

Culture e industrie della televisione

Laboratorio sui formati e i generi televisivi

EBU VISION 2020

A.A: 2015/2016

DIPARTIMENTO DI
COMUNICAZIONE E
RICERCA SOCIALE



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Prof.ssa Mihaela Gavrilă

mihaela.gavrila@uniroma1.it

 @mihaelagavrila



- L'*European Broadcasting Union* è la principale associazione mondiale dei media di servizio pubblico (PSM-Public Service Media)
- L'EBU conta 73 membri di 56 paesi diversi che investono su 780 TV e 1040 radio e trasmettono in 123 lingue diverse rivolgendosi a 1.03 miliardi di persone
- Altri 34 Associati operano in Asia, Africa e nelle Americhe
- L'EBU copre anche l'Eurovisione e l'Euroradio
- La *mission* dell'EBU è quella di dimostrare l'importanza dei media di servizio pubblico, rendendoli supportandoli e rafforzandoli attraverso prodotti e servizi di alta qualità e fornendo ai propri membri centri per l'apprendimento e la condivisione. In questo modo, si cerca di concedere gli strumenti necessari per affrontare le sfide del futuro e i cambiamenti tecnologici, economici, sociali e quelli propri dei comportamenti delle audience
- Per aiutare i media di servizio pubblico ad affrontare al meglio i cambiamenti, l'EBU ha lanciato nel 2012 il programma *VISION2020*, che permette ai vari membri di interagire tra loro guardando al futuro.



VISION 2020

Le domande chiave di questo progetto sono:

- I media di servizio pubblico (PSM) come possono affrontare i cambiamenti nel panorama dei consumi mediatici?
- Come si possono decidere i contenuti in un mercato sempre più competitivo?
- Come si fa ad rimanere in primo piano di fronte a un mercato affollato di nuove piattaforme?
- Quali ruoli per il futuro?



Networked society



Il cambiamento più importante per i PSM è il continuo emergere di una *networked society*. Questo è dovuto dalla combinazione di due tendenze:

- La *frammentazione*, che a sua volta è il prodotto di fattori quali l'espandersi dell'individualizzazione, la globalizzazione e l'urbanizzazione combinati all'erosione delle istituzioni tradizionali come la famiglia, la religione e le relazioni lavorative. Emergono reti temporanee;
- La *digitalizzazione* che offre continue possibilità di connessione, condivisione, interazione attraverso i (social) media ovunque e in qualunque momento e la creazione di nuovi contenuti.

Tutto ciò richiama la metafora del *free jazz*, la «composizione» fluida e sempre in divenire, contraddistinta dall'improvvisazione all'interno di certi ruoli e accordi taciti.

Networked society



Nonostante la radio e la tv rimarranno centrali in futuro e una parte sostanziale delle audience continuerà ad essere off line, bisogna prepararsi ad affrontare un graduale spostamento verso una società in rete con un numero sostanziale di individui «digitalizzati».





Nonostante la radio e la tv rimarranno centrali in futuro e una parte sostanziale delle audience continuerà ad essere off line, bisogna prepararsi ad affrontare un graduale spostamento verso una società in rete con un numero sostanziale di individui «digitalizzati».

Ciò significa:

- uno spostamento verso contenuti più personalizzati e on demand
- L'arrivo di nuovi media player e una competizione crescente nel tentativo di interrompere il legame esistente tra servizio pubblico e pubblici
- Pressioni sui bilanci, tra cui rientreranno sempre più tagli nei confronti della spesa a favore del servizio pubblico al quale si richiederà, inoltre, un maggiore rapporto qualità/prezzo
- La diminuzione della fiducia verso le istituzioni, minando così la legittimazione del servizio pubblico.





- In quanto istituzione culturale il servizio pubblico può modellare un mercato che può soddisfare la società ad ogni livello e in cui le identità nazionali e regionali possano riflettersi.
- Il servizio pubblico deve imporsi come forza unitaria e trainante in una società frammentata e polarizzata.
- Il servizio pubblico deve evolversi traducendo i valori dell'informazione, dell'intrattenimento e dell'educazione all'interno un nuovo contesto, quello della networked society, sviluppando nuovi ruoli, curando, condividendo e connettendo i propri obiettivi con i pubblici, le altre istituzioni pubbliche e le industrie culturali che veicolano valori pubblici

TOP 10 Recommendations

1. Capire meglio i pubblici

- *Incrementare e sfruttare la ricerca per comprendere al meglio la composizione delle società di riferimento (stili di vita, interessi, comunità) e i suoi bisogni.*
- *Abbattimento delle barriere che ostacolano l'accesso degli individui alle piattaforme on line*
- *Considerazione dei feedback dei pubblici e di dati dei singoli utenti per la definizione dei contenuti*



TOP 10 Recommendations

2. Incremento del coinvolgimento infodiversità (ecologia sociale)

- *Se si vuole che le audience vengano coinvolte, occorre coinvolgerle. Ciò comporta l'attuazione di nuove e differenti strategie di comunicazione.*
- *La diversità è presa in considerazione in senso ampio (età, sociale/culturale, etnica, genere, religione, stile di vita, etc.)*



TOP 10 Recommendations

3. Priorità del portfolio

È necessario migliorare continuamente e sviluppare programmi e servizi in termini di qualità, diversità, interazione, personalizzazione e contesto, tenendo conto delle pressioni sui budget

PORTFOLIO

PRIORITY

TOP 10 Recommendations

4. Essere la più rilevante e affidabile fonte di informazione

- *L'agenda setting (news, attualità, documentari,) dovrebbe sempre essere la priorità numero uno*
- *Adottare una strategia che privilegia Internet significa divenire la prima fonte a cui le persone si rivolgono per informarsi*
- *Adottare la formula del being first affiancandola a quella del being right*
- *Proporre analisi dettagliate, investigare tenendo conto di varie angolazioni. Evitare il sensazionalismo*



TOP 10 Recommendations

5. Essere più rilevanti per le audience giovanili

- *I più giovani richiedono particolari strategie per richiamare la loro attenzione*
- *Dedicarsi ad un segmento ampiamente connesso spingerà il servizio pubblico a divenire networked in maniera più rapida*
 - *I giovani sono il futuro*
- *Occorre adattare i contenuti ai loro bisogni e interessi, fornendo gli stessi contenuti sulle piattaforme on line*

TOP 10 Recommendations

6. Potenziare, curare, condividere

- *PMS ha molteplici occasioni per creare valore aggiunto per i pubblici di una networked society*
- *Occorre condividere i contenuti, digitalizzare e rendere accessibili gli archivi*
 - *È opportuno svolgere un ruolo positivo nell'ecosistema dei media. Cooperare con i quotidiani e con le industrie culturali locali può essere una buona strategia*
- *Potenziare i pubblici divenendo un PSM di supporto alla comunità, soprattutto nei momenti di emergenza (disastri, problemi sociali, etc.)*



TOP 10 Recommendations

7. Accelerare lo sviluppo e l'innovazione

- *È necessario adattare le infrastrutture all'ambiente dei nuovi media e divenire la chiave dell'innovazione*
- *Occorre sviluppare una strategia organizzativa e definire un certo numero di aree in cui il servizio pubblico può essere il promotore dell'innovazione e dello sviluppo tecnologico*
 - *Destinare parte del budget per l'innovazione*
- *Investire nel miglioramento delle immagini e dei suoni e adottare tecniche produttive che siano flessibili, veloci, più economiche e mobili*
 - *Ideare strategie di produzione e diffusione attraverso multi-piattaforme prevedendo l'utilizzo di megadata e algoritmi*

TOP 10 Recommendations

8. Essere importanti

- *Mantenere la copertura universale, assicurandosi che i principali canali siano accessibili a tutti e gratuitamente*
 - *Rivedere le strategie di distribuzione, divenendo accessibili su nuove piattaforme, tenendo conto anche della distribuzione attraverso i mobile devices*
 - *Favorire nuove partnership cercando di definire il design di nuove piattaforme cercando di essere reattivi di fronte ad eventuali errori*
 - *Investire in ricerca e sviluppo soprattutto in riferimento a mezzi di produzione, algoritmi di raccomandazione e altri strumenti di personalizzazione e navigazione*

TOP 10 Recommendations

9. Trasformare la cultura organizzativa e la leadership

- *La transizione verso una networked organization prevedere una trasformazione della struttura organizzativa e nella cultura del PSM*
- *Favorire lo sviluppo di una cultura che supporti i valori pubblici, le interazioni e le partnership*
- *Investire nel cambiamento della mentalità dei dipendenti e renderli più flessibili, agili e comunicativi*
- *Applicare i principi di indipendenza, reattività e efficacia con coraggio*
 - *Favorire la cooperazione internazionale per supportare la convergenza*

TOP 10 Recommendations

10. Adattamento

- *Ideare una visione di lungo termine sul posizionamento del servizio pubblico all'interno della triade Governo, mercato, società*
 - *Fare in modo che il PSM divenga un importante promotore e produttore di cultura*
 - *Promuovere la media education nelle scuole e università*
- *Promuovere la “proprietà delle audience” rendendole partecipi agli eventi, allo sviluppo dei format e nel supporto alla comunità*