di stimolare l'immaginazione?
Part. 4	Certo, perché se è immediato e semplice ti stimola.
Part. 3	È complesso.

Part. 4	È una sfida non indifferente perché tu mi devi spiegare in quel momento... cioè per esempio tu prendi ad esempio una scena no? Una scena per esempio uno sfondo per esempio un tramonto sul mare, quindi colori che ci sono in quel momento, va beh io me lo sto immaginando, ma perché l'ho visto. Prova a farlo immaginare con poche parole a un non-vedente assoluto. Quindi voglio dire è il non-vedente assoluto che ti deve far da test. Non tanto l'ipovedente, perché l'ipovedente da normale tu una parola tacchete ci arriva subito. Il non-vedente assoluto tu gli devi far capire il tramonto. Il tramonto che è? Boh. Vattela a pesca, capisci?
Ricer.	Certo che chi non ha mai visto
Part. 4	È un po' un problema.
Ricer.	Sì. Per quanto riguarda invece le musiche, tutti noi sappiamo che la musica all'interno dei film sottolinea gli stati d'animo, l'azione e a volte può capitare che ci siano canzoni straniere e che le parole quindi non siano immediatamente intelligibili. In questo caso le parole delle canzoni dovrebbero essere rese accessibili cioè tradotte?
Part. 4	Ma guarda...
Part. 2	No...
Part. 4	Quella è una cosa molto secondaria
Part. 2	È un arricchimento della scena in quel momento, poi musiche con parole o senza parole cioè in italiano o in lingua straniera, molte volte hai capito le musiche sono anche degli aiuti per determinate scene che non sono parlate.
Part. 4	Esatto. No io non vedo la necessità di una traduzione del testo, no non ce lo vedo. È secondario secondo me, la musica ti può dare l'input per far sì che tu riesca a descrivere in un modo piuttosto esauriente. Questo sì, perché se c'è ad esempio una musica piuttosto tragica è logico che tu con poche parole.
Ricer.	Io ho toccato l'argomento delle musiche in lingua straniera in realtà perché mi serviva per introdurre l'argomento delle didascalie che a volte compaiono sullo schermo oppure i sottotitoli che possono comparire se stiamo guardando un film multilingua. In questo caso ci sono già alcune modalità che all'estero hanno cominciato a sviluppare inseriscono la voce che traduce le parole della persona che sta parlando nella lingua straniera le sovrappongono un po' come avviene nei documentari

Part. 4	Per forza.
Part. 5	È come i sottotitoli per i dialoghi che non sono in lingua. Tipo il Cinema Senza Barriere.
Ricer.	Quindi è come mettere un sottotitolo audio.
Part. 4	Sì esatto, bravo. Sì quello sicuramente sì, insomma.
Ricer.	Visto che stiamo parlando di sottotitolo audio, la voce che parla questo sottotitolo dovrebbe essere la stessa che narra l'audiodescrizione o una voce diversa?
Part. 4	No secondo me la stessa perché non credo poi che in quel momento lì ci sia bisogno di un'audiodescrizione. In pratica la voce si sovrappone a quella dell'attore che sta parlando in quel momento in lingua straniera.
Part. 1	Come una sorta di doppiaggio già il tono è diverso
Ricer.	Riguardo al tono della voce del sottotitolo audio, il tono della voce deve ricalcare il tono della voce dell'attore o deve essere piatto?
Part. 1	Beh direi di sì. Come un doppiaggio.
Ricer.	Quindi voi lo vedete proprio come un doppiaggio?
Part. 1.	Beh per forza. Se è un tono un po' ansioso o incavolato bisogna renderlo, sennò è tutto monotono tà tà tà. Rispetto alla descrizione che invece deve essere incolore. La distinzione deve essere netta.
Ricer.	La descrizione magari ha delle sfumature ma non deve imporre un'interpretazione.
Part. 4	Certo, certo, infatti.
Ricer.	Ho utilizzato la parola interpretazione perché per chi si occupa di audio descrizione, almeno a livello accademico, è uno dei tanti nodi che si trova ad affrontare. Il discorso cioè se sia preferibile una descrizione di tipo oggettivo o interpretativo.
Part. 4	Come la intendi? Qui bisogna sapere esattamente come la intendi.
Ricer.	Prendiamo un'espressione del volto associata ad una battuta che viene detta. Questa battuta viene pronunciata ad alta voce. Uno potrebbe scambiare il tono alto della voce per rabbia o paura.
Part. 4	Va beh ma si sente.
Ricer.	Di solito l'attore fa un'espressione facciale quando è arrabbiato.
Part. 1	Anche noi.
Ricer.	Tutti. Voi preferiste che uno descriva con Romeo è arrabbiato e segue la battuta.
Part. 1	Si riconosce dal tono con cui parla.

Part. 4	Esatto.
Part. 1	Se è arrabbiato parla con un tono di voce più diretto, per cui non c'è bisogno che descrivi. Ad esempio c'è bisogno di descriverlo in quelle scene prive di dialogo.
Part. 4	Esatto, è quello che dicevo prima.
Part. 1	Faccio un esempio. Una donna che sta salendo le scale. Potresti dire <xxx> le scale.
Part. 3	Velocemente, lentamente.
Part. 1	Oppure sta aprendo la porta della stanza incavolato, arrabbiato, oppure in modo piuttosto così insospettito, pauroso. Roba del genere.
Ricer.	Però così già è un'interpretazione dire che una persona è impaurita, insospettita.
Part. 5	Va beh, ma se non parla non è che...
Ricer.	L'oggettività starebbe nel fatto che io ti descrivo il volto. Non so con le sopracciglia inarcate, con la bocca arcuata. Cose di questo tipo.
Part. 4	Se c'è il tempo sicuramente sì. Bisogna vedere quanto tempo hai.
Part. 5	Come quando fai il doppiaggio, quanto tu puoi inserire, perché il sottotitolo da lingua inglese non è che tu gli traduci solo ciò che gli attori stanno dicendo, però magari se in quello spazio non si sente nulla, è meglio inserire l'attore sta mangiando.
Part. 3	Dipende tutto dal contesto, dallo spazio a disposizione, dalla colonna sonora da... A me personalmente dire che ha le sopracciglia inarcate o così non me interessa niente. Se nella scena la famiglia sta facendo colazione mi interessa sapere che stanno mangiando, quello che sta accadendo.
Part. 5	Per carità è vero, ma diventa secondario se non mi vai a descrivere la parte principale degli spazi vuoti. Grossi spazi per descrivere non è che ce ne siano, per cui chi fa questo lavoro di audiodescrizione deve essere talmente bravo che in +quell'attimo di tempo mi*
Part. 2 4	+<xxx>*
Part. 5	Devi descrivere quella scena priva di dialogo. Io leggo tantissimo, mi piace anche la televisione, ma che l'ho nei posti in alto. Io sono abituata ad ascoltare, vado al cinema, a teatro mi metto nelle ultime file. Io ascolto, quello ormai siamo abituati a fare. Però in tanti punti, rimani lì e mo' che succede? Anche perché poi si tratta di capire tra una scena e un'altra, anche perché se non c'è. Ad esempio la scena di due che si baciano se non è descritto finisce così, magari ti accorgi il giorno dopo al

	lavoro che no non finiva così e dici madonna ma che è successo.
Ricer.	Quindi per voi oggettività o interpretazione per voi non è così... perché comunque siete in grado di capire il tono emozionale dal tono della voce.
Part. 4	Guarda che ogni non-vedente, mo lasciamo un po' da parte l'ipovedente, il non-vedente assoluto se ne accorge dal tono della voce di tanti... di tante... di tanti piccoli atteggiamenti che può avere la persona che gli sta di fronte appunto da come si esprime. Capito? Però ripeto, magari ci sono dei momenti in cui, però in genere un non-vedente assoluto fa di questo insomma.
Ricer.	D'accordo per quanto riguarda invece l'utilizzo di termini specifici del cinema che sono propri del linguaggio cinematografico, che so in primo piano, oppure una carrellata sul paesaggio, questi termini qui, non so qual è la vostra opinione? Devono essere utilizzati, non vi interessano assolutamente, vi piacerebbe un'audiodescrizione che dice adesso in primo piano John estrae un coltello...
Part. 5	Neanche un po'. Rovini tutto il resto del lavoro secondo me. Per me personalmente non interessa, non è utile.
Part. 4	Forse è più utile per una persona che non vede per niente. Sì perché logicamente ha bisogno di interiorizzare la scena quindi è logico che tu gli devi far capire che. Una persona ipovedente invece già dal colore dal movimento che ci può essere sullo schermo se ne rende un po' conto, io credo ragazzi poi non so...
Part. 5	Secondo me sapere se una scena è in primo o in secondo piano non è fondamentale.
Part. 4	+No, non è fondamentale.*
Part. 3	+per capire la storia.*
Part. 4	Se è nel contesto della storia sicuramente sì, però è altrettanto vero che bisogna capire insomma lì.
Part. 5	Non è così semplice.
Part. 4	Certo, certo.
Ricer.	Ok. La descrizione abbiamo detto che comunque deve mantenere uno stile diciamo neutro, mi sembra d'aver capito dalla conversazione che abbiamo avuto.
Part. 4	Sì.
Ricer.	Non deve comunque diventare preponderante, assumere maggiore importanza rispetto al film. Non deve distrarre e quindi essere troppo invadente.
Part. 4	Esatto. Guarda noi, adesso non ricordo se era la prima edizione o la seconda edizione

	della festa del cinema qui a Roma siamo andati a vedere un film di Soldini. Non mi chiedere il titolo perché non me lo ricordo, sinceramente non me lo ricordo con audio descrizioni. Benissimo, ci danno le cuffie tranquillamente ed erano cuffie col doppio padiglione diciamo, la classica cuffia. Noi sentivamo tutto il film e l'audio descrizione che si sovrapponeva e sulla musica e sulle parole, per cui è stato una sorta di floppi, l'abbiamo seguito perché ovviamente bene o male si seguiva, ma era momenti bassa l'audiodescrizione e in altri momenti alta l'audiodescrizione quindi mi copriva la colonna sonora. Altri momenti era la colonna sonora stessa con dialoghi e con la colonna sonora musicale che copriva l'audiodescrizione, ma questo io ti parlo di qualche anno fa ed era una delle prime audio descrizioni fatte.
Ricer.	Vi ricordate per caso chi l'aveva realizzata? La Ctt?
Part. 4	No non mi ricordo. Non era la Ctt, no no, non erano loro, non mi ricordo chi è che la fece. Adesso non mi ricordo se era di Milano. Comunque poi è stato modificato, fatto in un certo modo. In ogni caso noi abbiamo fatto rilevare questa cosa che sinceramente era difficile seguire in un certo senso, perché tu sentivi oltre all'audio della sala... tu sentivi il film in cuffia tranquillamente, con queste audio descrizioni che a volte erano più forti dell'audio del film e viceversa capitava, quindi era un po'....
Ricer.	Era un effetto di mixaggio.
Part. 4	Sì, non era stato fatto ad hoc. Era l'inizio.
Part. 5	Beh come in tutte le cose non puoi partire in quarta. C'è sempre qualcosa come in tutte le cose.
Part. 1	Ti devi far l'esperienza, quelli che lo fanno a Roma, raggio verde, almeno quando feci l'intervista, mi ricordo che chiamò lui e mi disse che il sistema, lui aveva un sistema inglese. Adesso non mi ricordo come si chiama.
Part. 4	Piero. Sì, sì ma è vero questo poi difatti poi quando ha iniziato, ha fatto il primo esempio qui a Roma al cinema Farnese, io ricordo andammo a fare un'inaugurazione di questo ciclo appunto aveva scelto un film particolare e tutto... però a noi aveva dato delle cuffie attraverso cui noi sentivamo solo ed esclusivamente la descrizione. Quindi tutta la parte del film, tutta la colonna sonora del film, tutto il film lo sentivamo dai canali ufficiali, dai canali della sala. Questo è una cosa ottima, però è antipatico tenere 'sto auricolare.

Part. 1	Era un auricolare solo, piccolo?
Ricer.	Era un auricolare solo quindi.
Part. 1	<xxx>
Ricer.	Io vorrei chiedervi qualcosa a proposito dei titoli di testa e coda, i credits di un film.
Part. 4	Questo sì, questo sarebbe il caso che qualcuno almeno leggesse quello che c'è scritto, questo sì. Almeno all'inizio perché alla fine chi se ne importa.
Part. 1	Almeno il regista, gli attori principali.
Part. 4	E certo le informazioni...
Part. 1	Non dico lo scenografo, il costumista, quello non è che...
Part. 4	Be', anche se, insomma se lo fai in teatro...
Part. 1	Alla fine no.
Part. 3	Alla fine è tutto finito.
Part. 1	Se mi devi elencare tutto in modo veloce.
Ricer.	Sì infatti.
Part. 1	Perciò sennò tu stai lì un'altra ora. Almeno gli attori, il regista, eventualmente se ha preso bene o meno il film.
Part. 4	Certo.
Ricer.	Abbiamo parlato alcune volte oggi è venuta fuori la parola contesto, abbiamo parlato del contesto di una scena, del contesto narrativo di tutto il film, ma può anche essere il contesto culturale e storico dove è nato il film, dove è ambientato. Il contesto storico dovrebbe essere reso dalla descrizione lungo il film.
Part. 4	Certo, certo.
Ricer.	Oggi è stato detto ed anche a Forlì è stato detto altre volte che una cosa che aiuta molto la visione di un film è in certo senso prepararsi alla visione del film, reperire cioè informazioni prima di vedere il film.
Part. 4	Ma guarda su questo siamo d'accordo, a prescindere che comunque tu vada a vedere un film o comunque un lavoro teatrale, tu ti devi rendere conto del periodo storico e del contesto dove viene ambientato questo lavoro.
Part. 1	Non fa molta differenza che sia un film o uno spettacolo te devi prepara' comunque.
Part. 2	Però se fanno una brutta audio descrizione è brutta anche se mi sono preparata, uno va a vedè' e basta.
Ricer.	Io questo ve, lo chiedevo, perché adesso io non so qui a Roma o agli spettacoli

	teatrali qui se c'era un'introduzione che precedeva...
Part. 2 4	No, no.
Part. 4	Non sarebbe nemmeno il caso, a parte gli scherzi. Mi sembra...
Ricer.	A Forlì o ad esempio in Inghilterra o in altri di solito gli spettacoli dal vivo vengono preceduti +da un'introduzione.*
Part. 4	+Ma tutti gli spettacoli* dal vivo o gli spettacoli che hanno un'audiodescrizione?
Ricer.	No quelli che hanno un'audiodescrizione.
Part. 4	Però secondo me a questo punto, posso dire una volta? Diventa anche un po' discriminante, perché insomma se a un certo punto devo andare a vedere uno spettacolo teatrale su Carlo V io so perfettamente chi è Carlo V ad esempio, quindi non ho bisogno dell'audiodescrizione e quindi della preparazione prima dell'inizio dello spettacolo.
Part. 3	+<xxx>*
Part. 4	Almeno io la vedo sotto questo punto di vista. A me interessa proprio l'audiodescrizione nel contesto del lavoro. Io devo entrare, io mi devo immedesimare in quel, attraverso le parole tu me devi fa' vedè' lo spettacolo. Ecco questo è il discorso.
Ricer.	Quello sì, però abbiamo detto che l'audiodescrizione non deve assolutamente +sovrapporsi ai dialoghi.*
Part. 4	+Esatto.* No, no su quello siamo perfettamente d'accordo.
Part. 2	Ci si riesce, ci si arriva.
Ricer.	Quello sì, però è chiaro che uno è costretto a scegliere cosa raccontare +<xxx>*
Part. 4	+Certo*, certo. Ma quello sicuramente sì, però voglio dire un conto, cioè il preambolo iniziale non mi interessa, capito? Secondo me è un lavoro in più che voi fate come audio descrizione. Invece no, a me interessa l'audiodescrizione proprio in quel momento quello che sta a fa'? Se siede su una sedia rotta? Bene, quello si siede su una sedia rotta.
Part. 1	E cade..
Part. 4	Sento il botto è cascato. Ammazza' come è cascato per esempio. Capito? Ma che mi si dica, eh questo lavoro è fatto, è ambientato in... certamente se all'inizio c'è una scena molto lunga di introduzione è logico che a quel punto tu mi devi descrivere che

	tipo di scena è prima del... ma fa parte dell'audiodescrizione quella roba lì. Capisci?
Part. 2	Non è preparazione al lavoro.
Part. 4	Aspetta che c'è Part. 7 pure. Allora, ci sono Part. 7 e Part. 6
Part. 4	Allora qui c'è Ricer. che sta facendo una ricerca sulle audio descrizioni, correggimi se sbaglio. È di Bologna e ha chiesto collaborazione un po' a tutte le sedi U.I.C.I. d'Italia.
Ricer.	Non solo film, prodotti audiovisivi in generale.
Part. 4	Noi abbiamo cominciato, abbiamo messo a punto alcune cose, adesso continua con loro.
Part. 5	Ce ne è anche altri di là.
Part. 4	Non me ne frega niente, zitta.
Ricer.	Sentiamo brevemente dagli ultimi arrivati, secondo loro qual è l'obbiettivo principale di un'audiodescrizione.
Part. 4	Part. 7, parla te.
Part. 6	Descrivere quello che succede sulla scena, non quello che si sente. A volte è capitato che danno anche le proprie sensazioni, no?
Ricer.	Quindi l'interpretazione di cui stavamo parlando.
Part. 6	Secondo me è importante riportare quello che c'è, quello che avviene, quello che si vede.
Ricer.	Quindi facilitare la comprensione
Part. 6	No beh, a volte il film ti dura... ti dice anche se ha la faccia allegra triste +per dire, per cui te devono pure dire se provano un sentimento di un certo tipo ma no*
Part. 7	+<xxx>*
Part. 6	quello che sta provando la persona che vede, che sta assistendo.
Part. 1	Quello che avviene, quello che l'occhio...
Part. 6	Qualche volta succede che quello sta con il muso e nessuno te lo dice e non si vede lo devi sapere perché la vedi. Vedi che quello è triste, quindi di per sé me lo devi dire.
Part. 4	Quello che si diceva prima.
Part. 6	L'espressione sì, ma non quello che sto provando io che sto vedendo. Capito.
Part. 7	Allora mettiamola in termini più semplici e più schematici. Uno l'audiodescrizione a che cosa serve? Serve per descrivere a chi non può vedere direttamente la scena quello che avviene, che accade nella scena stessa nel momento in cui non ci sono...

Part. 4	Dialoghi.
Part. 7	Dialoghi o comunque diciamo parti parlate. Quello che accade da parte dei rumori, se i rumori sono ben comprensibili non c'è bisogno di descrivere che cosa ha generato il rumore.
Part. 4	Quello che dicevamo prima.
Part. 7	Se invece si sente un ronzio sotto e non si capisce che cosa è quel ronzio, sarebbe opportuno che la descrizione, l'audiodescrizione spiegasse che cos'è quel ronzio.
Part. 4	È la stessissima cosa che stavamo dicendo prima.
Part. 7	Io ero e sono uno che da vent'anni si sta occupando di questa cosa. Nel senso che vent'anni fa abbiamo prodotto, e ce l'ho ancora a casa io, delle audiocassette, sono sette film, che abbiamo noi architettato, ma non come unione, come sezione...
Part. 4	Come associazione culturale.
Part. 7	Come associazione culturale ci hanno prodotto queste cassette. C'erano ad esempio Blow up, un titolo abbastanza complicato di Antonioni, c'era La finestra sul cortile (di Alfred Hitchcock n.d.i.), c'era Shining (di Stanley Kubrik n.d.i.) c'era...
Part. 4	Ce n'erano abbastanza.
Part. 7	Rapina a mano armata (di Stanley Kubrik n.d.i.). Vabbe' film abbastanza complicati e movimentati che erano audio descritti. Noi il commento lo facevamo in maniera molto artigianale, nel senso che ricavavamo le descrizioni dalla visione del film. O meglio chi andava a registrare sulla traccia stereo della videocassetta, quella usavamo, andava a registrare il commento, se l'era preparato prima, visionando il film. Cioè il vedente si metteva lì visionava il film, si segnava i punti in cui doveva descrivere, si annotava quello che doveva descrivere, nel momento in cui passava il film registrava sulla traccia stereo. Alla fine veniva fuori un prodotto che ascoltando la..., visionando la videocassetta veniva fuori una traccia audio aggiuntiva, che però per i nostri mezzi del tempo veniva comunque ascoltata in sala, non era separata. Adesso si fa con delle tracce a parte che possono essere separate, mandate in cuffia. L'avevamo fatta anche noi qualche volta una prova del genere, separando le due cose, però era molto più complicato allora. Allora +andavamo con i videoregistratori analogici*
Part. 4	+<xxx> Certo, certo*
Part. 7	Però qui, al di là dell'aspetto tecnico il criterio era questo. Noi c'eravamo posti

	questo obiettivo: andare a descrivere tutte quelle scene che non avevano un corrispettivo di dialogo e che non avevano un corrispettivo di comprensione dell'ambiente. Dopodiché questa descrizione, e torniamo a quello che dicevamo prima, doveva essere il più oggettiva possibile. Non mi deve entrare... io come non-vedente gradisco che mi venga detto quello che succede ma sono fatti miei poi interpretare cosa vuol dire +quello <xxx>*
Part. 4	Devo entrare nell'azione punto e basta. Io devo +capire l'azione in quel momento, mi devo calare in quel contesto in quel momento*
Part. 7	+<xxx>* che mi si descriva l'azione, che mi si descriva anche le espressioni del volto.
Part. 4	Certo, sì però...
Part. 2	+<xxx>*
Part. 7	Che si descriva quello che succede nei movimenti, che succede nell'atteggiamento, però dire +che quello con l'intenzione di*
Part. 2	+<xxx>*
Part. 7	Fa questo. E l'intenzione di ce la vedi tu, io non ce la vedo, cioè... Due vedenti, seduti uno di fianco all'altro possono interpretare in maniera diversa la stessa scena.
Part. 3	Vedono due cose diverse.
Part. 7	Allora perché tu mi devi forzare la tua interpretazione, tu descrivimi quello che succede, poi saranno fatti miei capire quello che vuol dire, che lo capirò secondo la mia sensibilità, secondo la mia preparazione, secondo la mia cultura, secondo il mio retroscena culturale, +<xxx>*
Part. 4	È un po' quello che si stava dicendo prima, capito? Quindi si ricasca proprio perfettamente in quello che si è detto prima.
Part. 7	Questo è il nostro ragionamento. Tanto è vero che molte delle audio descrizioni che io ho ascoltato. Adesso si sono fatte rarissime, praticamente sono quasi scomparse. Per certi versi erano pessime perché entravano declinando anche le sensazioni, le intenzioni del tizio.
Ricer.	Ti stai riferendo a quelle che rendeva disponibili la Rai?
Part. 7	Sì quelle della Rai.
Part. 4	Derrick (L'ispettore Derrick n.d.i.) per esempio, per un periodo è andato no?
Part. 1	Sì, sì.

Part. 4	Poi c'è stato, chi c'era...
Part. 7	Abbiamo visto un film ieri sera molto bello e molte ben audio descritto perché...
Ricer.	Che titolo aveva?
Part. 6 7	Il primo uomo.
Part. 6	Non so se lo conosci.
Ricer.	No, ma lo avete visto... l'avete preso in DVD?
Part. 7	No c'è un'associazione che si chiama Raggio Verde...
Part. 4	È quella che si diceva prima di cui non mi veniva in mente il nome.
Part. 7	Che ha fatto una serie di audio descrizioni, di film audio descritti, ne ha fatti sia per quanto riguarda il film e ne ha fatti anche per gli spettacoli teatrali. Lì lo fanno...
Part. 4	Guarda è quello di cui ti dicevo prima, che ha fatto la sperimentazione alla festa del cinema, poi al cinema Farnese, poi adesso sta facendo regolarmente al cinema De Piccoli +<xxx>*
Part. 7	Tanto per fare un esempio, nel film c'era un tizio che ad Algeri negli anni '50 entrava, un francese, o meglio un algerino di origine francese entrava nella kasbah diciamo no e per questo prendeva una sgridata. Tutto questo io lo so perché me lo ha descritto l'audiodescrizione perché la scena era completamente muta dal punto di vista vocale. C'erano rumori di fondo, dell'ambiente.
Part. 6	+Rumori*
Part. 7	+Allora* la scena veniva descritta in questo modo e infatti m'ha reso perfettamente. C'è una lunga scalinata diceva la voce, no? Divisa in due parti, da una parte ci sono arabi che scendono, dall'altra parte arabi che salgono. gli arabi, diciamo il il...
Part. 6	Il personaggio del film.
Part. 7	Sì il personaggio del film, il protagonista, stava salendo incrociava gli arabi che scendevano dall'altra parte. Giustamente questa voce narrante mi diceva che gli arabi che incrociava lo guardavano in maniera
Part. 4	In maniera?
Part. 7	Sorpresa, in maniera strana. E questo è giusto che me lo dicesse perché <xxx> da solo non lo avrei potuto sapere. Fino a che mi dice, chiede un'informazione a un mendicante che sta seduto per terra. Dopodiché sento le voci, lì c'era una risposta in arabo, ovviamente sarà stata sottotitolata la traduzione...

Part. 4	E lì doveva esserci...
Part. 7	E la voce l'ha letta.
Part. 4	Vedi e certo.
Part. 7	Certo, l'ha letta
Part. 4	Quello che dicevamo prima. Guarda pari pari eh.
Part. 7	Dopodiché arriva davanti alla porta del tizio, era andato a trovare un vecchio amico di scuola. Arriva davanti alla porta e c'era uno buttato per terra e gli dice: Ti sta aspettando, è dentro, solo tu lo puoi aiutare. Entra dentro e lì c'è la descrizione della stanza. Allora c'è una stanza, una stanza molto spoglia, con luce che viene dalla finestra sulla destra, sulla sinistra addossato alla parete c'è un letto, sul letto c'è una persona. Lui sta... Il tizio che sta sul letto gli fa segno di avvicinarsi e lì la voce lo descrive. Lui si stava girando per prendere la sedia, siccome precedentemente c'era uno sgabello vicino al letto, si stava girando per prendere la sedia poi no, decide di sedersi sullo sgabello e lì inizia il dialogo. Allora a quel punto la voce tace.
Part. 4	Questa è l'idea insomma.
Part. 6	Lì poi c'era tutto il discorso della mamma delle cose.
Part. 7	Sì descrivere tutto quello che accadeva.
Part. 6	Quello che succedeva sulla scena.
Part. 7	Per esempio, non l'avrei mai saputo, dopo che hanno giustiziato, ghigliottinato il figlio di questo suo amico no, di questo suo compagno di scuola, perché amici non lo erano, questo lo odiava, ma alla fine gli serviva per il figlio. Dopo che l'hanno ghigliottinato lui fa un discorso rivolto alla nazione, rivolto agli arabi, però se la voce narrante, se la voce esterna non m'avesse detto viene inquadrato in primo piano davanti a un microfono, io mica sapevo che questo stava parlando alla radio.
Ricer.	Però hanno detto che era in primo piano?
Part. 7	Sì certo, veniva detto in campo lungo, in primo piano, ripreso di schiena, l'illuminazione.
Ricer.	Quindi lo dicevano.
Part. 7	Certo.
Part. 6	La mamma come era vestita, addirittura come aveva i capelli.
Part. 7	Tutto questo contribuisce a farmi immaginare com'è la scena. Poi quando loro parlano a quel punto basta.

Part. 4	In poche parole io che non vedo mi devo calare nel film, con poche parole ma abbastanza efficaci mi devo calare nel film.
Ricer.	Sono interessato a questo discorso circa l'impiego del linguaggio cinematografico, in quanto le linee guida che esistono all'estero, nella maggior parte dei casi non contengono riferimenti specifici sull'impiego del linguaggio proprio della cinematografia e raccomandano di non utilizzarlo. Cioè campo lungo, dissolvenza, primo piano.
Part. 7	Un cieco che non ha mai visto dalla nascita probabilmente della dissolvenza non gliene importa niente.
Part. 4	Esatto.
Part. 7	Però una persona che ha visto, io ho visto fino all'età di cinque anni posso capire che cos'è una dissolvenza, cioè un'immagine che diventa buia e poi riappare un'altra immagine. Quindi già questo mi dà un'idea, sono scene particolari che contribuiscono a far capire la scena.
Part. 4	È ovvio che chi fa l'audiodescrizione si trova davanti a un pubblico vasto, variegato. +C'è il non-vedente che non ha mai visto, il non-vedente ipovedente, il non-vedente che è diventato cieco dopo.*
Part. 7	+La cosa che secondo me andrebbe evitata è quello di entrare nel merito di di delle persone.
Part. 4	No quello no assolutamente non esiste, non ce ne frega niente.
Part. 7	<xxx>
Part. 2	Mi interessa in un secondo momento +<xxx>*
Part. 7	+<xxx>*
Part. 4	Io voglio sapere come è l'ambiente in quel momento che cosa c'è
Part. 7	Sapere che intenzioni c'ha il tizio che sta lì.
Part. 4	Sì ma dopo.
Part. 7	No dopo, contemporaneamente.
Part. 4	Part. 7 nel contesto della scena, è quello che sto dicendo, nel contesto della scena.
Part. 7	Se io devo riprodurre con la creta un quadro mi interessa capire pure quali sono le...
Part. 4	Sì, sì, ma sicuramente sì.
Part. 7	Le intenzioni, quali sono le espressioni del volto di quello che sta nel quadro.
Part. 4	Sicuramente sì.

Part. 7	Però se prima non mi dai
Part. 4	Mi devi dare tutti +gli elementi*
Part. 7	+Oggettivi.*
Part. 4	Certo, mi devi dare prima tutti gli elementi, poi semmai in un secondo momento mi fai la descrizione del...
Part. 7	Mi devi dare gli elementi per poterlo capire dopodiché sarà la mia sensibilità a farmi capire quello che...
Part. 4	È quello che ti sto dicendo.
Part. 7	Che quello è in un modo o nell'altro o che quello stato d'animo o se quello è in uno stato di gratitudine o odio.
Ricer.	Sì ognuno è in grado di interpretarlo in modo autonomo quando ha gli elementi.
Part. 4	Certo.
Part. 7	Anche perché il vedente che guarda il film non è che ha... al di là di quello che vede non ha nessun altro elemento che gli dice quello lo sta facendo con odio o con amore.
Part. 4	No perché lo vede. A quel punto io non lo vedo però tu mi devi dare prima tutti gli elementi dell'ambiente, le cose poi piano piano mi puoi anche dare... ma sono io poi che vado a vedere a verificare nel contesto del racconto
Part. 7	Un altro problema con queste audio descrizioni è che l'ideale sarebbe che ci potesse essere interazione tra chi commenta e chi del commento fruisce, però purtroppo essendo un testo presentato sull'audio del film
Part. 4	Eh lì è un po' un problema.
Part. 7	La cosa non è possibile, perché questo tipo di modalità viene nel momento in cui io vado in un museo e passo davanti alla Gioconda quello che sta con me che m'ha accompagnato al Louvre mi dirà com'è la Gioconda. A quel punto a me sorgeranno delle domande, dei dubbi, delle necessità, che io chiederò, e lui mi dirà e sulla base di quello che lui mi risponderà io chiederò ancora. Però questo purtroppo...
Part. 4	Però sempre filtrata da quello che ti dice lui, perché tu fai le domande in base alla descrizione che ti fa lui. In quel momento le sue descrizioni sono soggettive di conseguenza, quello è il punto.
Part. 7	Se tu vedi una strada da dietro una di finestra tu non puoi sapere quello che succede dietro al muro che sta alle tue spalle.
Part. 4	Certo che no.

Ricer.	Io quando preparo uno spettacolo audio descritto, me lo vedo prima, preparo il testo e poi lo rivedo insieme ad una o due persone non vedenti e loro mi sottopongono i loro dubbi.
Part. 7	No ma quello è un buona regola...
Part. 4	Certo.
Part. 7	Però nel momento in cui si va in scena o il film è finito non è più possibile questo.
Ricer.	Eh no.
Part. 7	Questo è un lavoro che deve stare a monte. Se sta a monte va benissimo.
Part. 4	Ma questo lavoro...
Part. 7	Non so se il ragionamento era questo. Le descrizioni di Raggio Verde normalmente sono buone.
Ricer.	Ad esempio a Forlì qualcuno aveva indicato come buone anche le descrizioni della Rai.
Part. 7	A me non piacciono.
Part. 4	Mmm
Part. 7	A me non piacciono perché spesso si atteggianno troppo a dare interpretazioni.
Part. 4	Esatto. Poi ci sono +<xxx>*
Part. 7	+<xxx>*
Part. 4	Poi dipende anche da chi le fa.
Part. 7	Queste di Raggio Verde a parte venire a Roma e andare al cinema...
Part. 4	Sono a Milano
Part. 7	Credo che la sede sia proprio a Milano.
Part. 4	Sì.
Part. 7	Qui a Roma c'è Piero... oddio come si chiama?
Part. 3	Non mi ricordo.
Part. 7	Piero Piero Piero... lo possiamo rintracciare se c'è la necessità di contattare Piero
Ricer.	Anche per il futuro, tanto vi ricontatterò.

### Focus-Group U.I.C.I. Torino 28/06/2012

**Oggetto:** Intervista semi-strutturata sull'audio descrizione, finalizzata ad individuare quelle che dovrebbero essere le caratteristiche fondamentali di un audio descrizione efficace e di qualità.

**Ricercatore:** Nicola Tondi

**Partecipanti:** 5 (3 uomini e 2 donne)

**Grado Deficit Visivo**<sup>81</sup>: 5 Persona Non Vedente Totale;

**Titolo di Studio:** 2 Diploma di licenza media, 1 Diploma di Conservatorio, 2 Diploma di Scuola Superiore

**Età:** 49; 52; 38; 66; 61

**Condizione lavorativa:**

**Familiarità con prodotti audiovisivi audio descritti:** Sì

**Luogo dell'intervista:** Sede sezione locale U.I.C.I., via Corso Vittorio Emanuele II, 63 - 10128 Torino

I partecipanti saranno indicati nella trascrizione attraverso delle sigle al fine di proteggerne l'anonimato: il primo partecipante ad intervenire nella discussione sarà indicato con la sigla Part. 1, il secondo con la sigla Part. 2, il terzo con la sigla Part. 3, il quarto con la sigla Part. 4 ed infine il quinto con la sigla Part. 5. Il ricercatore verrà indicato con la sigla Ricer.

Part. 1: F

Part. 2: F

Part. 3: M

Part. 4: M

Part. 5: M

Ricercatore: Nicola Tondi

**Inizio trascrizione**

Ricer.	Allora se voi siete d'accordo comincio la registrazione.
--------	--

---

<sup>81</sup> Per indicare il grado del deficit visivo, si fa riferimento ai parametri indicati dalla legge 138/2001 "Classificazione e quantificazione delle minorazioni visive e norme in materia di accertamenti oculistici", pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* n. 93 del 21 aprile 2001 e consultabile all'indirizzo: <http://www.parlamento.it/parlam/leggi/011381.htm>

Part. 1	Allora le ridico quello che le avevo detto prima. Quando abbiamo fatto l'ultima descrizione a dicembre Assemblea Condominiale (spettacolo teatrale n.d.i.) questo (un attore n.d.i.) si è preso l'incarico con nostra soddisfazione, spiegandogli che doveva farlo in un modo da descrivere, noi avevamo le cuffie, senza sovrapporsi mai al dialogo degli attori e dando quelli che lui riteneva particolari importanti che attraverso le parole non emergevano ma erano utili a comprendere il senso e il succo della commedia.
Ricer.	A comprendere quindi il +<xxx>*
Part. 1	Si a comprendere ad ambientarla come luogo intanto poi dare quei particolari che nel corso della commedia acquistano un significato. La stessa cosa secondo me deve avvenire nell'audiodescrizione dei film e avviene. Ce ne sono alcune fatte meglio come nelle fiction che la Rai produce, alcune sono fatte meglio altre no, però si deve mirare proprio nei punti in cui c'è soltanto la musica, all'inizio principalmente che uno capisca bene dove la scena si ambienta e cosa il regista ci mette in primo piano. Perché in genere è già la persona che dopo parlerà, che ti incontra, che guarda, poi lì entrano in gioco, secondo me, la sensibilità di chi la fa l'audiodescrizione di chi capisce quali sono gli elementi più importanti. Più lo fa, probabilmente più lo comprende, anche sentendo poi i suggerimenti, le critiche, poi personalmente anche noi non siamo tutti uguali, ci sarà chi desidera più non so, alcuni particolari piuttosto che altri. Però... in linea di massima sono queste le cose. Darci una rappresentazione della scena che noi non possiamo vedere. Nel caso di un giallo darci anche quegli elementi che a volte si vedono, il passaggio di quell'uomo, il segnalare con lo zoom quell'angolo, quella macchina, quel punto che si vede attraverso la pellicola, chi non vede lo perde.
Part. 3	Diciamo che c'è anche il problema della velocità del cambio scena, cioè a volte mi è capitato comunque di avere delle sequenze veloci di scene ed effettivamente lì ci vuole veramente come diceva lei prima, più se ne fanno e più si diventa bravi. Però comunque in quelle specie di polizieschi, nell'esempio che facevi tu prima, visto che ci sono diverse scene non dico sovrapposte ma quasi eh, nel senso che se c'è ad esempio un inseguimento con delle scene rocambolesche chiaramente lì più viene stringato, bisognerebbe proprio cioè riuscire nell'attimo del cambio scena a descrivere...

Ricer.	Quello che sta per succedere.
Part. 1	Sì ma c'è un inseguimento tu senti. Dico due macchine che si inseguono, senti tu che si inseguono, se non c'è qualcosa di particolare da segnalarti, te la segui tu quella scena.
Part. 3 4	Dipende.
Part. 4	+Dipende poi dal tipo di inseguimento.*
Part. 1	+Ecco si dirà alcuni.* possono essere più complessi perché la macchina di quello là a un certo punto taglia +<xxx>*
Part. 3	+Ma è il classico cane che attraversa la strada.*
Part. 1	Anche...
Part. 4	Lì son quelle cose che...
Part. 1	Però dove si mette, bisogna sapere dove metterle queste parole perché lì magari a uno gli piace anche sentirsele a volte certe... certi rumori, certe scene, non siano interrotte dall'altro che ti parla. Il collocarle bene in certe scene...
Part. 3	Senz'altro aiuta.
Part. 4	Non per critica ma a me piace molto fantasticare, quindi non sempre l'audiodescrizione mi serve per capire il contesto. Ovviamente mi piace interiorizzarmi i personaggi farmeli a mia
Part. 1	Ah ma...
Ricer.	Di sentirli tuoi quindi di formarti tu...
Part. 4	E così anche le scene, cioè quando io capisco fondamentalmente quello che succede poi però magari non ho sempre così bisogno di essere assistito nel sapere il dettaglio. A me piace un po' anche crearmelo.
Part. 1	Secondo me non è così importante che ti dica la ragazza è vestita di rosso... a meno che nel film quel vestito rosso abbia un'importanza dopo. Se no si può lasciare liberamente... basta la ragazza cammina... ecco.
Part. 3	In genere si mette il nome a meno che +non sia... ecco se...*
Part. 1	Te la puoi immaginare come leggendo un libro, mi spiego? Se però quel vestito o quel particolare dopo avranno un'importanza allora devono essere citati, secondo me. Devono essere messi in evidenza.
Ricer.	Certo.

Part. 5	Poi molte volte le audio descrizioni sono molto utili durante i momenti di silenzio, alle volte però è un silenzio che ha un significato, perché alle volte ci sono...
Part. 4	Anche i giochi di sguardi.
Part. 5	Esatto, due persone che in una stanza si guardano, magari son lì che quello sguardo vuol significare +<xxx>*
Part. 1	+Certo.*
Part. 5	Uno parla poi magari quello che c'è di là gli fa...
Part. 1	Oppure uno parla e l'altro pensa... gli fa vedere che sta pensando ad altro... con la faccia così. Insomma queste cose qui sì.
Ricer.	Quindi le espressioni del volto sono importanti.
Part. 1	Più che non come sono vestite che come dico non...
Part. 5	A meno che non ci sia...
Part. 1	Sì un legame se no, no.
Part. 5	Un qualche legame in qualche modo, altrimenti no.
Part. 1	Altrimenti no. Uno se li immagina come vuole.
Part. 4	A me è capitato di sentire qualche audio descrizione che dice il nome e poi con un bel vestito sgargiante.
Ricer.	Quindi tu in questo esempio che hai citato avresti preferito che ti avessero dato una descrizione più precisa del vestito oppure che non ti avessero dato nessuna informazione?
Part. 4	Beh diciamo che se non c'era proprio nessuna informazione da dare era meglio non darne. Se quella era proprio la cosa più importante in quel momento anche un attimo di silenzio non ci sta male.
Part. 3	Però vestito sgargiante può...
Part. 1	Indicarti una persona
Part. 3	No, a parte indicarti la tipologia della persona, magari se una...
Part. 1	È un po' provocante, un po'...
Part. 3	Oppure se siamo ad una festa.
Part. 1	Magari il regista punta gli occhi su quel vestito, su quella donna perché vorrà parlare di quella lì.
Part. 3	Esattamente quello lì.
Part. 4	Dipende dal contesto in cui vengono dette le cose.

Ricer.	Io nelle interviste che ho fatto già, non è la prima volta che sento pronunciare dagli intervistati la parola contesto. Infatti oggi mentre venivo qua in treno e ripensavo alle interviste che ho fatto, ho detto: se a Torino qualcuno parla di contesto chiederò cosa intende per contesto.
Part. 1	Tutta la scena.
Part. 3	L'impianto di tutto, dalla scena, lo svolgimento i i i...
Part. 1	+I personaggi*
Part. 3	+I personaggi* che ne fanno parte, tutto.
Part. 1	Naturalmente non è che si possono mettere tutti i particolari, quindi bisogna scegliere le cose più significative. Però è importante poter immaginare bene dove si svolge, come è questa stanza, come sono... perché poi nella mente sviluppi come è fatto anche per il vedente, ci si basa su... non so, lui vedrà di più perché lo sguardo ti permette di coglierne, però il regista in genere ti indirizza, coi primi piani, su certe cose piuttosto che su altre. Noi vorremmo nella misura del possibile, avere questi dati a disposizione.
Part. 4	Mi piacerebbe un'audiodescrizione... io sarò stupido, mi piacerebbe avere un'audiodescrizione del festival di San Remo.
Ricer.	Del festival di San Remo?
Part. 1	Di Belen l'ho capito.
Tutti	+<xxx>*
Part. 1	La descrizione del palco.
Part. 5	Magari le telecamere inquadrano qualcosa di particolare.
Part. 1.	Noi tutto questo non lo abbiamo.
Part. 5	O ascolti la radio e allora lì sono costretti +<xxx>*
Part. 1	+<xxx>*
Part. 5	Però è tutto diverso rispetto a chi lo vede. Loro sono nel retro palco per cui...
Part. 4	Magari vedono...
Part. 5.	Lo vedono un po' come te e come me. Di solito gli eventi radiofonici sono sempre un po' più...
Part. 1	Infatti, secondo me neanche <xxx>, una persona con una particolare, per cose come questa a mio dire
Part. 3	Farlo in diretta poi è molto difficile.

Part. 1	Cogliere in diretta sì...
Part. 5	O si vedono le prove.
Part. 1	+<xxx>*
Part. 4	+<xxx>*
Part. 5	+<xxx>*
Part. 1	Io comunque tra i tanti amici con cui vado al cinema ne ho uno dotato secondo me di particolare... che quando vado con lui, con due parole poche riesce subito a dirmi le cose essenziali. Ci sono altri invece che ti vogliono dire seimila cose e mi stufano. Perché poi cominciano a parlare, poi lui sta ancora dicendo allora sai..., +<xxx>*
Part. 4	+<xxx>*
Part. 5	+<xxx>*
Part. 1	Lì poi sta anche nell'intelligenza, nella sensibilità, l'entrare, il capire che cosa io che non vedo perdo. Quindi soffermandosi su questo in modo coinciso.
Ricer.	Certo. Adesso faccio una domanda stupida, mi rendo conto però... a qualcuno la dovrò pur rivolgere questa domanda. Allora chiaramente una persona non-vedente quando guarda un film o un'opera teatrale baserà la propria percezione principalmente sulla colonna sonora giusto?
Part. 2	Sì, sui dialoghi poi anche sulle musiche che ti fanno capire anche tante cose, immaginare...
Part. 3	I rumori d'ambiente...
Part. 1	Sì tutto quello che si sente insomma.
Ricer.	Quindi il contesto di cui parlavamo in precedenza può essere definito come una contestualizzazione delle informazioni sonore?
Part. 1	Situarle in un luogo.
Ricer.	Cioè situare tutta questa colonna sonora che uno sente in un luogo.
Part. 1	Perché se io sento questa registrazione che lei fa, io non so dove è avvenuta, chi c'era, come. Se invece uno me la racconta e mi dice: siamo a fianco un tavolo, ci sono attorno delle sedie e se vuoi evidenziarmi una persona perché poi la storia sarà lì, dice c'è e si ferma di più su quello. Mi spiego? Allora io so dove collocare il tutto, perché si parla di una grande stanza, me la immaginerò come è.
Part. 5	È talmente...
Part. 1	Oppure mi dici un grattacielo. È logico un grattacielo mi può stare difficile, però per

	lo meno un piano, un ufficio lo sappiamo tutti più o meno come è fatto, ci saranno le scrivanie, scaffali, ma almeno colloco in uno spazio che riesco ad immaginare perché ne ho visti altri. Non saranno identici a quello...
Part. 2	Ma in linea di massima...
Part. 1	Ecco sono in un certo modo.
Ricer.	Quindi quando si tratta di fornire anche informazioni circa le dimensioni.
Part. 1	Dico grande io l'ufficio certo non me lo immagino..., basta un aggettivo.
Ricer.	Basta un aggettivo non importa fare delle metafore.
Part. 5	Per grandezza ce l'abbiamo
Part. 1	Quindi non...
Part. 4	Per me i rumori ambientali come dicevo prima, sarà che io per esempio ho l'effetto surround a casa e a me piace che so, ci sono le persone che dialogano dove c'è l'inquadratura e dietro alle tue spalle senti la pioggia che cade, quindi sai che fuori piove.
Ricer.	Quindi tu a casa hai un sistema di suoni che ti avvolge
Part. 4	Certe sale ad esempio...
Part. 1	Si sente quello in un film.
Ricer.	Sì, nelle sale attrezzate.
Part. 3	Da lui è bellissimo vedere le partite.
Part. 4	Se tu guardi i film commentati sulla Rai la quadrafonia la perdi.
Part. 3	Sì perché è una pista di<xxx>
Part. 4	Sì sì beh infatti. Anche se bisognerebbe che si facesse qualcosa. Io sto pensando, però il modo migliore per poter, sarà un'idea sbagliata non lo so, ma penso che la migliore audio descrizione almeno per quello che riguarda la la... da chi viene stilata, poi da chi viene letta, credo che sia il regista o per lo meno il produttore dello spettacolo, della commedia. Perché penso comunque che sia veramente l'unica persona in grado di sapere che cosa...
Part. 1	Non è detto che ne sia capace sai.
Part. 5	No ti spiego perché Part. 4
Part. 4	No beh io non parlo di commentarlo al momento, io parlo di di. Magari è un'idea.
Part. 5	Allora ti spiego come la penso io. Ti faccio un esempio strano ma è un esempio che ci può stare. Te hai presente una casa? Allora il regista è il muratore. Il muratore mi

	potrebbe descrivere come è fatto questo muro i materiali, mettendo in evidenza come l'ha messo su. Il pavimento che qui è fatto in un modo così... cioè il regista conosce talmente bene il film, le inquadrature che ha usato, le cose che ha fatto, a quel punto diventa più che un'audiodescrizione un resoconto tecnico di come ha messo su il film. Mentre la persona preposta a fare l'audiodescrizione dovrebbe cercare di... Mi diceva prima Ricer. che ci sono alcuni schemi, dei trattati di teoria su questo, di come effettivamente dovrebbe essere fatta un'audiodescrizione. Però anche lì siamo sulla mera teoria, per cui forse le persone più indicate a dare una mano a fare le audio descrizioni siamo noi.
Part. 1	Ma io anzi tutto dico un'altra cosa. Il regista poi ti darebbe totalmente la sua di interpretazione. Addirittura troppo mi darebbe di tutti quei... Ecco invece io voglio spazio anche per la mia interpretazione, quindi decisamente io non vorrei che mi venga detto troppo e non l'interpretazione che vuole lui.
Part. 5	Anche perché il regista, è una creatura sua quindi lui sa tutto.
Part. 1	Come se uno hai capito, un libro venissero lì a spiegartelo. No io in quel libro posso trovare molte cose che mi hanno voluto comunicare, ma tante altre che credeva meno che potesse suscitare il suo racconto. Mi spiego? Tu dici, non. Il regista che mi fa l'audiodescrizione no. Non lo gradirei in linea di massima.
Ricer.	Potrebbe essere una persona che dà delle indicazioni.
Part. 1	Credo che ce ne siano pochi così capaci, magari ce ne potrebbe essere qualcuno che riesce a staccarsi da... ma è difficile perché è una creatura sua.
Part. 3	Magari un regista potrebbe fare l'audiodescrizione di un film che non ha fatto lui.
Part. 1	Di un altro sì.
Ricer.	Questo regista dovrebbe poi lavorare insieme a qualcuno che conosce le esigenze del pubblico di riferimento.
Part. 1	Certamente sì.
Ricer.	Vi volevo fare anche un'altra domanda che secondo me ha a che fare con il fatto di coinvolgere i registi. I registi comunque scelgono le inquadrature, campo lungo, primo piano eccetera. A voi piacerebbe che all'interno di un'audiodescrizione venissero inseriti tutti questi termini cinematografici?
Part. 1	Sì. A me sì.

Part. 3	Personalmente lo troverei eccessivo.
Part. 1	A me piace perché a volte in primo piano è quella faccia +<xxx>*
Part. 4	+Non tutto.*
Part. 5	Anche lì dipende, se proprio non c'è niente di meglio. Secondo me comunque non trascurerei un altro particolare mettendoci questo. Se proprio non ci sono altri particolari degni di nota va beh,
Ricer.	Come ultima informazione se c'è spazio allora +<xxx>*
Part. 1	+È un dettaglio tecnico* che è giusto che anche noi impariamo. Che cosa significa e che cosa vuole dire, perché molti non lo sanno.
Ricer.	Sì questo sì, però per chi non ha mai visto fin dalla nascita, dire in primo piano oppure in campo lungo...
Part. 1	Allora... non è importante secondo me cercare di conoscere anche quelle cose per chi non le ha mai viste, perché
Part. 3	Però secondo me c'è anche gente che vede che non sa che cosa è il campo lungo.
Ricer.	Quello sì.
Part. 1	Ma voglio dire perché tu non ci hai mai visto allora non ti serve sapere...
Part. 3	No quello no.
Part. 1	È importante conoscere tutti i termini, anche in un discorso, metto in primo piano questa cosa, deriva proprio... il linguaggio ecco sapere che cosa vuole dire.
Ricer.	No quelli che hanno un'audiodescrizione.
Part. 3	Bisogna vedere anche dagli spazi vuoti, perché altrimenti può diventare pesante.
Part. 1	Non che te lo dica in tutti momenti eh. Quando...
Part. 4	Se non ci sono altre cose particolari.
Part. 3	Per dire un bel primo piano è importante sapere che c'è. Se c'è tempo.
Part. 1	Anche lì se è utile a tutto l'insieme.
Part. 3	Esatto.
Part. 1	Poi è logico che un'educazione al linguaggio cinematografico, ci vuole anche. A certi termini cinematografici, anche se leggi una recensione o qualcosa capisci anche cosa vuol dire.
Ricer.	Quello senz'altro.
Part. 1	Se ti avvicini all'arte come stiamo facendo noi nei musei è inutile farlo se non sai cos'è un capitello, che cos'è... non so un arco fatto in un modo piuttosto che in un

	altro, avere le piantine e tutte queste cose. Come lo saprebbe se uno non...
Ricer.	Però io se in un'audiodescrizione io dico non so, ad Antonio scende una lacrima dagli occhi,
Part. 1	Sì senza dire Antonio perché nel film io saprò che è Antonio.
Ricer.	Era per dire, per fare un esempio.
Part. 1	No è importante...
Ricer.	Però in questo caso sto guardando il film, ma una lacrima la vedo soltanto se l'inquadratura è in primo piano
Part. 1	Certo.
Ricer.	Quindi in quel caso
Part. 1	In quel caso non ha importanza dire se è in primo piano
Ricer.	Dalla descrizione, dalla precisione del dettaglio uno dovrebbe intuire...
Part. 1	Però è logico non lo vedrebbe se il regista non... ecco.
Ricer.	Sì perché ha scelto...
Part. 1	Esatto, quindi quello...
Ricer.	Però io vi chiedevo se il linguaggio attraverso la ricchezza dei particolari più o meno dettagliata può funzionare come la lente della macchina da presa, cioè più io faccio una descrizione dettagliata, più vuol dire che la macchina da presa sta stringendo un primo piano, un primissimo piano, se invece faccio una descrizione sommario vuol dire magari che la telecamera è distante dal personaggio che sto descrivendo, o questa è un'idea sbagliata che mi ero creato io?
Part. 1	No secondo me è sbagliata. Secondo me è proprio la scelta dei particolari, delle cose giuste, importanti, non... a parte che se ci si ferma troppo su un personaggio, come fa? Il film va avanti.
Ricer.	Quello sì.
Part. 1	Infatti non sono molti i dettagli...
Ricer.	Premetto: nel rispetto di tutti i canoni senza sovrapporsi...
Part. 1	Ma come dice lei, in questo momento mi sembra una... è logico che se me lo dice, di per sé il regista ha fatto sì che la macchina da presa...
Ricer.	Fosse vicina.
Part. 1	Eh.
Part. 3	Altrimenti...

Ricer.	In questo caso però un'altra alternativa potrebbe essere: in primissimo piano una lacrima...
Part. 5	No, mi sciupa la poesia del momento.
Part. 1	Io in quel momento se mi commuovo questo primissimo piano mi dà fastidio.
Ricer.	È questo che volevo capire.
Part. 1	No lì no.
Part. 4	No in questo caso proprio no.
Part. 1	Mentre all'inizio, in altri punti, dove ci sono altre scene me lo puoi dire.
Ricer.	Ad esempio un paesaggio, una carrellata di un paesaggio...
Part. 4	O in un primo piano, chi?
Part. 1	Oppure ci sono tante cose, ma ti fa vedere in primo piano una cosa, perché lì si svolgerà qualche cosa. Ecco.
Part. 5	O perché magari è suggestiva.
Part. 3	Io credo che nelle scene più intense meno particolari hai...
Part. 1	Solo quelli essenziali.
Part. 3	Ad esempio un abbraccio, non so un...
Ricer.	Proprio un'indicazione minima, che faccia capire cosa sta succedendo.
Part. 1	Esatto.
Part. 3	Sì anche perché poi...
Part. 2	Una descrizione minima +<xxx>*
Part. 3	+<xxx>*
Part. 1	Vedi per le descrizioni del volto ad esempio: turbato, sconvolto... basta poi poco per far capire...
Ricer.	Visto che siamo arrivati a parlare delle emozioni e delle espressioni facciali. Per descrivere le espressioni facciali io posso dire, non so, vedo la faccia di Antonio e Antonio secondo me è preoccupato.
Part. 1	No secondo me.
Part. 3	No. no. Bisogna sempre cercare di dare +<xxx>*
Part. 1	+<xxx>*
Part. 1	No, no diventa una cosa soggettiva.
Ricer.	D'accordo, non dirò secondo me, ma dirò Antonio è preoccupato.
Part. 1	Ecco. Sì, sì.

Ricer.	Però è sottointeso che è secondo me che Antonio è preoccupato.
Part. 1	L'espressione eh...
Ricer.	Ad esempio l'espressione di panico, l'altra sera guardavo in televisione, chi prova panico di solito gli si dilatano le pupille + e batte forte il cuore* e poi magari nel viso ci saranno anche altri elementi. Però voi nel caso qualcuno vi descriva l'espressione di panico sul volto di uno preferite, non so, l'indicazione gli occhi sbarrati ad esempio
Part. 5	Secondo me panico basta.
Ricer.	Oppure...
Part. 5	Una faccia che esprime panico, anche perché oltre alla parte visiva, quando tu hai una sensazione di panico, sei comunque anche al tuo interno, cioè noi sappiamo benissimo come, lo proviamo anche noi, quindi... non abbiamo bisogno di...
Part. 1	Chi lo dice lo sa, poi oltre al volto magari c'è anche la musica, che ti aiuta a capire...
Part. 4	Un po' la musica un po' +<xxx>*
Part. 1	+Ecco esatto*, anche lì poi si possono aggiungere quei dettagli perché non so una stretta dolce, capisci che si stanno abbracciando. Se però c'è una cosa che è da notare in più, ecco allora mi viene detta.
Ricer.	Per quanto invece riguarda il vocabolario? Cioè il vocabolario da impiegare immagino dovrà essere un vocabolario semplice.
Part. 5	+Secondo me sì. Immediato.*
Part. 1	+Semplice sì ma non piatto.*
Part. 4	+Comprensibile.*
Part. 2	+Comprensibile da tutti.*
Part. 1	Comprensibile da tutti, ma che sia anche preciso. Voglio dire non banale.
Part. 5	Sì.
Part. 1	La semplicità non confusa con la prima parola che mi viene in bocca.
Part. 3	Immediato. Non troppo forbito, non troppo complicato, ma non troppo semplicistico. Dice uno che cammina, ecco. No aspetta...
Ricer.	Ci sono poi tanti modi per...
Part. 1	Sì ecco. Dal modo di camminare a volte si capisce come sei, ma anche lì si tratta di capire bene +che cosa*...
Part. 4	+Io poi non ho* mai capito bene se chi descrive queste cose il film se lo guarda più

	volte.
Part. 1	Secondo me sì, almeno quelli che hanno fatto la commedia con me sì, almeno c'hanno detto così. E con tutto che la conoscevano, quello lì m'ha detto io l'ho ascoltata due volte pensando a voi e poi ho provato a fare la... Quindi non è una cosa così facile ed immediata, stare nei tempi che hai, perché hai degli spazi se non ti vuoi sovrapporre che sono quelli che sono, quindi provi a dire delle cose, magari non ci stanno, allora devi togliere qualcosa: cosa tolgo? È da studiare bene +non è una cosa facile.*
Part. 4	+Ma io ho abbastanza presente* a proposito di questo, io ricevo dei cd pubblicitari da una cooperativa che fa proprio i film audio descritti e li manda.
Ricer.	La cooperativa di Trento?
Part. 4	Sì la cooperativa di Trento. Io ho notato per esempio, ormai sono anni che li ricevo. Non mi sono mai iscritto per mancanza di tempo. Però ho notato che anche solo nelle demo che mandano hanno migliorato.
Ricer.	+Rispetto all'inizio?*
Part. 1	+Più ne fanno, più ne fanno...*
Part. 4	+Rispetto all'inizio hanno* migliorato molto secondo me...
Part. 1	Anche secondo me più ne fai più riesci a capire come e cosa devi mettere in risalto. Anche perché penso che da parte di chi le ascolta avranno anche dei... Ma perché +<xxx>*
Part. 4	+Gli daranno poi qualche cosina in cifre.*
Part. 1	+Avranno dei clienti o cose simili*
Ricer.	Io credo che...
Part. 1	Qualche cosina piuttosto che così...
Ricer.	Io credo che a Trento alla realizzazione delle audio descrizioni partecipino fin dall'inizio anche persone non-vedenti.
Part. 1	Certo, guarda quel posto lì com'è... l'altra volta... piano piano anche lì si giunge ad essere come doppiatori...
Part. 4	Più fai un lavoro +e più...*
Part. 1	+Cioè più fai un lavoro* e più se hai talento ti migliori e raggiungi...
Part. 4	+<xxx>*
Part. 5	+<xxx>*

Ricer.	Avevo anche un'altra domanda da porvi. A volte nei film o nelle opere teatrali possono comparire sullo schermo delle didascalie o nel caso dei film multilingua può comparire un sottotitolo quando una persona non parla in italiano. Chiaramente uno non può dire chi non vede non guarda i film multilingua perché non può leggere i sottotitoli, bisognerà trovare una strategia una tecnica per mettere a disposizione queste informazioni.
Part. 1	Lei dice quelli che non sono doppiati?
Ricer.	No a volte può capitare che sono doppiati però un personaggio per necessità parla...
Part. 1	Ah un personaggio che parla e dice le cose nella lingua 30 18
Ricer.	Però dobbiamo trovare un modo per rendere accessibile anche questa parte di film.
Part. 3	Allora non mi ricordo mai, però qualcosa di simile l'ho visto. Del tipo forse era sulla Rai, mediamente fanno una traduzione un po' sommaria di quello che viene detto.
Ricer.	E viene raccontato all'interno del commento audio descrittivo.
Part. 3	Sì.
Ricer.	Tra l'altro può servire anche ad altra gente.
Part. 3	Andavano sopra a chi parla.
Part. 1	Contemporaneamente.
Ricer.	È come diciamo fare un sottotitolo audio, potremmo definirlo in un certo senso oppure secondo voi...
Part. 4	Ce n'è uno più difficile di questo. Ce n'è uno più difficile che è tutto una roba, adesso non mi viene il titolo.
Part. 5	Ho capito cosa vuoi dire.
Part. 1	Io ho trovato difficile quell'altro lì...
Ricer.	La Passione di Cristo?
Part. 1	Camorra (Gomorra n.d.i.)
Part. 4	Gomorra.
Part. 1	Che era tutto in napoletano stretto
Part. 4	The Passion, La Passione di Cristo quello è veramente tutto in aramaico, quindi quello non c'è verso secondo me.
Ricer.	Che voi sappiate quello è stato descritto?
Part. 1	+No no*
Part. 3	+No no*

Part. 4	+No no*.
Part. 5	+No no*
Part. 2	+No no*
Part. 1	In quel caso lì, allora dovresti doppiarlo. Io ho sentito il film, anche con i sottotitoli sotto non riesci, bisognerebbe fare continui sottotitoli sotto, e poi ti perdi, non riesci neanche ad immedesimarti nel film.
Part. 4	Lì davvero bisognerebbe fare una sottotitolazione...
Part. 5	No lì bisognerebbe fare una sottotitolazione passo passo...
Part. 4	Sì, sì.
Ricer.	Infatti quello che viene fatto per alcuni di questi prodotti all'estero è appunto un sottotitolo audio, con la stessa tecnica che impiegano quando fanno un'intervista a una persona straniera. Lasciano tipo un secondo con la voce normale e poi +parte <xxx>*
Part. 1	+Poi parte la*
Part. 4	Il peccato è che è tradotta ma non simultaneamente...
Ricer.	No no...
Part. 1	E ti dà magari un mmm...
Part. 5	E nel contesto non ti riesce a tradurre bene.
Ricer.	+<xxx>*
Part. 1	Ci vorrebbe un doppiaggio.
Part. 4	+<xxx>* All'estero il doppiaggio viene usato raramente.
Ricer.	Diciamo che doppiano in Spagna, in Italia, in Francia, in Germania.
Part. 4	Sì abbastanza, non doppiano anche in paesi tipo Grecia?
Part. 2	No neanche in Jugoslavia sapevo che...
Ricer.	Nei paesi scandinavi non doppiano
Part. 4	Anche perché l'inglese ormai tutti... ci son comunque i sottotitoli però. Ci sono comunque i sottotitoli in tutti i film.
Part. 1	Allora se in quel film facessi un testo tutto scritto in braille sarebbe l'optimum
Part. 4	Tutto il testo di un film tutto scritto in braille? Eh...
Part. 1	Sì, se veramente tutto...
Part. 5	Ci vuole degli scaffali.
Part. 1	D'accordo però il massimo sarebbe quello. So che posso averlo e come dico si può

	fare in altri modi, ma sarebbe quello, che è come leggermi un libro e sento e allora posso anche spegnere l'audio. A quel punto lì non so quanto... se non ho neanche una parola in italiano, neanche una, mi basterebbe... non so. Leggermi questo e poi dopo sentirmi le musiche
Ricer.	È un po' come vedere un'opera no? È ovvio che non sono molto comprensibili se non le conosci bene...
Part. 1	Io le opere liriche ho cominciato a leggerle da bambina quindi le conosco pure bene.
Part. 4	Lì leggi il libretto,
Part. 1	Sì, io ho tutti i libretti delle opere liriche, quando vado, lo so, anche se magari mi sono dimenticata un pezzettino...
Part. 4	Sì, +<xxx>*
Part. 1	+<xxx>*
Ricer.	Tutti voi avete assistito a un'opera?
Part. 5	Io l'ho sentita alla Radio.
Part. 3	Io sì.
Part. 1	Sì, sì.
Part. 5	Tutti i martedì, un po' di anni fa c'era l'opera alla radio. Lì la potevi seguire perché ti facevano il riassunto dell'atto, cioè di quello che sarebbe stato...
Ricer.	All'inizio.
Part. 1	Sì all'inizio,
Part. 3	Martedì sera. Sì me la ricordo.
Part. 5	Andando un pochino dietro a quello a quello che veniva cantato, riuscivi a seguire.
Part. 1	No ma poi ci sono dei cantanti che sono abbastanza chiari
Ricer.	A volte nel caso dell'opera non è così immediato cogliere le parole che vengono cantate.
Part. 1	No, ma ci sono tutti i libretti in braille.
Ricer.	Per un non-vedente è più facile...
Part. 1	Beh l'udito è più affinato in questo. Io al Comunale fin da bambina quante opere che ho seguito.
Ricer.	Sì però magari +non tutti*
Part. 1	+Prima leggevo l'opera*, bambina dico di dieci o undici anni.
Part. 3	Io ho cercato ho voluto vedere <xxx> qua a Torino, veramente volevo cercare di

	vedere quell'opera lì, ma non eh *non m'è riuscito.*
Part. 1	Ah quella che han fatto in televisione una parte svolta su +TVmigi <xxx>*
Part. 3	+Sì, sì* Ce n'era una...
Part. 1	Cenerentola di Rossini
Part. 3	Ecco lì l'audiodescrizione mi sarebbe piaciuta.
Part. 1	Anche a me. Perché, mia madre mi ha detto che era anche molto bella la sala del gran ballo. Cioè al di là della musica e di quello...
Part. 2	Per avere un'idea anche del luogo.
Part. 3	Sì del contesto che era particolarissimo.
Part. 1	Una parte a Palazzo Reale una parte in... quindi lì, se qualcuno della Rai avesse pensato anche all'audiodescrizione. Gli spazi c'erano, quindi avrebbero potuto fare anche l'audiodescrizione.
Part. 5	Anche perché a disposizione c'è il canale.
Part. 3	Ma potevano fare proprio l'audiodescrizione in diretta lì. Appositamente, potevano presentarla in diretta.
Part. 4	Solo che lì bisogna essere veramente bravi. Ed è proprio particolare.
Ricer.	Quello sì. Nelle commedie a cui voi avete assistito qui a Torino vi davano anche un'introduzione come un riassunto per l'opera ad esempio?
Part. 1	No, no. Di solito niente...
Ricer.	Non c'era neanche una descrizione delle scenografie e dei costumi.
Part. 1	Sì quando... adesso ad esempio quella lì Assemblea Condominiale, come dice il titolo rappresentava un condominio, quindi ti dava all'inizio o quando si alza il sipario che li vedi tutti lì riuniti per un momento non parlano, ti dava e ti diceva, ci sono tre signori, ti dava qualche particolare sui personaggi ecco. Poi nel corso della commedia ti dava non so, qualche particolare della stanza, non so il divano rosso piuttosto che..., qualcosa man mano veniva dato, non è che uno ti deve dare tutto all'inizio. Perché poi non ce la fai nemmeno a dare tutto all'inizio.
Part. 4	Molte volte all'inizio in Rai quando fanno, chi è, cosa non è, chi c'è nel personaggio lo davano nei titoli di testa. Allora dicevano: si racconta questa sera la vicenda del commissario Montalbano, uomo inventato da Andrea Camilleri che ha scritto...
Part. 1	+Sì ma te lo leggono proprio sulla sigla è quello scritto su...*
Part. 4	+Sì certo, certo. Durante la sigla.*

Ricer.	Voi apprezzate questo fatto di dare un'infarinatura iniziale...
Part. 1	Sì.
Part. 3	Certo, sì. Poi i vedenti non ce l'hanno.
Ricer.	Certo, questo è una cosa in più, quando ho cominciato a fare gli spettacoli teatrali, mi sono basato sulle linee guida statunitensi, perché semplicemente è il paese che da più tempo sta facendo le audio descrizioni sia teatrali che filmiche e quant'altro. Negli Stati Uniti e nei paesi anglosassoni cosa fanno? Per gli spettacoli teatrali o le opere, li fanno precedere da circa dieci minuti di introduzione dove vengono spiegate la trama il contesto storico, alcune notizie sull'autore e per ultimo vengono date le informazioni sia sui personaggi che sulle scenografie. dando quindi anche informazioni sull'altezza dell'attore, sui capelli, sugli occhi, sui costumi che vengono indossati.
Part. 3	Programma di sala.
Part. 1	Beh...
Ricer.	Si potrebbe chiamare quasi un programma di sala.
Part. 1	A me sapere l'altezza, il colore degli occhi non so se me ne importerebbe tanto.
Part. 4	Se è fatto fuori dallo spettacolo.
Part. 1	+<xxx>*
Part. 3	+<xxx>*
Ricer.	È prima dello spettacolo, prima che inizi. In modo da poter dare tutte quelle informazioni che possono essere utili e aiutare la fruizione dello spettacolo senza togliere nulla allo spettacolo in sé, perché dopo comunque quando poi si comincia non è che c'è il tempo di dare tutte queste informazioni. Io ho notato che oltre i non-vedenti che apprezzavano il servizio, anche alcune persone vedenti cui ho iniziato a far ascoltare questa introduzione l'hanno apprezzata.
Part. 1	Indubbiamente se uno non sa...
Part. 3	Io non so chi erano i +<xxx>*, non so chi era l'autore
Part. 1	Non sai chi è quello che... è logico che ti serve. Se tu hai più letto, più studiato eccetera eccetera ti serve meno. Perché magari conosci già, hai letto molto di Camilleri, sai che... allora quella cosa o ce l'hai o non ce l'hai...
Part. 5	Nel pubblico poi dipende...
Part. 1	Sì poi nel pubblico si può andare da quello meno ed è per tutti, a quello se tu mi

	capisci che è...
Part. 4	Poi un'altra cosa positiva che ha fatto la Rai è la seconda pista audio del digitale terrestre che non ti costringe più ad ascoltare per radio. Così può ascoltare anche chi è con te, in fondo a chi è con te non rompe le scatole.
Part. 5	Assolutamente quando con me ci sono delle persone hanno anche apprezzato.
Part. 1	Certo.
Part. 3	A volte a casa dei miei l'attivo e poi gli chiedo ma è vero?
Part. 5	Anche a me gli ho chiesto...
Part. 3	A volte mi hanno risposto: sì e non l'avevo notato.
Part. 5	No, no è vero, a volte ti dicono dei particolari così che che... uno non avrebbe... è poi il discorso che dicevamo prima, di rifarle più volte, anche chi vede magari la prima volta sfugge un particolare la seconda volta che vedi il film dici: ah guarda. Quella cosa non l'avevo...
Part. 4	Infatti.
Ricer.	Io ricordo il primo spettacolo che feci ormai due anni fa, lavoravo con altri colleghi, eravamo arrivati a un punto che conoscevamo lo spettacolo talmente bene che bastava uno sguardo per sapere ok qui scriviamo questa cosa...
Part. 4	Che poi c'è chi legge e chi le interpreta le audio descrizioni.
Ricer.	Infatti, qual è la vostra opinione a riguardo.
Part. 3	Ok un testo è stato scritto. Un conto è leggerlo piattamente, un conto è dargli un minimo di espressione.
Ricer.	Voi come la vedete, molto interpretata.
Part. 1	No molto no, però nemmeno...
Part. 4	In modo giusto.
Part. 5	Non come un bollettino.
Part. 1	Ecco giusto.
Ricer.	Quindi una descrizione che sia in grado anche dal punto della resa audio di coinvolgere.
Part. 5	Certo.
Part. 1	Ma che lasci anche spazio all'immaginazione, che non sia troppo troppo troppo, perché ci deve essere anche spazio per l'immaginazione. Io lì il film Philadelphia me lo immagino l'avvocato un gran figo...

Tutti	Risate.
Part. 1	Che poi magari non lo è.
Part. 3	Tra i film che ho sentito ed è uno dei più belli che ho mai sentito e c'è disponibile su Libro Parlato che può essere scaricato, Nuovo Cinema Paradiso.
Part. 1	Bellissimo Tornatore
Part. 3	Al Libro Parlato c'è ed è bellissimo.
Ricer.	La descrizione è fatta particolarmente bene?
Part. 3	Molto, molto bene. Specialmente la scena finale di Nuovo Cinema Paradiso se non te la descrivono non la potresti mai capire. Ma è bellissima, soprattutto se te la descrivono è bellissima.
Part. 1	Qualcuno volò sul nido del cuculo che è un bellissimo film, la fine quando lui
Ricer.	Ma è audio descritto?
Part. 1	No, però, io l'ho visto un sacco di volte, a me è piaciuto tantissimo. Ci sono delle parti, perché la prima volta segui la storia poi le altre volte presti più attenzione alle parole, ai dialoghi, ed è molto molto bello. Quello come altri, io dei film che ogni tanto riascolto e mi sono stati descritti, ogni volta scopro sempre qualcosa di nuovo. È come riviverli, è una riscoperta.
Part. 3	Volevo dire che vale la pena rivederlo e nella versione integrale.
Ricer.	Nuovo Cinema Paradiso?
Part. 3	Sì nella versione integrale quella che in tv non mandano quasi mai e ci sono venti minuti in più.
Ricer.	Per scaricarlo bisogna essere iscritti al libro parlato?
Part. 3	Sì, bisogna essere iscritti. No, non è fruibile a tutti.
Ricer.	Tutti si possono iscrivere al Libro Parlato?
Part. 3	No, bisogna essere impossibilitati alla lettura. Comunque è descritto veramente bene.

### Matrice dati

	<b>Sesso</b>	<b>Età</b>	<b>Associazione</b>	<b>Istruzione</b>
1	Uomo	Oltre 75	U.I.C.I.	Licenza Elementare
2	Uomo	65-74	U.I.C.I.	Diploma di Scuola Secondaria Inferiore
3	Uomo	45-64	Nessuna asso...	Diploma di Scuola Secondaria Inferiore
4	Uomo	15-29	U.I.C.I.	Laurea o Titolo Superiore
5	Uomo	30-44	U.I.C.I.	Laurea o Titolo Superiore
6	Uomo	45-64	U.I.C.I.	Laurea o Titolo Superiore
7	Uomo	45-64	U.I.C.I.	Laurea o Titolo Superiore
8	Uomo	15-29	U.I.C.I.	Laurea o Titolo Superiore
9	Uomo	30-44	Nessuna asso...	Laurea o Titolo Superiore
10	Uomo	30-44	Più associazioni	Maturità Professionale
11	Uomo	65-74	U.I.C.I.	Laurea o Titolo Superiore
12	Uomo	15-29	Più associazioni	Laurea o Titolo Superiore
13	Uomo	45-64	U.I.C.I.	Laurea o Titolo Superiore
14	Uomo	30-44	U.I.C.I.	Laurea o Titolo Superiore
15	Uomo	30-44	Più associazioni	Laurea o Titolo Superiore
16	Uomo	30-44	Più associazioni	Maturità Magistrale
17	Uomo	45-64	U.I.C.I.	Maturità Magistrale
18	Uomo	45-64	Più associazioni	Maturità Tecnica
19	Uomo	45-64	U.I.C.I.	Maturità Magistrale
20	Uomo	45-64	A.D.V.	Corso Sottufficiali
21	Uomo	30-44	U.I.C.I.	Maturità Tecnica
22	Uomo	30-44	Più associazioni	Diploma di Scuola Secondaria Inferiore
23	Uomo	45-64	U.I.C.I.	Maturità Magistrale
24	Uomo	45-64	Nessuna asso...	Laurea o Titolo Superiore
25	Uomo	65-74	U.I.C.I.	Maturità Professionale
26	Uomo	45-64	Nessuna asso...	Corso Formazione Inserimento Lavora...
27	Uomo	Oltre 75	Più associazioni	Corso Formazione Inserimento Lavora...
28	Uomo	30-44	Più associazioni	Laurea o Titolo Superiore
29	Uomo	45-64	Più associazioni	Laurea o Titolo Superiore
30	Uomo	30-44	U.I.C.I.	Diploma di Scuola Secondaria Inferiore
31	Uomo	45-64	U.I.C.I.	Maturità Professionale
32	Uomo	15-29	Nessuna asso...	Maturità Magistrale
33	Uomo	45-64	U.I.C.I.	Licenza Elementare
34	Uomo	30-44	U.I.C.I.	Diploma di Scuola Secondaria Inferiore
35	Uomo	30-44	Nessuna asso...	Corso Formazione Inserimento Lavora...
36	Uomo	15-29	Altre associaz...	Laurea o Titolo Superiore
37	Uomo	15-29	U.I.C.I.	Corso Formazione Inserimento Lavora...
38	Uomo	30-44	U.I.C.I.	Diploma di Scuola Secondaria Inferiore

	<b>GLV</b>	<b>Insorgenza</b>	<b>Disabilità</b>	<b>CVR</b>	<b>OssVsAsc</b>	<b>InfCVR</b>
1	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
2	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
3	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
4	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
5	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
6	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
7	CiecoTotale/Parziale	15-29	No	No	Ascoltatore	No
8	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
9	CiecoTotale/Parziale	15-29	No	No	Ascoltatore	No
10	CiecoTotale/Parziale	30-44	No	No	Ascoltatore	No
11	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
12	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
13	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
14	CiecoTotale/Parziale	15-29	No	No	Ascoltatore	No
15	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
16	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
17	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
18	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
19	CiecoTotale/Parziale	15-29	No	No	Ascoltatore	No
20	CiecoTotale/Parziale	15-29	Sì	No	Ascoltatore	No
21	CiecoTotale/Parziale	15-29	No	No	Ascoltatore	No
22	CiecoTotale/Parziale	15-29	No	No	Ascoltatore	No
23	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
24	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
25	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
26	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
27	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
28	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
29	CiecoTotale/Parziale	15-29	No	No	Ascoltatore	No
30	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
31	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
32	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
33	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
34	CiecoTotale/Parziale	30-44	No	No	Ascoltatore	No
35	CiecoTotale/Parziale	15-29	No	No	Ascoltatore	No
36	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
37	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
38	CiecoTotale/Parziale	15-29	No	No	Ascoltatore	No

	<b>C Luce</b>	<b>C Scena</b>	<b>Sag Pers</b>	<b>Colori</b>	<b>Ambientazioni</b>	<b>Id Per</b>
1	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
2	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
3	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
4	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
5	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
6	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
7	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
8	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
9	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
10	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
11	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
12	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
13	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
14	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
15	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
16	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
17	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
18	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
19	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
20	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
21	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
22	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
23	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
24	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
25	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
26	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
27	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
28	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
29	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
30	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
31	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
32	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
33	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
34	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
35	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
36	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
37	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
38	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai

	Sottotitoli	Movimenti Lenti	Movimenti Veloci	Parti Schermo	Illuminazione Scena
1	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
2	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
3	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
4	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
5	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
6	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
7	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
8	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
9	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
10	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
11	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
12	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
13	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
14	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
15	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
16	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
17	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
18	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
19	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
20	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
21	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
22	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
23	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
24	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
25	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
26	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
27	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
28	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
29	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
30	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
31	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
32	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
33	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
34	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
35	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
36	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
37	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
38	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...

	<b>ContrastoElementi</b>	<b>ColoriAccesi</b>	<b>ImportanzaCVR</b>	<b>FamiliaritàICT</b>
1	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze di Base
2	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	NessunaFamiliarità
3	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
4	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Esperto
5	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Esperto
6	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Esperto
7	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
8	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
9	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
10	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Esperto
11	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
12	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
13	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
14	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
15	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
16	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
17	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
18	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
19	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Esperto
20	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze di Base
21	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
22	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Esperto
23	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
24	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Esperto
25	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
26	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
27	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
28	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Esperto
29	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Esperto
30	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Esperto
31	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Esperto
32	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Esperto
33	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Esperto
34	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
35	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Esperto
36	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
37	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Esperto
38	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze di Base

	<b>OreSetICT</b>	<b>FreqSetTV</b>	<b>OreSetUsoTV</b>	<b>StrategieAVsenzaAD</b>
1	0-8 Ore	5/6 Volte a ...	17-24 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio udito
2	0-8 Ore	Tutti i Giorni	17-24 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio udito
3	41 Ore e oltre	2 Volte a S...	0-8 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio udito
4	9-16 Ore	Mai	0-8 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio udito
5	41 Ore e oltre	3/4 Volte a ...	9-16 Ore	Utilizzare sistema audio Dolby Surround
6	41 Ore e oltre	Mai	0-8 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio udito
7	9-16 Ore	Tutti i Giorni	17-24 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio udito
8	33-40 Ore	Tutti i Giorni	17-24 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio udito
9	25-32 Ore	3/4 Volte a ...	17-24 Ore	Utilizzare sistema audio Dolby Surround
10	41 Ore e oltre	Tutti i Giorni	9-16 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio udito
11	9-16 Ore	3/4 Volte a ...	9-16 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio udito
12	33-40 Ore	Tutti i Giorni	9-16 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio udito
13	33-40 Ore	Tutti i Giorni	0-8 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio udito
14	41 Ore e oltre	2 Volte a S...	0-8 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio udito
15	41 Ore e oltre	1/4 Volte al...	0-8 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio udito
16	9-16 Ore	Tutti i Giorni	17-24 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio udito
17	33-40 Ore	Tutti i Giorni	0-8 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio udito
18	9-16 Ore	Tutti i Giorni	17-24 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio udito
19	41 Ore e oltre	Tutti i Giorni	9-16 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio udito
20	0-8 Ore	Tutti i Giorni	41 Ore e oltre	Utilizzare sistema audio Dolby Surround
21	33-40 Ore	Tutti i Giorni	0-8 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio udito
22	0-8 Ore	Tutti i Giorni	17-24 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio udito
23	9-16 Ore	Tutti i Giorni	0-8 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio udito
24	41 Ore e oltre	Tutti i Giorni	9-16 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio udito
25	17-24 Ore	2 Volte a S...	0-8 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio udito
26	17-24 Ore	2 Volte a S...	0-8 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio udito
27	17-24 Ore	3/4 Volte a ...	9-16 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio udito
28	41 Ore e oltre	1/4 Volte al...	0-8 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio udito
29	33-40 Ore	2 Volte a S...	0-8 Ore	Utilizzare sistema audio Dolby Surround
30	41 Ore e oltre	Tutti i Giorni	0-8 Ore	Utilizzare sistema audio Dolby Surround
31	33-40 Ore	Tutti i Giorni	0-8 Ore	Utilizzare sistema audio Dolby Surround
32	41 Ore e oltre	2 Volte a S...	0-8 Ore	Utilizzare sistema audio Dolby Surround
33	33-40 Ore	Tutti i Giorni	33-40 Ore	Utilizzare sistema audio Dolby Surround
34	0-8 Ore	Tutti i Giorni	17-24 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio udito
35	41 Ore e oltre	Tutti i Giorni	17-24 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio udito
36	41 Ore e oltre	Mai	0-8 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio udito
37	17-24 Ore	2 Volte a S...	0-8 Ore	Utilizzare sistema audio Dolby Surround
38	0-8 Ore	Tutti i Giorni	33-40 Ore	Utilizzare sistema audio Dolby Surround

	<b>SoloVsAmic</b>	<b>Ric.Info</b>	<b>Sv.Tr.</b>	<b>Avv.</b>	<b>L.Az.</b>	<b>T.Az.</b>	<b>Parl.</b>	<b>Ef.So.</b>	<b>Inquadr.</b>
1	Con un amic...	Spesso	Sì	Sì	Sì	No	No	No	No
2	Da solo	Mai	No	No	No	No	No	No	No
3	Con un amic...	A volte	Sì	Sì	Sì	Sì	Sì	Sì	Sì
4	Da solo	Mai	No	No	No	No	No	No	No
5	Con un amic...	Spesso	No	Sì	Sì	No	Sì	No	No
6	Con un amic...	Mai	No	No	No	No	No	No	No
7	Con un amic...	Spesso	Sì	Sì	No	No	Sì	Sì	No
8	Con un amic...	Sempre	Sì	Sì	No	No	No	No	No
9	Da solo	Mai	No	No	No	No	No	No	No
10	Da solo	Mai	No	No	No	No	No	No	No
11	Con un amic...	A volte	No	Sì	No	No	Sì	Sì	No
12	Con un amic...	A volte	Sì	Sì	Sì	Sì	No	No	Sì
13	Con un amic...	Spesso	No	Sì	Sì	Sì	No	No	Sì
14	Da solo	Mai	No	No	No	No	No	No	No
15	Con un amic...	A volte	Sì	Sì	Sì	Sì	Sì	Sì	No
16	Da solo	Mai	No	No	No	No	No	No	No
17	Con un amic...	Raramente	No	Sì	Sì	No	No	No	Sì
18	Da solo	Mai	No	No	No	No	No	No	No
19	Con un amic...	Spesso	No	Sì	Sì	No	No	No	Sì
20	Con un amic...	A volte	No	Sì	Sì	No	Sì	Sì	No
21	Con un amic...	A volte	No	Sì	No	No	No	No	Sì
22	Da solo	Mai	No	No	No	No	No	No	No
23	Con un amic...	Raramente	No	Sì	Sì	No	Sì	No	No
24	Con un amic...	A volte	No	Sì	Sì	No	Sì	No	No
25	Da solo	Mai	No	No	No	No	No	No	No
26	Da solo	Mai	No	No	No	No	No	No	No
27	Con un amic...	Spesso	No	Sì	Sì	Sì	Sì	Sì	No
28	Da solo	Mai	No	No	No	No	No	No	No
29	Da solo	Mai	No	No	No	No	No	No	No
30	Da solo	Mai	No	No	No	No	No	No	No
31	Da solo	Mai	No	No	No	No	No	No	No
32	Da solo	Mai	No	No	No	No	No	No	No
33	Da solo	Mai	No	No	No	No	No	No	No
34	Con un amic...	Raramente	No	Sì	No	No	Sì	Sì	No
35	Da solo	Mai	No	No	No	No	No	No	No
36	Con un amic...	A volte	Sì	Sì	No	No	Sì	No	Sì
37	Da solo	Mai	No	No	No	No	No	No	No
38	Con un amic...	Raramente	No	Sì	No	Sì	No	Sì	No

	Asp.Pers	Em.Pers.	Scen.	TxtSern	TV	DVD	Cinema	Teatro	Tic	Altro
1	No	No	No	Sì	Sì	No	No	No	No	No
2	No	No	No	No	Sì	No	No	No	No	No
3	Sì	No	Sì	Sì	Sì	Sì	No	No	Sì	No
4	No	No	No	No	No	No	Sì	No	Sì	No
5	No	Sì	No	Sì	Sì	Sì	Sì	No	No	Audi.
6	No	No	No	No	No	Sì	Sì	No	Sì	No
7	Sì	No	No	Sì	Sì	No	Sì	No	Sì	No
8	No	No	No	Sì	Sì	No	Sì	No	No	No
9	No	No	No	No	Sì	No	Sì	Sì	Sì	No
10	No	No	No	No	Sì	Sì	Sì	Sì	Sì	No
11	No	No	Sì	Sì	Sì	No	No	Sì	No	No
12	Sì	No	Sì	Sì	Sì	No	No	No	Sì	No
13	No	No	Sì	Sì	Sì	No	Sì	Sì	Sì	No
14	No	No	No	No	Sì	No	No	No	Sì	No
15	No	No	No	Sì	No	No	Sì	No	Sì	No
16	No	No	No	No	Sì	No	No	No	No	No
17	No	No	No	Sì	Sì	Sì	Sì	No	No	No
18	No	No	No	No	Sì	No	No	Sì	No	No
19	Sì	No	No	Sì	Sì	No	Sì	No	No	No
20	Sì	No	No	Sì	Sì	Sì	No	No	No	No
21	No	Sì	Sì	Sì	Sì	Sì	Sì	Sì	Sì	No
22	No	No	No	No	Sì	No	No	No	No	No
23	No	No	Sì	Sì	Sì	No	Sì	No	No	No
24	No	No	No	Sì	Sì	No	Sì	No	No	No
25	No	No	No	No	Sì	No	No	No	Sì	No
26	No	No	No	No	Sì	No	No	No	Sì	No
27	Sì	No	Sì	Sì	Sì	No	No	No	No	Audi...
28	No	No	No	No	No	No	Sì	No	Sì	No
29	No	No	No	No	Sì	No	Sì	Sì	No	No
30	No	No	No	No	Sì	Sì	Sì	No	Sì	No
31	No	No	No	No	Sì	No	No	Sì	No	No
32	No	No	No	No	No	No	Sì	No	Sì	No
33	No	No	No	No	Sì	Sì	No	No	Sì	No
34	No	Sì	Sì	Sì	Sì	No	No	No	Sì	No
35	No	No	No	No	Sì	No	No	No	Sì	No
36	Sì	No	Sì	Sì	No	No	Sì	No	Sì	No
37	No	No	No	No	Sì	No	No	No	Sì	No
38	Sì	No	Sì	Sì	Sì	Sì	No	No	Sì	No

	<b>Drammatico</b>	<b>Comico</b>	<b>GialloThriller</b>	<b>Azione</b>	<b>Storico</b>	<b>Animazione</b>
1	Molto	Per niente	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza	Per niente
2	Poco	Abbastanza	Abbastanza	Normale	Normale	Per niente
3	Normale	Poco	Abbastanza	Per niente	Normale	Poco
4	Molto	Normale	Molto	Abbastanza	Abbastanza	Normale
5	Poco	Abbastanza	Normale	Molto	Abbastanza	Normale
6	Normale	Normale	Abbastanza	Normale	Abbastanza	Abbastanza
7	Normale	Abbastanza	Molto	Per niente	Molto	Per niente
8	Abbastanza	Molto	Molto	Per niente	Molto	Normale
9	Molto	Abbastanza	Abbastanza	Normale	Abbastanza	Abbastanza
10	Normale	Abbastanza	Molto	Abbastanza	Normale	Poco
11	Normale	Molto	Molto	Poco	Abbastanza	Per niente
12	Per niente	Molto	Poco	Normale	Molto	Per niente
13	Normale	Abbastanza	Per niente	Per niente	Molto	Per niente
14	Normale	Abbastanza	Abbastanza	Poco	Abbastanza	Normale
15	Molto	Abbastanza	Normale	Per niente	Abbastanza	Per niente
16	Normale	Abbastanza	Abbastanza	Poco	Normale	Poco
17	Abbastanza	Normale	Normale	Abbastanza	Molto	Per niente
18	Normale	Abbastanza	Normale	Abbastanza	Normale	Abbastanza
19	Normale	Normale	Abbastanza	Normale	Abbastanza	Normale
20	Poco	Molto	Poco	Normale	Abbastanza	Per niente
21	Normale	Molto	Molto	Molto	Abbastanza	Abbastanza
22	Poco	Abbastanza	Molto	Abbastanza	Poco	Molto
23	Molto	Normale	Molto	Per niente	Abbastanza	Normale
24	Molto	Poco	Normale	Poco	Molto	Per niente
25	Normale	Poco	Molto	Abbastanza	Normale	Abbastanza
26	Molto	Normale	Per niente	Poco	Abbastanza	Per niente
27	Abbastanza	Poco	Per niente	Normale	Normale	Normale
28	Normale	Abbastanza	Abbastanza	Normale	Normale	Abbastanza
29	Abbastanza	Poco	Abbastanza	Per niente	Normale	Per niente
30	Normale	Abbastanza	Normale	Per niente	Normale	Abbastanza
31	Poco	Abbastanza	Per niente	Per niente	Molto	Per niente
32	Normale	Molto	Per niente	Per niente	Poco	Per niente
33	Molto	Poco	Molto	Normale	Molto	Normale
34	Normale	Abbastanza	Molto	Molto	Poco	Abbastanza
35	Abbastanza	Molto	Molto	Molto	Per niente	Molto
36	Abbastanza	Poco	Poco	Molto	Normale	Molto
37	Normale	Molto	Poco	Per niente	Molto	Molto
38	Molto	Poco	Molto	Molto	Abbastanza	Molto

	<b>Adulti</b>	<b>Horror</b>	<b>Fantasc.</b>	<b>Vid.Musical</b>	<b>Concerti</b>	<b>Documentari</b>
1	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente	Poco
2	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente	Abbastanza	Normale
3	Molto	Molto	Normale	Normale	Abbastanza	Abbastanza
4	Per niente	Abbastanza	Normale	Abbastanza	Abbastanza	Molto
5	Per niente	Abbastanza	Normale	Abbastanza	Abbastanza	Molto
6	Normale	Normale	Abbastanza	Molto	Molto	Abbastanza
7	Normale	Poco	Per niente	Molto	Abbastanza	Abbastanza
8	Poco	Normale	Abbastanza	Poco	Molto	Molto
9	Abbastanza	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto
10	Per niente	Poco	Normale	Per niente	Per niente	Abbastanza
11	Per niente	Per niente	Per niente	Abbastanza	Poco	Normale
12	Abbastanza	Normale	Abbastanza	Normale	Abbastanza	Abbastanza
13	Normale	Normale	Normale	Per niente	Abbastanza	Molto
14	Abbastanza	Per niente	Per niente	Normale	Molto	Molto
15	Normale	Poco	Normale	Abbastanza	Molto	Normale
16	Per niente	Poco	Normale	Poco	Poco	Abbastanza
17	Poco	Molto	Molto	Poco	Abbastanza	Molto
18	Abbastanza	Per niente	Normale	Molto	Molto	Abbastanza
19	Per niente	Per niente	Abbastanza	Per niente	Molto	Abbastanza
20	Poco	Per niente	Molto	Poco	Abbastanza	Molto
21	Normale	Molto	Poco	Poco	Normale	Normale
22	Normale	Per niente	Poco	Molto	Molto	Abbastanza
23	Molto	Per niente	Normale	Abbastanza	Molto	Molto
24	Per niente	Per niente	Molto	Per niente	Abbastanza	Normale
25	Per niente	Abbastanza	Poco	Normale	Abbastanza	Normale
26	Normale	Per niente	Per niente	Poco	Abbastanza	Abbastanza
27	Abbastanza	Per niente	Per niente	Poco	Molto	Abbastanza
28	Poco	Per niente	Molto	Poco	Normale	Abbastanza
29	Normale	Per niente	Normale	Poco	Molto	Normale
30	Poco	Abbastanza	Abbastanza	Normale	Poco	Normale
31	Per niente	Per niente	Normale	Per niente	Molto	Per niente
32	Per niente	Per niente	Per niente	Normale	Normale	Abbastanza
33	Molto	Molto	Per niente	Normale	Normale	Molto
34	Per niente	Abbastanza	Abbastanza	Normale	Molto	Molto
35	Abbastanza	Per niente	Per niente	Molto	Molto	Abbastanza
36	Abbastanza	Molto	Molto	Per niente	Per niente	Abbastanza
37	Poco	Per niente	Molto	Normale	Molto	Molto
38	Abbastanza	Normale	Abbastanza	Abbastanza	Molto	Abbastanza

	SerieIta	SerieStra	SoapIta	SoapStra	Notiziari	ProgSport
1	Per niente	Per niente	Poco	Poco	Per niente	Normale
2	Poco	Poco	Abbastanza	Abbastanza	Molto	Molto
3	Normale	Poco	Normale	Poco	Abbastanza	Abbastanza
4	Normale	Normale	Poco	Normale	Abbastanza	Abbastanza
5	Normale	Per niente	Per niente	Per niente	Abbastanza	Normale
6	Poco	Poco	Poco	Poco	Abbastanza	Normale
7	Normale	Per niente	Per niente	Per niente	Molto	Normale
8	Poco	Poco	Per niente	Per niente	Molto	Molto
9	Abbastanza	Normale	Per niente	Per niente	Abbastanza	Abbastanza
10	Per niente	Normale	Per niente	Per niente	Abbastanza	Normale
11	Molto	Abbastanza	Per niente	Per niente	Abbastanza	Normale
12	Poco	Poco	Per niente	Per niente	Molto	Molto
13	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente	Molto	Molto
14	Molto	Molto	Abbastanza	Normale	Molto	Molto
15	Poco	Per niente	Per niente	Per niente	Molto	Per niente
16	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza	Normale	Poco
17	Per niente	Poco	Normale	Per niente	Molto	Per niente
18	Molto	Abbastanza	Per niente	Per niente	Molto	Molto
19	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente	Molto	Poco
20	Normale	Normale	Per niente	Per niente	Abbastanza	Abbastanza
21	Poco	Normale	Per niente	Per niente	Abbastanza	Molto
22	Normale	Molto	Normale	Normale	Per niente	Molto
23	Molto	Abbastanza	Per niente	Per niente	Molto	Per niente
24	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente	Molto	Per niente
25	Abbastanza	Per niente	Per niente	Per niente	Abbastanza	Normale
26	Poco	Poco	Per niente	Per niente	Molto	Poco
27	Molto	Molto	Molto	Per niente	Molto	Per niente
28	Molto	Abbastanza	Normale	Abbastanza	Poco	Poco
29	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente	Abbastanza	Abbastanza
30	Normale	Abbastanza	Poco	Poco	Abbastanza	Per niente
31	Normale	Per niente	Per niente	Per niente	Molto	Per niente
32	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente	Abbastanza	Per niente
33	Abbastanza	Abbastanza	Normale	Normale	Molto	Poco
34	Abbastanza	Abbastanza	Per niente	Per niente	Molto	Normale
35	Molto	Normale	Normale	Normale	Abbastanza	Molto
36	Normale	Molto	Poco	Per niente	Abbastanza	Molto
37	Molto	Poco	Per niente	Per niente	Molto	Per niente
38	Normale	Normale	Normale	Abbastanza	Abbastanza	Normale

	Telequiz	Attualità	SpetTeat	Lirica	Alt.Gen.	PreAD	Amici	Fam.
1	Per niente	Poco	Poco	Poco	0	Sì	Sì	No
2	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente	0	Sì	Sì	No
3	Normale	Molto	Abbastanza	Poco	0	Sì	No	No
4	Poco	Abbastanza	Abbastanza	Poco	0	Sì	Sì	No
5	Abbastanza	Abbastanza	Normale	Molto	0	Sì	Sì	Sì
6	Poco	Normale	Normale	Abbastanza	0	Sì	No	No
7	Normale	Abbastanza	Molto	Poco	0	Sì	No	No
8	Abbastanza	Molto	Normale	Poco	0	Sì	Sì	No
9	Poco	Normale	Abbastanza	Poco	0	Sì	Sì	No
10	Poco	Normale	Abbastanza	Poco	0	Sì	No	No
11	Per niente	Poco	Abbastanza	Abbastanza	0	Sì	No	No
12	Normale	Molto	Abbastanza	Normale	0	Sì	Sì	No
13	Normale	Abbastanza	Abbastanza	Per niente	0	No	No	No
14	Normale	Molto	Molto	Poco	0	Sì	No	No
15	Poco	Abbastanza	Normale	Per niente	0	Sì	No	No
16	Normale	Normale	Poco	Poco	0	Sì	No	No
17	Per niente	Poco	Poco	Per niente	0	Sì	Sì	No
18	Molto	Abbastanza	Molto	Per niente	0	Sì	No	No
19	Per niente	Molto	Molto	Poco	0	Sì	No	No
20	Normale	Per niente	Poco	Per niente	Molto	Sì	No	No
21	Poco	Abbastanza	Normale	Per niente	0	Sì	Sì	No
22	Molto	Normale	Per niente	Normale	0	Sì	Sì	No
23	Normale	Molto	Abbastanza	Per niente	0	Sì	No	No
24	Normale	Abbastanza	Normale	Abbastanza	0	Sì	Sì	No
25	Poco	Normale	Per niente	Per niente	0	Sì	Sì	No
26	Per niente	Abbastanza	Normale	Per niente	0	Sì	Sì	No
27	Abbastanza	Poco	Poco	Poco	Molto	Sì	No	No
28	Normale	Poco	Normale	Per niente	0	Sì	No	No
29	Abbastanza	Normale	Molto	Abbastanza	Molto	Sì	No	No
30	Poco	Normale	Abbastanza	Per niente	Molto	Sì	No	No
31	Per niente	Abbastanza	Normale	Normale	0	Sì	No	No
32	Poco	Normale	Per niente	Normale	0	Sì	Sì	No
33	Poco	Normale	Molto	Normale	0	Sì	Sì	No
34	Per niente	Abbastanza	Poco	Per niente	0	Sì	Sì	No
35	Abbastanza	Normale	Molto	Normale	Molto	No	No	No
36	Per niente	Molto	Molto	Per niente	0	No	No	No
37	Per niente	Molto	Molto	Normale	0	Sì	No	No
38	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza	0	No	No	No

	Assoc	Istituto	SitoRAI	GuidaTV	Altro	ProvaAD	FreqUsoAD
1	No	No	No	No	N	Sì	Tutti i giorni
2	Sì	No	No	No	N	Sì	2 Volte a settimana
3	No	No	Sì	Sì	N	Sì	1/4 Volte al mese
4	No	No	No	No	N	Sì	1/4 Volte al mese
5	Sì	No	Sì	No	N	Sì	1/4 Volte al mese
6	No	No	No	No	S	Sì	1/4 Volte al mese
7	Sì	No	No	No	N	Sì	1/4 Volte al mese
8	No	No	No	No	S	Sì	1/4 Volte al mese
9	No	No	No	No	N	Sì	2 Volte a settimana
10	No	No	No	No	S	Sì	1/4 Volte al mese
11	No	No	Sì	No	N	Sì	Un paio di volte in tutta
12	No	No	No	No	N	Sì	Un paio di volte in tutta
13	No	No	No	No	N	No	Mai
14	No	No	No	No	S	Sì	Un paio di volte in tutta
15	No	No	No	No	S	Sì	Un paio di volte in tutta
16	Sì	No	No	No	N	Sì	Un paio di volte in tutta
17	Sì	No	Sì	No	N	Sì	Un paio di volte in tutta
18	Sì	No	No	No	N	Sì	Un paio di volte in tutta
19	No	No	No	Sì	N	Sì	Un paio di volte in tutta
20	No	No	No	No	S	No	Mai
21	No	No	No	No	N	Sì	Un paio di volte in tutta
22	No	No	No	No	N	No	Mai
23	Sì	No	No	No	N	Sì	5/6 Volte a settimana
24	No	No	No	No	N	No	Mai
25	No	No	No	No	S	Sì	1/4 Volte al mese
26	No	No	No	No	N	Sì	2 Volte a settimana
27	Sì	No	No	No	N	Sì	2 Volte a settimana
28	No	No	Sì	No	N	Sì	2 Volte a settimana
29	No	No	No	Sì	N	Sì	Mai
30	No	No	No	No	S	Sì	Tutti i giorni
31	Sì	No	No	No	N	Sì	Un paio di volte in tutta
32	No	No	No	No	N	Sì	1/4 Volte al mese
33	No	No	No	No	N	Sì	5/6 Volte a settimana
34	No	No	No	No	N	No	Mai
35	No	No	No	No	N	No	Mai
36	No	No	No	No	N	No	Mai
37	No	No	No	No	S	Sì	Un paio di volte in tutta
38	No	No	No	No	N	No	Mai

	OreSetAD	TvAD	DvdAD	CinAD	TeatAD	PcSP-AD	Audiofilm	NoBisogno
1	9-16 Ore	Sì	No	No	No	No	No	L'intervistato
2	0-8 Ore	Sì	No	No	No	No	No	L'intervistato
3	0-8 Ore	Sì	No	No	No	Sì	No	L'intervistato
4	0-8 Ore	No	No	No	No	Sì	No	L'intervistato
5	0-8 Ore	No	Sì	Sì	Sì	No	No	L'intervistato
6	0-8 Ore	No	No	No	No	Sì	No	L'intervistato
7	0-8 Ore	Sì	No	No	No	No	No	L'intervistato
8	0-8 Ore	No	No	No	No	No	Sì	L'intervistato
9	9-16 Ore	Sì	No	Sì	Sì	Sì	No	L'intervistato
10	0-8 Ore	No	No	Sì	No	Sì	Sì	L'intervistato
11	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Per niente
12	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Per niente
13	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Per niente
14	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Per niente
15	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Normale
16	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Abbastanza
17	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Per niente
18	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Per niente
19	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Per niente
20	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Abbastanza
21	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Per niente
22	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Per niente
23	9-16 Ore	Sì	No	Sì	No	Sì	No	L'intervistato
24	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Poco
25	0-8 Ore	Sì	No	No	No	No	No	L'intervistato
26	0-8 Ore	No	No	Sì	No	Sì	Sì	L'intervistato
27	0-8 Ore	Sì	No	No	No	No	Sì	L'intervistato
28	0-8 Ore	Sì	No	Sì	No	Sì	No	L'intervistato
29	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Per niente
30	17-24 Ore	Sì	No	No	No	No	No	L'intervistato
31	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Per niente
32	0-8 Ore	No	No	No	No	Sì	No	L'intervistato
33	17-24 Ore	Sì	Sì	No	No	Sì	Sì	L'intervistato
34	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Abbastanza
35	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Normale
36	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Poco
37	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Molto
38	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Per niente

	<b>NonSoAccedere</b>	<b>NonMiPiaceAD</b>	<b>NoQualità</b>	<b>NoAttrezzatura</b>
1	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
2	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
3	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
4	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
5	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
6	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
7	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
8	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
9	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
10	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
11	Molto	Per niente	Normale	Per niente
12	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente
13	Molto	Per niente	Per niente	Per niente
14	Molto	Per niente	Per niente	Poco
15	Per niente	Abbastanza	Abbastanza	Per niente
16	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente
17	Per niente	Per niente	Abbastanza	Per niente
18	Poco	Abbastanza	Per niente	Per niente
19	Molto	Per niente	Per niente	Per niente
20	Poco	Per niente	Molto	Abbastanza
21	Poco	Abbastanza	Normale	Normale
22	Molto	Per niente	Per niente	Per niente
23	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
24	Molto	Per niente	Per niente	Per niente
25	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
26	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
27	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
28	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
29	Abbastanza	Per niente	Molto	Per niente
30	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
31	Molto	Per niente	Poco	Per niente
32	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
33	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
34	Per niente	Normale	Normale	Per niente
35	Molto	Normale	Per niente	Per niente
36	Per niente	Per niente	Abbastanza	Abbastanza
37	Per niente	Molto	Per niente	Per niente
38	Molto	Normale	Per niente	Per niente

	<b>Baltro</b>	<b>ADSolVsAmi</b>	<b>RicInf</b>	<b>SviTrAD</b>	<b>AvvAD</b>	<b>LAzAD</b>	<b>TAzAD</b>	<b>ParIAD</b>
1	L'intervistat	Con Amico...	Mai	No	No	No	No	No
2	L'intervistat	Da Solo	Mai	No	No	No	No	No
3	L'intervistat	Da Solo	Mai	No	No	No	No	No
4	L'intervistat	Da Solo	Mai	No	No	No	No	No
5	L'intervistat	Con Amico...	Mai	No	No	No	No	No
6	L'intervistat	Da Solo	Mai	No	No	No	No	No
7	L'intervistat	Con Amico...	Rara...	No	Si	No	No	No
8	L'intervistat	Con Amico...	Mai	No	No	No	No	No
9	L'intervistat	Da Solo	Mai	No	No	No	No	No
10	L'intervistat	Da Solo	Mai	No	No	No	No	No
11	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	No	No	No	No
12	Controllare	Non utilizz...	Mai	No	No	No	No	No
13	Controllare	Non utilizz...	Mai	No	No	No	No	No
14	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	No	No	No	No
15	Controllare	Non utilizz...	Mai	No	No	No	No	No
16	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	No	No	No	No
17	Controllare	Non utilizz...	Mai	No	No	No	No	No
18	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	No	No	No	No
19	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	No	No	No	No
20	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	No	No	No	No
21	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	No	No	No	No
22	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	No	No	No	No
23	L'intervistat	Con Amico...	Mai	No	No	No	No	No
24	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	No	No	No	No
25	L'intervistat	Da Solo	Mai	No	No	No	No	No
26	L'intervistat	Da Solo	Mai	No	No	No	No	No
27	L'intervistat	Con Amico...	Rara...	No	Si	No	No	No
28	L'intervistat	Da Solo	Mai	No	No	No	No	No
29	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	No	No	No	No
30	L'intervistat	Da Solo	Mai	No	No	No	No	No
31	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	No	No	No	No
32	L'intervistat	Da Solo	Mai	No	No	No	No	No
33	L'intervistat	Da Solo	Mai	No	No	No	No	No
34	Controllare	Non utilizz...	Mai	No	No	No	No	No
35	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	No	No	No	No
36	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	No	No	No	No
37	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	No	No	No	No
38	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	No	No	No	No

	ESoAD	InqAD	AsFAD	EmAD	SceAD	TxtAD	VAD	InAD	OcSpAD
1	No	No	No	No	No	No	No	No	No
2	No	No	No	No	No	No	No	No	No
3	No	No	No	No	No	No	No	No	No
4	No	No	No	No	No	No	No	No	No
5	No	No	No	No	No	No	No	No	No
6	No	No	No	No	No	No	No	No	No
7	No	Si	Si	No	No	No	No	No	No
8	No	No	No	No	No	No	No	No	No
9	No	No	No	No	No	No	No	No	No
10	No	No	No	No	No	No	No	No	No
11	No	No	No	No	No	No	No	No	No
12	No	No	No	No	No	No	No	No	No
13	No	No	No	No	No	No	No	No	No
14	No	No	No	No	No	No	No	No	No
15	No	No	No	No	No	No	No	No	No
16	No	No	No	No	No	No	No	No	No
17	No	No	No	No	No	No	No	No	No
18	No	No	No	No	No	No	No	No	No
19	No	No	No	No	No	No	No	No	No
20	No	No	No	No	No	No	No	No	No
21	No	No	No	No	No	No	No	No	No
22	No	No	No	No	No	No	No	No	No
23	No	No	No	No	No	No	No	No	No
24	No	No	No	No	No	No	No	No	No
25	No	No	No	No	No	No	No	No	No
26	No	No	No	No	No	No	No	No	No
27	No	No	Si	No	No	No	No	No	No
28	No	No	No	No	No	No	No	No	No
29	No	No	No	No	No	No	No	No	No
30	No	No	No	No	No	No	No	No	No
31	No	No	No	No	No	No	No	No	No
32	No	No	No	No	No	No	No	No	No
33	No	No	No	No	No	No	No	No	No
34	No	No	No	No	No	No	No	No	No
35	No	No	No	No	No	No	No	No	No
36	No	No	No	No	No	No	No	No	No
37	No	No	No	No	No	No	No	No	No
38	No	No	No	No	No	No	No	No	No

	<b>Illum</b>	<b>TvGAD</b>	<b>DolSrnd</b>	<b>Udito</b>	<b>UsoCVAD</b>	<b>VedenAD</b>	<b>Quando</b>
1	No	No	No	Sì	Non è	No	Nessun
2	No	No	No	Sì	Non è	No	Nessun
3	No	No	No	Sì	Non è	No	Nessun
4	No	No	No	Sì	Non è	Sì	Tempo libero
5	No	No	Sì	Sì	Non è	Sì	Tempo libero
6	No	No	No	Sì	Non è	Sì	Tempo libero
7	No	No	No	Sì	Non è	No	Nessun
8	No	No	No	Sì	Non è	No	Nessun
9	No	No	Sì	Sì	Non è	No	Nessun
10	No	No	No	Sì	Non è	No	Nessun
11	No	No	No	No	Non è	No	Nessun
12	No	No	No	No	Non è	No	Nessun
13	No	No	No	No	Non è	No	Nessun
14	No	No	No	No	Non è	No	Nessun
15	No	No	No	No	Non è	No	Nessun
16	No	No	No	No	Non è	No	Nessun
17	No	No	No	No	Non è	No	Nessun
18	No	No	No	No	Non è	No	Nessun
19	No	No	No	No	Non è	No	Nessun
20	No	No	No	No	Non è	No	Nessun
21	No	No	No	No	Non è	No	Nessun
22	No	No	No	No	Non è	No	Nessun
23	No	No	No	Sì	Non è	No	Nessun
24	No	No	No	No	Non è	No	Nessun
25	No	No	No	Sì	Non è	No	Nessun
26	No	No	No	Sì	Non è	No	Nessun
27	No	No	No	Sì	Non è	Sì	Tempo libero
28	No	No	No	Sì	Non è	Sì	Faccende do...
29	No	No	No	No	Non è	No	Nessun
30	No	No	Sì	Sì	Non è	No	Nessun
31	No	No	No	No	Non è	No	Nessun
32	No	No	Sì	No	Non è	No	Nessun
33	No	No	Sì	Sì	Non è	No	Nessun
34	No	No	No	No	Non è	No	Nessun
35	No	No	No	No	Non è	No	Nessun
36	No	No	No	No	Non è	No	Nessun
37	No	No	No	No	Non è	No	Nessun
38	No	No	No	No	Non è	No	Nessun

	<b>DetVista</b>	<b>InfoSerAD</b>	<b>AccAD</b>	<b>IcrProAD</b>	<b>DramAD</b>	<b>ComicoAD</b>
1	Per niente	Abbastanza	Molto	Molto	Molto	Per niente
2	Per niente	Molto	Abbastanza	Molto	Normale	Abbastanza
3	Per niente	Molto	Molto	Abbastanza	Normale	Poco
4	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto
5	Per niente	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto
6	Per niente	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza	Normale	Normale
7	Per niente	Normale	Abbastanza	Abbastanza	Normale	Abbastanza
8	Per niente	Molto	Molto	Abbastanza	Abbastanza	Molto
9	Per niente	Normale	Normale	Molto	Molto	Molto
10	Molto	Molto	Molto	Molto	Abbastanza	Molto
11	Per niente	Molto	Molto	Normale	Molto	Molto
12	Per niente	Normale	Abbastanza	Molto	Molto	Abbastanza
13	Per niente	Molto	Molto	Molto	Normale	Abbastanza
14	Per niente	Abbastanza	Abbastanza	Molto	Abbastanza	Abbastanza
15	Per niente	Abbastanza	Normale	Abbastanza	Abbastanza	Normale
16	Per niente	Per niente	Normale	Molto	Normale	Normale
17	Per niente	Per niente	Per niente	Abbastanza	Abbastanza	Normale
18	Per niente	Molto	Molto	Molto	Abbastanza	Molto
19	Per niente	Molto	Molto	Molto	Normale	Abbastanza
20	Per niente	Abbastanza	Abbastanza	Molto	Normale	Poco
21	Per niente	Molto	Molto	Abbastanza	Abbastanza	Molto
22	Per niente	Molto	Molto	Molto	Molto	Abbastanza
23	Per niente	Molto	Molto	Molto	Molto	Per niente
24	Per niente	Molto	Molto	Normale	Molto	Poco
25	Per niente	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto
26	Per niente	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto
27	Per niente	Molto	Molto	Molto	Molto	Poco
28	Per niente	Molto	Molto	Molto	Normale	Abbastanza
29	Per niente	Abbastanza	Abbastanza	Molto	Molto	Poco
30	Per niente	Normale	Abbastanza	Molto	Normale	Normale
31	Per niente	Molto	Normale	Molto	Normale	Molto
32	Per niente	Poco	Abbastanza	Molto	Abbastanza	Abbastanza
33	Per niente	Molto	Molto	Molto	Molto	Normale
34	Per niente	Abbastanza	Abbastanza	Normale	Abbastanza	Molto
35	Per niente	Abbastanza	Abbastanza	Molto	Abbastanza	Molto
36	Per niente	Molto	Molto	Normale	Abbastanza	Per niente
37	Per niente	Normale	Molto	Molto	Molto	Molto
38	Per niente	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza	Normale	Normale

	<b>ThrIAD</b>	<b>AziAD</b>	<b>StoricoAD</b>	<b>AnimAD</b>	<b>AdultiAD</b>	<b>HorrAD</b>
1	Molto	Normale	Poco	Per niente	Per niente	Per niente
2	Normale	Molto	Abbastanza	Per niente	Per niente	Per niente
3	Molto	Per niente	Normale	Normale	Abbastanza	Abbasta...
4	Normale	Normale	Abbastanza	Per niente	Per niente	Abbasta...
5	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto
6	Abbastanza	Normale	Abbastanza	Molto	Normale	Normale
7	Molto	Normale	Molto	Poco	Molto	Abbasta...
8	Molto	Normale	Molto	Molto	Normale	Abbasta...
9	Abbastanza	Molto	Abbastanza	Normale	Abbastanza	Abbasta...
10	Molto	Molto	Molto	Poco	Molto	Molto
11	Molto	Molto	Molto	Poco	Poco	Poco
12	Molto	Molto	Abbastanza	Normale	Normale	Normale
13	Poco	Poco	Molto	Per niente	Poco	Poco
14	Molto	Abbastanza	Molto	Molto	Molto	Normale
15	Molto	Normale	Molto	Normale	Normale	Normale
16	Abbastanza	Poco	Normale	Poco	Per niente	Poco
17	Normale	Molto	Molto	Poco	Per niente	Molto
18	Abbastanza	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente	Per niente
19	Molto	Abbastanza	Molto	Abbastanza	Poco	Poco
20	Abbastanza	Abbastanza	Molto	Per niente	Per niente	Per niente
21	Abbastanza	Abbastanza	Normale	Normale	Normale	Poco
22	Molto	Abbastanza	Normale	Molto	Abbastanza	Poco
23	Molto	Molto	Abbastanza	Molto	Molto	Per niente
24	Poco	Poco	Abbastanza	Per niente	Per niente	Per niente
25	Abbastanza	Abbastanza	Molto	Molto	Per niente	Abbasta...
26	Normale	Normale	Abbastanza	Normale	Abbastanza	Per niente
27	Per niente	Molto	Normale	Per niente	Abbastanza	Per niente
28	Abbastanza	Molto	Abbastanza	Molto	Poco	Normale
29	Abbastanza	Poco	Abbastanza	Poco	Poco	Per niente
30	Abbastanza	Molto	Normale	Molto	Poco	Normale
31	Molto	Molto	Normale	Molto	Per niente	Per niente
32	Molto	Molto	Normale	Abbastanza	Poco	Poco
33	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto
34	Abbastanza	Molto	Normale	Normale	Per niente	Molto
35	Molto	Molto	Abbastanza	Molto	Molto	Molto
36	Normale	Molto	Normale	Molto	Normale	Abbasta...
37	Molto	Molto	Per niente	Poco	Molto	Molto
38	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza	Abbasta...

	<b>FantAD</b>	<b>VidMusAD</b>	<b>ConcAD</b>	<b>DocAD</b>	<b>SerieItaAD</b>	<b>SerieStAD</b>
1	Per niente	Poco	Abbastanza	Poco	Per niente	Poco
2	Per niente	Per niente	Per niente	Abbastanza	Per niente	Per niente
3	Poco	Normale	Normale	Abbastanza	Normale	Poco
4	Poco	Per niente	Per niente	Molto	Per niente	Per niente
5	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto
6	Molto	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza	Normale	Normale
7	Normale	Poco	Poco	Molto	Poco	Poco
8	Abbastanza	Molto	Poco	Poco	Poco	Poco
9	Molto	Normale	Abbastanza	Molto	Abbastanza	Abbastanza
10	Molto	Poco	Per niente	Molto	Poco	Normale
11	Poco	Abbastanza	Per niente	Molto	Poco	Poco
12	Abbastanza	Poco	Per niente	Abbastanza	Per niente	Per niente
13	Poco	Poco	Abbastanza	Molto	Per niente	Per niente
14	Abbastanza	Normale	Normale	Abbastanza	Molto	Molto
15	Abbastanza	Abbastanza	Poco	Abbastanza	Normale	Poco
16	Normale	Poco	Poco	Molto	Abbastanza	Abbastanza
17	Molto	Per niente	Poco	Molto	Per niente	Poco
18	Per niente	Per niente	Per niente	Abbastanza	Per niente	Per niente
19	Abbastanza	Per niente	Per niente	Normale	Molto	Molto
20	Molto	Poco	Poco	Molto	Normale	Normale
21	Poco	Per niente	Poco	Abbastanza	Per niente	Per niente
22	Molto	Normale	Molto	Abbastanza	Molto	Normale
23	Per niente	Per niente	Per niente	Molto	Molto	Molto
24	Molto	Per niente	Per niente	Normale	Per niente	Per niente
25	Molto	Normale	Normale	Abbastanza	Molto	Poco
26	Per niente	Abbastanza	Molto	Molto	Per niente	Per niente
27	Per niente	Abbastanza	Abbastanza	Molto	Molto	Abbastanza
28	Molto	Normale	Per niente	Normale	Molto	Molto
29	Abbastanza	Per niente	Per niente	Molto	Per niente	Per niente
30	Abbastanza	Per niente	Per niente	Abbastanza	Normale	Abbastanza
31	Molto	Molto	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente
32	Poco	Per niente	Per niente	Normale	Per niente	Per niente
33	Normale	Poco	Poco	Abbastanza	Normale	Normale
34	Molto	Per niente	Poco	Molto	Poco	Poco
35	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto
36	Molto	Per niente	Per niente	Normale	Normale	Molto
37	Normale	Normale	Per niente	Per niente	Normale	Normale
38	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza	Normale	Normale

	SoapItaAD	SoapStrAD	NotizAD	ProgSpAD	TelquzAD	AttAD
1	Abbastanza	Abbastanza	Molto	Molto	Per niente	Per niente
2	Poco	Per niente	Abbastanza	Poco	Per niente	Abbastanza
3	Normale	Poco	Abbastanza	Abbastanza	Poco	Molto
4	Per niente					
5	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto
6	Normale	Normale	Normale	Abbastanza	Normale	Normale
7	Poco	Normale	Normale	Abbastanza	Poco	Abbastanza
8	Per niente					
9	Per niente	Per niente	Normale	Abbastanza	Per niente	Normale
10	Per niente	Per niente	Normale	Normale	Per niente	Normale
11	Per niente	Per niente	Normale	Normale	Per niente	Normale
12	Per niente	Per niente	Molto	Molto	Normale	Molto
13	Per niente	Per niente	Molto	Molto	Abbastanza	Molto
14	Molto	Molto	Molto	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza
15	Poco	Per niente	Per niente	Normale	Per niente	Normale
16	Normale	Normale	Poco	Poco	Poco	Normale
17	Normale	Per niente	Abbastanza	Per niente	Per niente	Normale
18	Per niente	Normale				
19	Abbastanza	Abbastanza	Per niente	Normale	Per niente	Per niente
20	Per niente	Per niente	Per niente	Poco	Per niente	Poco
21	Per niente	Per niente	Abbastanza	Abbastanza	Normale	Molto
22	Per niente	Per niente	Abbastanza	Molto	Molto	Abbastanza
23	Per niente	Per niente	Per niente	Molto	Per niente	Per niente
24	Per niente					
25	Per niente	Per niente	Poco	Poco	Poco	Poco
26	Per niente	Per niente	Molto	Abbastanza	Per niente	Abbastanza
27	Molto	Per niente	Normale	Per niente	Per niente	Normale
28	Normale	Abbastanza	Poco	Per niente	Per niente	Per niente
29	Per niente	Per niente	Normale	Molto	Normale	Poco
30	Abbastanza	Abbastanza	Per niente	Per niente	Poco	Poco
31	Per niente					
32	Per niente	Per niente	Poco	Poco	Per niente	Per niente
33	Abbastanza	Abbastanza	Normale	Poco	Poco	Abbastanza
34	Per niente	Per niente	Abbastanza	Normale	Per niente	Per niente
35	Normale	Normale	Molto	Molto	Molto	Abbastanza
36	Per niente	Per niente	Molto	Abbastanza	Poco	Normale
37	Molto	Molto	Per niente	Normale	Normale	Per niente
38	Normale	Abbastanza	Abbastanza	Normale	Normale	Normale

	SpetTeAD	LirAD	AltGeAD	TelAD	DvdAD	CinAD	TeatAD
1	Abbastanza	Molto	.	Molto	Per niente	Poco	Normale
2	Per niente	Per niente	.	Molto	Abbastanza	Abbastanza	Poco
3	Normale	Poco	.	Molto	Abbastanza	Molto	Molto
4	Molto	Normale	.	Per n...	Per niente	Per niente	Molto
5	Molto	Molto	.	Molto	Molto	Molto	Molto
6	Abbastanza	Abbastan	.	Norm...	Normale	Normale	Normale
7	Molto	Poco	.	Molto	Normale	Molto	Molto
8	Molto	Molto	.	Molto	Abbastanza	Molto	Molto
9	Molto	Poco	.	Molto	Abbastanza	Molto	Molto
10	Abbastanza	Poco	.	Molto	Molto	Molto	Normale
11	Abbastanza	Abbastan	.	Molto	Poco	Normale	Normale
12	Abbastanza	Poco	.	Molto	Normale	Abbastanza	Abbastanza
13	Abbastanza	Per niente	.	Molto	Poco	Molto	Normale
14	Molto	Molto	.	Molto	Molto	Molto	Molto
15	Abbastanza	Abbastan	.	Abba...	Abbastanza	Molto	Abbastanza
16	Normale	Poco	.	Molto	Abbastanza	Molto	Abbastanza
17	Abbastanza	Per niente	.	Molto	Molto	Molto	Normale
18	Molto	Abbastan	.	Molto	Normale	Normale	Molto
19	Molto	Normale	.	Molto	Molto	Molto	Molto
20	Abbastanza	Normale	Molto	Molto	Molto	Abbastanza	Abbastanza
21	Abbastanza	Per niente	.	Abba...	Abbastanza	Normale	Abbastanza
22	Molto	Normale	.	Molto	Molto	Abbastanza	Normale
23	Molto	Per niente	.	Molto	Normale	Molto	Abbastanza
24	Per niente	Per niente	.	Per n...	Normale	Abbastanza	Per niente
25	Normale	Abbastan	.	Molto	Molto	Molto	Abbastanza
26	Abbastanza	Per niente	.	Molto	Molto	Molto	Molto
27	Abbastanza	Per niente	.	Molto	Molto	Poco	Poco
28	Poco	Per niente	.	Norm...	Per niente	Molto	Poco
29	Abbastanza	Per niente	.	Molto	Molto	Molto	Abbastanza
30	Normale	Per niente	.	Molto	Abbastanza	Abbastanza	Normale
31	Molto	Molto	.	Molto	Per niente	Per niente	Molto
32	Per niente	Per niente	.	Molto	Poco	Poco	Poco
33	Molto	Molto	.	Molto	Molto	Molto	Normale
34	Per niente	Per niente	.	Molto	Abbastanza	Molto	Poco
35	Molto	Abbastan	.	Molto	Molto	Molto	Molto
36	Molto	Per niente	.	Poco	Molto	Molto	Molto
37	Normale	Molto	.	Molto	Molto	Molto	Normale
38	Abbastanza	Abbastan	.	Abba...	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza

	<b>IntrntAD</b>	<b>AudFilAD</b>	<b>TelcPar</b>	<b>IdSoCanTV</b>	<b>DeSoPRG</b>	<b>PalinSon</b>
1	Abbasta...	Per niente	Molto	Molto	Molto	Molto
2	Poco	Per niente	Molto	Molto	Molto	Molto
3	Molto	Abbastanza	Molto	Molto	Molto	Abbastanza
4	Molto	Molto	Normale	Molto	Molto	Molto
5	Molto	Molto	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente
6	Molto	Normale	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente
7	Normale	Abbastanza	Normale	Abbastanza	Molto	Molto
8	Normale	Poco	Molto	Normale	Abbastanza	Molto
9	Molto	Poco	Abbasta...	Abbastanza	Molto	Molto
10	Abbasta...	Normale	Molto	Molto	Molto	Molto
11	Per niente	Abbastanza	Molto	Molto	Poco	Molto
12	Molto	Abbastanza	Molto	Molto	Molto	Molto
13	Molto	Molto	Poco	Abbastanza	Abbastanza	Molto
14	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto
15	Abbasta...	Molto	Molto	Molto	Abbastanza	Molto
16	Normale	Abbastanza	Poco	Normale	Normale	Abbastanza
17	Molto	Per niente	Molto	Molto	Molto	Molto
18	Normale	Normale	Molto	Molto	Molto	Molto
19	Molto	Per niente	Normale	Poco	Poco	Normale
20	Normale	Abbastanza	Molto	Molto	Molto	Molto
21	Poco	Normale	Molto	Molto	Molto	Molto
22	Molto	Abbastanza	Molto	Molto	Molto	Molto
23	Per niente	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto
24	Abbasta...	Per niente	Molto	Abbastanza	Per niente	Per niente
25	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto
26	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto
27	Molto	Normale	Molto	Molto	Molto	Per niente
28	Molto	Normale	Abbasta...	Molto	Abbastanza	Molto
29	Molto	Molto	Abbasta...	Molto	Molto	Normale
30	Normale	Abbastanza	Poco	Abbastanza	Molto	Abbastanza
31	Molto	Per niente	Normale	Molto	Molto	Molto
32	Poco	Poco	Per niente	Normale	Abbastanza	Molto
33	Molto	Normale	Molto	Abbastanza	Molto	Abbastanza
34	Abbasta...	Abbastanza	Normale	Abbastanza	Molto	Abbastanza
35	Molto	Normale	Molto	Molto	Molto	Molto
36	Molto	Molto	Abbasta...	Abbastanza	Molto	Molto
37	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto
38	Abbasta...	Abbastanza	Molto	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza

	PulsAccAD	DesSrvAD	SimBAD	MenùSon	DescrEx	DescrReg
1	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto
2	Abbastanza	Per niente	Molto	Poco	Per niente	Per niente
3	Abbastanza	Abbasta...	Molto	Molto	Abbastanza	Abbastanza
4	Normale	Normale	Normale	Molto	Molto	Abbastanza
5	Per niente	Per niente	Molto	Molto	Molto	Molto
6	Per niente	Per niente	Abbastanza	Normale	Normale	Normale
7	Molto	Poco	Molto	Abbastanza	Normale	Abbastanza
8	Molto	Poco	Molto	Molto	Normale	Poco
9	Abbastanza	Poco	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza
10	Molto	Normale	Abbastanza	Molto	Normale	Normale
11	Normale	Poco	Molto	Molto	Poco	Poco
12	Molto	Molto	Molto	Molto	Abbastanza	Abbastanza
13	Molto	Normale	Abbastanza	Molto	Molto	Abbastanza
14	Molto	Molto	Abbastanza	Molto	Molto	Molto
15	Abbastanza	Abbasta...	Abbastanza	Molto	Abbastanza	Normale
16	Molto	Poco	Molto	Molto	Abbastanza	Normale
17	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto	Normale
18	Molto	Poco	Molto	Molto	Molto	Molto
19	Molto	Normale	Molto	Molto	Molto	Poco
20	Molto	Normale	Molto	Molto	Poco	Poco
21	Molto	Abbasta...	Molto	Molto	Molto	Normale
22	Abbastanza	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto
23	Molto	Normale	Molto	Molto	Molto	Normale
24	Normale	Poco	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente
25	Molto	Normale	Molto	Molto	Abbastanza	Normale
26	Molto	Normale	Molto	Molto	Molto	Molto
27	Molto	Poco	Molto	Molto	Molto	Normale
28	Molto	Poco	Poco	Molto	Abbastanza	Abbastanza
29	Molto	Per niente	Abbastanza	Molto	Abbastanza	Poco
30	Molto	Poco	Abbastanza	Molto	Abbastanza	Abbastanza
31	Molto	Per niente	Normale	Molto	Molto	Per niente
32	Molto	Normale	Abbastanza	Molto	Molto	Normale
33	Molto	Normale	Molto	Abbastanza	Molto	Molto
34	Molto	Normale	Abbastanza	Molto	Poco	Per niente
35	Molto	Normale	Molto	Molto	Molto	Molto
36	Abbastanza	Abbasta...	Molto	Molto	Molto	Normale
37	Molto	Poco	Molto	Molto	Molto	Abbastanza
38	Molto	Abbasta...	Molto	Molto	Abbastanza	Abbastanza

	<b>ImmaginiAD</b>	<b>Motivazioni</b>
1	Molto	Inclusione Sociale
2	Molto	Inclusione Sociale
3	Molto	Con le immagini il pro...
4	Molto	Inclusione Sociale
5	Molto	Inclusione Sociale
6	Molto	L'AD deve informare s...
7	Normale	Inclusione Sociale
8	Abbastanza	Inclusione Sociale
9	Molto	Inclusione Sociale
10	Abbastanza	Inclusione Sociale
11	Molto	Maggiorcoinvolgiment...
12	Normale	Inclusione Sociale
13	Molto	Inclusione Sociale
14	Molto	Inclusione Sociale
15	Molto	Inclusione Sociale
16	Per niente	Non mi interessano le...
17	Abbastanza	Con le immagini il pro...
18	Molto	Inclusione Sociale
19	Molto	Inclusione Sociale
20	Per niente	Non mi interessano le...
21	Abbastanza	Inclusione Sociale
22	Normale	Inclusione Sociale
23	Molto	Inclusione Sociale
24	Abbastanza	Inclusione Sociale
25	Molto	Inclusione Sociale
26	Molto	Inclusione Sociale
27	Abbastanza	Inclusione Sociale
28	Normale	Inclusione Sociale
29	Molto	Maggiorcoinvolgiment...
30	Poco	Non mi interessano le...
31	Molto	Inclusione Sociale
32	Abbastanza	Inclusione Sociale
33	Poco	Mi ritengo molto auton...
34	Poco	Non mi interessano le...
35	Normale	Inclusione Sociale
36	Per niente	Non mi interessano le...
37	Abbastanza	Inclusione Sociale
38	Molto	Inclusione Sociale

	Sesso	Età	Associazione	Istruzione
39	Donna	65-74	U.I.C.I.	Diploma di Scuola Secondaria Inferiore
40	Donna	30-44	U.I.C.I.	Maturità Professionale
41	Donna	30-44	U.I.C.I.	Maturità Classica
42	Donna	30-44	U.I.C.I.	Maturità Magistrale
43	Donna	30-44	Più associazioni	Laurea o Titolo Superiore
44	Donna	30-44	U.I.C.I.	Laurea o Titolo Superiore
45	Donna	30-44	Nessuna asso...	Laurea o Titolo Superiore
46	Donna	30-44	U.I.C.I.	Laurea o Titolo Superiore
47	Donna	15-29	Più associazioni	Laurea o Titolo Superiore
48	Donna	65-74	U.I.C.I.	Diploma di Scuola Secondaria Inferiore
49	Donna	Oltre 75	U.I.C.I.	Diploma di Scuola Secondaria Inferiore
50	Donna	45-64	Più associazioni	Laurea o Titolo Superiore
51	Donna	65-74	Più associazioni	Laurea o Titolo Superiore
52	Donna	65-74	U.I.C.I.	Maturità Magistrale
53	Donna	65-74	U.I.C.I.	Maturità Tecnica
54	Donna	45-64	U.I.C.I.	Maturità Tecnica
55	Donna	45-64	Più associazioni	Laurea o Titolo Superiore
56	Donna	45-64	U.I.C.I.	Maturità Professionale
57	Donna	45-64	U.I.C.I.	Maturità Magistrale
58	Donna	30-44	Più associazioni	Laurea o Titolo Superiore
59	Donna	45-64	U.I.C.I.	Alta Formazione Artistica, Coreutica ...
60	Donna	45-64	Più associazioni	Maturità Professionale
61	Donna	30-44	U.I.C.I.	Maturità Magistrale
62	Donna	45-64	Più associazioni	Laurea o Titolo Superiore
63	Uomo	65-74	U.I.C.I.	Corso Formazione Inserimento Lavora...
64	Uomo	45-64	U.I.C.I.	Maturità Magistrale
65	Uomo	45-64	U.I.C.I.	Maturità Professionale
66	Uomo	30-44	Più associazioni	Laurea o Titolo Superiore
67	Uomo	45-64	U.I.C.I.	Maturità Professionale
68	Uomo	30-44	Nessuna asso...	Maturità Tecnica
69	Uomo	30-44	A.D.V.	Maturità Professionale
70	Uomo	30-44	Più associazioni	Maturità Magistrale
71	Donna	45-64	U.I.C.I.	Maturità Professionale
72	Donna	45-64	U.I.C.I.	Corso Formazione Inserimento Lavora...
73	Donna	45-64	U.I.C.I.	Diploma di Scuola Secondaria Inferiore
74	Donna	45-64	U.I.C.I.	Maturità Classica
75	Donna	45-64	U.I.C.I.	Laurea o Titolo Superiore
76	Donna	45-64	A.D.V.	Maturità Tecnica

	GLV	Insorgenza	Disabilità	CVR	OssVsAsc	InfCVR
39	CiecoTotale/Parziale	15-29	No	No	Ascoltatore	No
40	CiecoTotale/Parziale	15-29	No	No	Ascoltatore	No
41	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
42	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
43	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
44	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
45	CiecoTotale/Parziale	15-29	No	No	Ascoltatore	No
46	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
47	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
48	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
49	CiecoTotale/Parziale	45-64	No	No	Ascoltatore	No
50	CiecoTotale/Parziale	15-29	No	No	Ascoltatore	No
51	CiecoTotale/Parziale	15-29	No	No	Ascoltatore	No
52	CiecoTotale/Parziale	30-44	No	No	Ascoltatore	No
53	CiecoTotale/Parziale	45-64	No	No	Ascoltatore	No
54	CiecoTotale/Parziale	30-44	Si	No	Ascoltatore	No
55	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
56	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
57	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
58	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
59	CiecoTotale/Parziale	0-14	No	No	Ascoltatore	No
60	CiecoTotale/Parziale	15-29	No	No	Ascoltatore	No
61	CiecoTotale/Parziale	15-29	No	No	Ascoltatore	No
62	CiecoTotale/Parziale	15-29	No	No	Ascoltatore	No
63	Ipovedente Grave	0-14	No	Si	Ascoltatore	Si
64	Ipovedente Grave	0-14	No	Si	Osservatore	Si
65	Ipovedente Grave	15-29	No	Si	Osservatore	Si
66	Ipovedente Lieve Me...	0-14	No	Si	Osservatore	Si
67	Ipovedente Lieve Me...	0-14	No	Si	Ascoltatore	Si
68	Ipovedente Grave	15-29	No	Si	Osservatore	Si
69	Ipovedente Grave	0-14	No	Si	Ascoltatore	No
70	Ipovedente Lieve Me...	0-14	No	Si	Osservatore	Si
71	Ipovedente Grave	0-14	No	Si	Ascoltatore	Si
72	Ipovedente Grave	0-14	No	Si	Osservatore	Si
73	Ipovedente Grave	30-44	No	Si	Osservatore	Si
74	Ipovedente Grave	30-44	No	Si	Ascoltatore	No
75	Ipovedente Grave	45-64	No	Si	Ascoltatore	Si
76	Ipovedente Grave	45-64	No	No	Ascoltatore	No

	CamLuce	CambScena	SagPers	Colori	Ambientazi	IdentiPers
39	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
40	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
41	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
42	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
43	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
44	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
45	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
46	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
47	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
48	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
49	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
50	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
51	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
52	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
53	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
54	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
55	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
56	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
57	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
58	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
59	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
60	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
61	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
62	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
63	Sempre	Qualche Volta	Sempre	Spesso	Mai	Qualche Volta
64	Sempre	Sempre	Sempre	Sempre	Qualche Volta	Qualche Volta
65	Sempre	Spesso	Spesso	Qualche Volta	Qualche Volta	Qualche Volta
66	Spesso	Spesso	Sempre	Sempre	Spesso	Spesso
67	Spesso	Spesso	Spesso	Spesso	Qualche Volta	Qualche Volta
68	Sempre	Sempre	Sempre	Spesso	Spesso	Spesso
69	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
70	Sempre	Sempre	Sempre	Sempre	Sempre	Spesso
71	Spesso	Sempre	Sempre	Sempre	Spesso	Spesso
72	Sempre	Sempre	Sempre	Sempre	Spesso	Qualche Volta
73	Sempre	Spesso	Spesso	Qualche Volta	Qualche Volta	Qualche Volta
74	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
75	Sempre	Sempre	Sempre	Spesso	Qualche Volta	Spesso
76	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai	Mai

	Sottotitoli	MovLenti	MoviVeloci	PartScher	IllumScena
39	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
40	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
41	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
42	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
43	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
44	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
45	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
46	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
47	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
48	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
49	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
50	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
51	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
52	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
53	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
54	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
55	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
56	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
57	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
58	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
59	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
60	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
61	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
62	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
63	Mai	Qualche Volta	Mai	Mai	Abbastanza i...
64	Mai	Qualche Volta	Mai	Qualche Volta	Importante
65	Mai	Spesso	Qualche Volta	Qualche Volta	MoltoImportante
66	Mai	Spesso	Spesso	Spesso	Di Assoluta Im...
67	Mai	Spesso	Qualche Volta	Mai	Importante
68	Qualche V...	Sempre	Qualche Volta	Sempre	Importante
69	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
70	Mai	Spesso	Spesso	Mai	Importante
71	Mai	Spesso	Qualche Volta	Spesso	Importante
72	Mai	Sempre	Qualche Volta	Sempre	MoltoImportante
73	Mai	Mai	Qualche Volta	Spesso	Importante
74	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...
75	Mai	Spesso	Qualche Volta	Qualche Volta	Di Assoluta Im...
76	Mai	Mai	Mai	Mai	Nessuna Impo...

	<b>ContrElem</b>	<b>ColoriAcc</b>	<b>ImpCVR</b>	<b>FamICT</b>
39	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	NessunaFamiliarità
40	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
41	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
42	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze di Base
43	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
44	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
45	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
46	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Esperto
47	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Esperto
48	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	NessunaFamiliarità
49	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	NessunaFamiliarità
50	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Esperto
51	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
52	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze di Base
53	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
54	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
55	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
56	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
57	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
58	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze di Base
59	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze di Base
60	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
61	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
62	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Nessuna Impo...	Esperto
63	Abbastanza i...	Importante	Abbastanza i...	Conoscenze di Base
64	Importante	Abbastanza i...	Importante	Conoscenze di Base
65	Nessuna Impo...	Abbastanza i...	Di Assoluta Im...	Conoscenze Interme...
66	Di Assoluta Im...	MoltoImportante	MoltoImportante	Esperto
67	MoltoImportante	Importante	Di Assoluta Im...	Conoscenze Interme...
68	Di Assoluta Im...	Nessuna Impo...	Di Assoluta Im...	Esperto
69	Di Assoluta Im...	Di Assoluta Im...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
70	Importante	Importante	MoltoImportante	Esperto
71	Nessuna Impo...	Importante	MoltoImportante	Conoscenze di Base
72	MoltoImportante	MoltoImportante	Di Assoluta Im...	Esperto
73	Importante	Di Assoluta Im...	Di Assoluta Im...	Conoscenze di Base
74	Di Assoluta Im...	Di Assoluta Im...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...
75	MoltoImportante	Importante	Importante	Esperto
76	Di Assoluta Im...	Di Assoluta Im...	Nessuna Impo...	Conoscenze Interme...

	OreSetUsICT	FreqSetTV	OreSetUsoTV	StrategieAVsenzaAD
39	0-8 Ore	Tutti i Giorni	17-24 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio
40	25-32 Ore	2 Volte a S...	0-8 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio
41	33-40 Ore	Tutti i Giorni	9-16 Ore	Utilizzare sistema audio Dolby
42	41 Ore e oltre	Tutti i Giorni	25-32 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio
43	33-40 Ore	Mai	0-8 Ore	Utilizzare sistema audio Dolby
44	25-32 Ore	3/4 Volte a ...	0-8 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio
45	41 Ore e oltre	1/4 Volte al...	0-8 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio
46	41 Ore e oltre	5/6 Volte a ...	33-40 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio
47	25-32 Ore	Tutti i Giorni	33-40 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio
48	0-8 Ore	Tutti i Giorni	41 Ore e oltre	Affidarsi esclusivamente al proprio
49	0-8 Ore	Tutti i Giorni	33-40 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio
50	41 Ore e oltre	2 Volte a S...	0-8 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio
51	25-32 Ore	Tutti i Giorni	9-16 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio
52	0-8 Ore	Tutti i Giorni	25-32 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio
53	9-16 Ore	2 Volte a S...	0-8 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio
54	41 Ore e oltre	Tutti i Giorni	9-16 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio
55	33-40 Ore	Mai	0-8 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio
56	25-32 Ore	5/6 Volte a ...	9-16 Ore	Utilizzare sistema audio Dolby
57	9-16 Ore	Tutti i Giorni	0-8 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio
58	33-40 Ore	Tutti i Giorni	25-32 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio
59	0-8 Ore	3/4 Volte a ...	0-8 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio
60	41 Ore e oltre	2 Volte a S...	0-8 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio
61	9-16 Ore	1/4 Volte al...	0-8 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio
62	41 Ore e oltre	3/4 Volte a ...	0-8 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio
63	9-16 Ore	Tutti i Giorni	17-24 Ore	Vicino Schermo, Illuminazione
64	0-8 Ore	Tutti i Giorni	9-16 Ore	Vicino Tv, Ingranditore, TVGrande
65	41 Ore e oltre	3/4 Volte a ...	9-16 Ore	Vicino TV, Illuminazione, TV
66	33-40 Ore	Tutti i Giorni	17-24 Ore	Vicino TV, Illuminazione, TV
67	0-8 Ore	5/6 Volte a ...	17-24 Ore	Sedere vicino allo schermo
68	33-40 Ore	Tutti i Giorni	0-8 Ore	Vicino TV, Ingranditore,
69	41 Ore e oltre	2 Volte a S...	0-8 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio
70	0-8 Ore	Tutti i Giorni	0-8 Ore	Vicino TV, Occhiali Speciali,
71	17-24 Ore	Tutti i Giorni	17-24 Ore	Vicino Schermo, Illuminazione
72	25-32 Ore	Tutti i Giorni	17-24 Ore	Vicino TV, Occhiali Speciali,
73	9-16 Ore	Tutti i Giorni	25-32 Ore	Vicino TV, Ingranditore,
74	9-16 Ore	2 Volte a S...	0-8 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio
75	33-40 Ore	1/4 Volte al...	0-8 Ore	Sedere vicino allo schermo
76	0-8 Ore	Tutti i Giorni	0-8 Ore	Affidarsi esclusivamente al proprio

	SoloVsAmi	RicInfo	SviTr	Av	LAz	TAz	Parl	EffSo	Inq
39	Da solo	Mai	No	No	No	No	No	No	No
40	Con un amic...	A volte	No	Sì	Sì	No	Sì	No	Sì
41	Da solo	Mai	No	No	No	No	N	No	No
42	Da solo	Mai	No	No	No	No	No	No	No
43	Da solo	Mai	No	No	No	No	N	No	No
44	Da solo	Mai	No	No	No	No	N	No	No
45	Con un amic...	Sempre	No	Sì	Sì	No	Sì	No	No
46	Da solo	Mai	No	No	No	No	N	No	No
47	Con un amic...	A volte	No	Sì	Sì	No	N	No	No
48	Da solo	Mai	No	No	No	No	N	No	No
49	Con un amic...	Mai	No	No	No	No	N	No	No
50	Da solo	Mai	No	No	No	No	N	No	No
51	Con un amic...	Mai	No	No	No	No	N	No	No
52	Con un amic...	Spesso	Sì	Sì	No	No	Sì	No	No
53	Con un amic...	Mai	No	No	No	No	N	No	No
54	Con un amic...	Mai	No	No	No	No	N	No	No
55	Da solo	Mai	No	No	No	No	N	No	No
56	Da solo	Mai	No	No	No	No	N	No	No
57	Da solo	Mai	No	No	No	No	N	No	No
58	Da solo	Mai	No	No	No	No	N	No	No
59	Da solo	Mai	No	No	No	No	N	No	No
60	Da solo	Mai	No	No	No	No	N	No	No
61	Da solo	Mai	No	No	No	No	N	No	No
62	Da solo	Mai	No	No	No	No	N	No	No
63	Da solo	Mai	No	No	No	No	N	No	No
64	Con un amic...	Raramente	No	Sì	Sì	No	Sì	No	No
65	Con un amic...	Spesso	Sì	Sì	No	No	N	No	Sì
66	Da solo	Mai	No	No	No	No	N	No	No
67	Con un amic...	Mai	No	No	No	No	N	No	No
68	Con un amic...	Mai	No	No	No	No	N	No	No
69	Con un amic...	A volte	Sì	Sì	Sì	No	N	Sì	No
70	Con un amic...	Raramente	No	No	No	No	N	No	No
71	Da solo	Mai	No	No	No	No	N	No	No
72	Da solo	Mai	No	No	No	No	N	No	No
73	Da solo	Mai	No	No	No	No	N	No	No
74	Con un amic...	Spesso	Sì	Sì	Sì	Sì	Sì	Sì	No
75	Con un amic...	Raramente	No	Sì	Sì	No	Sì	Sì	No
76	Da solo	Mai	No	No	No	No	N	No	No

	AspFis	Emo	Sc	TxtScr	TV	Dvd	Cinem	Teat	PcSP	Altro
39	No	No	No	No	Si	No	No	Si	No	No
40	Si	No	Si	Si	Si	No	Si	Si	No	No
41	No	No	No	No	Si	No	Si	Si	Si	No
42	No	No	No	No	Si	No	Si	Si	No	No
43	No	No	No	No	No	No	Si	Si	Si	No
44	No	No	No	No	No	No	Si	Si	No	No
45	Si	No	No	Si	No	Si	Si	No	No	No
46	No	No	No	No	No	No	No	No	Si	No
47	Si	No	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No
48	No	No	No	No	Si	No	No	No	No	No
49	No	No	No	No	Si	No	No	No	No	No
50	No	No	No	No	Si	No	Si	No	No	No
51	No	No	No	No	Si	No	Si	No	No	No
52	Si	No	No	Si	Si	No	Si	No	No	No
53	No	No	No	No	Si	No	Si	Si	No	No
54	No	No	No	No	No	No	No	No	Si	No
55	No	No	No	No	No	No	No	No	Si	No
56	No	No	No	No	Si	No	No	No	No	No
57	No	No	No	No	Si	No	Si	Si	No	No
58	No	No	No	No	Si	Si	Si	Si	Si	No
59	No	No	No	No	Si	No	No	Si	No	No
60	No	No	No	No	Si	Si	No	No	Si	No
61	No	No	No	No	Si	Si	No	No	No	No
62	No	No	No	No	Si	Si	Si	Si	Si	No
63	No	No	No	No	Si	No	No	No	Si	No
64	No	No	No	Si	Si	No	No	No	No	No
65	Si	No	No	Si	Si	No	No	No	No	No
66	No	No	No	No	Si	No	Si	Si	No	No
67	No	No	No	No	Si	No	Si	Si	No	No
68	No	No	No	No	Si	No	No	No	No	No
69	No	No	No	Si	Si	Si	No	No	Si	No
70	No	No	No	Si	Si	Si	Si	No	No	No
71	No	No	No	No	Si	No	No	Si	No	No
72	No	No	No	No	Si	No	Si	No	Si	No
73	No	No	No	No	Si	No	No	No	Si	No
74	No	Si	No	Si	Si	No	No	Si	Si	No
75	No	No	No	Si	No	Si	Si	Si	Si	No
76	No	No	No	No	Si	No	No	No	No	No

	<b>Drammatico</b>	<b>Comico</b>	<b>GialloThr</b>	<b>Azione</b>	<b>Storico</b>	<b>Anim</b>
39	Poco	Abbastanza	Per niente	Poco	Molto	Molto
40	Abbastanza	Normale	Poco	Poco	Abbastanza	Abbastanza
41	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza	Normale	Abbastanza	Abbastanza
42	Normale	Abbastanza	Abbastanza	Per niente	Normale	Per niente
43	Molto	Normale	Poco	Normale	Abbastanza	Per niente
44	Poco	Molto	Poco	Normale	Abbastanza	Per niente
45	Molto	Normale	Poco	Per niente	Poco	Normale
46	Molto	Per niente	Molto	Per niente	Per niente	Per niente
47	Normale	Abbastanza	Poco	Poco	Abbastanza	Poco
48	Normale	Per niente	Molto	Per niente	Molto	Per niente
49	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente	Abbastanza	Per niente
50	Abbastanza	Poco	Normale	Poco	Molto	Per niente
51	Molto	Per niente	Abbastanza	Per niente	Abbastanza	Per niente
52	Molto	Molto	Abbastanza	Poco	Molto	Normale
53	Normale	Per niente	Molto	Per niente	Abbastanza	Per niente
54	Poco	Molto	Molto	Per niente	Poco	Per niente
55	Abbastanza	Normale	Normale	Poco	Molto	Molto
56	Normale	Poco	Abbastanza	Normale	Molto	Normale
57	Abbastanza	Normale	Poco	Per niente	Molto	Normale
58	Normale	Poco	Poco	Poco	Abbastanza	Abbastanza
59	Poco	Abbastanza	Per niente	Per niente	Molto	Per niente
60	Abbastanza	Poco	Abbastanza	Normale	Poco	Per niente
61	Molto	Normale	Normale	Per niente	Normale	Molto
62	Normale	Abbastanza	Molto	Molto	Abbastanza	Per niente
63	Abbastanza	Molto	Abbastanza	Normale	Molto	Per niente
64	Normale	Abbastanza	Normale	Normale	Abbastanza	Per niente
65	Abbastanza	Normale	Abbastanza	Molto	Abbastanza	Per niente
66	Abbastanza	Abbastanza	Normale	Molto	Molto	Abbastanza
67	Normale	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza	Per niente
68	Normale	Molto	Molto	Normale	Poco	Per niente
69	Normale	Molto	Normale	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza
70	Normale	Molto	Normale	Normale	Poco	Per niente
71	Normale	Molto	Abbastanza	Per niente	Abbastanza	Per niente
72	Normale	Normale	Normale	Poco	Abbastanza	Poco
73	Molto	Normale	Molto	Per niente	Per niente	Molto
74	Poco	Molto	Poco	Abbastanza	Normale	Per niente
75	Molto	Poco	Abbastanza	Normale	Abbastanza	Normale
76	Poco	Molto	Per niente	Per niente	Per niente	Normale

	<b>Adulti</b>	<b>Horror</b>	<b>Fant</b>	<b>VidMusicali</b>	<b>Concerti</b>	<b>Docu</b>
39	Per niente	Per niente	Per niente	Poco	Normale	Molto
40	Per niente	Poco	Normale	Molto	Molto	Abbastanza
41	Per niente	Per niente	Poco	Poco	Normale	Abbastanza
42	Per niente	Poco	Poco	Normale	Molto	Per niente
43	Per niente	Poco	Per niente	Per niente	Abbastanza	Normale
44	Poco	Per niente	Normale	Abbastanza	Molto	Molto
45	Poco	Per niente	Per niente	Abbastanza	Abbastanza	Normale
46	Per niente	Poco	Poco	Molto	Molto	Molto
47	Per niente	Normale	Abbastanza	Abbastanza	Molto	Normale
48	Per niente	Per niente	Per niente	Normale	Molto	Molto
49	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente	Normale	Poco
50	Per niente	Poco	Poco	Normale	Abbastanza	Poco
51	Per niente	Per niente	Poco	Normale	Molto	Abbastanza
52	Per niente	Normale	Abbastanza	Molto	Molto	Abbastanza
53	Per niente	Poco	Normale	Per niente	Molto	Abbastanza
54	Per niente	Per niente	Per niente	Molto	Molto	Molto
55	Per niente	Per niente	Poco	Abbastanza	Abbastanza	Molto
56	Per niente	Poco	Poco	Poco	Abbastanza	Normale
57	Poco	Per niente	Per niente	Poco	Abbastanza	Abbastanza
58	Per niente	Per niente	Poco	Abbastanza	Normale	Poco
59	Per niente	Per niente	Normale	Per niente	Molto	Abbastanza
60	Per niente	Per niente	Normale	Abbastanza	Abbastanza	Molto
61	Per niente	Normale	Poco	Molto	Molto	Molto
62	Normale	Poco	Per niente	Normale	Molto	Molto
63	Per niente	Poco	Per niente	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza
64	Normale	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente	Poco
65	Normale	Per niente	Molto	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza
66	Abbastanza	Normale	Molto	Poco	Normale	Abbastanza
67	Per niente	Per niente	Per niente	Poco	Normale	Abbastanza
68	Normale	Poco	Normale	Poco	Normale	Molto
69	Abbastanza	Poco	Normale	Abbastanza	Molto	Molto
70	Normale	Poco	Normale	Molto	Molto	Molto
71	Normale	Per niente	Per niente	Normale	Molto	Abbastanza
72	Normale	Normale	Normale	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza
73	Poco	Per niente	Molto	Per niente	Poco	Molto
74	Per niente	Per niente	Poco	Molto	Molto	Molto
75	Normale	Normale	Normale	Abbastanza	Abbastanza	Normale
76	Per niente	Per niente	Per niente	Molto	Molto	Poco

	SerieIta	SerieStra	SoapIta	SoapStra	Notiziari	ProgSport
39	Molto	Poco	Per niente	Per niente	Molto	Per niente
40	Normale	Normale	Per niente	Poco	Abbastanza	Abbastanza
41	Normale	Abbastanza	Per niente	Normale	Abbastanza	Per niente
42	Molto	Poco	Abbastanza	Normale	Poco	Per niente
43	Poco	Abbastanza	Per niente	Poco	Molto	Per niente
44	Abbastanza	Abbastanza	Normale	Normale	Molto	Per niente
45	Poco	Per niente	Per niente	Per niente	Molto	Poco
46	Molto	Molto	Per niente	Per niente	Per niente	Molto
47	Molto	Abbastanza	Per niente	Per niente	Abbastanza	Abbastanza
48	Molto	Molto	Per niente	Per niente	Molto	Per niente
49	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente	Molto	Per niente
50	Abbastanza	Abbastanza	Per niente	Per niente	Molto	Abbastanza
51	Poco	Per niente	Per niente	Per niente	Normale	Per niente
52	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente	Molto	Normale
53	Per niente	Poco	Per niente	Per niente	Abbastanza	Poco
54	Abbastanza	Poco	Normale	Per niente	Molto	Per niente
55	Normale	Normale	Normale	Normale	Molto	Poco
56	Abbastanza	Abbastanza	Normale	Normale	Molto	Normale
57	Normale	Poco	Per niente	Per niente	Molto	Poco
58	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto	Abbastanza
59	Abbastanza	Per niente	Per niente	Per niente	Molto	Molto
60	Molto	Per niente	Per niente	Per niente	Abbastanza	Poco
61	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente	Poco	Per niente
62	Abbastanza	Abbastanza	Poco	Poco	Molto	Per niente
63	Normale	Normale	Poco	Poco	Molto	Per niente
64	Normale	Normale	Per niente	Per niente	Abbastanza	Abbastanza
65	Poco	Abbastanza	Per niente	Per niente	Molto	Molto
66	Normale	Poco	Per niente	Per niente	Molto	Abbastanza
67	Poco	Poco	Normale	Normale	Abbastanza	Per niente
68	Abbastanza	Molto	Per niente	Per niente	Normale	Molto
69	Abbastanza	Abbastanza	Normale	Normale	Molto	Molto
70	Molto	Molto	Normale	Normale	Molto	Per niente
71	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente	Normale	Per niente
72	Normale	Abbastanza	Per niente	Per niente	Normale	Poco
73	Molto	Per niente	Per niente	Per niente	Abbastanza	Per niente
74	Poco	Per niente	Per niente	Per niente	Molto	Poco
75	Per niente	Poco	Per niente	Per niente	Molto	Normale
76	Normale	Normale	Per niente	Per niente	Molto	Per niente

	Telequiz	Attualità	SpetTeatro	Lirica	AltGen	PreAD	Amici	Famil
39	Per niente	Molto	Normale	Per niente	0	Sì	No	No
40	Normale	Normale	Abbastanza	Normale	0	Sì	Sì	No
41	Normale	Normale	Abbastanza	Poco	Molto	Sì	No	No
42	Per niente	Normale	Molto	Per niente	0	Sì	No	No
43	Per niente	Abbastanza	Abbastanza	Poco	Norm...	Sì	No	No
44	Normale	Abbastanza	Molto	Normale	0	Sì	Sì	No
45	Poco	Abbastanza	Abbastanza	Per niente	Abba...	Sì	No	No
46	Molto	Molto	Per niente	Per niente	0	Sì	No	No
47	Molto	Normale	Abbastanza	Normale	0	Sì	Sì	No
48	Molto	Normale	Molto	Per niente	0	Sì	No	No
49	Molto	Abbastanza	Abbastanza	Poco	0	No	No	No
50	Poco	Normale	Abbastanza	Abbastan	0	Sì	Sì	No
51	Per niente	Abbastanza	Molto	Molto	0	Sì	No	No
52	Molto	Molto	Molto	Molto	0	Sì	Sì	No
53	Per niente	Normale	Molto	Normale	0	Sì	No	Sì
54	Molto	Molto	Abbastanza	Per niente	0	Sì	Sì	No
55	Normale	Abbastanza	Molto	Per niente	0	Sì	Sì	No
56	Abbastanza	Abbastanza	Normale	Poco	0	Sì	Sì	No
57	Normale	Molto	Abbastanza	Poco	0	Sì	No	No
58	Abbastanza	Molto	Molto	Abbastan	Molto	Sì	Sì	No
59	Normale	Per niente	Normale	Molto	0	Sì	No	No
60	Per niente	Normale	Molto	Molto	0	Sì	No	No
61	Poco	Normale	Poco	Per niente	0	Sì	No	No
62	Per niente	Abbastanza	Abbastanza	Abbastan	Abba...	Sì	No	No
63	Normale	Poco	Normale	Poco	0	Sì	Sì	No
64	Poco	Abbastanza	Abbastanza	Poco	0	Sì	Sì	No
65	Normale	Normale	Abbastanza	Per niente	0	Sì	Sì	No
66	Per niente	Normale	Abbastanza	Poco	0	Sì	No	No
67	Normale	Poco	Poco	Poco	0	Sì	Sì	No
68	Per niente	Normale	Per niente	Per niente	0	Sì	No	No
69	Abbastanza	Molto	Abbastanza	Poco	0	Sì	No	No
70	Molto	Molto	Poco	Per niente	0	Sì	Sì	Sì
71	Normale	Normale	Molto	Normale	0	Sì	No	No
72	Per niente	Normale	Abbastanza	Per niente	0	Sì	Sì	No
73	Molto	Abbastanza	Molto	Abbastan	0	Sì	No	No
74	Poco	Molto	Molto	Per niente	0	Sì	No	No
75	Poco	Poco	Abbastanza	Normale	0	Sì	No	No
76	Abbastanza	Molto	Molto	Per niente	0	Sì	No	No

	Assoc	Ist	SitoRAI	GuidaTV	Aaltro	ProvaAD	FreqUsoAD
39	No	No	No	Sì	N	Sì	1/4 Volte al mese
40	No	No	No	No	N	Sì	2 Volte a settimana
41	Sì	No	No	No	N	Sì	2 Volte a settimana
42	No	Sì	No	No	N	Sì	1/4 Volte al mese
43	No	No	No	No	Sì	Sì	2 Volte a settimana
44	Sì	No	No	No	N	Sì	1/4 Volte al mese
45	No	No	No	No	Sì	Sì	1/4 Volte al mese
46	No	No	No	No	Sì	Sì	Tutti i giorni
47	No	No	No	No	Sì	No	1/4 Volte al mese
48	Sì	No	No	No	N	No	Mai
49	No	No	No	No	N	Sì	Mai
50	No	No	No	No	N	Sì	Un paio di volte in tutta
51	No	No	No	No	Sì	Sì	Un paio di volte in tutta
52	Sì	No	No	No	N	Sì	Un paio di volte in tutta
53	Sì	No	No	No	N	Sì	Un paio di volte in tutta
54	Sì	No	No	No	N	Sì	Un paio di volte in tutta
55	Sì	No	No	No	N	Sì	1/4 Volte al mese
56	Sì	No	No	No	N	Sì	3/4 Volte a settimana
57	Sì	No	Sì	No	Sì	Sì	Un paio di volte in tutta
58	No	No	No	No	N	Sì	Un paio di volte in tutta
59	No	No	No	No	Sì	Sì	Un paio di volte in tutta
60	Sì	No	No	No	N	Sì	5/6 Volte a settimana
61	No	No	Sì	No	N	No	Mai
62	Sì	No	No	No	N	Sì	2 Volte a settimana
63	Sì	No	No	No	N	Sì	1/4 Volte al mese
64	Sì	No	No	No	N	Sì	1/4 Volte al mese
65	Sì	No	No	No	N	Sì	1/4 Volte al mese
66	Sì	No	No	No	N	Sì	1/4 Volte al mese
67	Sì	Sì	No	No	N	Sì	Un paio di volte in tutta
68	No	No	Sì	No	N	No	Mai
69	No	No	No	No	Sì	Sì	Un paio di volte in tutta
70	No	No	Sì	No	N	Sì	Un paio di volte in tutta
71	No	No	No	No	Sì	Sì	1/4 Volte al mese
72	No	No	No	No	N	No	Mai
73	No	No	No	No	N	Sì	Un paio di volte in tutta
74	Sì	No	No	No	N	Sì	Un paio di volte in tutta
75	Sì	No	No	No	N	Sì	Un paio di volte in tutta
76	Sì	No	No	No	N	No	Un paio di volte in tutta

	HrSetUsAD	TvAD	DvdAD	CinAD	TeatAD	PcSPAD	Audiofilm	NoBis
39	0-8 Ore	No	No	No	No	No	Sì	L'intervistato
40	0-8 Ore	Sì	No	Sì	No	No	Sì	L'intervistato
41	0-8 Ore	No	Sì	No	Sì	Sì	Sì	L'intervistato
42	0-8 Ore	No	No	Sì	Sì	Sì	Sì	L'intervistato
43	0-8 Ore	No	No	No	No	Sì	Sì	L'intervistato
44	0-8 Ore	No	No	Sì	Sì	No	No	L'intervistato
45	0-8 Ore	Sì	No	No	No	No	Sì	L'intervistato
46	41 Ore e oltre	No	No	No	No	Sì	Sì	L'intervistato
47	0-8 Ore	No	No	No	No	Sì	Sì	L'intervistato
48	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Normale
49	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Per niente
50	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Normale
51	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Per niente
52	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Per niente
53	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Normale
54	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Per niente
55	0-8 Ore	No	No	No	No	No	Sì	L'intervistato
56	9-16 Ore	Sì	No	Sì	No	No	No	L'intervistato
57	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Per niente
58	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Per niente
59	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Per niente
60	9-16 Ore	No	Sì	No	No	Sì	Sì	L'intervistato
61	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Per niente
62	0-8 Ore	Sì	No	Sì	No	No	No	L'intervistato
63	0-8 Ore	Sì	No	No	Sì	No	No	L'intervistato
64	0-8 Ore	No	No	Sì	No	No	No	L'intervistato
65	0-8 Ore	No	No	No	No	No	Sì	L'intervistato
66	0-8 Ore	No	No	Sì	No	No	No	L'intervistato
67	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Per niente
68	0-8 Ore	No	No	No	No	No	No	Poco
69	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Per niente
70	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Poco
71	0-8 Ore	Sì	No	No	Sì	No	No	L'intervistato
72	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Molto
73	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Normale
74	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Per niente
75	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Per niente
76	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Per niente

	<b>NonSoAcceder</b>	<b>NonMiPiaceAD</b>	<b>NoQualità</b>	<b>NoAttrezzatura</b>
39	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
40	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
41	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
42	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
43	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
44	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
45	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
46	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
47	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
48	Molto	Per niente	Per niente	Per niente
49	Molto	Per niente	Per niente	Per niente
50	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza	Per niente
51	Molto	Abbastanza	Per niente	Per niente
52	Molto	Per niente	Poco	Per niente
53	Abbastanza	Per niente	Poco	Per niente
54	Molto	Molto	Abbastanza	Per niente
55	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
56	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
57	Poco	Per niente	Poco	Per niente
58	Molto	Per niente	Per niente	Per niente
59	Molto	Per niente	Poco	Per niente
60	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
61	Normale	Per niente	Per niente	Per niente
62	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
63	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
64	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
65	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
66	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
67	Molto	Per niente	Per niente	Per niente
68	Poco	Molto	Per niente	Per niente
69	Poco	Abbastanza	Per niente	Per niente
70	Molto	Per niente	Per niente	Per niente
71	L'intervistato util...	L'intervistato utiliz...	L'intervistato	L'intervistato utiliz...
72	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente
73	Poco	Per niente	Per niente	Per niente
74	Abbastanza	Per niente	Per niente	Per niente
75	Poco	Abbastanza	Per niente	Per niente
76	Molto	Per niente	Per niente	Per niente

	Baltro	ADSoloVsAm	RicInf	SvilTrAD	AvAD	LAzAD	TAzAD	PaAD
39	L'intervistat	Da Solo	Mai	No	N	No	No	No
40	L'intervistat	Da Solo	Mai	No	N	No	No	No
41	L'intervistat	Con Amico...	Mai	No	N	No	No	No
42	L'intervistat	Con Amico...	A volte	No	Sì	No	No	No
43	L'intervistat	Da Solo	Mai	No	N	No	No	No
44	L'intervistat	Con Amico...	A volte	No	Sì	Sì	No	No
45	L'intervistat	Con Amico...	Mai	No	N	No	No	No
46	L'intervistat	Da Solo	Mai	No	N	No	No	No
47	L'intervistat	Da Solo	Mai	No	N	No	No	No
48	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	N	No	No	No
49	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	N	No	No	No
50	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	N	No	No	No
51	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	N	No	No	No
52	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	N	No	No	No
53	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	N	No	No	No
54	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	N	No	No	No
55	L'intervistat	Da Solo	Mai	No	N	No	No	No
56	L'intervistat	Da Solo	Mai	No	N	No	No	No
57	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	N	No	No	No
58	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	N	No	No	No
59	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	N	No	No	No
60	L'intervistat	Da Solo	Mai	No	N	No	No	No
61	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	N	No	No	No
62	L'intervistat	Con Amico...	Mai	No	N	No	No	No
63	L'intervistat	Con Amico...	A volte	No	Sì	No	No	Sì
64	L'intervistat	Con Amico...	Mai	No	N	No	No	No
65	L'intervistat	Da Solo	Mai	No	N	No	No	No
66	L'intervistat	Con Amico...	A volte	Sì	Sì	Sì	Sì	No
67	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	N	No	No	No
68	Controllare	Non utilizz...	Mai	No	N	No	No	No
69	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	N	No	No	No
70	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	N	No	No	No
71	L'intervistat	Da Solo	Mai	No	N	No	No	No
72	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	N	No	No	No
73	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	N	No	No	No
74	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	N	No	No	No
75	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	N	No	No	No
76	L'intervistat	Non utilizz...	Mai	No	N	No	No	No

	<b>EfSoAD</b>	<b>InqAD</b>	<b>AsPAD</b>	<b>EmoAD</b>	<b>ScAD</b>	<b>TxtScAD</b>	<b>TvAD</b>	<b>IngAD</b>	<b>OcSpeAD</b>
39	No	No	No	No	No	No	No	No	No
40	No	No	No	No	No	No	No	No	No
41	No	No	No	No	No	No	No	No	No
42	No	Si	No	No	No	Si	No	No	No
43	No	No	No	No	No	No	No	No	No
44	No	No	Si	No	Si	No	No	No	No
45	No	No	No	No	No	No	No	No	No
46	No	No	No	No	No	No	No	No	No
47	No	No	No	No	No	No	No	No	No
48	No	No	No	No	No	No	No	No	No
49	No	No	No	No	No	No	No	No	No
50	No	No	No	No	No	No	No	No	No
51	No	No	No	No	No	No	No	No	No
52	No	No	No	No	No	No	No	No	No
53	No	No	No	No	No	No	No	No	No
54	No	No	No	No	No	No	No	No	No
55	No	No	No	No	No	No	No	No	No
56	No	No	No	No	No	No	No	No	No
57	No	No	No	No	No	No	No	No	No
58	No	No	No	No	No	No	No	No	No
59	No	No	No	No	No	No	No	No	No
60	No	No	No	No	No	No	No	No	No
61	No	No	No	No	No	No	No	No	No
62	No	No	No	No	No	No	No	No	No
63	No	No	No	No	No	No	Si	No	No
64	No	No	No	No	No	No	No	No	No
65	No	No	No	No	No	No	No	No	No
66	No	Si	Si	Si	Si	No	Si	No	No
67	No	No	No	No	No	No	No	No	No
68	No	No	No	No	No	No	No	No	No
69	No	No	No	No	No	No	No	No	No
70	No	No	No	No	No	No	No	No	No
71	No	No	No	No	No	No	No	No	No
72	No	No	No	No	No	No	No	No	No
73	No	No	No	No	No	No	No	No	No
74	No	No	No	No	No	No	No	No	No
75	No	No	No	No	No	No	No	No	No
76	No	No	No	No	No	No	No	No	No

	Ill	TvAD	DoSrnd	Udito	CvrAD	VedentiAD	Quando
39	N	No	No	Sì	Non è presente	No	Nessun
40	N	No	No	Sì	Non è presente	Sì	Faccende
41	N	No	Sì	No	Non è presente	Sì	Faccende
42	N	No	No	Sì	Non è presente	No	Nessun
43	N	No	Sì	No	Non è presente	Sì	Tempo
44	N	No	No	Sì	Non è presente	No	Nessun
45	N	No	No	Sì	Non è presente	Sì	Faccende
46	N	No	Sì	No	Non è presente	No	Nessun
47	N	No	No	Sì	Non è presente	No	Nessun
48	N	No	No	No	Non è presente	No	Nessun
49	N	No	No	No	Non è presente	No	Nessun
50	N	No	No	No	Non è presente	No	Nessun
51	N	No	No	No	Non è presente	No	Nessun
52	N	No	No	No	Non è presente	No	Nessun
53	N	No	No	No	Non è presente	No	Nessun
54	N	No	No	No	Non è presente	No	Nessun
55	N	No	No	Sì	Non è presente	Sì	Tempo libero
56	N	No	No	No	Non è presente	No	Nessun
57	N	No	No	No	Non è presente	No	Nessun
58	N	No	No	No	Non è presente	No	Nessun
59	N	No	No	No	Non è presente	No	Nessun
60	N	No	No	Sì	Non è presente	No	Nessun
61	N	No	No	No	Non è presente	No	Nessun
62	N	No	No	Sì	Non è presente	No	Nessun
63	N	No	No	No	Si cerca di cogliere	Sì	Faccende
64	N	No	No	No	Si cerca di cogliere	No	Nessun
65	N	No	No	Sì	Non si guarda in	Sì	Faccende
66	Sì	Sì	Sì	No	Si cerca di cogliere	No	Nessun
67	N	No	No	No	Non è presente	No	Nessun
68	N	No	No	No	Non è presente	No	Nessun
69	N	No	No	No	Non è presente	No	Nessun
70	N	No	No	No	Non è presente	No	Nessun
71	N	No	No	Sì	Non si guarda in	Sì	Tempo libero
72	N	No	No	No	Non è presente	No	Nessun
73	N	No	No	No	Non è presente	No	Nessun
74	N	No	No	No	Non è presente	No	Nessun
75	N	No	No	No	Non è presente	No	Nessun
76	N	No	No	No	Non è presente	No	Nessun

	DetVista	InfoSerAD	AccAD	IcrPrdtAD	DramAD	ComicoAD
39	Per niente	Molto	Molto	Molto	Per niente	Abbastanza
40	Per niente	Molto	Normale	Molto	Molto	Molto
41	Per niente	Molto	Molto	Molto	Abbastanza	Normale
42	Per niente	Molto	Molto	Abbastanza	Molto	Molto
43	Per niente	Molto	Abbastanza	Molto	Normale	Normale
44	Per niente	Molto	Molto	Molto	Abbastanza	Molto
45	Per niente	Poco	Poco	Abbastanza	Molto	Abbastanza
46	Per niente	Molto	Molto	Molto	Molto	Per niente
47	Normale	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto
48	Per niente	Molto	Molto	Molto	Molto	Per niente
49	Molto	Molto	Molto	Abbastanza	Per niente	Per niente
50	Normale	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza	Molto	Abbastanza
51	Per niente	Molto	Molto	Abbastanza	Molto	Normale
52	Per niente	Molto	Molto	Abbastanza	Molto	Molto
53	Per niente	Molto	Molto	Abbastanza	Molto	Per niente
54	Per niente	Molto	Molto	Molto	Abbastanza	Molto
55	Per niente	Molto	Molto	Abbastanza	Normale	Abbastanza
56	Per niente	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza	Normale	Normale
57	Per niente	Molto	Abbastanza	Molto	Molto	Normale
58	Per niente	Normale	Molto	Molto	Abbastanza	Per niente
59	Per niente	Molto	Normale	Molto	Normale	Molto
60	Per niente	Molto	Molto	Molto	Abbastanza	Normale
61	Per niente	Molto	Abbastanza	Abbastanza	Molto	Molto
62	Per niente	Molto	Molto	Molto	Normale	Normale
63	Molto	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza	Normale	Abbastanza
64	Abbastanza	Molto	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza
65	Molto	Molto	Molto	Per niente	Abbastanza	Normale
66	Molto	Molto	Normale	Molto	Abbastanza	Abbastanza
67	Molto	Molto	Molto	Molto	Poco	Abbastanza
68	Fattori Psic...	Fattori Psic...	Fattori Psic...	Fattori Psic...	6	6
69	Per niente	Molto	Molto	Molto	Normale	Abbastanza
70	Molto	Molto	Molto	Molto	Normale	Molto
71	Molto	Normale	Normale	Molto	Normale	Molto
72	Molto	Molto	Molto	Normale	Per niente	Per niente
73	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto	Poco
74	Per niente	Abbastanza	Abbastanza	Molto	Normale	Molto
75	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto	Poco
76	Per niente	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto

	ThrillerAD	AzioneAD	StoricoAD	AnimAD	AdultAD	HorraA
39	Normale	Per niente	Molto	Molto	Per niente	Per niente
40	Molto	Molto	Abbastanza	Molto	Per niente	Poco
41	Abbastanza	Poco	Abbastanza	Abbastanza	Poco	Per niente
42	Molto	Molto	Molto	Molto	Per niente	Normale
43	Abbastanza	Molto	Normale	Per niente	Per niente	Normale
44	Normale	Normale	Molto	Normale	Per niente	Per niente
45	Poco	Per niente	Poco	Abbastanza	Per niente	Per niente
46	Molto	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente	Poco
47	Normale	Normale	Molto	Normale	Normale	Normale
48	Molto	Per niente	Molto	Per niente	Per niente	Per niente
49	Per niente	Per niente	Abbastanza	Per niente	Per niente	Per niente
50	Normale	Abbastanza	Abbastanza	Poco	Per niente	Per niente
51	Molto	Abbastanza	Molto	Normale	Per niente	Per niente
52	Abbastanza	Poco	Molto	Normale	Per niente	Normale
53	Abbastanza	Per niente	Molto	Per niente	Per niente	Poco
54	Molto	Poco	Per niente	Poco	Per niente	Per niente
55	Abbastanza	Poco	Molto	Abbastanza	Poco	Per niente
56	Abbastanza	Normale	Abbastanza	Normale	Per niente	Poco
57	Poco	Per niente	Molto	Normale	Per niente	Per niente
58	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza	Molto	Per niente	Per niente
59	Molto	Molto	Poco	Molto	Per niente	Per niente
60	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza	Poco	Per niente	Per niente
61	Molto	Molto	Molto	Molto	Per niente	Molto
62	Abbastanza	Molto	Molto	Molto	Normale	Poco
63	Abbastanza	Normale	Abbastanza	Per niente	Per niente	Per niente
64	Molto	Normale	Abbastanza	Poco	Normale	Poco
65	Abbastanza	Molto	Abbastanza	Normale	Per niente	Per niente
66	Normale	Molto	Abbastanza	Molto	Abbastanza	Abbasta...
67	Poco	Abbastanza	Molto	Per niente	Poco	Per niente
68	6	6	6	6	6	6
69	Abbastanza	Molto	Abbastanza	Molto	Molto	Normale
70	Normale	Poco	Abbastanza	Per niente	Abbastanza	Normale
71	Normale	Per niente	Normale	Per niente	Normale	Per niente
72	Per niente					
73	Molto	Per niente	Per niente	Molto	Poco	Per niente
74	Normale	Molto	Abbastanza	Molto	Per niente	Poco
75	Molto	Normale	Abbastanza	Abbastanza	Normale	Normale
76	Molto	Normale	Normale	Molto	Per niente	Per niente

	FantAD	VidMusical AD	ConcertiAD	DocAD	SerieItaAD	SerieStraAD
39	Per niente	Poco	Poco	Molto	Molto	Normale
40	Molto	Molto	Molto	Molto	Abbastanza	Abbastanza
41	Poco	Abbastanza	Normale	Normale	Abbastanza	Abbastanza
42	Poco	Molto	Molto	Per niente	Molto	Molto
43	Poco	Per niente	Per niente	Abbastanz	Normale	Abbastanza
44	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto
45	Per niente	Abbastanza	Normale	Abbastanz	Poco	Poco
46	Poco	Molto	Per niente	Per niente	Abbastanza	Molto
47	Abbastanza	Normale	Per niente	Abbastanz	Molto	Normale
48	Per niente	Per niente	Molto	Molto	Molto	Molto
49	Per niente	Per niente	Normale	Poco	Per niente	Per niente
50	Poco	Abbastanza	Molto	Normale	Normale	Abbastanza
51	Normale	Normale	Abbastanza	Molto	Abbastanza	Molto
52	Poco	Molto	Molto	Abbastanz	Abbastanza	Normale
53	Poco	Poco	Molto	Molto	Per niente	Normale
54	Per niente	Molto	Molto	Molto	Normale	Per niente
55	Normale	Normale	Normale	Molto	Poco	Poco
56	Poco	Per niente	Per niente	Poco	Normale	Normale
57	Poco	Abbastanza	Molto	Molto	Normale	Normale
58	Abbastanza	Molto	Abbastanza	Per niente	Poco	Poco
59	Molto	Molto	Per niente	Normale	Per niente	Per niente
60	Normale	Abbastanza	Abbastanza	Molto	Abbastanza	Normale
61	Molto	Per niente	Per niente	Molto	Per niente	Per niente
62	Abbastanza	Abbastanza	Poco	Molto	Abbastanza	Abbastanza
63	Per niente	Poco	Abbastanza	Abbastanz	Per niente	Per niente
64	Poco	Per niente	Per niente	Poco	Poco	Poco
65	Molto	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanz	Normale	Abbastanza
66	Abbastanza	Poco	Normale	Normale	Normale	Normale
67	Per niente	Normale	Normale	Abbastanz	Abbastanza	Molto
68	6	6	6	6	6	6
69	Abbastanza	Normale	Abbastanza	Molto	Molto	Molto
70	Normale	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto
71	Per niente	Normale	Per niente	Molto	Normale	Per niente
72	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente
73	Molto	Poco	Poco	Molto	Molto	Per niente
74	Poco	Molto	Molto	Molto	Normale	Poco
75	Normale	Poco	Poco	Abbastanz	Poco	Poco
76	Per niente	Per niente	Per niente	Normale	Normale	Poco

	SoapItaAD	SoapStraAD	NotiziariAD	ProgSporAD	TelequizAD	AttualitàAD
39	Per niente	Per niente	Molto	Per niente	Per niente	Molto
40	Normale	Normale	Molto	Molto	Poco	Abbastanza
41	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente
42	Molto	Molto	Abbastanza	Per niente	Per niente	Abbastanza
43	Per niente	Normale	Poco	Molto	Per niente	Normale
44	Normale	Normale	Molto	Per niente	Molto	Normale
45	Per niente	Per niente	Per niente	Poco	Per niente	Normale
46	Per niente	Per niente	Per niente	Molto	Per niente	Molto
47	Per niente	Poco	Per niente	Molto	Poco	Poco
48	Per niente	Per niente	Molto	Normale	Per niente	Molto
49	Per niente	Per niente	Molto	Per niente	Molto	Abbastanza
50	Poco	Poco	Abbastanza	Molto	Poco	Normale
51	Poco	Normale	Abbastanza	Per niente	Poco	Molto
52	Normale	Poco	Molto	Poco	Molto	Molto
53	Per niente	Per niente	Normale	Per niente	Per niente	Per niente
54	Normale	Per niente	Molto	Normale	Molto	Molto
55	Poco	Poco	Abbastanza	Per niente	Per niente	Abbastanza
56	Normale	Normale	Poco	Poco	Poco	Normale
57	Per niente	Per niente	Normale	Normale	Normale	Abbastanza
58	Per niente	Per niente	Abbastanza	Per niente	Per niente	Per niente
59	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente
60	Poco	Poco	Abbastanza	Normale	Abbastanza	Abbastanza
61	Per niente	Per niente	Poco	Per niente	Per niente	Molto
62	Normale	Normale	Per niente	Poco	Poco	Abbastanza
63	Per niente	Per niente	Abbastanza	Per niente	Normale	Normale
64	Normale	Normale	Normale	Abbastanza	Poco	Poco
65	Per niente	Per niente	Molto	Poco	Normale	Abbastanza
66	Poco	Poco	Abbastanza	Abbastanza	Poco	Normale
67	Poco	Poco	Molto	Poco	Abbastanza	Abbastanza
68	6	6	6	6	6	6
69	Abbastanza	Abbastanza	Molto	Molto	Molto	Molto
70	Normale	Normale	Molto	Per niente	Molto	Molto
71	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente
72	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente
73	Per niente	Per niente	Abbastanza	Per niente	Molto	Molto
74	Per niente	Per niente	Molto	Poco	Poco	Abbastanza
75	Per niente	Per niente	Normale	Normale	Poco	Poco
76	Poco	Poco	Poco	Per niente	Per niente	Poco

	SpetTeatAD	LiricaAD	AIGeAD	TvAD	DvdAD	CinemAD	TeatrAD
39	Normale	Per niente	.	Molto	Per niente	Normale	Normale
40	Molto	Molto	.	Molto	Molto	Molto	Molto
41	Abbastanza	Normale	.	Molto	Molto	Molto	Molto
42	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto
43	Molto	Poco	.	Molto	Molto	Molto	Molto
44	Molto	Molto	.	Abba...	Molto	Molto	Molto
45	Abbastanza	Per niente	.	Molto	Molto	Molto	Normale
46	Per niente	Per niente	.	Molto	Per niente	Molto	Per niente
47	Molto	Normale	.	Abba...	Molto	Molto	Molto
48	Molto	Per niente	.	Molto	Normale	Molto	Molto
49	Abbastanza	Poco	.	Abba...	Poco	Poco	Abbastanza
50	Molto	Abbastanza	.	Abba...	Abbastanza	Molto	Molto
51	Molto	Molto	.	Abba...	Molto	Molto	Molto
52	Molto	Molto	.	Molto	Molto	Molto	Molto
53	Abbastanza	Per niente	.	Norm...	Per niente	Abbastanza	Molto
54	Molto	Per niente	.	Molto	Molto	Molto	Molto
55	Abbastanza	Per niente	.	Molto	Molto	Abbastanza	Normale
56	Normale	Poco	.	Molto	Abbastanza	Abbastanza	Normale
57	Molto	Abbastanza	.	Molto	Molto	Molto	Molto
58	Molto	Molto	Poco	Molto	Molto	Molto	Molto
59	Molto	Molto	.	Molto	Per niente	Abbastanza	Molto
60	Molto	Molto	.	Molto	Molto	Molto	Molto
61	Molto	Molto	.	Molto	Molto	Molto	Molto
62	Molto	Normale	Abba...	Molto	Abbastanza	Molto	Molto
63	Abbastanza	Abbastanza	.	Molto	Poco	Abbastanza	Molto
64	Abbastanza	Per niente	.	Molto	Normale	Abbastanza	Abbastanza
65	Molto	Per niente	.	Molto	Molto	Molto	Molto
66	Normale	Poco	.	Norm...	Abbastanza	Abbastanza	Molto
67	Abbastanza	Per niente	.	Molto	Molto	Molto	Molto
68	6	Per niente	.	6	6	6	6
69	Molto	Abbastanza	.	Molto	Molto	Molto	Molto
70	Poco	Per niente	.	Molto	Molto	Molto	Per niente
71	Normale	Per niente	.	Abba...	Molto	Abbastanza	Abbastanza
72	Per niente	Per niente	.	Per n...	Per niente	Per niente	Per niente
73	Molto	Poco	.	Molto	Molto	Molto	Normale
74	Molto	Poco	.	Molto	Molto	Molto	Molto
75	Normale	Poco	.	Norm...	Molto	Molto	Abbastanza
76	Abbastanza	Per niente	.	Molto	Normale	Molto	Molto

	ICTAD	AudFilmAD	TelecParl	IdSonCanTV	DescSoPRG	PaliSon
39	Per niente	Molto	Molto	Molto	Abbastanza	Molto
40	Molto	Molto	Molto	Per niente	Molto	Molto
41	Molto	Normale	Normale	Abbastanza	Abbastanza	Poco
42	Molto	Molto	Poco	Molto	Molto	Molto
43	Molto	Molto	Normale	Abbastanza	Poco	Molto
44	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto
45	Abbasta...	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto
46	Abbasta...	Abbastanza	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente
47	Abbasta...	Molto	Normale	Molto	Molto	Molto
48	Normale	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto
49	Per niente	Normale	Abbasta...	Abbastanza	Normale	Abbastanza
50	Normale	Poco	Abbasta...	Abbastanza	Normale	Molto
51	Molto	Poco	Molto	Molto	Molto	Molto
52	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto
53	Abbasta...	Normale	Molto	Molto	Abbastanza	Molto
54	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto
55	Abbasta...	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto
56	Normale	Abbastanza	Poco	Normale	Normale	Normale
57	Molto	Normale	Poco	Molto	Abbastanza	Normale
58	Molto	Abbastanza	Poco	Poco	Molto	Molto
59	Molto	Normale	Molto	Molto	Molto	Molto
60	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto
61	Molto	Molto	Molto	Molto	Poco	Molto
62	Abbasta...	Molto	Molto	Molto	Molto	Abbastanza
63	Normale	Abbastanza	Molto	Molto	Abbastanza	Abbastanza
64	Abbasta...	Abbastanza	Abbasta...	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza
65	Abbasta...	Molto	Molto	Molto	Molto	Abbastanza
66	Poco	Poco	Abbasta...	Abbastanza	Molto	Molto
67	Abbasta...	Poco	Molto	Molto	Molto	Molto
68	6	6	6	6	6	6
69	Molto	Normale	Abbasta...	Molto	Molto	Molto
70	Abbasta...	Abbastanza	Molto	Molto	Molto	Molto
71	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto
72	Per niente	Per niente	Per niente	Molto	Molto	Per niente
73	Molto	Poco	Molto	Molto	Molto	Molto
74	Normale	Normale	Molto	Abbastanza	Molto	Molto
75	Abbasta...	Per niente	Per niente	Per niente	Normale	Molto
76	Abbasta...	Normale	Per niente	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza

	<b>PulAccAD</b>	<b>DescrSrvzAD</b>	<b>SimBAD</b>	<b>MenùSon</b>	<b>DescrExtra</b>	<b>DescrRegia</b>
39	Molto	Poco	Molto	Normale	Molto	Per niente
40	Molto	Per niente	Molto	Molto	Molto	Molto
41	Molto	Normale	Molto	Molto	Abbastanza	Normale
42	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto
43	Molto	Normale	Molto	Molto	Molto	Molto
44	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto
45	Molto	Poco	Molto	Molto	Molto	Molto
46	Per niente	Per niente	Molto	Molto	Per niente	Per niente
47	Molto	Molto	Normale	Molto	Molto	Abbastanza
48	Per niente	Per niente	Molto	Molto	Molto	Molto
49	Molto	Molto	Abbastanza	Normale	Abbastanza	Per niente
50	Molto	Poco	Normale	Abbastanza	Poco	Abbastanza
51	Molto	Normale	Molto	Molto	Molto	Molto
52	Molto	Molto	Molto	Molto	Abbastanza	Molto
53	Poco	Molto	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente
54	Molto	Molto	Per niente	Molto	Abbastanza	Poco
55	Poco	Poco	Molto	Abbastanza	Abbastanza	Molto
56	Abbastanza	Poco	Normale	Abbastanza	Molto	Normale
57	Molto	Normale	Abbastanza	Molto	Molto	Abbastanza
58	Molto	Poco	Abbastanza	Molto	Molto	Molto
59	Molto	Per niente	Molto	Molto	Molto	Per niente
60	Molto	Normale	Per niente	Molto	Molto	Molto
61	Molto	Molto	Molto	Molto	Per niente	Molto
62	Molto	Abbasta...	Molto	Molto	Molto	Molto
63	Molto	Normale	Abbastanza	Abbastanza	Per niente	Abbastanza
64	Abbastanza	Abbasta...	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza	Normale
65	Molto	Poco	Molto	Molto	Molto	Molto
66	Normale	Poco	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza	Normale
67	Molto	Normale	Molto	Molto	Molto	Molto
68	6	6	6	6	6	6
69	Molto	Normale	Normale	Molto	Molto	Abbastanza
70	Molto	Normale	Molto	Molto	Molto	Poco
71	Molto	Molto	Molto	Normale	Per niente	Per niente
72	Molto	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente	Per niente
73	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto	Molto
74	Molto	Poco	Molto	Abbastanza	Normale	Per niente
75	Abbastanza	Per niente	Molto	Molto	Molto	Normale
76	Molto	Poco	Abbastanza	Molto	Molto	Normale

	<b>ImmaginiAD</b>	<b>Motivazioni</b>
39	Molto	Inclusione Sociale
40	Molto	Inclusione Sociale
41	Molto	Inclusione Sociale
42	Normale	Inclusione Sociale
43	Normale	Inclusione Sociale
44	Normale	Inclusione Sociale
45	Molto	Inclusione Sociale
46	Normale	Inclusione Sociale
47	Molto	Inclusione Sociale
48	Per niente	Non mi interessano le
49	Normale	Inclusione Sociale
50	Normale	Inclusione Sociale
51	Molto	Inclusione Sociale
52	Abbastanza	Inclusione Sociale
53	Abbastanza	Inclusione Sociale
54	Per niente	Non mi interessano le
55	Per niente	Non mi interessano le
56	Abbastanza	Inclusione Sociale
57	Abbastanza	Inclusione Sociale
58	Normale	Inclusione Sociale
59	Molto	Inclusione Sociale
60	Per niente	Non mi interessano le
61	Molto	Con le immagini il
62	Molto	Inclusione Sociale
63	Normale	Mi permettono di
64	Normale	Mi permettono di
65	Molto	Inclusione Sociale
66	Molto	Mi permettono di
67	Abbastanza	Mi permettono di
68	6	Motivazioni
69	Poco	Non sempre riesco a ...
70	Abbastanza	Mi permettono di
71	Normale	Non sempre riesco a ...
72	Molto	Mi permettono di
73	Molto	Inclusione Sociale
74	Abbastanza	Con le immagini il
75	Molto	Mi permettono di
76	Poco	Non sempre riesco a ...

	<b>Sesso</b>	<b>Età</b>	<b>Associazione</b>	<b>Istruzione</b>
77	Donna	15-29	U.I.C.I.	Laurea o Titolo Superiore

	<b>GLV</b>	<b>Insorgenza</b>	<b>Disabilità</b>	<b>CVR</b>	<b>OssVsAsc</b>	<b>InfCVR</b>
77	Ipovedente	15-29	No	Sì	Ascoltatore	Sì

	<b>CamLuce</b>	<b>CamSc</b>	<b>SagPers</b>	<b>Colori</b>	<b>Ambientazioni</b>	<b>IdentiPers</b>
77	Qualche	Spesso	Qualche..	Spesso	Qualche Volta	Qualche

	<b>Sottotitoli</b>	<b>MovLenti</b>	<b>MovVeloci</b>	<b>PartiSchermo</b>	<b>IllumScena</b>
77	Mai	Qualche	Mai	Spesso	Di Assoluta Im...

	<b>ContrElement</b>	<b>ColoriAccesi</b>	<b>ImportanzCVR</b>	<b>FamiliaritàICT</b>
77	Di Assoluta Im...	MoltoImportante	Importante	Conoscenze Interme...

	OreSetUsICT	FreqSetTV	OreSetUsoTV	StrategieAVsenzaAD
77	33-40 Ore	3/4 Volte a ...	0-8 Ore	Vicino Schermo,

	SolVsAmico	RichInfo	SvilTr	Avv	LAz	TAz	Parl	EfSon	Inq
77	Con un amic...	Sempre	Sì	Sì	Sì	No	Sì	No	No

	<b>AspFis</b>	<b>Emo</b>	<b>Ambie</b>	<b>TxtScr</b>	<b>TV</b>	<b>Dvd</b>	<b>Cinema</b>	<b>TeaT</b>	<b>PcSp</b>	<b>Altro</b>
77	Si	No	Si	Si	No	No	No	No	Si	No

	<b>Dramm</b>	<b>Comico</b>	<b>Thriller</b>	<b>Azione</b>	<b>Storico</b>	<b>Animazione</b>
77	Normale	Abbastanza	Normale	Per niente	Poco	Abbastanza

	<b>Adulti</b>	<b>Horror</b>	<b>Fantascienza</b>	<b>ViMusical</b>	<b>Concerti</b>	<b>Documentari</b>
77	Per niente	Poco	Per niente	Normale	Abbastanza	Poco

	<b>SerieIta</b>	<b>SerieStra</b>	<b>SoapIta</b>	<b>SoapStra</b>	<b>Notiziari</b>	<b>ProgSport</b>
77	Normale	Molto	Per niente	Per niente	Poco	Per niente

	<b>Telequiz</b>	<b>Attualità</b>	<b>SpetTeatro</b>	<b>Lirica</b>	<b>AltGen</b>	<b>PreD</b>	<b>Amici</b>	<b>Familiari</b>
77	Per niente	Poco	Abbastanza	Abbastanza	0	Sì	No	No

	<b>Assoc</b>	<b>Istituto</b>	<b>SitRAI</b>	<b>GuidaTV</b>	<b>Aaltro</b>	<b>ProvaAD</b>	<b>FreqUsoAD</b>
7	No	No	No	No	Si	No	M

	<b>OreSetUsAD</b>	<b>TvAD</b>	<b>DVdAD</b>	<b>CineAD</b>	<b>TeatAD</b>	<b>PcSpAD</b>	<b>Audiofilm</b>	<b>NoBisogno</b>
77	Nessun uso	No	No	No	No	No	No	Abbast

	<b>NonSoAccedere</b>	<b>NonMiPiaceAD</b>	<b>NoQualità</b>	<b>NoAttrezzatura</b>
77	Normale	Per niente	Per niente	Per niente

	<b>Baltro</b>	<b>ADSoloVsAmico</b>	<b>RicInfo</b>	<b>SvTrAD</b>	<b>AvvAD</b>	<b>LAzAD</b>	<b>TAzAD</b>	<b>ParAD</b>
77	L'intervis	Non utilizz...	Mai	No	No	No	No	No

	<b>EffSonAD</b>	<b>InqAD</b>	<b>AsPe AD</b>	<b>Emo AD</b>	<b>SceneAD</b>	<b>TxtS AD</b>	<b>VicTVA D</b>	<b>IngrAD</b>	<b>OccSpecAD</b>
77	No	No	No	No	No	No	No	No	No

	<b>III</b>	<b>TvGrandeAD</b>	<b>DlbySrrnd</b>	<b>Udito</b>	<b>UsoCvreAD</b>	<b>VedAD</b>	<b>Quando</b>
77	No	No	No	No	Non è presente	No	Nessun utilizzo

	<b>DetVista</b>	<b>InfSerAD</b>	<b>AccAD</b>	<b>IcrPrAD</b>	<b>DramAD</b>	<b>ComicoAD</b>
77	Abbastanza	Molto	Normale	Abbastanza	Abbastanza	Abbastanza

	<b>ThrillerAD</b>	<b>AzioneAD</b>	<b>StoricoAD</b>	<b>AnAD</b>	<b>AdultiAD</b>	<b>HorrAD</b>
77	Normale	Per niente	Poco	Abbastanza	Per niente	Normale

	<b>FantasAD</b>	<b>ViMusicaliAD</b>	<b>ConcertiAD</b>	<b>DocuAD</b>	<b>SerieItaAD</b>	<b>SerieStraAD</b>
77	Poco	Normale	Abbastanza	Normale	Normale	Molto

	<b>SoapItaAD</b>	<b>SoapStraAD</b>	<b>NotiziariAD</b>	<b>PrgSpoAD</b>	<b>TelequizAD</b>	<b>AttualitàAD</b>
77	Per niente	Per niente	Normale	Poco	Poco	Normale

	<b>SpetTeatAD</b> $\Sigma$	<b>LiricaAD</b>	<b>AltGeAd</b>	<b>TvAD</b>	<b>DvdAD</b>	<b>CinemAD</b>	<b>TeatAD</b>
77	Abbastanza	Abbastanza	.	Molto	Molto	Molto	Abbastanza

	<b>IctAD</b>	<b>AudFilAD</b>	<b>TelecParl</b>	<b>IdSonCanTV</b>	<b>DescrSonPRG</b>	<b>PalSon</b>
77	Molto	Abbastanza	Abbasta...	Molto	Molto	Molto

	<b>PulsAccAD</b>	<b>DesSrvzAD</b>	<b>SimboloAD</b>	<b>MenùSonoro</b>	<b>DescrExtra</b>	<b>DescrRegia</b>
77	Abbastanza	Abbasta...	Abbastanza	Molto	Abbastanza	Normale

	<b>ImmaginiAD</b>	<b>Motivazioni</b>
77	Abbastanza	Mi permettono di sfrutt...