



Studio sui bisogni delle persone cieche e con disabilità visive in relazione alle offerte audiovisive mediatiche nazionali

Relazione finale

3 giugno 2024

Esther Sève, Qualinsight

Dorit Horst, Uservalue

Indice

1. EXECUTIVE SUMMARY	3
2. OBIETTIVI E CONTESTO	6
2.1. MANDATO DELLA SSR SULL'ACCESSIBILITÀ E QUADRO GIURIDICO	6
2.2. EVOLUZIONE DELLA FRUIZIONE MEDIATICA E NUOVE SFIDE	6
2.3. OBIETTIVI DELLO STUDIO	6
2.4. APPROCCIO.....	7
3. STUDIO PARZIALE QUALITATIVO	8
3.1. OBIETTIVI DELLO STUDIO PARZIALE QUALITATIVO	8
3.2. METODO DELLO STUDIO PARZIALE QUALITATIVO	8
3.2.1. PARTECIPANTI	8
3.2.2. GUIDA ALL'INTERVISTA.....	8
3.3. RISULTATI DELLO STUDIO QUALITATIVO.....	9
3.3.1. ABITUDINI DI CONSUMO DEI MEDIA AUDIOVISIVI.....	9
3.3.2. QUALI BARRIERE SI PRESENTANO?.....	19
3.3.3. COME VIENE PERCEPITA L'OFFERTA DELLA SSR?.....	23
3.3.4. QUAL È IL POTENZIALE DELLE INNOVAZIONI PRESENTATE?	24
3.4. CONCLUSIONI DEL PRIMO STUDIO PARZIALE	28
4. STUDIO PARZIALE QUANTITATIVO	30
4.1. METODO DELLO STUDIO PARZIALE QUANTITATIVO	30
4.2. PROFILO DELLE PERSONE INTERVISTATE	33
4.3. CONSUMO MEDIATICO E DISPOSITIVI MULTIMEDIALI DI PERSONE CON DISABILITÀ VISIVA....	39
4.4. MOTIVAZIONI E ASPETTATIVE VERSO I CONTENUTI AUDIO E VIDEO	52
4.5. SODDISFAZIONE E PROBLEMI DI ACCESSIBILITÀ ALL'OFFERTA DELLA SSR	56
4.6. AUDIODESCRIZIONE: UTILIZZO, ASPETTATIVE E OTTIMIZZAZIONI	69
4.7. PRINCIPALI POSSIBILITÀ DI MIGLIORAMENTO.....	75
5. SINTESI DELLE PRINCIPALI RISULTANZE	77
5.1. PROFILI UTENTE IN BASE AI RISULTATI QUALITATIVI E QUANTITATIVI	5
5.1.1. UTENZA GIOVANE E INTERCONNESSA ALLA RICERCA D'INTRATTENIMENTO.....	6
5.1.2. PERSONE ATTIVE CON DISABILITÀ VISIVA INFORMATE E IMPEGNATE DAI 35 AI 54 ANNI.....	7
5.1.3. UTENZA MATURA CON DISABILITÀ VISIVA DAI 55 ANNI IN SU, CHE APPREZZA I MEDIA TRADIZIONALI.....	9
5.1.4. COMPORTAMENTO MEDIATICO E ASPETTATIVE DELLE PERSONE TOTALMENTE CIECHE.....	10
6. CONCLUSIONI E RACCOMANDAZIONI	13
6.1. AUDIODESCRIZIONE	13
6.2. TESTO E GRAFICI SULLO SCHERMO	14
6.3. MODERAZIONE E PROGRAMMI	15
6.4. COMUNICAZIONE E VISIBILITÀ.....	15
6.5. ACCESSIBILITÀ DEI CONTENUTI DIGITALI.....	15
7. ALLEGATI	17

1. Executive Summary

Contesto e obiettivi

La Legge federale sulla radiotelevisione (LRTV) impone alla Società svizzera di radiotelevisione (SSR) l'obbligo di rendere accessibile la propria programmazione alle persone con disabilità sensoriali. I rapidi cambiamenti nella fruizione dei media, dovuti in particolare all'offerta non lineare, multi-screen e digitale, pongono alle persone con disabilità visive o cieche nuove sfide, e fanno emergere nuove esigenze e opportunità. La SSR e l'Unione centrale svizzera per il bene dei ciechi (UCBCiechi) hanno commissionato insieme il presente studio, allo scopo di comprendere meglio gli effetti di tali sviluppi. In una prima fase, nelle tre regioni linguistiche svizzere si sono svolte 20 interviste approfondite con utenza ipovedente e cieca, finalizzate a identificare i punti critici e le possibili soluzioni. I risultati acquisiti sono quindi stati approfonditi e consolidati attraverso un sondaggio online su un campione più vasto.

Utilizzo intenso di contenuti audio e video

I risultati sottolineano l'importanza dei contenuti audiovisivi per le persone con disabilità visive. I media più fruiti sono la TV in diretta e la radio (in particolare dalle persone più anziane), ma anche la televisione in differita e, in minor misura, la radio in differita / i podcast nonché i video su YouTube vengono ampiamente utilizzati (soprattutto dalle persone più giovani). Sono relativamente meno usati i servizi streaming come Netflix o Disney+.

Complessivamente, il consumo dei media audiovisivi avviene soprattutto tramite lo smartphone che, grazie alla funzione di voiceover integrata è per lo più percepito come privo di barriere. Abbiamo potuto osservare che l'utenza naviga in modo molto fluido con voiceover e che con questa funzione le applicazioni SSR Play sono facilmente accessibili anche per le persone cieche. Le persone partecipanti fruiscono dei contenuti della SSR più frequentemente tramite la televisione, seguita dalla radio, dalle applicazioni SSR e infine dal sito web e dalle applicazioni di podcast. Le persone del nostro gruppo target desiderano innanzitutto informarsi e mantenersi aggiornate sulle tematiche sociali, poco importa se tramite TV o radio. Inoltre, attribuiscono valore all'approfondimento degli interessi e all'apprendimento. Relax e intrattenimento occupano la terza posizione. Ciò si rispecchia nei contenuti più utilizzati come le notizie, i documentari e i reportage, e anche nell'esigenza di audiodescrizione particolarmente spiccata per le trasmissioni informative e culturali.

Barriere alla fruizione soprattutto per quanto riguarda la televisione: accesso all'audiodescrizione, al testo sullo schermo, barriere nelle piattaforme digitali

Un'ampia maggioranza si sente tuttavia limitata nell'utilizzo dei media audiovisivi. Mentre per la fruizione di contenuti audio solo un quarto delle persone partecipanti si avvale, almeno occasionalmente, dell'aiuto di altre persone, per quanto riguarda i contenuti video si tratta di quasi la metà. La necessità di ricorrere all'aiuto di persone «vedenti» è vissuta in gran parte negativamente, poiché in contrasto con il bisogno di autonomia. Le barriere più frequentemente rilevate sono l'accesso ai contenuti TV in differita dall'apparecchio televisivo. Anche l'accesso all'audiodescrizione della TV in diretta risulta spesso impossibile e non è chiaro se il contenuto non è disponibile o se sussiste un problema tecnico. Le persone cieche non hanno accesso al testo sullo schermo, mentre per l'utenza con disabilità visive minori un'importante barriera è costituita dalla scarsa leggibilità del testo (ad es. sottotitoli troppo veloci, caratteri troppo piccoli o contrasto insufficiente). Altri problemi di accessibilità all'offerta online segnalati dall'utenza riguardano in particolare Play Suisse e diverse pagine web della SSR (rts.ch, srf.ch, rsi.ch), tra cui l'accesso al programma televisivo sul sito web.

Soddisfazione riguardo all'offerta della SSR, ma necessità di migliorare l'accessibilità

La maggior parte delle persone intervistate si dice soddisfatta dell'offerta della SSR, in particolare relativamente ai contenuti audio. Viene tuttavia rimarcato che la SSR in qualità di emittente nazionale presenta ancora margini di miglioramento, proprio per quanto concerne l'accessibilità all'offerta: gran parte dei problemi riguardano l'apparecchio televisivo, seguito dalle applicazioni e dalle pagine web, contrariamente alla radio, meno interessata. Le frustrazioni ricorrenti sono dovute all'audiodescrizione non disponibile o non accessibile nel caso di documentari, film, serie e trasmissioni sportive, così come alle barriere delle pagine web e delle applicazioni. Le persone intervistate lamentano inoltre l'inaccessibilità al testo sullo schermo; spesso si perdono informazioni importanti visualizzate soltanto sotto forma di testo o di indicazione visiva (ad es. nomi, denominazioni professionali, grafici informativi, prodotti, numero di gol ecc.).

L'audiodescrizione non è ancora sufficientemente nota e non rappresenta la soluzione migliore per tutte le persone con disabilità visiva

Nonostante la maggioranza abbia dimestichezza con l'offerta di audiodescrizione della SSR, questa risulta sconosciuta a quasi un quarto delle persone intervistate. Una parte di loro, soprattutto chi è affetto da disabilità minori, non usufruisce dell'audiodescrizione perché non la ritiene necessaria. Vi sono tutta una serie di altri motivi che impediscono la fruizione dell'audiodescrizione (tra cui problemi tecnici, scarsa reperibilità, contenuti mancanti, disturbo di altre persone, troppi dettagli nelle descrizioni ecc.).

In generale, il bisogno di ricorrere all'audiodescrizione dipende fortemente dal grado di disabilità visiva. Mentre tra le persone cieche l'audiodescrizione viene utilizzata quando è disponibile, chi presenta disabilità minori ha l'esigenza di una maggiore flessibilità (ad es. la possibilità di attivare o disattivare l'audiodescrizione a seconda delle scene, adattare l'accuratezza dei dettagli ecc.).

Anche la newsletter contenente informazioni sui nuovi contenuti di audiodescrizione è risultata per lo più sconosciuta. Questo è particolarmente deplorabile, visto l'interesse espresso da molte persone. Una grande maggioranza valuta positivamente la qualità dell'audiodescrizione della SSR. Vi è l'esigenza di una descrizione oggettiva delle informazioni rilevanti per la trama. Se lo sport è seguito da una fetta minore di partecipanti, le e gli appassionati di sport desiderano tuttavia un'accessibilità migliore a questi contenuti (ad es. audiodescrizione per le gare di sci, descrizioni più dettagliate delle partite di calcio).

Proposte di miglioramento riguardo all'audiodescrizione, all'integrazione di persone con disabilità visiva, alla migliore accessibilità al testo, alle pagine web e alle applicazioni

L'esigenza di più audiodescrizione interessa soprattutto i reportage e i documentari, seguiti dai film; è proprio l'«utenza più assidua» a richiedere una quantità maggiore di serie audiodescritte. Pur sempre un terzo desidera più audiodescrizione per le notizie e lo sport, nonché le trasmissioni comiche, i concerti e le trasmissioni di satira. Complessivamente, viene attribuita meno importanza all'audiodescrizione delle previsioni del tempo, dei giochi televisivi e dei talk show. Un altro aspetto ritenuto importante è la maggiore integrazione delle persone con disabilità visiva nei programmi e nei team della SSR, oltre che il miglioramento della leggibilità dei testi sullo schermo. Tra le persone partecipanti, circa un terzo considera importante la sensibilizzazione delle moderatrici e dei moderatori nonché delle presentatrici e dei presentatori della SSR, la lettura di testo sullo schermo tramite voci sintetiche e un accesso più flessibile all'audiodescrizione. L'ottimizzazione dell'accessibilità ai canali online della SSR viene richiesta da un quarto delle persone partecipanti. Una priorità minore è assegnata all'ampliamento dell'offerta di contenuti esclusivamente audio, così come allo sviluppo di introduzioni audio o all'estensione dell'offerta di audiodescrizione tramite voci sintetiche. Nelle interviste sono state valutate qualitativamente diverse possibilità di innovazione, tra cui l'utilizzo di voci sintetiche di elevata qualità, ad es. per la descrizione di contenuti informativi o la lettura di sottotitoli, giudicate in larga misura positivamente. Nonostante i feedback contrastanti sull'audiodescrizione ampliata e sull'ottimizzazione delle immagini, a tale proposito sono necessari altri studi per riuscire a rilevare tutto il potenziale di queste innovazioni. Dalle nostre conclusioni emerge però come anche in questo ambito la possibilità di adeguare individualmente i contenuti (come la scelta dell'accuratezza di dettagli o della voce, della sfocatura sullo sfondo, di un maggiore contrasto) sia un'esigenza.

L'analisi delle interviste approfondite ha evidenziato notevoli differenze nell'utilizzo, nella motivazione e nelle aspettative nei confronti dei media per quanto riguarda l'età, il grado di disabilità visiva e il rapporto con la tecnologia. Il confronto con i dati quantitativi rileva anche differenze nell'utilizzo, le quali variano in particolare a seconda dell'età e del grado di disabilità visiva. In sintesi, sono stati identificati i seguenti quattro profili.

1. GIOVANI IN RETE ALLA RICERCA DI INTRATTENIMENTO (16-34 ANNI)

- Hanno una grande affinità con i contenuti di intrattenimento (serie, film, ...) e sono abili nell'uso delle offerte digitali.
- Per via della navigazione fluida, lo smartphone è l'apparecchio che prediligono.
- Fruiscono più spesso in differita che in diretta, più serie e meno notizie e ascoltano più raramente la radio rispetto agli altri profili.
- Utilizzano le applicazioni SSR con la stessa frequenza degli altri profili, più contenuti sportivi e si dicono complessivamente meno soddisfatti dei contenuti audio e video della SSR.
- L'interazione sociale sui contenuti audiovisivi è un motivo decisivo per l'utilizzo.

2. PERSONE ATTIVE INFORMATE E IMPEGNATE (35-54 ANNI)

- Dimostrano un forte interesse a informarsi e a comprendere le sfide della società attraverso i contenuti radio, ma anche televisivi.
- Usano una varietà di apparecchi, la televisione in misura superiore alla media, il PC, il tablet e lo smart speaker.
- Apprezzano un accesso ai media à la carte, compatibile con la loro quotidianità. Utilizzano le applicazioni della SSR.
- I contenuti che prediligono sono documentari e magazine, e guardano anche più serie.

3. UTENTI IN ETÀ MATURA CHE APPREZZANO I MEDIA TRADIZIONALI (55+ ANNI)

- Sono persone ancora fortemente legate ai media tradizionali come la televisione e la radio.
- Preferiscono la televisione e le offerte lineari, anche per mantenere un legame con il mondo.
- Il passaggio ai media digitali in alcuni casi rappresenta una sfida, spesso le interfacce utente risultano troppo complesse.
- Le difficoltà di accesso ai contenuti della SSR appaiono più pronunciate per questo profilo, che chiede maggiore audiodescrizione e migliore accessibilità al testo. Ciononostante, nel complesso mostrano un elevato grado di soddisfazione nei confronti della SSR.
- L'attivazione dell'audiodescrizione non risulta sempre facile.

4. UTENZA CIECA CON UTILIZZO PREDOMINANTE DI AUDIO

- Smartphone e contenuti audio costituiscono i principali punti d'accesso. Le applicazioni della SSR offrono un accesso importante ai contenuti audio e video.

- La motivazione principale è informarsi, inoltre in questo caso è più spiccata l'esigenza di condividere le esperienze con altre persone.
- L'audiodescrizione viene ritenuta preziosa e necessaria, ma non tutte e tutti conoscono l'offerta.
- Si aspettano un ampio catalogo di programmi con audiodescrizione.

Le nostre raccomandazioni vertono su quattro temi principali

(1) Audiodescrizione: ampliare l'offerta con audiodescrizione, in particolare dei contenuti più popolari come i documentari, i reportage, i film e le serie. Nell'audiodescrizione del telegiornale, dare la priorità all'audiodescrizione di grafici informativi e sequenze non commentate, mentre nell'intrattenimento la descrizione dovrebbero limitarsi agli elementi visivi importanti. Il nostro studio qualitativo dimostra inoltre che la maggior parte di utenti ritiene accettabile l'uso di voci sintetiche per l'audiodescrizione. Pertanto, ciò può essere preso in considerazione soprattutto per i reportage, i programmi d'informazione e la lettura di testo.

(2) Accessibilità a testo e grafici sullo schermo: consigliamo di rendere più accessibili il testo e le illustrazioni sullo schermo, ad esempio tenendo maggiormente conto del contrasto e riproducendo il testo a caratteri più grandi e per un tempo prolungato, di sensibilizzare le moderatrici e i moderatori e/o di impiegare le voci sintetiche per arricchire l'offerta priva di barriere. Inoltre, occorrerebbe sensibilizzare le moderatrici e i moderatori, come anche le commentatrici e i commentatori ai problemi di accessibilità delle persone con disabilità visive, coinvolgendole attivamente.

(3) Comunicazione e notorietà: è fondamentale comunicare ampiamente la disponibilità dell'audiodescrizione e offrire una possibilità di risoluzione dei problemi tecnici (ad es. tramite video esplicativi o FAQ), anche con l'aiuto delle associazioni. Si consiglia una maggiore pubblicizzazione dell'offerta di audiodescrizione nonché della newsletter.

(4) Accessibilità di servizi digitali: l'accessibilità alle pagine web e alle applicazioni SSR va migliorata e la compatibilità con gli strumenti di ausilio utilizzati e con terzi offerenti (come Headend) deve continuare a essere garantita. Inoltre, nelle applicazioni della SSR si dovrebbero implementare le funzioni di personalizzazione specifiche per utenti con disabilità visive, come l'evidenziazione di contenuti con audiodescrizione nei risultati di ricerca, la possibilità di attivare e disattivare l'audiodescrizione nel corso di una trasmissione, l'attivazione della lettura di testo con voci sintetiche ecc.

2. Obiettivi e contesto

2.1. Mandato della SSR sull'accessibilità e quadro giuridico

Il mandato legale conferito alla SSR in qualità di servizio pubblico audiovisivo prevede l'obbligo di rendere la programmazione accessibile alle persone con disabilità sensoriali. La Legge federale sulla radiotelevisione (LRTV) stabilisce che la SSR adatti una parte adeguata delle sue trasmissioni alle esigenze delle persone audiolese e ipovedenti (art. 7 cpv. 3 LRTV).

A tale proposito la SSR ha stipulato un accordo per i servizi con sette associazioni che rappresentano le persone con disabilità sensoriali in Svizzera. L'attuale Concessione SSR 2023-2027 definisce ad esempio un'offerta ulteriormente ampliata di audiodescrizione (da 1440 ore nel 2023 a 2000 ore entro il 2027).

2.2. Evoluzione della fruizione mediatica e sfide

Un'importante sfida strategica per la SSR, che va oltre gli obblighi legali, è rappresentata dalla garanzia dell'accessibilità all'offerta in un contesto di rapido mutamento della fruizione mediatica. Con l'ascesa del consumo multiscreen non lineare e delle piattaforme digitali che raggiungono tutti gli strati di pubblico è necessario riconsiderare l'intero customer journey. Per le persone con disabilità visiva questo sviluppo comporta nuove sfide in relazione all'accessibilità ai contenuti (replay, streaming, applicazioni...), alla fruibilità delle interfacce (siti web, applicazioni mobili) e all'interazione con i programmi (personalizzazione, audiodescrizione, feedback utenti ecc.).

2.3. Obiettivi dello studio

Nello specifico, lo studio persegue i seguenti obiettivi.

1. Elaborazione di una valutazione complessiva dell'utilizzo dei media audiovisivi da parte di persone con disabilità visiva: tipo di contenuti ascoltati/guardati, canali e apparecchi utilizzati, contesto e frequenza di utilizzo, modalità d'accesso.
2. Individuazione di possibili barriere e frustrazioni nella fruizione dell'offerta esistente: problemi tecnici, mancanza di programmi adeguati, difficoltà nel reperimento, limitazioni nell'utilizzo ecc.

3. Individuazione delle motivazioni e vantaggi nel consumo di contenuti audio e video: ricerca di informazioni, intrattenimento, apertura sul mondo, legame sociale, benessere ecc.
4. Valutazione del grado di notorietà e della soddisfazione rispetto all'attuale offerta della SSR per quanto riguarda l'accessibilità, in particolare della disponibilità di audiodescrizione: rilevanza percepita, attrattiva, facilità d'accesso e d'uso.
5. Raccolta delle esigenze, aspettative e proposte di miglioramento per rafforzare l'accessibilità alle offerte della SSR: nuove funzionalità, interfacce ergonomiche, contenuti aggiuntivi, formati innovativi ecc.

Da un lato, le conoscenze acquisite con il presente studio aiuteranno la SSR a ricavare opzioni d'intervento su modalità e tipo di offerta da proporre per soddisfare al meglio le esigenze del gruppo target. Dall'altro, i risultati dello studio UCBCiechi consentiranno eventualmente di migliorare, concretizzare o ampliare il quadro giuridico.

2.4. Approccio

Al fine di rispondere allo stato di ricerca attualmente limitato (ad es. Lopez et al., 2018; Packer & Kirchner, 1997) si è scelto di adottare un «mixed methods design»: per mezzo di **un primo studio parziale qualitativo** è stata elaborata una visione d'insieme dei vari comportamenti, abitudini, frustrazioni e approcci alle soluzioni di un piccolo, ma variegato campione di persone interessate. Nell'ambito di un **secondo studio parziale quantitativo**, i risultati sono stati approfonditi e quantificati attraverso un campione di persone più ampio e completo.

3. Studio parziale qualitativo

3.1. Obiettivi dello studio parziale qualitativo

Obiettivi della prima fase di studio

- Comprendere il modo in cui le persone con disabilità visiva fruiscono dei media audiovisivi, quali barriere incontrano e quali soluzioni trovano nella quotidianità.
- Identificare le frustrazioni e gli aspetti positivi nell'utilizzo dei media audiovisivi e valutare soluzioni innovative che favoriscano l'accessibilità.
- Definire ipotesi e questioni per la fase di studio quantitativa.

3.2. Metodo dello studio parziale qualitativo

Sono state condotte 20 interviste di 90 minuti presso il domicilio delle persone interessate, in 3 regioni linguistiche (10 in Svizzera tedesca a Berna, Belp, Biel, Thun, Ramsei, Ins, Langenthal, Kirchbühl, Frutigen; 8 in Svizzera francese a Vevey, Losanna, Ginevra, Cugy VD e 2 in Ticino a Lugano).

3.2.1. Partecipanti

Le persone partecipanti allo studio sono state reclutate con l'aiuto della SBV-FSA e delle scuole per persone cieche tramite un questionario online accessibile. Vi hanno partecipato 10 donne e 10 uomini di diverse fasce d'età (4 partecipanti sotto i 27, 6 partecipanti tra i 34 e i 50 anni, 6 partecipanti tra i 51 e i 64 anni, 4 partecipanti sopra i 65 anni). Allo scopo di riprodurre la diversità delle persone interessate, sono state rappresentate diverse cause (ad es. degenerazione maculare, retinite pigmentosa, glaucoma, leucoma) e disabilità di vario grado (5 con cecità totale, 8 con perdita della visione centrale, 5 con perdita della visione periferica, 7 con visione annebbiata, 4 con vista offuscata in generale, 2 con daltonismo). A variare è altresì l'età in cui si è manifestata la disabilità (9 partecipanti dalla nascita, 4 partecipanti nell'infanzia o nell'adolescenza, 7 partecipanti tra i 18 e i 65 anni).

3.2.2. Guida all'intervista

La guida all'intervista semistrutturata è stata suddivisa in 5 fasi.

1. **Briefing:** spiegazione degli obiettivi e dello svolgimento delle interviste
2. **Domande introduttive:** sul contesto d'utilizzo, sulle abitudini di consumo dei media audiovisivi nel complesso e sulla percezione dell'offerta della SSR.
3. **Dimostrazione d'uso:** le persone partecipanti hanno dimostrato concretamente come utilizzano i media con diversi apparecchi, quali sono le difficoltà che incontrano, come possono eluderle e così via.

4. **Feedback sulle innovazioni:** all'utenza sono state presentate soluzioni (ad es. audiodescrizione ampliata, voci sintetiche, immagini ottimizzate), così da rilevare le reazioni e l'interesse spontanei.
5. **Conclusioni:** sulle aspettative nei confronti della SSR.

La guida è stata elaborata in collaborazione con UCBCiechi, la SSR e la ZHAW (Linguistica applicata, Istituto di Traduzione e Interpretazione). La guida completa è disponibile nell'allegato alla fine del documento.

3.3. Risultati dello studio qualitativo

3.3.1. Abitudini di consumo dei media audiovisivi

Quali apparecchi utilizzano le persone intervistate per accedere ai media audiovisivi?

Dalla distribuzione degli apparecchi utilizzati per i contenuti audiovisivi emerge che 16 partecipanti usano uno smartphone, 14 partecipanti apparecchi televisivi, 13 partecipanti apparecchi radiofonici, 12 partecipanti PC e 5 partecipanti tablet.

Il dispositivo preferito da quasi tutte le persone partecipanti per il consumo di contenuti audiovisivi è lo smartphone. La maggior parte di loro ritiene che lo smartphone sia l'apparecchio con meno barriere. Come abbiamo effettivamente potuto osservare, lo smartphone con voiceover viene usato in modo costante, fluido e spesso senza alcun riscontro visivo. L'utenza è abituata a navigare nei contenuti del proprio smartphone con la sintesi vocale veloce e lo fa in modo molto efficiente.

«Per me lo smartphone è accessibile al 100%, senza alcuna limitazione» (partecipante, 55 anni, quasi cieca)

Questa fetta di partecipanti accede all'offerta audiovisiva sullo smartphone esclusivamente attraverso le applicazioni e in differita (ad es. Play SRF/RTS/RSI, mediateca dell'ARD ecc.). A questo scopo, il browser del web non è praticamente mai usato, poiché il funzionamento del voiceover, ad esempio sulle pagine web della SSR, è meno ottimale rispetto alle applicazioni, e quindi risulta più difficile accedere ai contenuti. Molte persone utenti hanno adeguato sullo smartphone le impostazioni di visualizzazione per ottimizzare l'utilizzo: ad es. modalità oscura, dimensioni del carattere, luminosità, zoom ecc.

«Posso ingrandire la visualizzazione, lo faccio soprattutto quando sono stanco, perché gli occhi si sforzano al massimo e mi avvicino troppo allo schermo» (partecipante, 28 anni, con visione residua)

L'utenza che non accede ai contenuti audiovisivi tramite lo smartphone, spesso ricorre all'offerta online sul PC. Anche i contenuti radiofonici e i podcast vengono spesso fruiti dallo smartphone, tramite applicazioni native podcast oppure applicazioni radio, o in parte Spotify.

Nessuna persona partecipante che consuma i contenuti audiovisivi con lo smartphone valuta negativamente l'accessibilità. Nel complesso, 15 partecipanti su 20 si avvalgono delle applicazioni Play SRF/RSI/SRI per accedere ai contenuti della SSR. La maggior parte di utenti smartphone giudica l'accesso ai contenuti audiovisivi tramite smartphone molto semplice o piuttosto semplice (in totale 6 su 11). Solo 4 partecipanti non lo ritengono né semplice né troppo difficile. Nessuna persona utente di smartphone valuta difficile l'accesso.

Tuttavia, per alcune persone partecipanti più anziane l'accesso a uno smartphone costituisce una barriera: un partecipante di 83 anni che non utilizzava uno smartphone nemmeno prima di ammalarsi dichiara che alla sua età imparare a usare questo dispositivo è troppo difficile, nonostante le funzioni vocali che potrebbero essere utili. Altre persone spiegano che dovrebbero seguire dei corsi di formazione sulle nuove tecnologie per poter usufruire delle offerte dallo smartphone. Per contro, gli apparecchi televisivi presentano numerose barriere d'utilizzo, soprattutto riguardo alla fruizione delle offerte non lineari.

L'accessibilità dell'apparecchio televisivo è stata valutata difficile o piuttosto difficile da oltre un terzo di utenti televisivi (6 su 15).

Le persone partecipanti completamente cieche non hanno potuto accedere dai loro apparecchi televisivi ai programmi TV in differita. Senza il feedback vocale del televisore (praticamente, tra le persone partecipanti, nessuna dispone di questa funzione nella televisione) le persone partecipanti cieche non hanno potuto accedere all'offerta streaming della SSR (ad es. Play SRF/RTS/RSI); per attivare questi servizi (ad es. Play SRF, mediateche, Netflix) devono chiedere aiuto alle loro compagne o ai loro compagni. Soltanto l'accesso ai canali diretti è indipendente, dal momento che il canale desiderato si può selezionare con il telecomando. Pertanto, il consumo dell'offerta televisiva dall'apparecchio TV per le persone con un'importante disabilità visiva si limita all'offerta lineare, tranne nei casi in cui la fruiscono insieme a una persona vedente.

Per quanto riguarda le persone partecipanti cieche o quasi cieche la televisione in differita viene fruita quasi esclusivamente tramite le offerte TV streaming dallo smartphone o dal PC. A ciò si aggiunge che non appena subentra un problema tecnico o inaspettato con il box TV (ad es. Blue TV, Zattoo ecc.) devono rivolgersi a terze persone. Le persone partecipanti con una capacità visiva residua, in parte consumano la televisione in differita disponibile nel box, ma sono costrette a sedersi molto vicine al televisore per navigare nelle guide elettroniche ai programmi (EPG) e nei menu o per leggere il testo visualizzato sul bordo

inferiore dello schermo. Il fatto che qui possano accedere con la stessa modalità a tutti i canali è un vantaggio, poiché evitano di doversi destreggiare tra diverse applicazioni.



Figura 1: utente che con la testa a pochi centimetri di distanza dalla televisione legge il testo impresso sul bordo inferiore dell'apparecchio



Figura 2: utente seduto molto vicino all'apparecchio televisivo

Le dimensioni dello schermo televisivo sono un vantaggio, ma i caratteri troppo piccoli, la mancanza di contrasto tra scrittura e sfondo e la durata di visualizzazione del testo troppo breve rappresentano delle barriere per le persone partecipanti. Tra gli svantaggi di uno schermo grande vi è il fatto che spesso coprono l'immagine per le persone vedenti che guardano la TV insieme a loro. Il PC è utilizzato meno dello smartphone, ma per l'utenza più anziana con visione residua presenta dei vantaggi.

Per fruire dell'offerta Play SRF/RTS/RSI circa 8 partecipanti usano il PC, tra cui 5 in modo esclusivo. Un vantaggio è quello di potersi avvicinare molto allo schermo e di disporre dello screen reader e della possibilità di ingrandimento del testo. Il PC costituisce dunque per questa categoria di utenti una buona alternativa all'apparecchio televisivo per accedere all'offerta Play.

La radio viene ascoltata tramite gli apparecchi convenzionali e lo smartphone. Molte persone partecipanti tengono accesa la radio quasi tutto il giorno in sottofondo, ma anche con l'intento di seguire determinate trasmissioni.

Nel complesso, l'accessibilità degli apparecchi radiofonici per le persone cieche è peggiorata da quando è stato introdotto DAB+, poiché il comando avviene tramite uno schermo e, almeno per la prima impostazione richiede l'aiuto di una persona vedente.

Un'utente cieca che convive con il partner cieco in un quiz di SRF ha vinto una radio DAB+, ma non riesce a impostarla e continua usare la sua vecchia radio FM.

Soltanto un partecipante cieco utilizza uno smart speaker (Amazon Echo), che gli facilita notevolmente l'accesso, ma per impostare le reti deve rivolgersi alla sua coniuge vedente. Complessivamente, le persone partecipanti usano meno i tablet, all'incirca alla pari degli smartphone, poiché spesso accedono agli stessi strumenti e applicazioni.

Generalmente, la necessità dell'aiuto di una persona vedente per l'utilizzo di un apparecchio è valutata molto negativamente da gran parte delle persone partecipanti (ad es. per l'uso dei menu della Smart TV, delle radio DAB+ e dell'installazione di speaker radio/smart, problemi tecnici con il box), in quanto limita l'autonomia personale. Lo stesso vale anche per altri apparecchi usati nella quotidianità, come ad esempio le lavatrici con touchscreen. La metà dell'utenza consuma i contenuti audiovisivi insieme ad altre persone; l'apparecchio televisivo e i contenuti TV rivestono anche un ruolo sociale. L'altra metà fruisce dei contenuti audiovisivi esclusivamente da sola, spesso dallo smartphone o dal PC. Solo una persona consuma contenuti audiovisivi sempre insieme ad altre persone (nel caso specifico insieme a un partner, anch'esso cieco). In generale, l'utilizzo comune avviene piuttosto dall'apparecchio televisivo (nel caso in cui sotto lo stesso tetto viva almeno una persona vedente, altrimenti in molti casi il televisore non c'è). Anche utenti con cecità totale o gravemente ipovedenti dichiarano che il momento televisivo sul divano davanti al televisore (spesso insieme alla o al partner) è importante e non può essere sostituito dal consumo di un contenuto TV tramite lo smartphone o l'ascolto di un podcast.

*«Con lo smartphone non è altrettanto piacevole»
(partecipante, 55 anni, quasi cieca)*

I contenuti TV svolgono inoltre un ruolo sociale che non può essere sostituito dai semplici audiofilm.

«Deve trattarsi di contenuti TV che offrono la possibilità di uno scambio con colleghe/i il giorno dopo, ad es. la trasmissione della domenica sera Tatort» (partecipante, 41 anni, cieco)

Quali strumenti vengono usati per facilitare l'accesso?

Quasi tutti i partecipanti si avvalgono quotidianamente di strumenti che facilitano l'accesso. A seconda del grado di gravità della disabilità visiva, si tratta principalmente di screen reader/voiceover (15 partecipanti) e funzioni di zoom per ingrandire i contenuti dello schermo (10 partecipanti). 4 persone partecipanti cieche utilizzano uno schermo Braille per accedere alle informazioni digitali (in

combinazione con PC o smartphone). Le applicazioni specifiche di facilitazione dell'accessibilità sullo smartphone come «FFS Inclusive», «Be my eyes», «Seeing AI», «VDSscan» o «Greta», sono utilizzate dalla metà delle e dei partecipanti, ma non vengono indicate come ausilio all'accesso dei media audiovisivi.

Per l'uso specifico dei media audiovisivi si ricorre soprattutto alle funzioni vocali e d'ingrandimento (ad es. ZoomText) su smartphone e PC.

Sul PC, a seconda del grado di disabilità visiva viene usato lo screen reader o in parte anche funzioni che adattano il contenuto visivo, come i colori (cfr. figura 3, ad es. Jaws, NVDA) o uno schermo Braille per accedere ai contenuti delle pagine web della SSR.

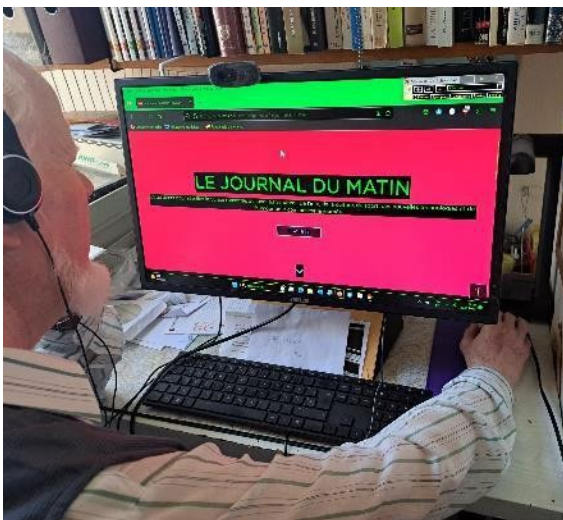


Figura 3: sito web RTS con software NVDA, colori adeguati e nessuna immagine



Figura 4: mani su uno schermo Braille sotto la tastiera



Figura 5: utente con lente d'ingrandimento sulla pagina web del Blick

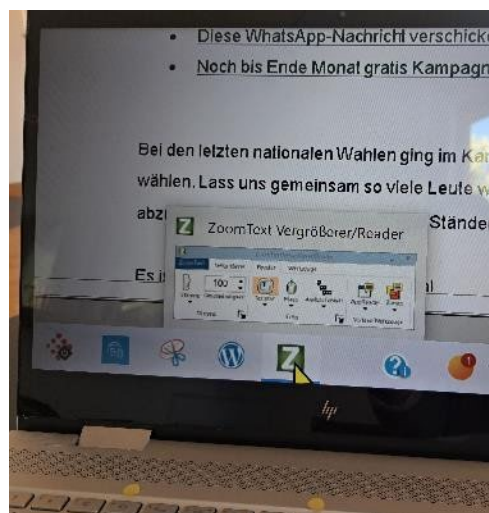


Figura 6: schermo con programma ZoomText

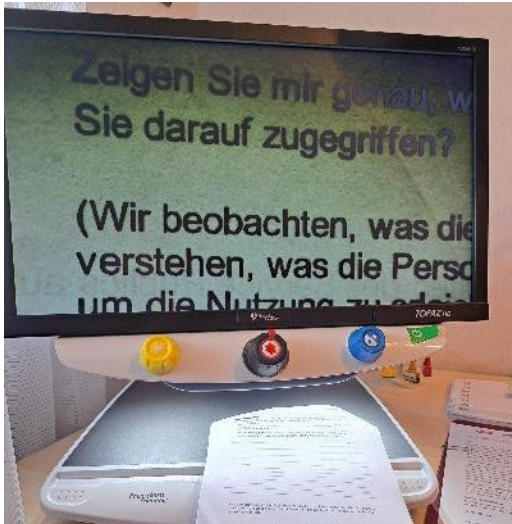


Figura 7: lente d'ingrandimento elettronica per la lettura di testi su carta

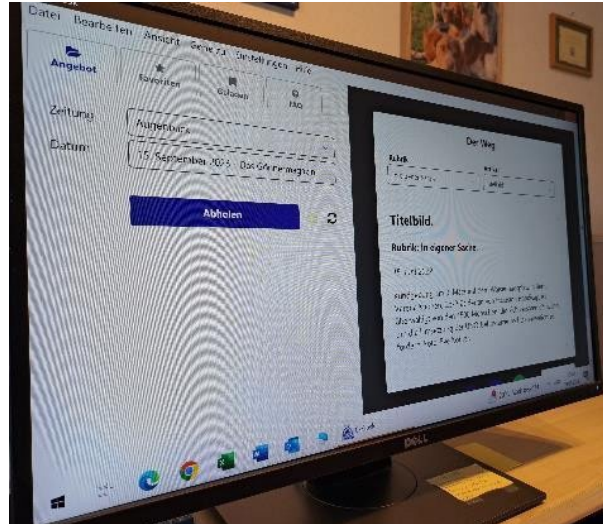


Figura 8: edicola elettronica per leggere i giornali

Due partecipanti utilizzano l'edicola elettronica per leggere le notizie, ma in questo caso i contenuti sono esclusivamente tratti dai giornali. Le applicazioni smartphone per facilitare l'accesso più utilizzate sono «*Seeing AI*» e «*Be my eyes*». L'impiego non si limita tuttavia al consumo di contenuti audiovisivi, ma anche alle situazioni di vita quotidiana (ad es. lettura di etichette, domanda sulla presenza di macchie su un capo d'abbigliamento ecc.).

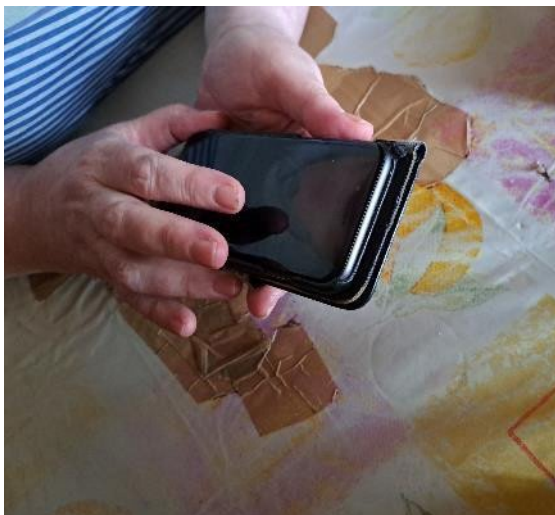


Figura 9: uso dello smartphone tramite voiceover a schermo spento



Figura 10: mani su uno schermo Braille sotto la tastiera

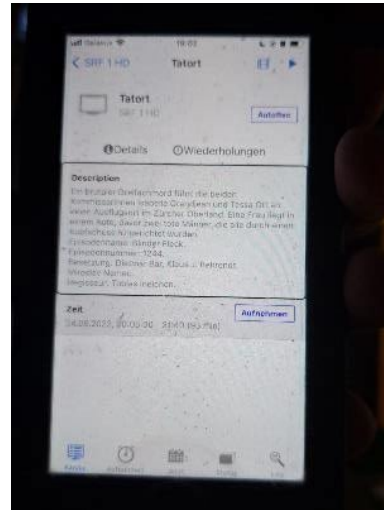
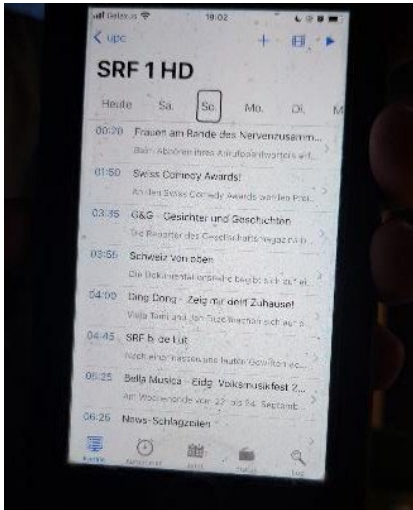


Figura 11: applicazione EPG per lo smartphone con cui riprodurre sul box contenuti in streaming (headend TV)

L'audiodescrizione è usata soprattutto da persone partecipanti cieche, mentre da partecipanti con capacità visiva viene utilizzata solo sporadicamente o per niente. Metà delle persone partecipanti ricorre all'audiodescrizione: si tratta di partecipanti con cecità completa o con una grave disabilità visiva. Utilizzano l'audiodescrizione sul televisore o sui servizi streaming delle reti (svizzero-tedesche, tedesche, austriache ecc.).

Per quanto concerne la reperibilità di contenuti audiodescritti, la maggior parte di utenti dell'audiodescrizione sa quali sono le trasmissioni audiodescritte. Nella TV lineare, la disponibilità dell'audiodescrizione viene annunciata. Tuttavia, capita spesso che nonostante l'annuncio, l'utenza non riesca ad attivarla. Oltre a questo, le persone partecipanti in molti casi fanno fatica a scoprire nuovi contenuti audiodescritti. Un utente osserva che rispetto alla SRF, con ARD è più facile reperire contenuti audiodescritti nella mediateca, poiché negli elenchi figurano sempre accanto ai contenuti senza audiodescrizione.

Play SRF dispone di un filtro di audiodescrizione nelle categorie, che tuttavia viene visualizzato in fondo all'elenco, costringendo l'utenza a scorrere l'intero elenco prima di raggiungere il filtro. Pertanto, il filtro non viene praticamente usato o è addirittura sconosciuto. Diverse persone partecipanti lamentano un'audiodescrizione troppo dettagliata, soprattutto se dispongono di una capacità visiva residua.

«La scena del sole che sorge riesco a vederla da me, preferisco non sentirme la descrizione» (partecipante, 16 anni, perdita della visione periferica)

«Il colore del maglione è davvero superfluo, trovo che sia troppo dettagliato» (partecipante, 34 anni, quasi cieca)

Alcune persone partecipanti desiderano utilizzare l'audiodescrizione solo in determinate situazioni. Ad esempio, il bisogno di audiodescrizione dipende fortemente dal contenuto, come il contrasto/la luminosità o la tonalità del film:

«Faccio fatica con i gialli che hanno un'ambientazione scura, allora ricorro volentieri all'audiodescrizione; o anche quando viene parlato poco» (partecipante, 16 anni, perdita della visione periferica)

«I film d'azione spesso non riesco a seguirli oppure, nelle sequenze piuttosto scure ho bisogno delle spiegazioni; va bene se si tratta scene brevi, altrimenti risulta abbastanza fastidioso» (partecipante, 49 anni, visione molto sfocata)

Le persone partecipanti non necessariamente vogliono seguire l'intero film con audiodescrizione, ma poterla attivare in determinate situazioni. D'altro canto, determinate trasmissioni necessitano meno dell'audiodescrizione di altre:

«Alcune trasmissioni si possono seguire bene senza audiodescrizione, come per esempio Arena, mentre nello sport è più difficile e perdo una grande quantità di informazioni» (partecipante, 34 anni, quasi cieca)

Più partecipanti che convivono con una persona vedente e consumano i contenuti senza audiodescrizione dichiarano che a volte chiedono «troppo spesso» alla o al partner cosa sta succedendo sullo schermo:

«In quei casi capita che mio marito sia infastidito dalle mie continue domande su ciò che succede» (partecipante, 55 anni, quasi cieca)

Diverse persone partecipanti con capacità visiva residua trovano che seguire l'audiodescrizione per l'intera durata del film sia noioso o stancante, anche per le persone vedenti con cui fruiscono dei contenuti. Un utente 83enne, colpito dalla perdita della vista solo in età avanzata, non conosce l'audiodescrizione e non sa come potrebbe accedervi.

Che tipo di contenuti consumano le persone partecipanti?

L'utilizzo di radio, TV e servizi online della SSR è molto diffuso, così come i podcast, mentre sono nettamente meno utilizzati i canali social media.

Oltre due terzi delle persone partecipanti fruiscono dell'offerta TV e radio, ma anche dell'offerta online di RTS, SRF o RSI (per ciascuna 15 partecipanti). Il consumo di podcast è altrettanto diffuso (13 partecipanti).

I canali social media della SSR sono poco utilizzati (3 partecipanti), questo è certamente dovuto anche alla scarsa accessibilità di molte piattaforme social media. Nel nostro gruppo target, a usare questi canali sono le 2 persone più giovani (16 e 17 anni) e un 50enne. Un utente 17enne dichiara di riuscire a usare TikTok in modo efficiente solo perché lo faceva prima di perdere la vista. A suo parere questi servizi sono tutt'altro che accessibili.

Tutte le persone partecipanti seguono le trasmissioni informative, la maggior parte documentari, sport e film nonché trasmissioni d'intrattenimento, con meno frequenza le serie. Molte e molti di loro dichiarano di riuscire a seguire abbastanza facilmente le trasmissioni informative (come il telegiornale, 10 vor 10, 10.30, Arena, Kassensturz, Temps présent, Mise au point, Abe ecc.) anche senza o con poche informazioni sulle immagini.

«Spesso le guardo in un secondo momento tramite Replay, e l'audiodescrizione non è indispensabile» (partecipante 53 anni, cieco)

«Ad esempio del telegiornale o di Kassensturz riesco a seguire quasi tutto, direi un 80-90%, senza audiodescrizione, tranne se parlano in un'altra lingua con i sottotitoli» (partecipante, 55 anni, cieca)

I documentari (come Dok, Einstein) sono molto popolari e vengono seguiti con o senza audiodescrizione. I temi variano (in particolare il mondo degli animali, altri Paesi, scienza, società, politica).

Oltre la metà delle persone partecipanti consuma con regolarità i contenuti sportivi: molte e molti di loro seguono il calcio, ma anche l'hockey su ghiaccio e lo sci, sia nelle trasmissioni in diretta, sia attraverso i riassunti di gare e partite, in forma lineare o differita. In alcuni casi vengono nominati l'atletica leggera, il tennis e il ciclismo. Una partecipante racconta che prima di perdere la vista seguiva anche le gare equestri, ma che oggi non riesce a capire lo svolgimento, poiché non viene descritto quasi niente.

«È difficile seguire gli sport equestri, di tanto in tanto si sente sbuffare o il rumore di uno zoccolo che tocca l'asta, non viene descritto nemmeno il percorso, allora ho lasciato perdere» (partecipante, 59 anni, cieca)

Molte persone partecipanti giudicano le descrizioni delle moderatrici e dei moderatori sportivi svizzeri complessivamente insufficienti, perché «tacciono» troppo.

«Nel calcio varia da cronista a cronista, alcune e alcuni descrivono più dettagliatamente, noi guardiamo spesso le partite su ARD, dove le telecronache sportive sono migliori, più vivaci e dettagliate, e si sa sempre dove si trova il pallone» (partecipante, 59, cieco)

Diverse persone partecipanti ritengono inoltre che le trasmissioni in diretta di gare o partite siano ormai trasmesse raramente in radio. Spesso ci si avvale delle offerte estere, le quali in particolare nell'ambito dello sport sono percepite come più ampie (ad es. lo sci su ORF, il calcio su ARD). Numerose persone partecipanti ricorrono alle offerte streaming di RTS/SRF/RSI e di emittenti estere, altre offerte streaming a pagamento sono relativamente poco utilizzate.

In poche e pochi consumano Netflix, Amazon Prime, Disney+ o altri servizi streaming. Maggiormente diffusi sono i servizi streaming di emittenti pubbliche (come RTS/SRF/RSI, mediateca dell'ARD, ORF TVTHEK, Arte, TF1, France TV). La fruizione interessa altresì i servizi dei provider TV (box) per il consumo in differita sul televisore, per lo meno da utenti con capacità visiva residua. Anche YouTube è utilizzato da oltre la metà di partecipanti, ma piuttosto sporadicamente. Su YouTube la ricerca e riproduzione di video è abbastanza efficiente, ma il controllo dei video presenta non poche difficoltà (ad es. saltare gli annunci pubblicitari).

La quasi totalità di partecipanti utilizza sia contenuti audio (radio/podcast) sia contenuti video. Chi ascolta volentieri contenuti esclusivamente audio (radio o podcast) ed è non vedente o fortemente ipovedente non per questo rinuncia ai contenuti televisivi. Questo non solo perché li consuma insieme a persone vedenti, ma anche perché i contenuti audio non sembrano poter sostituire l'esperienza televisiva: da un lato si tratta di condividere un momento davanti alla televisione, dall'altro di consumare contenuti di cui parlare, come il lunedì mattina in ufficio del Tatort della sera prima.

In totale, con la progressiva perdita della capacità visiva i contenuti audio guadagnano d'importanza: le persone partecipanti che perdono la vista tendono ad aprirsi sempre di più ai contenuti audio. Anche la crescente diffusione di contenuti podcast apre nuove possibilità all'utenza: un'utente, cieca dalla nascita, che ascolta i podcast mentre da pendolare si reca al lavoro dichiara che l'avvento dei podcast le ha aperto un nuovo mondo:

«Per me con i podcast si è aperto un mondo infinito, anche se non sostituisce la TV, il mio consumo è diventato più variegato, da allora fruisco maggiormente dei contenuti SRF» (partecipante, 34 anni, quasi cieca)

3.3.2. Quali barriere si presentano?

Nel complesso, due terzi delle persone partecipanti indicano delle difficoltà nell'utilizzo di contenuti audiovisivi.

Accesso ad applicazioni Play in televisione

L'accesso autonomo a Play SRF/RTS/RSI dall'apparecchio televisivo è praticamente impossibile per tutte le persone partecipanti (lo stesso vale per altre offerte streaming come Netflix). Chi guarda la televisione in differita dispone di una capacità visiva e accede tramite l'offerta del provider TV (box). Praticamente nessun apparecchio televisivo dell'utenza intervistata è dotato funzione vocale.

Testo sullo schermo

La dimensione dei caratteri e il contrasto del testo spesso non sono sufficienti. Per utenti gravemente ipovedenti in molti casi risulta difficile leggere il testo sullo schermo, in quanto devono avvicinarsi parecchio e la durata di visualizzazione è troppo breve o il testo non abbastanza leggibile. Le opzioni del menu e le informazioni di programmi, come pure le informazioni sul bordo inferiore dello schermo (nomi di relatrici e relatori, luoghi ecc.) o addirittura il logo del canale televisivo spesso sono troppo piccoli (ad es. mancanza di contrasto nei menu di Swisscom Blue-TV). Di frequente, le scritte sono visualizzate con un contrasto insufficiente tra testo e sfondo o lo sfondo non è uniforme (ad es. Netflix riproduce i titoli sulle immagini).

«Il logo è troppo piccolo. Ho dovuto impostare una determinata sequenza per capire di quali canali si tratta» (partecipante, 27anni relativamente al consumo della TV lineare)

Sullo smartphone le possibilità di adattamento sono più numerose, ma anche questi dispositivi in parte presentano il problema della mancanza di contrasto.

Per l'utenza cieca l'accesso alle scritte sullo schermo manca completamente

L'utenza cieca non ha accesso al testo visualizzato sullo schermo (sottotitoli, informazioni sotto forma di testo sul bordo inferiore dello schermo), come pure a immagini o grafici, se questi non sono descritti. Questo può risultare frustrante nelle trasmissioni in cui altrimenti si parla molto (e che quindi possono essere comprese anche senza audiodescrizione). Manca una descrizione audio

(ad es., nella trasmissione Kassensturz viene detto che restano tre prodotti candidati nel test, ma a volte vengono solo visualizzati sullo schermo). Inoltre, l'utenza cieca non ha alcun accesso ai contributi sottotitolati (ad es. un'intervista con una persona di un'altra regione linguistica). In questo modo, seguire contenuti multilingue diventa complicato e molto frustrante.

I programmi ricchi di effetti di luce e cambi d'immagine dinamici sono stancanti e difficili da seguire

Sono in particolare le persone partecipanti più anziane con visione residua a lamentare che le trasmissioni con tanti effetti di luce e rapidi cambi di immagine risultano alquanto stancanti. Soprattutto gli show televisivi rappresentano un problema.

«I numerosi flash o scintillii mi impediscono completamente la vista. È molto faticoso in generale, dopo più di due ore gli occhi cominciano a farmi male e a lacrimare» (partecipante, 83 anni, perdita della visione centrale)

In generale, appare sempre più difficile seguire i contenuti, ad esempio una utente dichiara che seguire visivamente le trasmissioni informative è sempre più complesso a causa delle numerose immagini sullo sfondo e della sovrapposizione di immagini. Gli effetti di immagine aumentano tendenzialmente anche nei film, mentre i dialoghi diminuiscono, il che viene percepito come stancante e rende più difficoltosa la comprensione (ad es. nei film d'azione).

Problemi con l'audiodescrizione

Gran parte dell'utenza deplora il fatto che non esista più un tasto sul telecomando per attivare in modo sistematico il canale con l'audiodescrizione. Ormai spesso funziona solo tramite un menu accessibile visivamente, cosa che per la maggior parte di loro richiede l'aiuto di altre persone.

In più utenti menzionano che il nuovo Swisscom Box consente di attivare in modo duraturo l'impostazione dell'audiodescrizione, ma per motivi di costo non possono permetterselo. Una utente dice ad esempio di avere rinunciato all'audiodescrizione perché da quando ha cambiato box televisivo non sa più come accedervi. Complessivamente, l'accesso ai contenuti audiodescritti è ritenuto più semplice tramite le applicazioni streaming che tramite la programmazione lineare.

Questo aspetto va chiarito. Apparentemente succede spesso che un contenuto con audiodescrizione venga annunciato, ma l'utente non è in grado di attivarla, anche se segue la stessa procedura di sempre. Molte e molti utenti sembrano non sapere quale sia esattamente il problema o a chi potersi rivolgere in

proposito (provider box, emittente televisiva?). Alla fine subentra una certa rassegna.

Scarsa reperibilità o conoscenza di (nuovi) contenuti audiodescritti nell'offerta online

Almeno un partecipante potenzialmente interessato all'audiodescrizione non sa come accedervi. Diverse e diversi utenti hanno difficoltà a trovare nuovi contenuti audiodescritti, se non per le trasmissioni per le quali sanno che esiste l'audiodescrizione. L'utenza che ha impostato i Preferiti non necessariamente viene a conoscenza di contenuti audiodescritti completamente nuovi su Play SRF/RTS/RSI. Questo perché accede ai contenuti direttamente tramite i Preferiti. Per trovare contenuti viene spesso utilizzata la funzione di ricerca piuttosto che navigato negli elenchi di video, scoprendo così eventualmente nuovi contenuti. Lo streaming non consente di consumare i contenuti solo parzialmente con l'audiodescrizione. Su Play SRF/RTS/RSI l'utenza deve decidere se guardare un film con o senza audiodescrizione. Può succedere che delle persone partecipanti si rendano conto della necessità dell'audiodescrizione solo quando il film è già cominciato (ad es. il film ha meno dialoghi di quanto pensassero, è molto scuro ecc.), ma anche che ritengano l'audiodescrizione troppo dettagliata e vogliano disattivarla. Al momento PLAY SRF/RTS/RSI non consentono tuttavia di attivare o disattivare l'audiodescrizione a film iniziato. Inoltre, non è possibile definire il livello di dettagli dell'audiodescrizione (vedi sopra, ad es. dettagli che riguardano l'abbigliamento).

Mancanza di audiodescrizione per determinati contenuti, come eventi in diretta, sport

Una maggioranza di utenti lamenta la mancanza di descrizioni nei contenuti sportivi (vedi sopra). Più partecipanti osservano che in questo ambito le offerte all'estero sono migliori, ma anche alcune offerte speciali svizzere propongono una descrizione uditiva più dettagliata dello sport (ad es. Radio Gelb-Schwarz o Radio Blindpower). Una partecipante constata con disappunto che negli attuali eventi in diretta non esiste l'audiodescrizione, come ad esempio per i funerali della Regina Elisabetta o per l'Eurovision Song Contest; programmi che avrebbe desiderato seguire, ma per i quali non vi erano contenuti audiodescritti. Fa inoltre notare che per l'ESC esiste un'audiodescrizione, la quale però evidentemente non era disponibile per la televisione svizzera. Varie persone utenti avrebbero piacere se la collaborazione con le emittenti estere e con altri offerenti venisse ampliata, altre segnalano che una sensibilizzazione delle moderatrici e dei moderatori potrebbe aiutare a rendere più accessibili determinate trasmissioni senza la necessità di audiodescrizione. Una partecipante si è offerta anche di assumersi l'incarico di sensibilizzare le persone moderatrici, spiegando e/o dimostrando loro cosa significa ascoltare dei contenuti senza vedere ciò che si svolge sullo schermo.

Difficoltà con Play SRF/RTS/RSI

In generale, le persone partecipanti fanno fatica ad accedere alla programmazione televisiva, perché ad esempio sulle pagine web della SSR l'offerta televisiva non è accessibile alle persone con disabilità e sull'applicazione manca.

«Per arrivare all'informazione utile bisogna quindi sapersi destreggiare tra la marea di informazioni presenti sulla pagina, il che è alquanto impegnativo» (partecipante, 59 anni, cieca)

Due partecipanti si avvalgono di una pagina web di Hörzu sulla programmazione TV, dove questa viene letta in forma molto efficiente e permette ad esempio di aprire l'elenco dei futuri audiofilm (in formato testo).



Figura 12: schermata di hoerzu.de <https://www.hoerzu.de/text/tv-programm/hoerfilm.php>

Vi sono partecipanti che cercano la programmazione televisiva su Google o affidano questo compito alla/al loro partner. Nessuna delle persone partecipanti può usufruire efficientemente della programmazione TV offerta dalla SSR sul sito web. Più partecipanti hanno espresso l'esigenza di accedere alla programmazione televisiva dall'applicazione.

Funzione Preferiti poco conosciuta

Alcune persone partecipanti hanno impostato i Preferiti per accedere alle loro trasmissioni preferite. In tal modo, l'accesso a trasmissioni specifiche è molto efficiente e non devono navigare nell'applicazione. Tuttavia, solo poche e pochi utenti sembrano conoscere questa funzione.

Mancanza di funzioni intelligenti

Un'utente deplora il fatto che l'applicazione Play SRF App non le proponga automaticamente di seguire una trasmissione con audiodescrizione, dal momento in cui ha attivato voiceover sul suo cellulare.

«L'applicazione dovrebbe essere in grado di riconoscere che ho attivato voiceover, quindi dedurre che mi piacerebbe seguire l'audiodescrizione. Perché allora non si può fare in modo che mi proponga di seguire il film con audiodescrizione quando è disponibile?» (partecipante, 59 anni, cieca)

3.3.3. Come viene percepita l'offerta della SSR?

Nell'insieme, l'offerta della SSR viene valutata positivamente, anche se molte persone partecipanti ritengono che si possa ulteriormente ampliare.

*«Trovo che per un'emittente televisiva nazionale sia abbastanza mediocre, vi è ancora del potenziale di miglioramento»
(partecipante, 55, quasi cieca)*

Quasi la metà si dichiara «piuttosto» se non «molto soddisfatta» dell'offerta. Tre partecipanti sono «piuttosto insoddisfatte/i», altre e altri indicano di non essere «né soddisfatte/i né insoddisfatte/i».

Secondo più partecipanti negli ultimi 5-10 anni l'offerta è nettamente migliorata, ad es. grazie a un'offerta maggiore di audiodescrizione e alla disponibilità sullo smartphone. In alcuni ambiti, però, le persone partecipanti hanno l'impressione che l'offerta sia insufficiente:

«Mi sono abituata al fatto che molti contenuti sono per me inaccessibili... trovo che l'audiodescrizione sia insufficiente, in particolare nelle trasmissioni in diretta, ORF ad esempio descrive anche le gare sciistiche, poi vi sono trasmissioni in cui non la trovo necessaria, come 1 gegen 100, poiché la moderazione è ottima e può essere seguita anche senza l'audiodescrizione» (partecipante, 36enne, distingue tra chiaro e scuro)

Determinate informazioni restano inaccessibili, come i sottotitoli o le scritte sullo schermo (ad es. numero di gol segnati nelle partite di calcio, in alto a sinistra sullo schermo). Viene inoltre ripetutamente menzionato, soprattutto per quanto riguarda lo sport, che le commentatrici e i commentatori dovrebbero descrivere di più.

«Per me tutto quello che ha a che vedere con i sottotitoli non è accessibile» (partecipante, 66 anni, visione molto annebbiata)

*«Sarebbe bello se in generale le descrizioni fossero più dettagliate»
(partecipante, 49 anni, visione molto sfocata)*

La fruibilità e l'accessibilità dell'applicazione smartphone Play SRF/RTS/RSI è giudicata positivamente da tutte e tutti. Tuttavia, il sito web srf/rts/rsi.ch presenta diversi errori, ad esempio nella descrizione dei pulsanti. Solo un utente dice esplicitamente che secondo lui l'applicazione Play Suisse, per quanto riguarda l'accessibilità, non è concepita altrettanto bene di Play SRF.

*«Quando utilizzo Play Suisse non mi sento il benvenuto»
(partecipante, 41 anni, quasi cieco)*

3.3.4. Qual è il potenziale delle innovazioni presentate?

Al termine dell'intervista, alle persone partecipanti vengono illustrati tre approcci innovativi per rendere più accessibili le offerte audiovisive alle persone con una disabilità visiva.

Voci sintetiche

Alle persone partecipanti viene fatta ascoltare una voce sintetica che descrive una prestazione atletica. Link alla sequenza: <https://on.soundcloud.com/Tnn5p>
Poiché nel nostro gruppo target l'utilizzo di ausili con voci sintetiche è molto diffuso, le persone partecipanti sono abituate a queste voci e in generale si dichiarano favorevoli al loro utilizzo. La voce è stata giudicata quasi unanimemente come piacevole e più partecipanti non erano sicuri che si trattasse di una voce artificiale. Le persone accolgono favorevolmente l'idea di usare questo tipo di voci sintetiche per i contenuti descrittivi o informativi (reportage, documentari, video esplicativi, news), soprattutto se ciò consente di aumentare in modo significativo i contenuti nonché di attivarle o disattivarle in base alle proprie esigenze. In tal modo, l'audiodescrizione forse non sarebbe più necessaria.

«Mi piacciono ad esempio le trasmissioni sull'arredamento, in cui vengono presentati diversi appartamenti e decorazioni, però non riesco a seguirle bene, sarebbe bello se una voce potesse descriverli» (partecipante, 36 anni, distingue tra chiaro e scuro)

La maggior parte di utenti ritiene invece meno auspicabile l'impiego di queste voci per i contenuti ricchi di emozioni, in cui ad esempio c'è della suspense, come lo sport o i film.

L'importante è che la voce non sia troppo monotona, altrimenti ascoltarla può rivelarsi noioso. Nei film, per esempio, secondo un utente la tempistica della descrizione riveste un ruolo fondamentale, teme quindi che una voce sintetica non sia in grado di seguire in modo adeguato i tempi imposti dalla suspense. L'utilizzo di voci sintetiche per leggere i sottotitoli e le scritte riportate sul bordo inferiore dello schermo viene espressamente richiesto dall'utenza, dopo che sono stati riprodotti alcuni esempi.

Introduzioni audio

Alle persone partecipanti di diverse regioni linguistiche sono state fatte ascoltare le seguenti introduzioni audio.

In tedesco: <https://www.srf.ch/sendungen/1gegen100/barrierefrei-studiobeschreibung-fuer-blinde-und-sehbehinderte-menschen> e <https://www.ndr.de/nachrichten/info/Audioeinfuehrung-fuer-A-Girl-Walks-Home-At-Night,audio276972.html>

In francese: [Audio Intro Opera](#)

In italiano: [Audio Intro Performance de danse](#)

Le persone partecipanti si sono dimostrate interessate, in particolare riguardo ai contenuti culturali privi di audiodescrizione, ad esempio per introdurre setting e ambientazione di un film.

*«Si tratta di una preparazione che rassicura... si ha l'impressione di essere maggiormente coinvolti, si dispone delle informazioni elaborate, e questo aiuta a orientarsi»
(partecipante, 36 anni, distingue tra chiaro e scuro)*

Per quanto riguarda l'eshaustività della descrizione le opinioni sono tuttavia divergenti. In particolare le persone cieche da sempre o da molto tempo, trovavano interessante scoprire lo studio di 1 gegen 100, ma secondo molte, alcune descrizioni, come quella relativa al logo della trasmissione, erano eccessivamente dettagliate. Un utente ha affermato che gli piacerebbe ascoltare questo tipo di introduzione soprattutto per le trasmissioni nuove.

«Per quanto mi riguarda, trovo sia un grande valore aggiunto, aiuta a entrare nello spirito del contenuto, quindi nel caso di un film molto dialogato forse consente anche di rinunciare all'audiodescrizione» (partecipante, 59 anni, cieca)

Un utente propone un mix tra trailer e introduzione audio per presentare nuovi contenuti. In generale, le persone partecipanti con più capacità visiva tendono a volere meno introduzioni audio.

Tra i problemi legati a questi contenuti potrebbe esserci la reperibilità delle introduzioni audio, poiché non sarebbero presenti nella programmazione lineare, osservano più partecipanti. Pertanto, sarebbe importante almeno richiamare l'attenzione su questi contenuti prima, nella programmazione lineare (cfr. anche reperibilità di nuovi contenuti audiodescritti).

Audiodescrizione estesa

Alle persone partecipanti viene proposto il seguente video con audiodescrizione estesa. Link al video: <https://www.youtube.com/watch?v=4gAIERMr39I>.

L'audiodescrizione estesa consiste nel fermare di tanto in tanto il video, per lasciare più spazio alle spiegazioni. Va osservato che il video era disponibile soltanto in inglese, e quindi alcune persone non hanno potuto seguire completamente il testo.

La valutazione del video con audiodescrizione estesa è molto varia. Circa la metà delle persone partecipanti è contraria al video mostrato (10 utenti, di cui 4 utenti dell'audiodescrizione e 6 che non la usano): dichiarano che il video presenta troppe interruzioni. Ad esempio rimarcano come sia fastidioso non sentire i rumori della giungla durante le interruzioni.

«Il tutto è troppo spezzettato, l'atmosfera del film si perde, le pause sono irritanti» (partecipante, 55 anni, quasi cieca)

Si teme inoltre che mettere in pausa un video sia fastidioso per le persone vedenti, così da impedire una visione comune. Inoltre, più partecipanti ritengono che i contributi diventino eccessivamente lunghi o addirittura noiosi.

«In ogni caso, io riesco a guardare uno schermo al massimo per due ore al giorno, altrimenti per i miei occhi è troppo faticoso, quindi temo che quando il film viene messo in pausa, la durata diventa insostenibile» (partecipante, 83 anni, perdita della visione centrale)

Altre persone partecipanti (in totale 7, di cui 5 utenti dell'audiodescrizione) accolgono con favore l'idea, apprezzano il ritmo più lento e hanno l'impressione di avere più tempo per assimilare il contenuto.

«La descrizione esaustiva è bella, offre tempo e dettagli in più» (partecipante, 41 anni, quasi cieco)

Immagini ottimizzate

Alle persone partecipanti con sufficiente visione residua sono state mostrate 2 serie di immagini sul PC del moderatore.

Prima serie di immagini: 3 mucche su un pascolo in 3 versioni diverse, in cui vengono tolti dei dettagli sullo sfondo o evidenziati i contorni.



Figura 13: prima serie di immagini, mucche con sfondo modificato

Nessuna persona partecipante percepisce una differenza tra le immagini della prima serie.

Seconda serie di immagini: un cerbiatto con 3 sfondi diversi, uno sfondo normale, uno sfondo più scuro (più contrasto), uno sfondo sfocato:



Figura 14: seconda serie di immagini, cerbiatto con sfondi diversi (normale, scuro, sfocato)

Nella seconda serie, l'immagine giudicata più percepibile dalle persone partecipanti è stata quella con lo sfondo scuro. Più partecipanti rilevano in questo caso l'importanza del contrasto per la loro percezione. Prima il contrasto è stato citato come una delle barriere, almeno per quanto riguarda il testo sullo schermo; a quanto pare, una buona regolazione consente anche di ottenere una migliore percezione visiva delle immagini. A questo proposito va osservato che le immagini erano disponibili solo in formato ridotto e di media qualità. Questo può avere influito sulla percezione.

Il presente studio offre uno sguardo qualitativo sulla reazione di un piccolo campione di partecipanti alle innovazioni proposte. Saranno necessari ulteriori studi al fine di identificarne più precisamente il potenziale.

3.4. Conclusioni del primo studio parziale

Dalle interviste emerge che anche questo gruppo target consuma molti contenuti televisivi in differita, ma che l'accesso tramite l'apparecchio televisivo spesso è complicato oppure richiede l'aiuto di un'altra persona. Praticamente nessuna persona partecipante disponeva sul televisore di funzioni voiceover. Pertanto, la fruizione di programmi televisivi in differita avviene tramite lo smartphone (applicazione Play SRF/RTS/RSI) o il PC (sito web Play SRF/RTS/RSI). Utenti con sufficiente capacità visiva e che guardano contenuti televisivi in differita tramite il televisore, si avvalgono piuttosto dell'accesso tramite il box che tramite le applicazioni Play. Lo smartphone è descritto dalla maggior parte di utenti come il dispositivo più accessibile, molto probabilmente grazie alla funzione voiceover che, a seconda del servizio, permette anche a persone cieche o quasi cieche un accesso relativamente libero da barriere. Sorprende lo scarso utilizzo di servizi streaming come Netflix o Disney+. La fruizione di contenuti radio è per lo più lineare, poiché molte persone partecipanti hanno l'abitudine di ascoltare la radio in sottofondo per gran parte della giornata. Gli apparecchi DAB+ sembrano presentare più barriere delle radio tradizionali o delle applicazioni radio. L'uso della radio è intenso, per accedere a trasmissioni o podcast (applicazioni Play o applicazioni di altre emittenti).

Gli strumenti d'ausilio all'accesso o i servizi nel consumo di media audiovisivi più diffusi sono il voiceover (smartphone) e lo screen reader (PC). Al secondo posto, l'ingrandimento del testo (su smartphone e PC) e l'audiodescrizione (su smartphone, TV e PC). Metà delle persone partecipanti non utilizza l'audiodescrizione perché non la conosce, perché la trova troppo dettagliata o perché non riesce ad attivarla (problemi tecnici) oppure perché non desidera attivarla (fattore di disturbo per altre persone). Per quanto riguarda i canali della SSR, sono utilizzati sia la radio che la TV, le offerte online e i podcast, mentre nettamente meno utenti fruiscono dei contenuti social media della SSR. In relazione ai contenuti tutta l'utenza consuma programmi d'informazione. La maggior parte predilige documentari, sport, film e trasmissioni d'intrattenimento, mentre le serie sembrano essere meno seguite.

Il giudizio sull'offerta della SSR è nel complesso positivo per quanto riguarda l'accessibilità e l'entità dell'offerta. La percezione del miglioramento degli ultimi anni è diffusa, soprattutto per quanto riguarda l'offerta più ricca di audiodescrizione. L'accesso alle applicazioni Play sullo smartphone è generalmente buono attraverso voiceover, ciononostante, capita di incontrare delle barriere come la mancanza di simboli espliciti per i pulsanti, percorsi di navigazione complicati o la mancanza di contrasto nel testo. Decisamente più problematico si è invece rivelato l'accesso alle pagine web della SSR. Inoltre, un utente giudica l'applicazione di Play Suisse assolutamente inaccessibile.

Le barriere all'utilizzo più frequenti riguardano l'accesso alla televisione in differita tramite le applicazioni televisive come Play SRF/SRT/RSI (non accessibile alle persone cieche dal televisore) o anche le offerte dal box, in cui spesso i menu sono

poco leggibili (dimensioni del carattere, contrasto). Viene altresì deplorata la mancanza di accesso a qualsiasi elemento di testo nei contenuti (ad es. sottotitoli, testo sul bordo inferiore dello schermo ecc.).

Molte persone utenti lamentano la mancanza di descrizione nello sport, ma anche nelle trasmissioni d'informazione e nei documentari, in cui si perdono informazioni fondamentali (ad es. elementi visivi visualizzati ma non descritti, testo sulla parte inferiore dello schermo, sottotitoli). Per quanto concerne i contenuti d'informazione e i documentari, l'impiego di voci sintetiche, che spiegherebbero in particolare gli elementi di testo e le immagini, potrebbe aiutare l'utenza a una migliore comprensione.

A detta di più utenti, le voci sintetiche sarebbero meno auspicabili per i contenuti avvincenti o emotivi, come le gare sportive o i film. L'accesso alla programmazione televisiva e a un elenco di tutti i contenuti audiodescritti risulta difficile per molte persone utenti. Praticamente nessuna persona utente conosce il filtro di audiodescrizione che su Play consente di accedere a tutti i contenuti con audiodescrizione. Questo impedisce loro spesso di trovare nuovi contenuti audiodescritti. La programmazione televisiva su srf/rts/rsi.ch non è priva di barriere e difficilmente fruibile per utenti con disabilità visiva.

Molte persone utenti osservano complessivamente che le emittenti pubbliche estere offrono più contenuti audiodescritti (ad es. ORF: gare sciistiche in diretta) e quindi auspicano una maggiore collaborazione con le emittenti estere.

Nell'offerta di audiodescrizione occorre osservare che

- l'esigenza di audiodescrizione è fortemente legata al grado di gravità della disabilità visiva (quanto più grave, tanto più richiesta);
- l'utenza presenta esigenze molto diverse riguardo al livello di dettagli dell'audiodescrizione;
- dipende dal contenuto se l'audiodescrizione è desiderata o meno (ad es. film scuri, poco dialogati);
- più utenti desiderano una maggiore flessibilità nell'uso dell'audiodescrizione anche nella televisione in differita, come la possibilità di attivarla o disattivarla durante il film (in modo analogo ai sottotitoli nel controllo del video). Altre persone desiderano la possibilità di selezionare una versione dell'audiodescrizione meno dettagliata (personalizzabile con più o meno dettagli).

4. Studio parziale quantitativo

4.1. Metodo dello studio parziale quantitativo

Il sondaggio quantitativo è stato effettuato su un campione il più diversificato e ampio possibile di popolazione con disabilità visiva in Svizzera.

Sono stati raccolti complessivamente 324 questionari validi, il 94% dei quali online tramite un questionario accessibile e il 6% telefonicamente.

Il profilo sociodemografico del campione è il seguente.

- Una lieve sovrarappresentazione di donne (55% rispetto al 45% di uomini)
- Un'età media abbastanza elevata, con una maggioranza di persone intervistate dai 55 anni in su (56%). Altre fasce d'età sono meno rappresentate: il 26% di età compresa tra i 35 e i 54 anni, il 15% dai 16 ai 34 anni.
- La situazione occupazionale si presenta variegata, ma con un'alta percentuale di persone pensionate (37%) e di persone occupate con una percentuale lavorativa di oltre l'80% (30%). Meno persone occupate a tempo parziale (17%), casalinghe e casalinghi o persone con un'incapacità lavorativa (10%) nonché studentesse e studenti (9%).
- La copertura territoriale comprende l'intera Svizzera, con il 25% delle persone interrogate provenienti dall'Altipiano, il 18% dalla Svizzera francese, il 15% dalla regione di Zurigo, il 13% dalla Svizzera nordoccidentale, l'8% dal Ticino e poco meno dalle regioni della Svizzera orientale e centrale (ciascuna il 6%). Il 9% delle persone partecipanti non ha indicato una regione.

Il sondaggio è stato condotto in tre lingue (il 64% in tedesco, il 27% in francese, il 9% in italiano) per una durata media di 20 minuti. Periodo di rilevazione dei dati: dal 1° febbraio al 15 aprile 2024.

Il questionario è stato distribuito attraverso diversi canali, come flyer, newsletter, post nei social media. Di seguito, un elenco delle varie organizzazioni che hanno diffuso l'indagine.

- **SRF / RTS:** newsletter per nuovi contenuti con l'audiodescrizione.
- **UCBCiechi / UCBA / UCBC:** newsletter e pubblicazione nei social media (Facebook e LinkedIn).
- **SVB / FSA:** comunicazione interna a tutte le presidenti e a tutti i presidenti, newsletter, pubblicazione nei social media (Facebook, LinkedIn), pubblicazioni nella rivista «Clin d'oeil» e su Voicenet (francese e tedesco).
- **Unitas:** forum, sito web, flyer, rivista audio «L'arcobaleno».
- **Unione svizzera dei ciechi:** rivista «Punkt», sito web, social media (Facebook, LinkedIn).
- **Retina Suisse:** sito web, newsletter.

- Servizi di consulenza: flyer.
- Biblioteca svizzera per ciechi, ipovedenti e disabili alla lettura: pubblicazione Facebook.
- Bibliothèque Braille Romande et livre parl  (BBR), ABA Genève: newsletter.
- Verein Blind-Jogging Schweiz: newsletter.
- Apfelschule /  cole de la pomme: sito web.
- Elsebeki: forum e gruppo Facebook.
- CPHV, Zollikofen, Sonnenberg, Fokus Sehen: newsletter.
- Hôpital ophtalmique Jules-Gonin: flyer, pubblicazione nei social network (Facebook, Instagram, LinkedIn).
- Cliniche oftalmologiche (Berna, Zurigo, San Gallo, Lucerna): flyer.



Figura 15: pubblicazione su Facebook



Figura 16: flyer in italiano

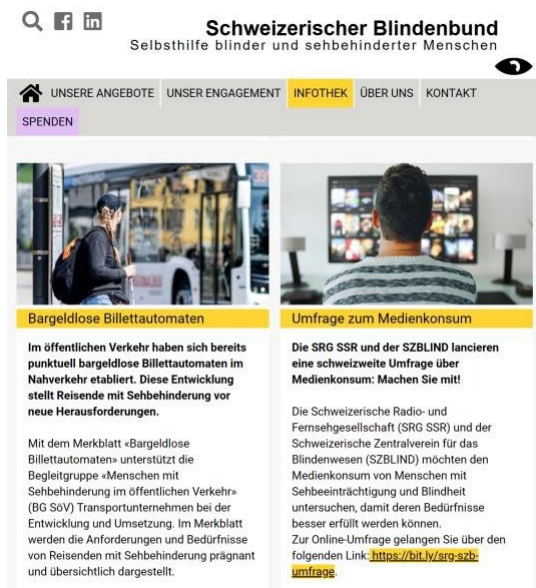


Figura 17: pubblicazione sul sito web dell'Unione svizzera dei ciechi

Il campione analizzato consente una rappresentazione molto ampia della popolazione con disabilità visiva in Svizzera, che copre i diversi sessi, fasce d'età e lingue. Non si sono riscontrate differenze significative nella distribuzione per età e per sesso tra le persone partecipanti di lingua tedesca e francese. L'applicazione di quote o aggiustamenti ponderati alla base dei dati sociodemografici non è stata ritenuta necessaria. Tuttavia, tra le varie regioni linguistiche si osserva un bias di selezione relativo al tipo di disabilità visiva o all'età in cui si manifesta, come spiegato più dettagliatamente nei paragrafi 3.2.1 e 3.2.2. Questa distorsione potrebbe essere dovuta al reclutamento della maggior parte di persone intervistate tramite file di associazioni partner o la newsletter sull'audiodescrizione della SSR. È plausibile che nelle varie regioni linguistiche l'accesso a questi canali risulti differente. Inoltre, le differenze culturali nella percezione delle disabilità visive che potrebbero influenzare la decisione di partecipare al sondaggio sono difficili da accertare, ma non da escludere completamente.

Il materiale quantitativo è stato elaborato sotto forma statistica attraverso tabelle incrociate. I risultati sono stati analizzati nel complesso e per segmenti (sesso, fascia d'età, lingua, tipo di disabilità, limitazione percepita e frequenza del consumo).

L'obiettivo delle nostre analisi incrociate consisteva nell'individuare i segmenti che nelle risposte raccolte risultavano fortemente sovrarappresentati, applicando una significatività statistica del 5%. Le variabili scelte per queste analisi sono suddivise nelle seguenti tre categorie.

- Variabili sociodemografiche: sesso, fascia d'età e lingua.
- Variabili sul tipo di disabilità: cecità totale o altre disabilità visive e grado di limitazione percepito nel consumo di contenuti della SSR (fortemente limitato, abbastanza limitato oppure poco o per niente limitato).
- Variabili sulla frequenza del consumo di contenuti SSR: consumatrici e consumatori regolari (tutti i giorni o quasi tutti i giorni) oppure consumatrici e consumatori meno frequenti.

4.2. Profilo delle persone intervistate

Grafico 1: Limitazioni nella fruizione di contenuti audiovisivi

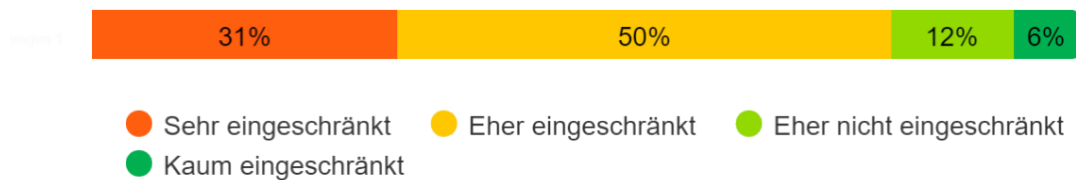


Grafico 1: «Fino a che punto percepisce come limitante la sua disabilità visiva nel consumo di trasmissioni televisive o video?» / 324 risposte effettive.

Il grafico 1 illustra le limitazioni percepite dalle persone con disabilità visiva nell'accessibilità ai contenuti televisivi e video.

Nel complesso, l'81% delle persone intervistate hanno indicato di sentirsi in qualche modo limitate, tra cui un 50% si sente piuttosto limitato e un 31% molto limitato. Per contro, il 12% delle persone partecipanti si sentono tendenzialmente non limitate, mentre una minoranza del 6% indica di essere poco limitata nel consumo di questi contenuti.

Grafico 2: Tipo di disabilità visiva delle persone intervistate

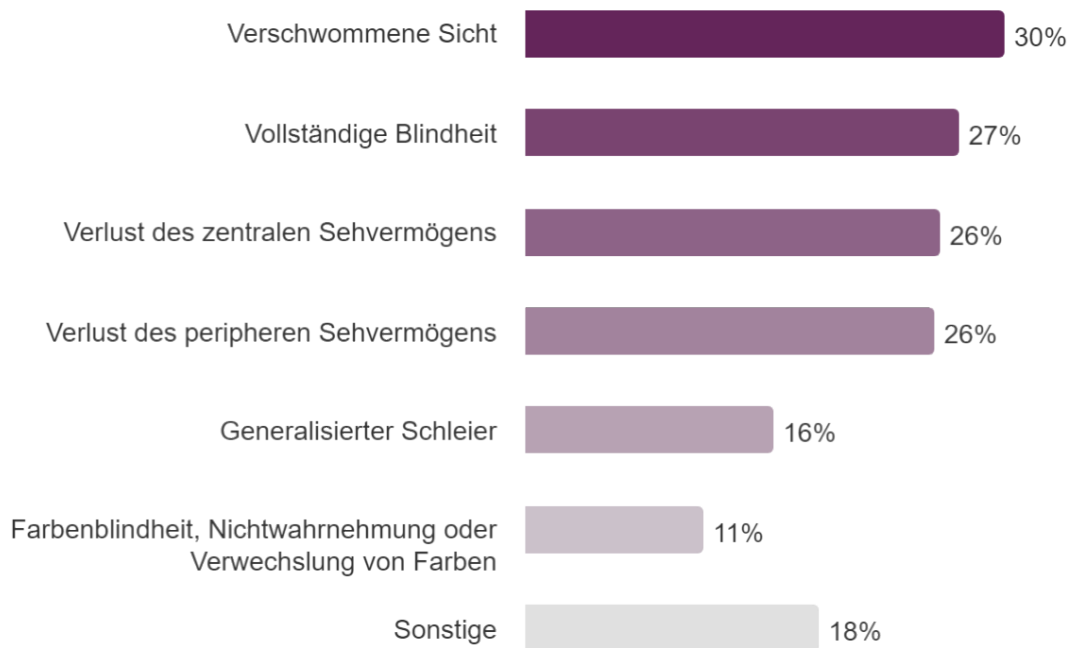


Grafico 2: «Qual è il tipo di disabilità con cui convive?» / 324 risposte effettive. Sono possibili più risposte.

Come mostra il grafico 2, la disabilità visiva più frequentemente citata nel campione analizzato è la visione annebbiata, che riguarda il 30% delle persone partecipanti. La cecità totale viene indicata dal 27% delle persone. Un quarto delle persone intervistate è interessato dalla perdita della visione centrale o periferica (26% e risp. 25%). Una vista offuscata in generale colpisce il 15% delle persone intervistate. Il daltonismo o i problemi nella percezione dei colori riguardano l'11% delle persone intervistate. Diverse disabilità visive raggruppate sotto la denominazione di «Altro» sono state indicate dal 19% delle persone intervistate. Va menzionato che, a eccezione della cecità totale, si potevano selezionare più forme di disabilità visiva, il che spiega perché la somma delle percentuali supera il 100%. La percentuale di persone intervistate che ha indicato una cecità totale ammonta al 31% tra le persone intervistate germanofone e italofone e solo del 17% tra quelle francofone.

Grafico 3: Fascia d'età (in anni) in cui si è manifestata la disabilità

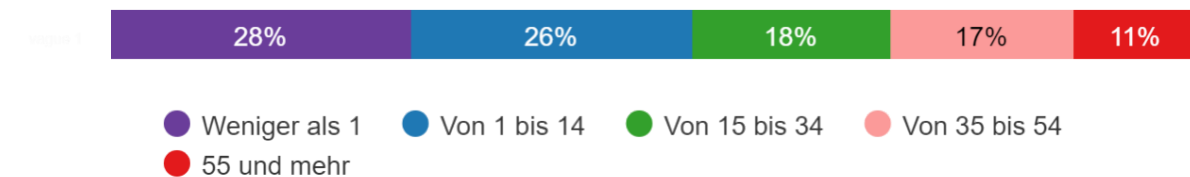


Grafico 3: «A che età si è manifestata la sua disabilità visiva?» / 317 risposte effettive (7 risposte mancanti).

Il grafico 3 raffigura una distribuzione delle persone intervistate per l'età in cui è iniziata la disabilità visiva. La percentuale più consistente, il 28%, riferisce che la disabilità visiva si è manifestata prima del compimento di un anno. Poiché la fascia d'età «Da 1 a 14 anni» rappresenta il 26%, si deduce che numerose disabilità visive siano cominciate nell'infanzia. Le persone la cui disabilità si è manifestata all'età di 15 - 34 anni corrispondono a circa il 18% del campione. Si nota un calo significativo nelle fasce d'età più elevate, con circa il 17% che indica «Da 35 a 54» anni e l'11% «Da 55 anni in su». Va osservato che la percentuale di persone che segnalano l'insorgere della disabilità visiva sotto il primo anno d'età tra le persone germanofone ammonta al 33%, mentre tra le persone francofone si limita al 17%. Al contrario, la manifestazione dell'ipovisione dopo 54 anni nelle persone germanofone è solo dell'8%, e tra le persone francofone del 15%.

Grafico 4: Distribuzione per regioni svizzere

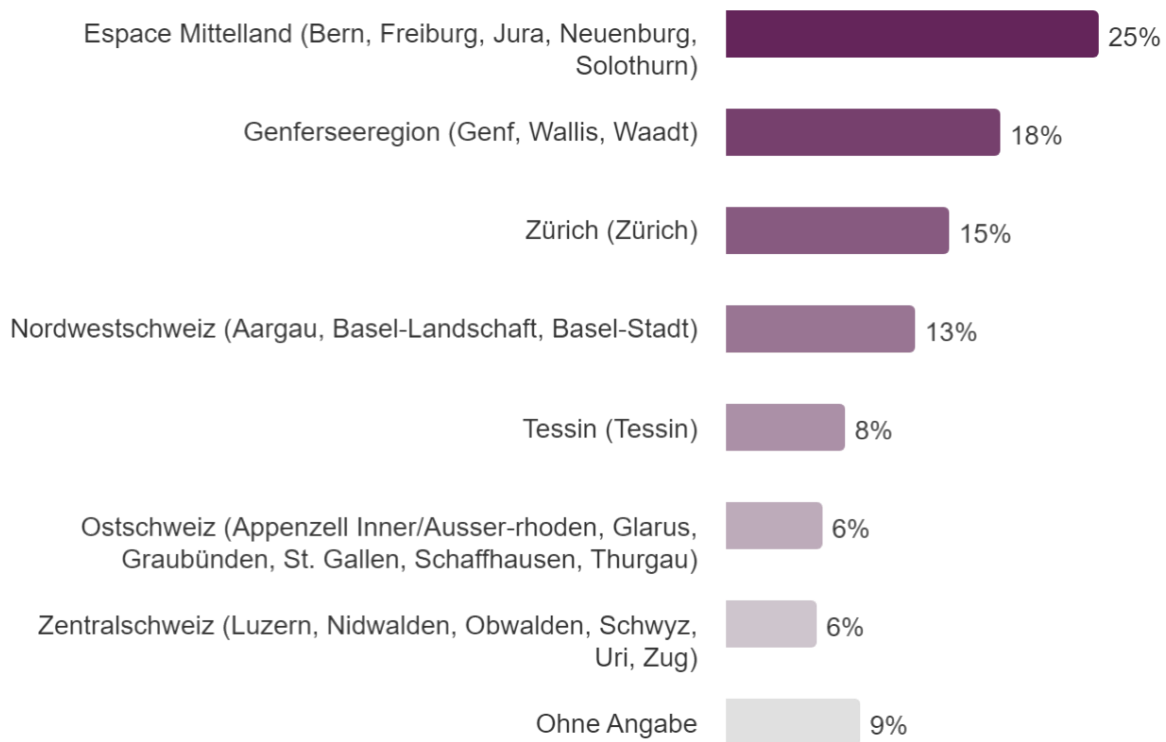


Grafico 4: Distribuzione delle persone intervistate per regioni / 324 risposte effettive.

Il grafico 4 mostra la distribuzione delle 324 persone intervistate in base alle grandi regioni in cui sono domiciliate. La regione dell'Altopiano, di cui fanno parte Berna, Friburgo, Giura, Neuchâtel e Soletta, rappresenta il gruppo più consistente (25% delle persone intervistate). Segue la Svizzera romanda, composta da Ginevra, Vallese e Vaud, con il 18%. Zurigo comprende il 15% delle persone intervistate, mentre la Svizzera nord-occidentale, inclusi Argovia, Basilea Campagna e Basilea Città, il 13% delle persone intervistate. La percentuale di risposte provenienti dalla Svizzera orientale e dalla Svizzera centrale è identica, con il 6% delle persone partecipanti per ogni regione. Il Ticino rappresenta l'8% del campione, mentre il 9% delle persone partecipanti non ha indicato alcuna regione.

4.2.2. Caratteristiche sociodemografiche

La presente sezione è dedicata alle principali caratteristiche sociodemografiche del campione:

Grafico 5: Ripartizione dei sessi tra le persone intervistate



Grafico 5: «Qual è il suo genere?» / 319 risposte effettive (5 risposte mancanti).

Per quanto riguarda la ripartizione dei sessi, le donne rappresentano il 55% del campione, e gli uomini il 45%. La categoria «Altro» è rappresentata, ma solo marginalmente, con l'1% delle persone partecipanti.

Grafico 6: Distribuzione per fascia d'età delle persone intervistate

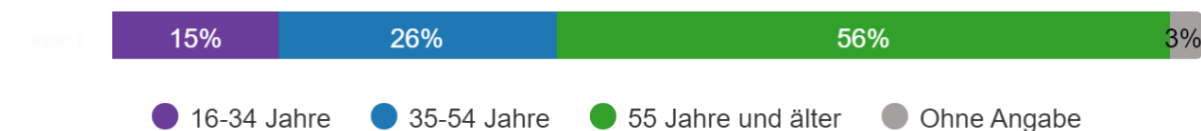


Grafico 6: Distribuzione delle persone intervistate per fasce d'età / 324 risposte effettive.

La fascia d'età più rappresentata è quella delle persone dai 55 anni in su, che costituiscono il 56% del campione totale. Segue la fascia d'età dai 35 ai 54 anni, pari al 26% delle persone intervistate. Il terzo gruppo, composto da persone di età compresa tra i 14 e i 34 anni, costituisce il 15% della popolazione intervistata. Infine, una piccola parte (3%) delle persone intervistate non ha rilasciato informazioni sull'età.

Grafico 7: Distribuzione per status occupazionale delle persone intervistate

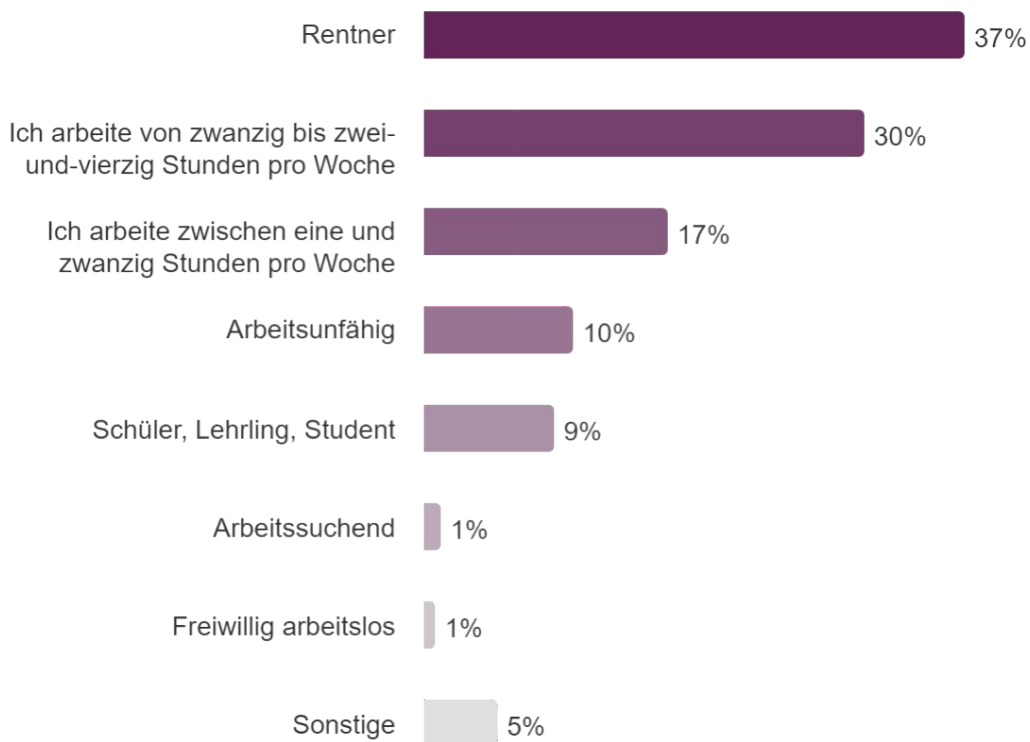


Grafico 7: «Qual è il suo status occupazionale?» / 313 risposte effettive (11 risposte mancanti). Sono possibili più risposte.

Il grafico indica la distribuzione dello status occupazionale delle persone partecipanti al sondaggio, in percentuale. Il gruppo principale composto dal 37% del campione è quello delle persone in pensione. Poco meno, il 30%, comprende le persone partecipanti con un orario settimanale da 20 a 42 ore. Le persone che lavorano da una a venti ore a settimana rappresentano il 17% delle risposte. Il 10% del campione presenta un'incapacità lavorativa.

Seguono a poca distanza scolari e scolari, apprendiste e apprendisti, studentesse e studenti, con il 9%. La categoria denominata «Altro» include il 5% di partecipanti. Una piccola percentuale dell'1% sta cercando lavoro e un altro 1% è disoccupato per scelta.

4.3. Fruizione dei media e dispositivi multimediali

Grafico 8: Media audiovisivi utilizzati

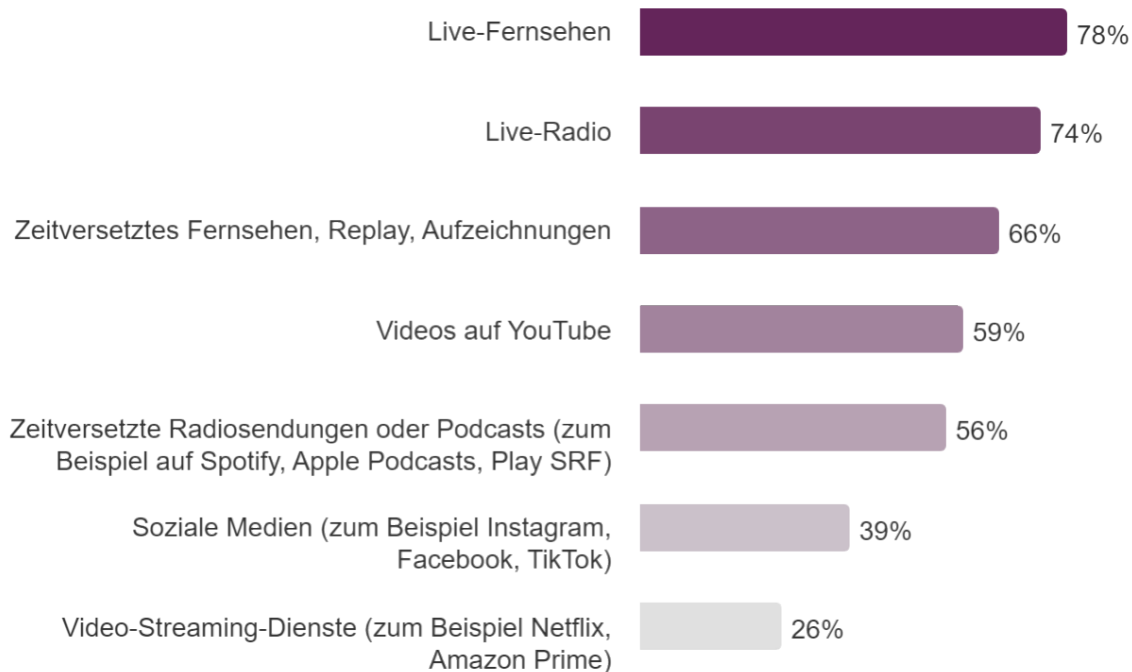


Grafico 8: «Quali dei seguenti media audiovisivi utilizza, anche occasionalmente?» / 321 risposte effettive (3 risposte mancanti). Sono possibili più risposte.

Il grafico 8 rispecchia le preferenze di fruizione dei media delle persone intervistate cieche e con disabilità visive, evidenziando che la «televisione in diretta» è il media più usato: il 78% ha indicato questo tipo di fruizione. Segue, poco sotto, la «radio in diretta», utilizzata dal 74% di partecipanti. I due media tradizionali sono decisamente predominanti per quanto riguarda la frequenza di utilizzo.

Il 66% delle persone intervistate sceglie «televisione in differita, replay, registrazioni», e al 59% piacciono i «video su YouTube». «Trasmissioni radio in differita o podcast» (ad esempio: Spotify o podcast di Apple, Play SRF/RTS/RSI) sono prediletti dal 56%. La fruizione di «social media» (ad esempio: Instagram, Facebook, TikTok) è indicata dal 39% delle persone intervistate e mette in evidenza il ruolo che giocano nel consumo di contenuti audiovisivi.

In confronto, i «servizi di video streaming» (come Netflix, Amazon Prime) sono i meno utilizzati, con il 26% delle persone che li include nella loro selezione.

Da un'analisi incrociata con le caratteristiche principali delle persone intervistate emerge che gli uomini sono più propensi al consumo di podcast (64%) e video YouTube (66%). La fascia d'età dai 55 anni è sovrarappresentata tra chi ascolta la radio in diretta (82%), mentre per quanto riguarda la televisione in differita e i video YouTube, con rispettivamente il 77% e il 75% la fascia d'età più rappresentata è quella dai 45 ai 54 anni. Si osserva una preponderanza di persone di età compresa tra i 14 e i 34 anni anche nella fruizione di video YouTube (88%), social media (70%) e servizi di video streaming (60%).

I risultati dimostrano che la maggioranza di persone intervistate predilige i media in diretta come la televisione e la radio. Per contro, i media digitali, inclusi i video online e le piattaforme streaming sono meno utilizzati, ma occupano una percentuale significativa nell'utilizzo dei media tra le persone intervistate.

Grafico 9: Dispositivi utilizzati per l'accesso ai contenuti audio e video

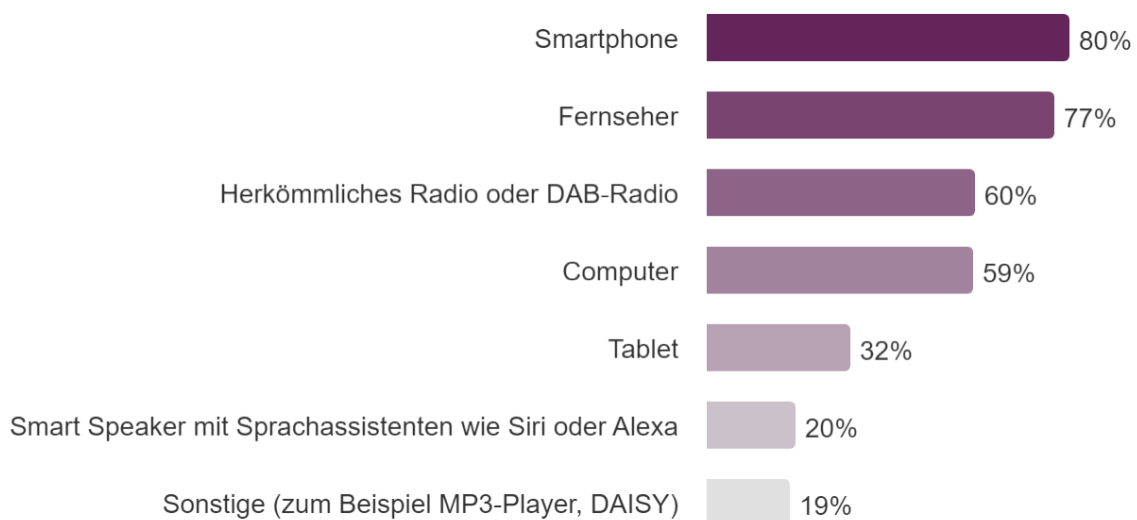


Grafico 9: «Quali dispositivi utilizza normalmente per accedere a contenuti audio o audiovisivi?» / 322 risposte effettive (2 risposte mancanti). Sono possibili più risposte.

Dal grafico 9 si evince chiaramente che lo «smartphone» è il dispositivo più utilizzato dalle persone cieche e con disabilità visive per accedere ai contenuti audio e audiovisivi: viene scelto dall'80% del campione. Anche il televisore è utilizzato intensamente (77%).

La «radio tradizionale o la radio DAB» è usata dal 60% di partecipanti, mentre il «computer» dal 59%, a riprova di come questi dispositivi continuino a occupare una posizione importante nel consumo mediatico. Il «tablet» è indicato dal 32% delle persone intervistate, mentre gli «smart speaker con assistente vocale come

Alexa o Siri» vengono utilizzati dal 20% delle persone partecipanti.

La categoria «Altro» (inclusi i lettori audio come il lettore MP3 e Daisy) è stata scelta dal 19% delle persone intervistate e indica tutta una serie di alternative per accedere ai contenuti mediatici.

Dall'analisi incrociata con le caratteristiche principali delle persone intervistate emerge una sovrarappresentanza maschile tra l'utenza di computer (67%) o smart speaker (26%). Le persone dai 55 anni in su prediligono la radio tradizionale (72%), mentre la fascia d'età 14-34 anni è nettamente più rappresentata tra l'utenza di smartphone (94%) e computer (72%).

Nel complesso, gli smartphone sono i dispositivi più utilizzati dalle persone con disabilità visiva per accedere ai contenuti audiovisivi, come già osservato nelle interviste qualitative. I dispositivi come i PC, le radio, i tablet e lettori audio speciali continuano a svolgere un ruolo centrale.

Grafico 10: Fonti per la scoperta dei contenuti audio e video

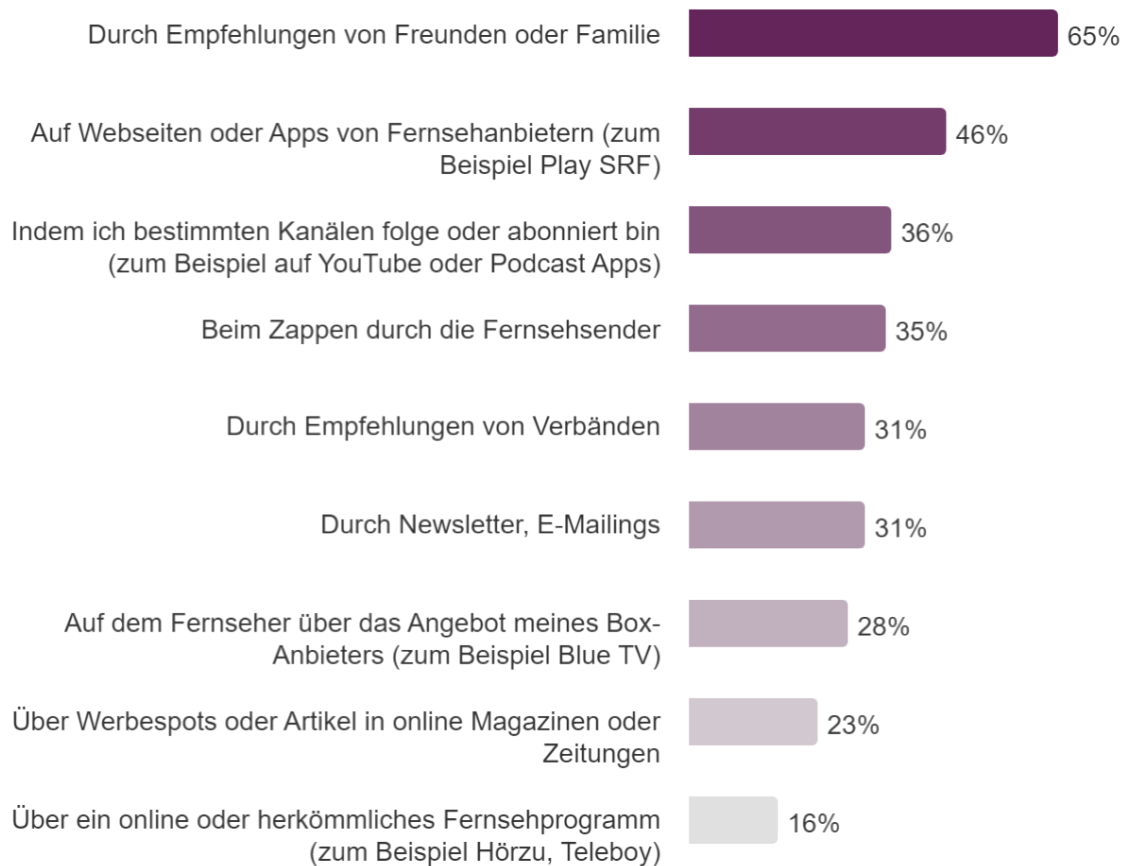


Grafico 10: «Come viene a conoscenza di nuovi contenuti audio o audiovisivi che potrebbero interessarla?» / 324 risposte effettive. Sono possibili più risposte.

Il grafico 10 mostra in che modo le persone intervistate scoprono nuovi media. La cerchia di amicizie o la famiglia sono il canale più frequente per la scoperta di nuovi contenuti (65%), soprattutto per le donne (70%). Il 46% delle persone intervistate si avvale di siti web o applicazioni di emittenti televisive, come Play SRF/RTS/RSI per venire a conoscenza di nuovi contenuti, in particolare gli uomini (55%). Abbonarsi a determinati canali oppure seguire canali YouTube o podcast specifici per il 36% delle persone intervistate costituisce un modo per apprendere di nuovi contenuti, fra gli uomini lo fa il 46%. Lo zapping tra i canali televisivi è un metodo usato dal 35% delle persone partecipanti, in maggioranza francofone (46%).

Le raccomandazioni di associazioni, newsletter ed e-mailing rappresentano una fonte per la scoperta di nuovi contenuti anche per il 31%, mentre un altro 28% scopre nuovi contenuti attraverso l'offerta televisiva del proprio box, come Swisscom Blue TV. Annunci o articoli di riviste o giornali online vengono menzionati dal 23% delle persone intervistate, e infine, il 16% trova nuovi contenuti interessanti nel programma televisivo online o cartaceo.

I risultati mettono in luce l'importanza delle reti e raccomandazioni personali nella scoperta di contenuti audio e audiovisivi adatti a persone cieche e con disabilità visive. Evidenziano inoltre un consumo diversificato di piattaforme e media per la scoperta di nuovi contenuti.

Grafico 11: Frequenza nella fruizione della radio o dei podcast

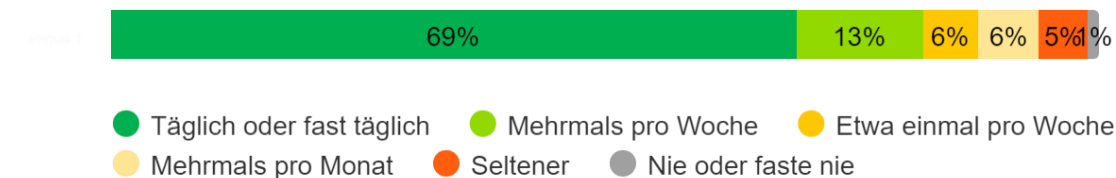


Grafico 11: «Con quale frequenza ascolta la radio o i podcast?» / 265 risposte effettive tra le persone che indicavano di consumare, almeno occasionalmente, la radio in diretta e/o le trasmissioni radio in differita oppure i podcast.

Il grafico 11 mostra che la grande maggioranza delle persone intervistate, ossia il 69% ascolta quotidianamente o quasi la radio o i podcast. Nella fascia d'età di 55 anni, la percentuale è del 79%. Un numero più limitato di persone, il 13%, li ascolta più volte a settimana, e il 6% delle persone intervistate circa una volta a settimana. Un'altra parte del campione, sempre del 6%, si dedica più volte al mese all'ascolto della radio o di podcast. Solo nel 5% dei casi ciò avviene più raramente, e una minoranza dell'1% specifica di non ascoltare mai o quasi mai la radio o dei podcast.

Da questi dati emerge che l'ascolto quotidiano di radio o podcast è frequente tra chi partecipa allo studio, di conseguenza i contenuti audio sono rilevanti nella vita quotidiana di gran parte delle persone cieche e con disabilità visive interpellate nel nostro studio. Durante le visite che abbiamo effettuato per le interviste qualitative, una parte consistente di partecipanti affermava di ascoltare quotidianamente la radio, in sottofondo oppure per seguire attivamente trasmissioni specifiche.

Grafico 12: Frequenza nella fruizione della televisione in diretta

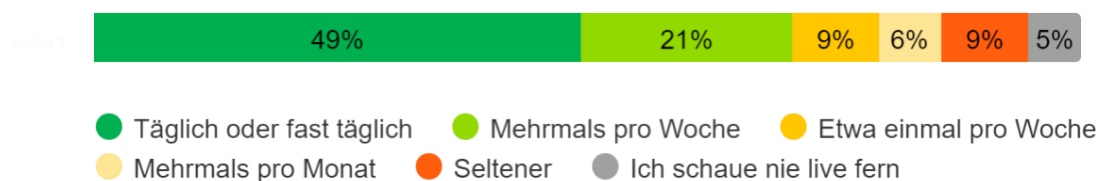


Grafico 12: «Con quale frequenza fruisce della televisione in diretta?» / 299 risposte effettive di persone che indicavano di utilizzare, anche solo raramente, televisione e servizi di video streaming.

Il grafico 12 mostra la fruizione della televisione in diretta tra le persone intervistate. La televisione in diretta viene consumata da poco meno della metà (49%) quotidianamente o quasi, il che suggerisce un uso regolare di questo media; da circa un quinto, ossia il 21%, più volte a settimana, dal 9% più o meno una volta a settimana, e da un altro 9% più raramente. Unicamente il 6% delle persone intervistate fruisce della televisione in diretta solo più volte al mese. Soltanto una piccola percentuale del 5% afferma di non consumare mai la televisione in diretta.

Questi risultati sottolineano l'importanza della televisione in diretta come fonte regolare d'intrattenimento e informazione per la maggior parte delle persone con disabilità visiva del nostro campione.

Grafico 13: Momenti di fruizione della TV in diretta

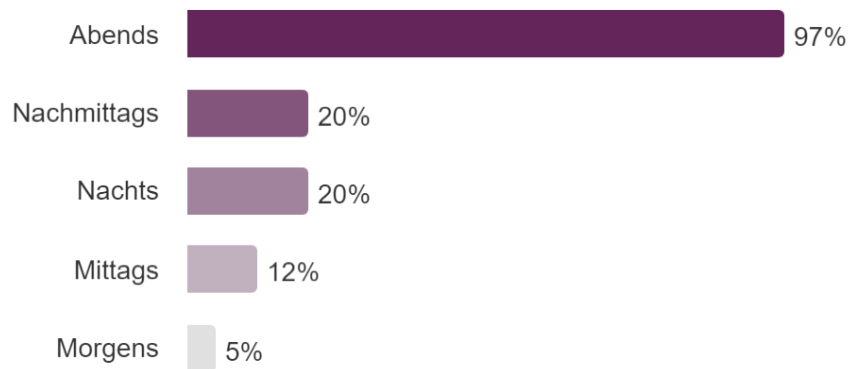


Grafico 13: «In quali orari del giorno fruisce della televisione in diretta?» / 279 risposte effettive di persone che fruiscono, anche solo raramente, della televisione o di servizi di video streaming, a esclusione di chi indicava di non consumare mai la TV in diretta. Sono possibili più risposte.

Il grafico 13 illustra la percentuale delle persone intervistate per orario del giorno in cui consumano la televisione. La grande maggioranza, ossia il 97%, predilige l'orario serale. Anche la notte è una fascia oraria apprezzata, ma da una parte molto più ristretta di partecipanti, e più frequentemente maschile (31%). Il pomeriggio attira il 20% dell'utenza, mentre il 12% opta per l'orario di pranzo. Gli orari mattutini sono i meno popolari, e sono scelti soltanto dal 5% delle persone intervistate.

Queste cifre evidenziano una chiara tendenza al consumo serale della televisione in diretta, il che suggerisce che le strategie di programmazione e accessibilità dovrebbero focalizzarsi soprattutto sulle ore serali e sui programmi in prima serata, così da raggiungere la maggioranza di utenza cieca e ipovedente. In effetti si potrebbe ipotizzare anche che la concentrazione di consumo della TV in diretta su questa fascia oraria sia dovuta alla maggior offerta di programmazione. Da un'analisi incrociata emerge come l'utenza che consuma quotidianamente televisione e video sia sovrarappresentata durante il pomeriggio, mentre tra l'utenza che ne fruisce di notte sono proporzionalmente più frequenti gli uomini e le persone con gravi disabilità visive.

Grafico 14: Frequenza nella fruizione della televisione in differita

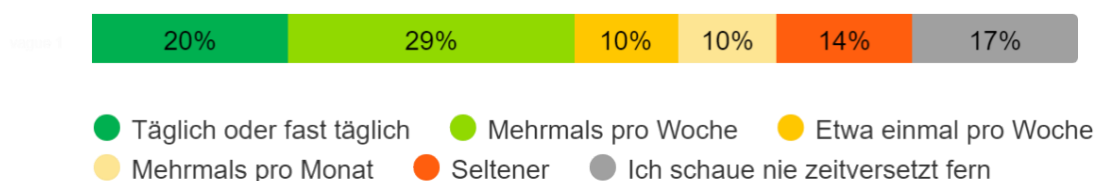


Grafico 14: «Con quale frequenza fruisce della televisione in differita?» / 299 risposte effettive di persone che indicavano di fruire, anche solo raramente, della televisione o dei servizi di video streaming. Sono possibili più risposte.

Nel grafico 14 è raffigurata la frequenza con cui le persone intervistate consumano programmi televisivi in differita, ossia registrati o in replay. Esso evidenzia come il 29% di esse opta più volte a settimana per questa forma di fruizione televisiva, che rappresenta la frequenza maggiormente indicata. Per un quinto delle persone, ossia il 20%, questo avviene quotidianamente o quasi. Il 10% delle persone partecipanti consuma circa una volta a settimana trasmissioni in differita, un altro 10% più volte al mese. Il 14% del campione più raramente. Infine, il 17% afferma di non utilizzare mai la televisione in differita.

Dallo studio qualitativo era emerso che la fruizione di trasmissioni in differita rispetto a quelle in diretta risultava più difficile dalla televisione.

La necessità di navigare attraverso i menu (nelle applicazioni o nel box) compromette notevolmente l'accessibilità di questa offerta e può pertanto portare chi consuma i contenuti dalla televisione, a preferire la fruizione di programmi in diretta.

Grafico 15: Canali d'accesso alle offerte televisive in differita

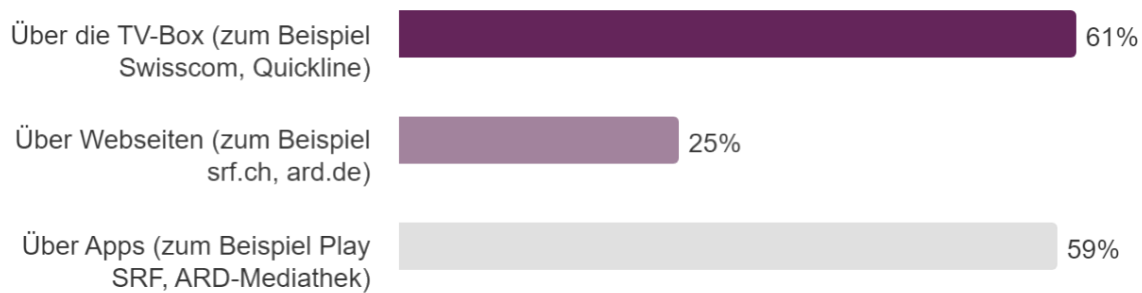


Grafico 15: «Come accede all'offerta televisiva in differita?» / 231 risposte effettive di persone che affermano di consumare almeno raramente la televisione o i servizi di video streaming, escluso chi indica di non fruire mai della televisione in differita (18 risposte mancanti). Sono possibili più risposte.

Il grafico 15 raffigura i metodi prediletti per l'accesso ai contenuti televisivi in differita. La maggioranza delle persone intervistate (61%) accede ai contenuti tramite il box televisivo, citando esempi come Swisscom o Sunrise. Oltre la metà, il 59%, utilizza applicazioni specifiche come Play SRF/RTS/RSI, mediateca dell'ARD o 6 Play, mentre un quarto tra loro, il 25%, ricorre alle pagine web come srf.ch, rts.ch, rsi.ch, ard.de oppure france.tv.

Da questi dati emerge una netta preferenza dell'utilizzo di servizi con box televisivi e applicazioni streaming come canali principali per accedere a programmi televisivi in differita rivolti a persone cieche e con disabilità visive, con un consumo notevole, ma comunque inferiore, delle piattaforme web.

Grafico 16: Motivi principali per la fruizione in differita di contenuti televisivi

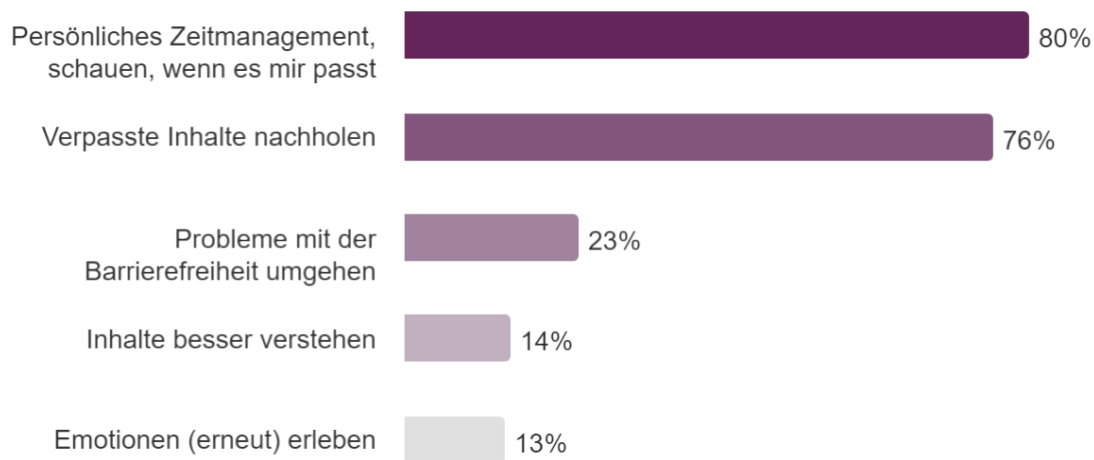


Grafico 16: «Quali sono i motivi principali che la inducono al consumo di contenuti televisivi in differita?» / 244 risposte effettive di persone che affermano di fruire, perlomeno occasionalmente, della televisione o di servizi di video streaming, eccetto chi indica di non guardare mai la televisione in differita (5 risposte mancanti). Sono possibili più risposte.

Dal grafico 16 si evincono i motivi che inducono le persone intervistate al consumo in differita di contenuti televisivi. La personale gestione del tempo è il motivo principale per l'80% delle persone intervistate, che apprezzano la flessibilità di decidere in base alle proprie esigenze quando fruire delle trasmissioni. Anche la possibilità di recuperare i contenuti persi è un motivo importante per il 76% di loro.

Per il 23% il motivo è dovuto ai problemi di accessibilità, il che presuppone che il ricorso alla televisione in differita avviene per superare questi ostacoli. Le interviste qualitative hanno ad esempio dimostrato che in questo caso spesso è più semplice trovare contenuti audiodescritti che attivare l'audiodescrizione nella televisione in diretta. Una piccola percentuale del campione (14%) consuma i contenuti in differita per comprenderli meglio (eventualmente anche per poterli mettere in pausa quando la persona con cui li condividono spiega le informazioni visive), e un 13% sceglie questa modalità per potere vivere o rivivere le emozioni relative a questi programmi.

I risultati sottolineano quanto per le persone con disabilità visive e cieche la flessibilità e il controllo personale nelle abitudini di consumo mediatico siano fondamentali, come pure il ruolo della fruizione in differita nel superamento degli ostacoli di accessibilità e ai fini di una migliore comprensibilità dei contenuti.

Grafico 17: Necessita di aiuto per l'ascolto della radio o di podcast?



Grafico 17: «Necessita dell'aiuto di una persona vedente per ascoltare la radio o dei podcast?» / 265 risposte effettive di persone che indicavano di fruire, almeno raramente, della radio in diretta e/o di trasmissioni radio in differita o podcast.

Il grafico 17 mostra se una persona senza disabilità visiva necessita di aiuto per l'ascolto della radio o di podcast. Una grande maggioranza di persone intervistate, il 74%, indica di non necessitare di aiuto. Una minoranza del 25% afferma di necessitare occasionalmente di aiuto, mentre solo il 2% delle persone intervistate risponde di avere sempre bisogno di aiuto. Va osservato che le donne e le persone che dicevano di sentirsi piuttosto limitate a causa dei problemi visivi hanno specificato più spesso di necessitare a volte di aiuto nell'ascolto della radio o di podcast (30%).

Queste percentuali suggeriscono che la maggior parte delle persone cieche e con disabilità visive intervistate ascolta autonomamente la radio o i podcast, il che sta a significare come l'accessibilità a questi media sia soddisfacente oppure le tecnologie che la supportano, impiegate in particolare nelle applicazioni podcast, siano efficaci. Le interviste qualitative hanno dimostrato che le persone cieche hanno più facilità a utilizzare le radio tradizionali per via del feedback aptico dei pulsanti, mentre le radio DAB controllate tramite uno schermo presentano maggiori barriere nella fruizione.

Grafico 18: Necessita di aiuto nella fruizione della televisione o di servizi di video streaming?



Grafico 18: «Necessita dell'aiuto di una persona vedente per fruire della televisione o di servizi di video streaming?» / 298 risposte effettive di persone che dicono di utilizzare, anche solo raramente, la televisione o i servizi di video streaming.

Dal grafico 18 si evince che oltre la metà delle persone intervistate, complessivamente 53%, indicano di non necessitare di aiuto nella fruizione di televisione o servizi di video streaming. Tuttavia, una percentuale consistente del 39% afferma di necessitare occasionalmente di aiuto. Un segmento più esiguo, l'8%, risponde di necessitare continuamente di aiuto.

Si delinea dunque per la maggior parte delle persone intervistate una certa indipendenza nell'utilizzo delle tecnologie per la fruizione di video, nonostante una parte relativamente grande di partecipanti affermi di necessitare occasionalmente di aiuto. Il fatto che una minoranza di partecipanti necessiti continuamente di aiuto potrebbe fare riferimento a esigenze particolari o alla mancanza di mezzi ausiliari adeguati all'accessibilità nel consumo della televisione e di piattaforme di video streaming.

Lo studio qualitativo ha messo in evidenza una grande varietà di modalità usate dalle persone partecipanti per accedere ai contenuti televisivi, soprattutto in base al provider (Swisscom TV, Sunrise, Quickline ecc.) e ai dispositivi utilizzati, a seguito della quale sono state constatate differenze relative al grado di accessibilità e autonomia nella fruizione. Ad esempio, l'utenza di Swisscom TV accoglie con favore le funzioni di accessibilità ampliate, come la possibilità di attivare l'audiodescrizione in modo permanente direttamente dalle impostazioni del box, mentre altre persone devono accontentarsi dei servizi più basilari del loro provider Internet. Molte persone lamentano altresì la mancanza di funzioni vocali nel loro apparecchio televisivo, che rende necessario l'aiuto di altre persone per navigare nei menu e accedere ai programmi. La maggior parte delle persone partecipanti cieche o con gravi disabilità visive deve limitarsi a consumare la televisione in diretta, mentre gli altri contenuti li fruisce dallo smartphone che offre una funzione Voice integrata.

Anche la fruizione di servizi di streaming (Replay, VOD) integrati nei box televisivi risulta difficoltosa se non impossibile per la maggior parte di partecipanti con una forte disabilità visiva, in quanto le interfacce utente grafiche sono poco leggibili e non utilizzabili con strumenti ausiliari. Solo le persone con sufficiente visione residua sono in grado di usarli autonomamente, ma spesso non prima di avere effettuato delle modifiche complicate (zoom, contrasto, lente d'ingrandimento, estrema vicinanza allo schermo...).

Queste osservazioni qualitative spiegano i risultati del sondaggio sull'autonomia nella fruizione della televisione. Sebbene la maggioranza indichi di cavarsela spesso senza aiuto, molte persone non riescono ad accedere da sole a determinati servizi o impostazioni. Per la piccola minoranza che necessita sempre di aiuto la scarsa accessibilità dei box televisivi disponibili sul mercato e le interfacce inadeguate alle loro esigenze specifiche sembrano rivestire un ruolo importante.

4.4. Motivazioni e aspettative verso i contenuti audio e video

Grafico 19: Motivi per l'ascolto della radio o di podcast

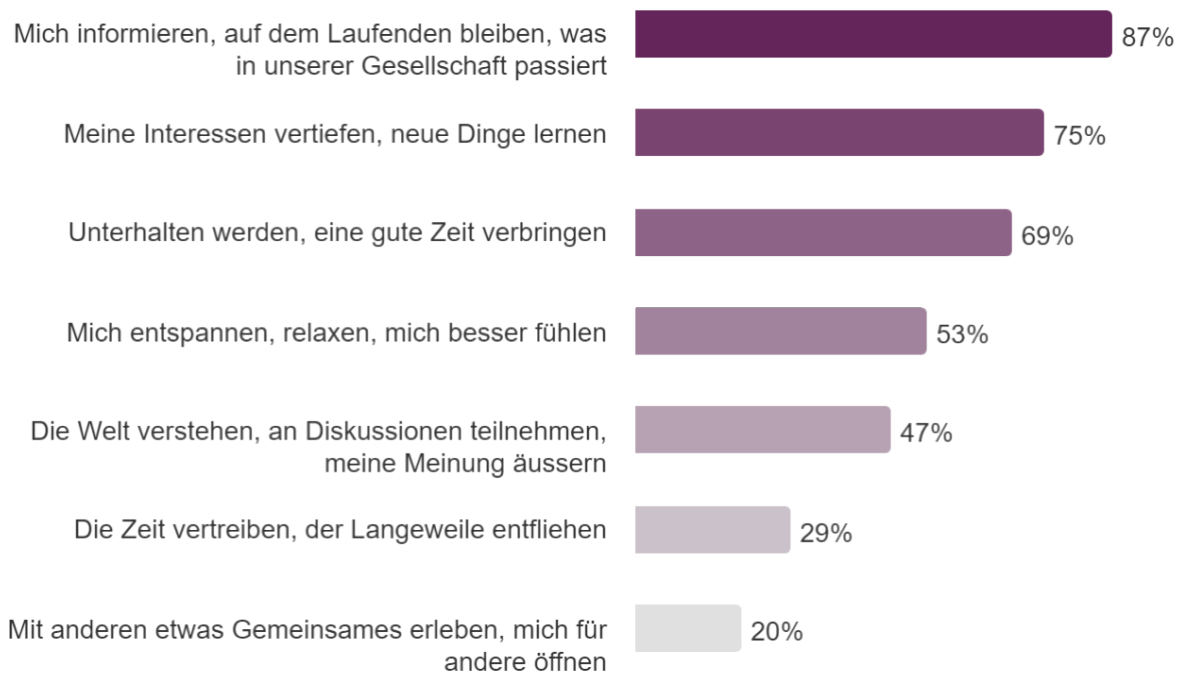


Grafico 19: «Qual è il motivo principale per cui ascolta la radio o dei podcast?» / 264 risposte effettive di persone che indicano di fruire, almeno raramente, della radio in diretta e/o di trasmissioni radio in differita o di podcast. Sono possibili più risposte.

Il grafico 19 illustra i motivi delle persone intervistate per l'ascolto di contenuti audio. L'obiettivo principale della maggioranza, 87%, è di informarsi e mantenersi aggiornati sugli eventi sociali di attualità. L'approfondimento di interessi e l'apprendimento di nuove cose rappresentano la motivazione per il 75% delle persone intervistate. Quasi il 69% ascolta la radio o i podcast come intrattenimento e per diletto.

Relax e svago sono importanti per oltre la metà delle persone intervistate (53%), mentre il 47% li ascolta per comprendere il mondo e per potere esprimere la propria opinione. Una minoranza del 29% consuma la radio e i podcast per passare il tempo e scacciare la noia. Il 20% di partecipanti per uno scambio di esperienze e per aprirsi alle altre persone. Le ascoltatrici e gli ascoltatori regolari di radio/podcast desiderano soprattutto informarsi (90%) e intrattenersi (73%).

Questo profilo di utente indica che la radio e i podcast sono considerati innanzitutto media informativi e istruttivi, ma anche una fonte di intrattenimento e rilassamento. I risultati sottolineano l'importanza

di questi media come piattaforme multifunzionali, che soddisfano un ampio spettro di esigenze e interessi.

Grafico 20: Motivi per l'utilizzo della televisione o di video streaming

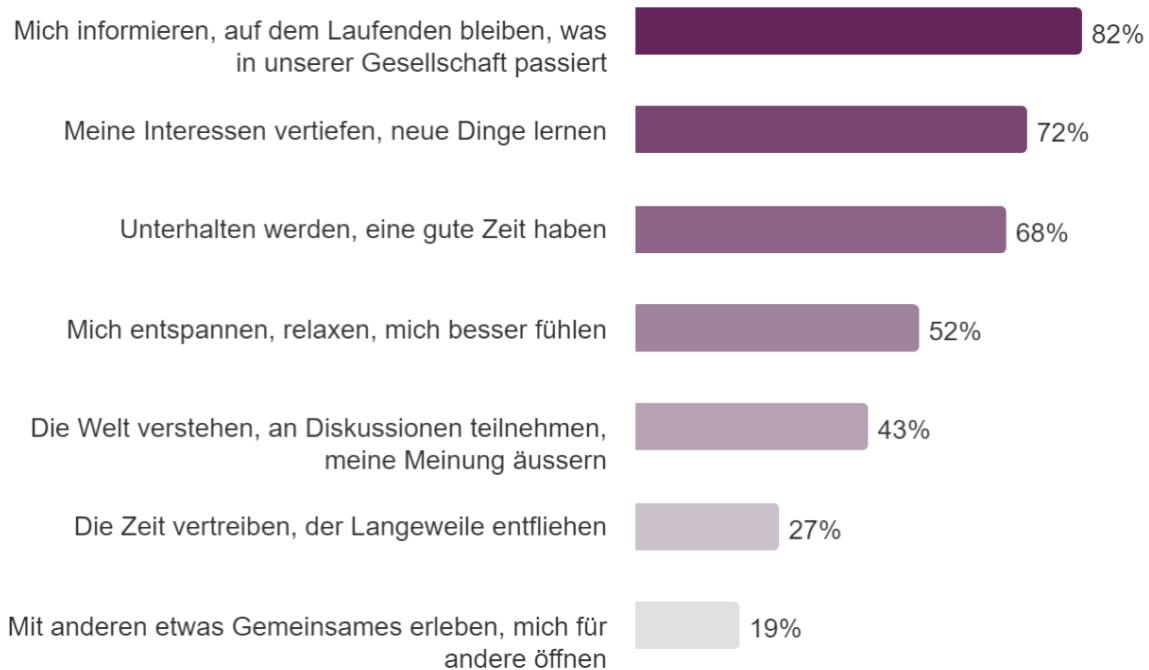


Grafico 20: «Qual è il motivo principale per cui fruisce della televisione o del video streaming?» / 294 risposte effettive di persone che indicano di fruire, anche solo raramente, della televisione o di servizi di video streaming. Sono possibili più risposte.

Il grafico 20 mostra le motivazioni che inducono le persone intervistate a fruire della televisione o dei video streaming. Si osserva uno spiccato interesse per le notizie che riguardano la società: l'82% di partecipanti desidera informarsi sugli eventi di attualità. Al contempo, questo motiva il 72% delle persone intervistate ad approfondire le proprie conoscenze e scoprire nuove cose. Un altro aspetto significativo è l'intrattenimento, con il 68% delle persone che consumano televisione o video streaming per diletto e per relax. Circa la metà, ossia il 52% fruisce di questi media per rilassarsi e aumentare il proprio benessere. Meno della metà (43%) desidera comprendere il mondo e partecipare ai dibattiti pubblici. Le attività più passive, come passare il tempo e scacciare la noia, riguardano il 27% delle persone interrogate, e infine il 19% mira a condividere le esperienze con altre persone, il che sottolinea l'aspetto comunitario e l'esigenza di condividere i media in questione. Chi fruisce quotidianamente della televisione, ovvero l'utenza più assidua tra le persone

intervistate, intende in egual misura informarsi (87%), intrattenersi (72%) e approfondire i propri interessi (72%).

Dai dati emerge chiaramente che per le persone cieche e con disabilità visive, televisione e video streaming soddisfano tutta una serie di funzioni che vanno dall'informazione e istruzione al relax e intrattenimento.

Grafico 21: Contenuti televisivi e video più utilizzati

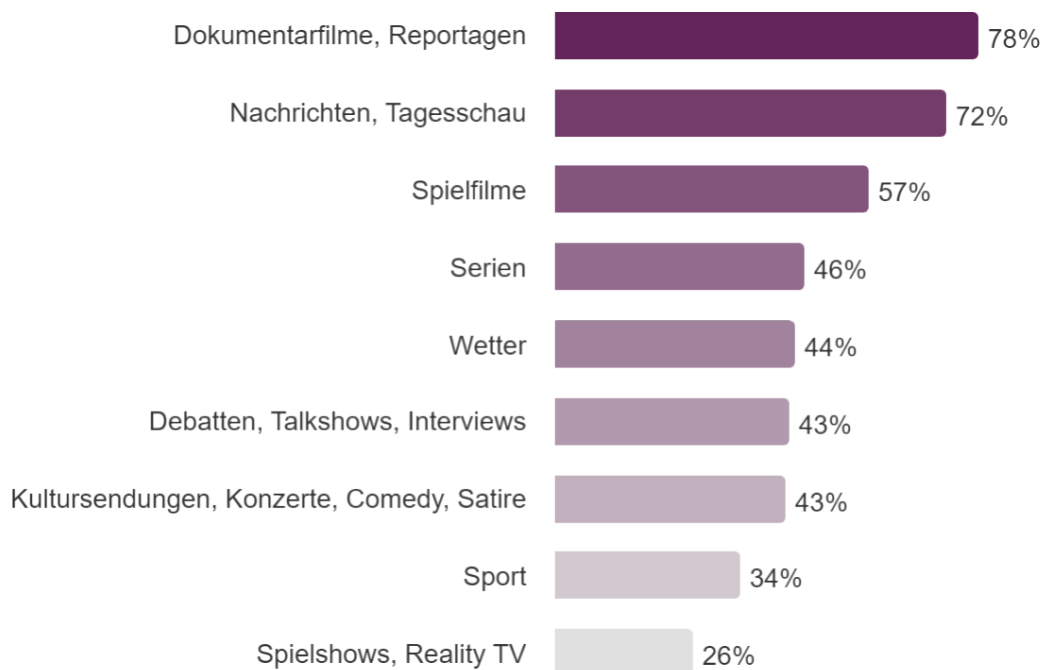


Grafico 21: «Quali dei seguenti contenuti segue più spesso in televisione o in streaming?» / 294 risposte effettive di persone che indicavano di consumare, anche solo sporadicamente, la televisione o servizi di video streaming. Sono possibili più risposte.

Dal grafico 21 si evincono le preferenze per i vari generi di programmi televisivi e in streaming tra 294 persone intervistate. L'elenco è capeggiato dai documentari e reportage che il 78% di partecipanti segue, il che denota uno spiccato interesse per i contenuti istruttivi e informativi. A breve distanza seguono le notizie e i notiziari, prediletti dal 72% delle persone partecipanti, percentuale che indica l'importanza che attribuiscono agli eventi di attualità, su cui essere sempre al corrente.

I film di fiction sono consumati dal 57%, seguiti subito dopo dalle serie 46%; dato, questo, che rispecchia un forte interesse per i contenuti narrativi. A occupare una posizione di spicco (44%) tra le risposte fornite è altresì la meteo, alla pari dei dibattiti

televisivi, dei talk show e delle interviste, che il 43% delle persone intervistate segue; percentuale che mette in luce una spiccata attenzione alle discussioni e alle analisi sociali.

Il 43% fruisce delle trasmissioni culturali, tra cui concerti e show comici, e il 34% dello sport, dato che evidenzia la varietà degli interessi. Infine, il 26% si interessa di giochi televisivi e reality; il che lascerebbe dedurre una preferenza meno netta verso questi format.

L'analisi incrociata delle tabelle indica una sovrarappresentazione di uomini tra le persone appassionate di sport (43%), mentre a prediligere maggiormente documentari e reportage televisivi (89%) e serie tv (56%) è la fascia d'età dai 35 ai 54anni. Il gruppo d'utenza quotidiana è più concentrato su notiziari (84%), previsioni meteo (55%), dibattiti televisivi, talk show e interviste (49%) nonché giochi televisivi e reality (34%). Le persone che affermano di sentirsi molto limitate a causa della loro disabilità visiva sono particolarmente interessate ai notiziari (81%).

Da queste percentuali emerge la predominanza dei contenuti informativi e istruttivi per l'utenza cieca e ipovedente, ma anche un interesse verso tutta una serie di varietà di intrattenimento televisivo e in streaming.

4.5. Soddisfazione e problemi di accessibilità all'offerta della SSR

Grafico 22: Frequenza del consumo generale di contenuti della SSR

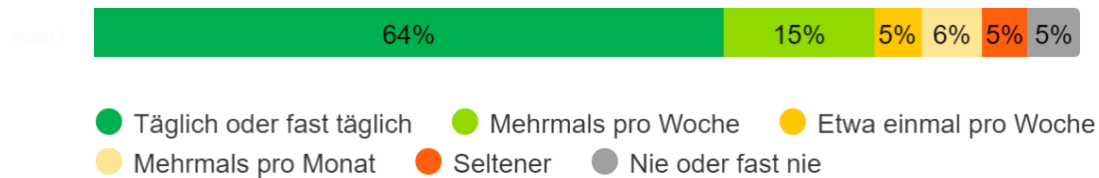


Grafico 22: «Con quale frequenza fruisce dei contenuti della radio e televisione pubblica svizzera SSR, online, tramite la pagina web, la televisione, la radio, i social media o altri canali?» / 324 risposte effettive.

La grande maggioranza di persone intervistate (64%) è costituita da utenti regolari (quotidiani o quasi) di contenuti della SSR, il che rispecchia un'elevata regolarità nella fruizione. Questa percentuale aumenta in modo significativo nelle persone che si sentono fortemente limitate dalla loro disabilità visiva (80%) e nelle persone dai 55 anni in su (80%). Tra la popolazione germanofona la percentuale è del 69%. A titolo di raffronto: la percentuale della popolazione francofona è del 53% e della popolazione italofona del 59%.

Grafico 23: Genere di contenuti SSR consumati

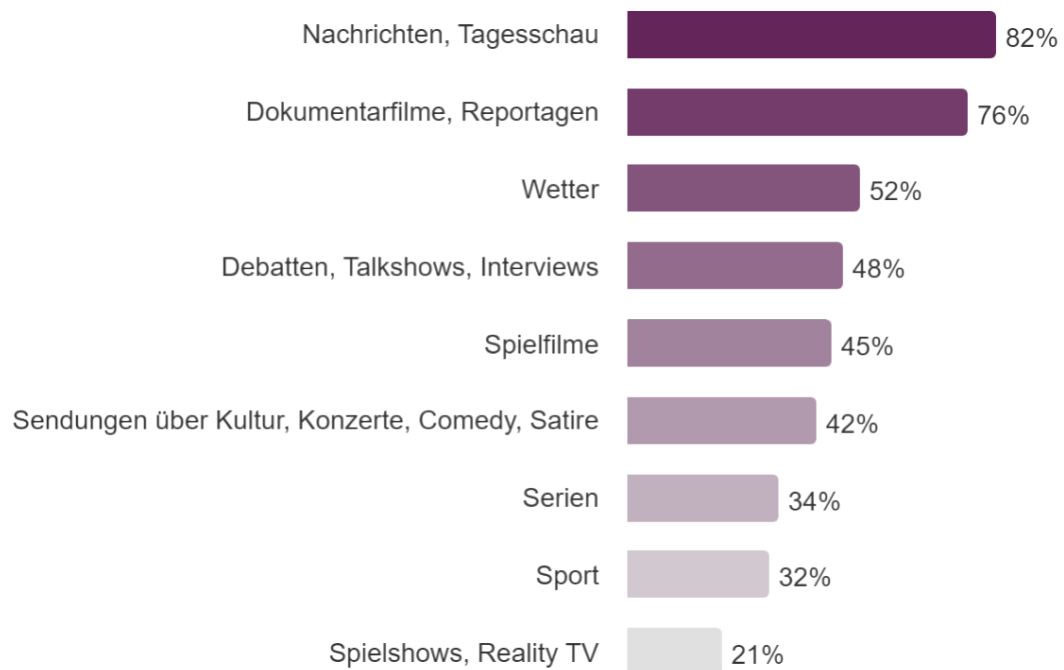


Grafico 23: «Quali contenuti della SSR consuma?» / 299 risposte effettive (25 risposte mancanti). Sono possibili più risposte.

I generi di contenuto della SSR consumati con maggiore frequenza sono le notizie o il telegiornale (82%), seguiti da documentari e reportage (76%). La meteo (52%), i dibattiti televisivi e le interviste (48%) nonché i film (45%) completano la top 5 dei contenuti più visti o ascoltati. Va osservato che le persone dai 55 anni in su si interessano più spesso per le previsioni meteo (60%) e i film (52%). Le trasmissioni culturali, i concerti e gli show comici interessano il 42% delle persone intervistate, percentuale che tra le persone germanofone aumenta a quasi la metà dell'utenza (48%) e tra le persone francofone si ferma al 32%.

Da un'analisi incrociata risulta che l'utenza regolare di radio/podcast è preponderante tra chi consuma i notiziari (87%). Le persone che fruiscono quotidianamente della televisione sono a loro volta più rappresentate tra l'utenza delle trasmissioni informative (86%), dei film d'azione (58%), della meteo (62%) e delle serie (45%) sui canali della SSR.

Grafico 24: Canali della SSR

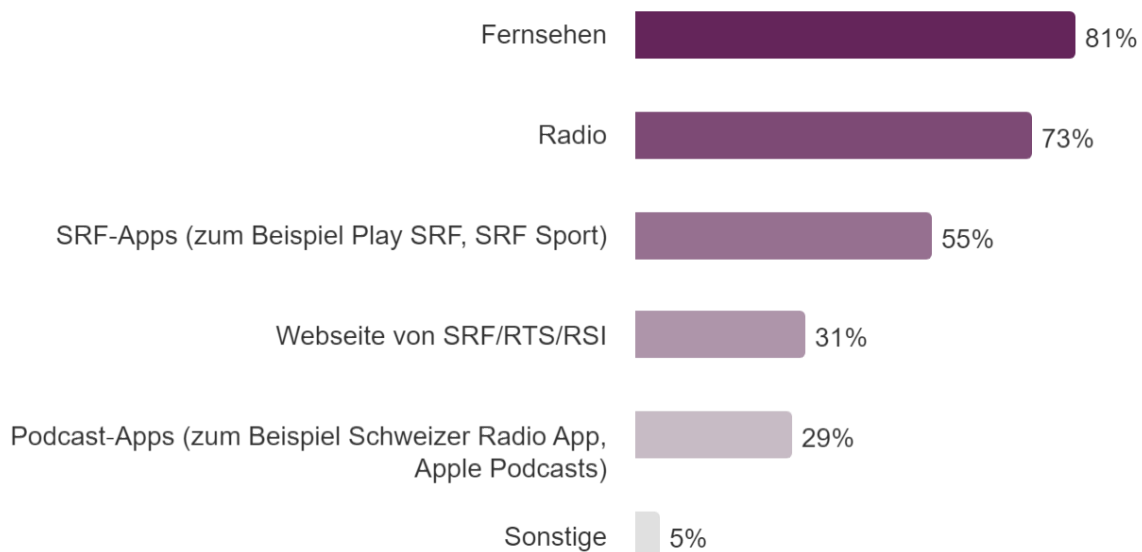


Grafico 24: «Quali canali della SSR segue?» / 304 risposte effettive (20 risposte mancanti). Sono possibili più risposte.

I canali della SSR più utilizzati dalle persone partecipanti per accedere all'offerta sono la televisione (81%) e la radio (73%). Le applicazioni mobili della SSR, come ad es. Play SRF/RTS/RSI, SRF o RTS Sport, occupano il terzo posto e sono usati dal 55% del campione, prima del sito web (31%) e delle applicazioni podcast (29%).

Gli uomini sono sovrarappresentati tra l'utenza delle applicazioni mobili (67%), delle applicazioni podcast (40%) e delle pagine web della SSR (37%). Emerge altresì una preponderanza delle persone sopra i 55 anni, particolarmente numerose tra l'utenza della radio (81%), e della fascia d'età 35-54 nell'utilizzo delle applicazioni mobili (67%). Anche le persone totalmente cieche fruiscono molto più spesso delle applicazioni mobili della SSR (73%) e delle applicazioni podcast (38%). L'utilizzo di applicazioni della SSR è più frequente tra l'utenza intervistata germanofona (59%), mentre nella Svizzera romanda si limita al 49%.

Grafico 25: Soddisfazione generale per quanto riguarda l'offerta della SSR

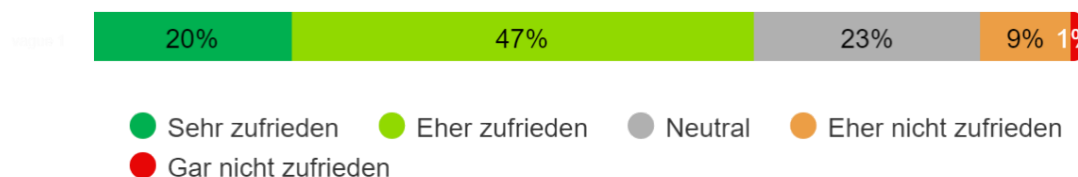


Grafico 25: «Qual è il suo grado di soddisfazione generale relativamente all'offerta della SSR, online, tramite le pagine web di SRF/RTS/RSI, i social media, la TV, la radio o altro?» / 307 risposte effettive (17 risposte mancanti).

Complessivamente due terzi delle persone intervistate si dichiarano soddisfatte dell'offerta della SSR (67%, di cui il 20% molto soddisfatte), mentre risultano insoddisfatte solo il 10% di esse. Quasi un quarto (23%) ha espresso un'opinione neutrale. Dai risultati emerge dunque una buona soddisfazione generale, indipendentemente da sesso, fascia d'età, tipo di disabilità visiva, regione linguistica o frequenza nell'utilizzo dei contenuti audiovisivi della SSR.

Alla seguente domanda aperta: «Cosa potrebbe aumentare il suo grado di soddisfazione nei confronti dell'offerta complessiva della SSR?» hanno risposto circa settanta persone intervistate. Sono emersi i seguenti principali punti in ordine di importanza.

Aumentare nettamente la quantità di contenuti audiodescritti, soprattutto nelle categorie film, serie, documentari e trasmissioni sportive. Numerose dichiarazioni riportate testualmente evidenziano questa esigenza prioritaria.

«Data la mia cecità, mi piacerebbe avere a disposizione una maggiore quantità di contenuti audiodescritti, sui canali francesi ve ne sono di più, e da circa dieci anni aumentano continuamente. Trovo che la RTS sia indietro per quanto riguarda questi contenuti rivolti alle nostre esigenze»

«Decisamente più contenuti audiodescritti»

«Offrire più trasmissioni sportive con audiodescrizione (ad es. sci, partite di calcio ecc.)»

«Più audiodescrizione, soprattutto nello sport»

Migliorare l'accessibilità a pagine web, applicazioni e interfacce per le persone con disabilità visive (ingrandimento di testi, ottimizzazione per screen reader).

Trascrizioni:

«Migliore accessibilità alle applicazioni specifiche»

«Che la pagina Internet della RTS sia più accessibile alle persone cieche».

Sottotitoli e testo in sovraimpressione più leggibili e visualizzati più a lungo sullo schermo. Esempio:

*«Testo in sovraimpressione più grande e in nero su sfondo bianco
- il testo bianco su sfondo colorato, ad esempio, si vede male»*

*«Per le persone con disabilità visive, la possibilità di ingrandire il
testo nella finestra del programma. E per le persone cieche la
possibilità di farsi leggere il testo del programma»*

*«Se una trasmissione o un'intervista è sottotitolata, perché ad es. è
in italiano, inglese o romancio, il testo dovrebbe scorrere
lentamente e non essere visualizzato a scatti, altrimenti è sempre
troppo veloce»*

*«Sarebbe meglio se le sovraimpressioni venissero pronunciate nella
direzione corretta»*

Modificare il contenuto delle audiodescrizioni in base al tipo di trasmissione (più informazioni utili invece di descrizioni generali):

*«Nelle trasmissioni informative o di intrattenimento
l'audiodescrizione dovrebbe essere impiegata in modo più mirato,
ad es. per leggere il testo che compare sullo schermo senza essere
menzionato dal moderatore, i nomi delle persone che parlano,
informazioni più specifiche sul tema trattato invece della
descrizione generale dell'ambiente o di dire che la persona sta
sorridendo»*

Diversificare i programmi offerti con l'audiodescrizione

(film attuali, trasmissioni culturali e non solo gialli o programmi di giochi a premio).

Rendere accessibili i box televisivi degli operatori.

Vi sono anche **desideri più specifici** come più contenuti storici, documentari, meno interruzioni pubblicitarie o una cronaca giornalistica meno politicizzata.

Grafico 26: Soddisfazione rispetto ai contenuti audio (radio o podcast) della SSR

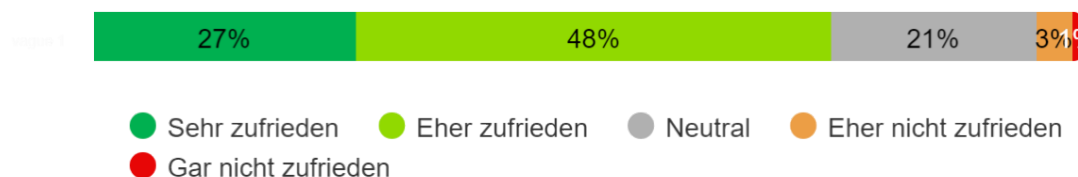


Grafico 26: «Quanto è generalmente soddisfatta o soddisfatto dell'offerta audio (radio, podcast) della SSR?» / 258 risposte effettive di persone che affermano di fruire almeno tre volte al mese di contenuti audio o radio della SSR.

La soddisfazione nei confronti dell'offerta audio (radio, podcast) della SSR è ancora maggiore. Tre quarti dell'utenza di questi contenuti si dichiara soddisfatta (75%, di cui il 27% completamente soddisfatta), mentre solo il 4% insoddisfatta. Un terzo (33%) di utenti regolari di radio/podcast è molto soddisfatto dell'offerta audio della SSR, e la percentuale di persone molto soddisfatte tra l'utenza di lingua tedesca è anche superiore alla media (31%), contrariamente all'utenza francofona, dove raggiunge solo il 22%.

Alla seguente domanda aperta: «Cosa potrebbe aumentare la sua soddisfazione rispetto ai contenuti audio?» dalle 35 trascrizioni analizzate emergono i seguenti punti in ordine d'importanza.

Migliorare l'accessibilità e la fruibilità delle interfacce per l'accesso ai contenuti audio.

«Usabilità più semplice per accedere all'audiodescrizione»

«Migliore accesso ai programmi radiofonici»

«Accesso diretto alla pagina iniziale (telefono mobile), senza necessità di installare l'applicazione»

«Più semplicità d'uso»

Offrire contenuti audio più diversificati e di qualità
(documentari, trasmissioni culturali e musicali di vario genere)

«Alla radio SRF3 gli "Specials" sono stati sostituiti da trasmissioni "Sound", il che ha ridotto la varietà. Molti stili musicali si sentono raramente o mai (heavy metal, country, reggae, musica etnica)»

«Reportage più approfonditi e trasmissioni informative. Trasmissioni musicali, ad es. Fiori Musicali, Time to swing»

«Nei documentari, più contenuti storici, contenuti sullo spazio, ufologia e sulle stranezze del nostro mondo»

Una **buona qualità audio, una pronuncia chiara** e meno interruzioni musicali nelle trasmissioni parlate.

«Meno interruzioni musicali nei notiziari o nei dibattiti televisivi come Treffpunkt. L'aggiunta di musica nelle trasmissioni parlate rende più difficile la comprensione, in particolare per le persone audiolese».

«Sarebbe bello se tutto fosse disponibile anche in formato audio. Molti articoli contengono solo testo»

«Una pronuncia chiara»

Si menzionano anche altre richieste più specifiche, tra cui meno pubblicità, neutralità politica nell'informazione o accesso a più serie francesi e tedesche con audiodescrizione.

Grafico 27: Soddisfazione rispetto ai contenuti televisivi e video della SSR

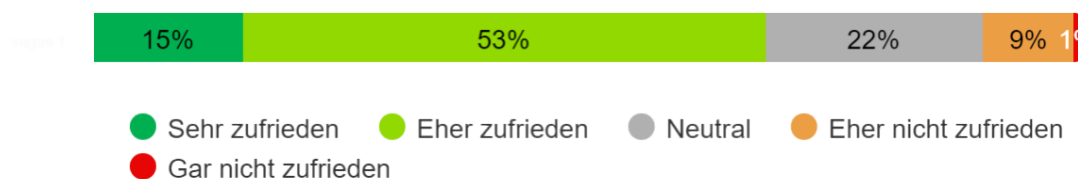


Grafico 27: «Qual è il suo grado di soddisfazione generale rispetto all'offerta televisiva e video della SSR?» / 254 risposte effettive.

Grafico 27: Soddisfazione rispetto ai contenuti televisivi e video della SSR / 254 risposte effettive

Nonostante una parte prevalente del campione si dichiara soddisfatta, il grado di soddisfazione è leggermente inferiore rispetto all'offerta generale o all'offerta audio.

Il 68% dell'utenza di questi contenuti afferma di essere soddisfatto (tra cui il 15% completamente soddisfatto), contro il 10% di persone insoddisfatte. La soddisfazione rispetto ai contenuti audiovisivi della SSR non dipende da sesso, fascia d'età, tipo di disabilità visiva, regione linguistica o frequenza nell'utilizzo. La mancanza di contenuti televisivi adeguati (audiodescrizione), problemi di accessibilità alle interfacce offerte dai provider TV e un'ergonomia decisamente migliorabile spiegano questa leggera flessione rispetto all'audio.

La domanda aperta: «Che cosa potrebbe aumentare la sua soddisfazione rispetto ai contenuti televisivi video?» ha ottenuto circa 60 risposte. I principali punti emersi dalle opinioni sono i seguenti, in ordine di importanza.

Aumento significativo della quantità di contenuti video e televisivi audiodescritti. Si tratta di un'esigenza primaria evidenziata da numerose trascrizioni.

«Trasmissioni con audiodescrizione. Attualmente la scelta è molto limitata»

«Aumentare i contenuti audiodescritti»

«Più audiodescrizione»

«Si dovrebbero offrire molti più programmi audiodescritti»

«Decisamente più contenuti audiodescritti»

Ampliare la varietà dei programmi con audiodescrizione (film, serie, sport, trasmissioni culturali ecc.) e non limitare l'offerta solo a determinati generi.

«Sarebbe auspicabile che ad es. film, thriller, drammi, film d'azione, thriller psicologici o trasmissioni sportive come il calcio, diverse gare di sci, sport motoristici si potessero consumare anche con l'audiodescrizione su SRF»

«Più audiodescrizione, sport»

«Le trasmissioni accessibili dovrebbero essere anche varie, invece di limitarsi a determinati generi»

Miglioramento della leggibilità di sottotitoli e testo in sovraimpressione (dimensione caratteri, contrasto, tempo di visualizzazione).

«Sottotitoli con un contrasto migliore oppure audiodescrizione»

«Se una trasmissione o un'intervista è sottotitolata, perché ad es. è in italiano, inglese o romancio, il testo dovrebbe scorrere lentamente e non essere visualizzato a scatti, altrimenti è sempre troppo veloce. Quando il testo compare in sovraimpressione bisogna anche avere il tempo di leggerlo»

«Se solo le descrizioni dei nomi non scomparissero subito. Non è possibile leggere così velocemente!»

Descrizione di qualità e limitata agli aspetti essenziali e audiodescrizione attivabile su richiesta.

«Limitare la descrizione delle immagini all'essenziale, possibilità di attivare e disattivare in base alle esigenze individuali dell'utenza, altrimenti i media della SSR non vengono consumati»

Offerta di contenuti video e televisivi di qualità, variegati e intellettualmente stimolanti (novità, produzioni originali, temi sulla natura/salute ecc.).

«Temi più coinvolgenti. Più produzioni proprie»

«In parte mancano le trasmissioni intellettualmente stimolanti, che mi interesserebbero molto (natura, salute ecc.)»

«Maggiore attenzione all'aspetto culturale, come ad es. nei programmi della televisione francofona, a mio parere più adeguati.»

Limitare le repliche e amministrare meglio i costi di produzione.

«Meno repliche»

«Tenere d'occhio i costi»

«Troppe repliche»

Sono inoltre state espresse alcune **richieste più specifiche**, come ad es. meno pubblicità, più dibattiti con oratrici e oratori diversi, il trattamento neutrale di determinati temi della società o maggiore inclusività, in particolare attraverso la presenza di persone con disabilità in trasmissione.

Grafico 28: Soddisfazione rispetto all'accessibilità all'offerta della SSR

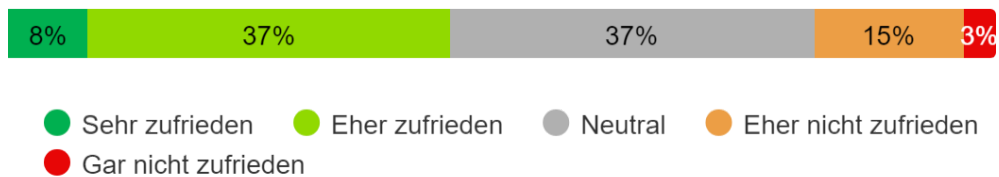


Grafico 28: «Qual è il suo grado di soddisfazione generale per quanto riguarda l'accessibilità all'offerta della SSR per persone cieche o con disabilità visive?» / 307 risposte effettive (17 risposte mancanti).

Relativamente all'accessibilità generale dell'offerta della SSR, le opinioni sono divergenti: il 45% delle persone intervistate la reputa soddisfacente (di cui solo l'8% pienamente soddisfacente), mentre per il 18% è insoddisfacente e il rimanente 37% è neutrale. Tra l'altro, questi dati relativi alla soddisfazione si presentano molto simili tra tutte le persone intervistate, indipendentemente da sesso, fascia d'età, tipo di disabilità visiva, regione linguistica o frequenza nell'utilizzo dei contenuti audiovisivi della SSR.

124 persone intervistate hanno risposto alla domanda aperta «Quale aspetto ritiene più frustrante nell'accessibilità all'attuale offerta della SSR?», esprimendo la loro opinione.

Emergono le seguenti principali frustrazioni, in ordine d'importanza.

La **mancanza di contenuti offerti con audiodescrizione**, in particolare nelle categorie film, serie, documentari e sport. Questa grande frustrazione traspare da numerose trascrizioni.

«Solo poche trasmissioni sportive, film o serie sono accessibili. Inoltre, i film o le serie che potrebbero interessare una donna 30enne come me non vengono proposti con l'audiodescrizione»

«Non ci sono abbastanza audiodescrizioni»

«Solo pochi contenuti sono disponibili con l'audiodescrizione»

«Una quantità enorme di fiction»

Problemi di accessibilità ed ergonomia dei siti web, delle applicazioni e delle interfacce televisive, che rendono difficile l'accesso ai contenuti da parte delle persone con disabilità visiva.

«Pagine poco chiare per le persone con disabilità visive: contrasto, struttura, dimensione/spessore dei caratteri»

«Sito web non accessibile (disposizioni sulla protezione dei dati), carente applicabilità dei comandi da tastiera, poiché il layout cambia continuamente, con i riquadri che si spostano (nessuna uniformità)»

«Nelle applicazioni di solito manca la funzione di lettura»

Difficoltà a identificare e trovare contenuti effettivamente disponibili con audiodescrizione.

«Non è possibile filtrare i contenuti con audiodescrizione e senza audiodescrizione»

«Molti contenuti non sono audiodescritti e quelli audiodescritti sono piuttosto difficili da trovare»

«Ricerca spontanea di contenuti audiodescritti (personalmente non pianifico le mie serate televisive)»

Problemi tecnici nell'attivazione dell'audiodescrizione o mancanza di informazioni sul modo di procedere.

«Non capisco come attivare l'audiodescrizione. Ci viene detto che esiste l'opzione, ma non come attivarla»

«Non so come utilizzare gli ausili come l'audiodescrizione»

«Non sapere se la televisione è configurata correttamente (aggiornamento del software televisivo, cambiamento del box ecc.)»

Problemi di leggibilità dei sottotitoli e del testo in sovrainpressione (dimensione, contrasto, tempo di visualizzazione).

«Non è possibile leggere il testo e i nomi indicati in così poco tempo»

«Sottotitoli troppo piccoli»

«Nei notiziari come il telegiornale, il nome delle conduttrici e dei conduttori vengono menzionati raramente se non addirittura per niente»

Grafico 29: Frequenza dei problemi di accessibilità emersi

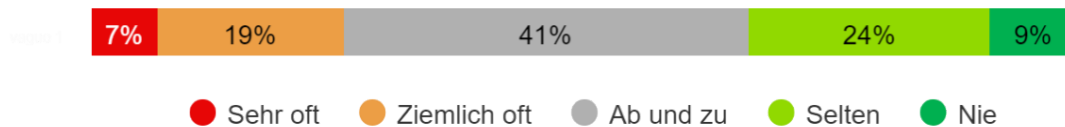


Grafico 29: «Con quale frequenza riscontra problemi nell'accessibilità ai contenuti della SSR?» / 307 risposte effettive (17 risposte mancanti).

Un quarto delle persone intervistate afferma di avere regolarmente problemi di accessibilità (19% abbastanza spesso e il 7% molto spesso), mentre un terzo ha solo raramente o mai problemi di accessibilità (33%). La percentuale delle persone intervistate che incontra solo occasionalmente difficoltà di accessibilità è del 41%.

Grafico 30: Canali che presentano difficoltà legate all'accessibilità

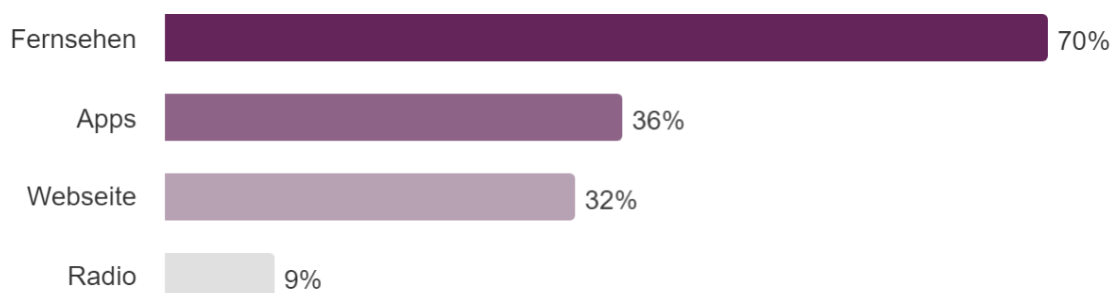


Grafico 30: «Quali canali della SSR le causano maggiori difficoltà?» / 194 risposte effettive di persone che indicano di riscontrare molto spesso, abbastanza spesso o qualche volta problemi di accessibilità ai contenuti della SSR. Sono possibili più risposte.

Per il 70% delle persone intervistate, le difficoltà riguardano innanzitutto la televisione, seguita dalle applicazioni (36%) e dalla pagina web (32%). Solo il 9% delle persone intervistate dichiara di avere problemi con la radio. Tutte le persone interrogate a questo proposito presentano percentuali simili, indipendentemente da sesso, fascia d'età, tipo di disabilità visiva, regione linguistica o frequenza nell'utilizzo dei contenuti audiovisivi della SSR.

Grafico 31: Problemi d'accesso riscontrati

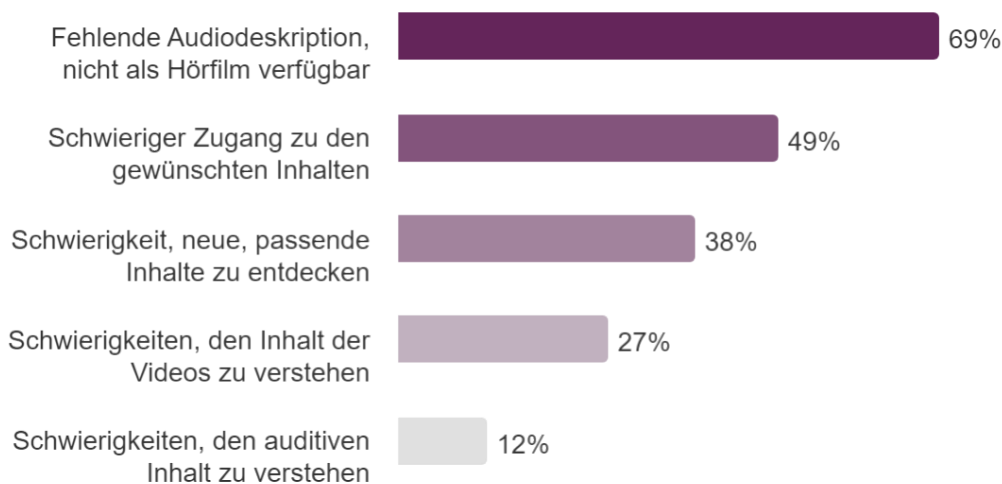


Grafico 31: «Quali difficoltà incontra?» / 180 risposte effettive tra persone che affermano di avere molto spesso, abbastanza spesso o a volte problemi nell'accesso ai contenuti della SSR. Sono possibili più risposte.

Per quanto concerne l'accessibilità ai contenuti, il 69% delle persone intervistate deplora la mancanza di audiodescrizioni, soprattutto le persone cieche (91%). Metà delle persone intervistate ritiene difficile accedere ai contenuti desiderati (49%), laddove questo genere di problemi è indicato più frequentemente da persone che affermano di sentirsi fortemente limitate a causa della loro disabilità visiva (55%). Più di un terzo delle persone interessate ha difficoltà a scoprire contenuti adeguati (38%), mentre per il 27% le difficoltà di comprensione sono riferite ai contenuti video e per il 12% ai contenuti audio.

4.6. Audiodescrizione: utilizzo, aspettative e ottimizzazioni

Grafico 32: Grado di notorietà dell'offerta di audiodescrizione della SSR



Grafico 32: «Conosce l'offerta di audiodescrizione, gli audiofilm della SSR?» / 171 risposte effettive tra l'utenza dell'audiodescrizione.

L'offerta con audiodescrizione della SSR è nota alla maggior parte dell'utenza. In effetti, tre quarti delle persone intervistate (75%) dicono di conoscere questa offerta della SSR. L'85% delle persone totalmente cieche conosce l'offerta di audiodescrizione della SSR, mentre è nota soltanto al 69% delle persone con altri tipi di disabilità visiva. Inoltre, a conoscere l'offerta è l'81% delle persone che vivono in Svizzera tedesca, e solo il 59% di chi vive in Svizzera francese.

Grafico 33: Ausili impiegati per il supporto tecnico

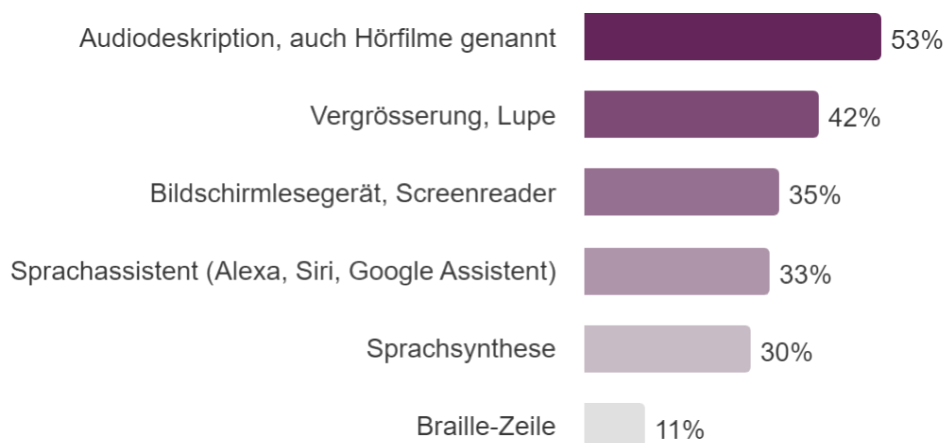


Grafico 33: «A quali ausili ricorre per fruire dei contenuti audiovisivi?» / 324 risposte effettive. Sono possibili più risposte.

L'audiodescrizione è l'ausilio con cui oltre la metà del campione (53%) accede ai contenuti audiovisivi, e quindi il più citato tra tutti gli ausili.

Altri ausili sono l'ingrandimento o le lenti d'ingrandimento (42%), lo screen reader (35%), gli assistenti vocali come Alexa, Siri o Google Assistant (33%) oppure text to speech (30%).

Da un'analisi incrociata risulta che l'audiodescrizione è nettamente più usata dalle persone totalmente cieche (83%) e da persone che affermano di sentirsi fortemente limitate a causa dei problemi alla vista (68%). Si osserva una preponderanza maschile tra l'utenza di screen reader (45%), assistente vocale (40%) o sintesi vocale (40%). Le persone totalmente cieche sono inoltre preponderanti tra l'utenza di sintesi vocale (47%) o screen reader (45%).

Grafico 34: Ostacoli all'utilizzo di contenuti audiodescritti

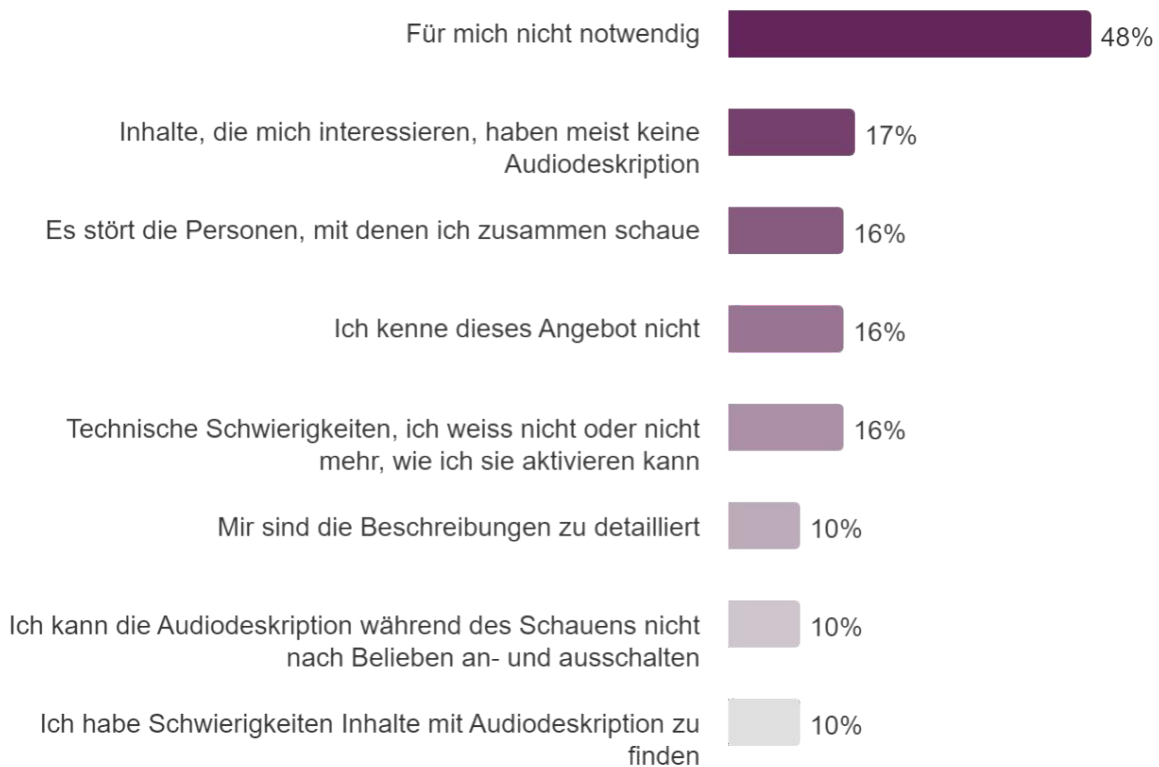


Grafico 34: «Perché non fruisce dell'audiodescrizione o di audiofilm?» / 135 risposte effettive tra persone non utenti dell'audiodescrizione. Sono possibili più risposte.

Per il 47% delle persone intervistate che non utilizzano l'audiodescrizione, il principale ostacolo consiste nella mancanza di un'esigenza o nella rilevanza percepita per la loro disabilità (48%). Per le persone intervistate che consumano l'audiodescrizione l'ostacolo è rappresentato soprattutto dai seguenti aspetti: mancanza di disponibilità dell'audiodescrizione per i contenuti di loro interesse (17%), problema per le persone con cui convivono (16%) e mancanza di conoscenze tecniche nell'attivazione del servizio (16%).

I risultati riguardano in generale tutte le persone intervistate che non utilizzano l'audiodescrizione, indipendentemente da sesso, fascia d'età, tipo di disabilità visiva, regione linguistica o frequenza nell'utilizzo dei contenuti audiovisivi della SSR.

Grafico 35: Modi per scoprire i contenuti audiodescritti

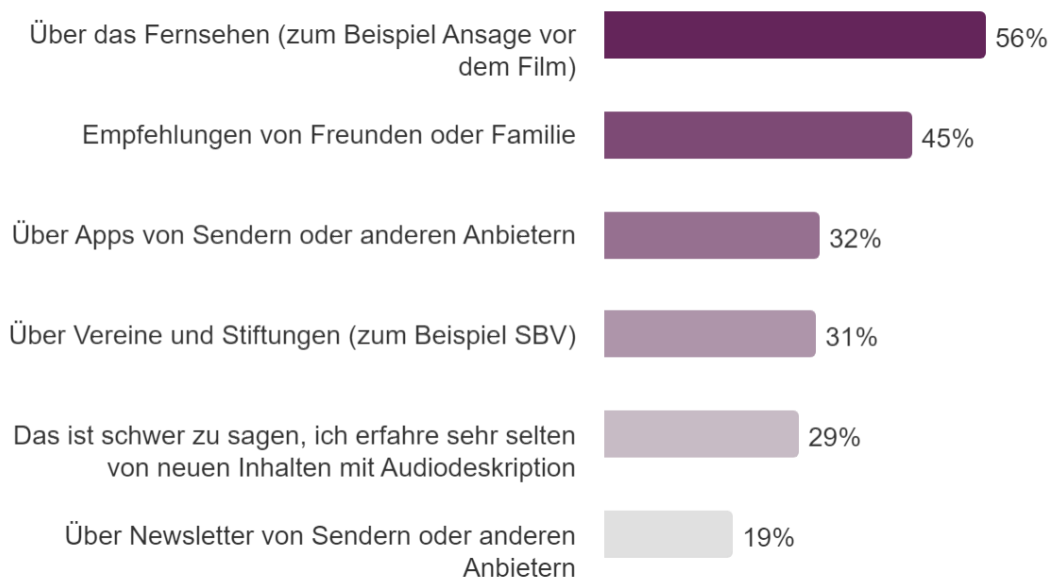


Grafico 35: «In che modo viene a conoscenza di nuovi contenuti audiodescritti?» / 164 risposte effettive tra l'utenza dell'audiodescrizione. Sono possibili più risposte.

I principali canali tramite cui l'utenza viene a sapere di nuovi programmi audiodescritti sono la stessa televisione tramite annunci on-air (56%), seguita dal passaparola nella cerchia di amicizie e parenti (45%). L'analisi incrociata evidenzia come la televisione, tra l'utenza quotidiana, si afferma come fonte principale (66%), mentre le raccomandazioni di amicizie o parenti sono rilevanti per un numero inferiore di consumatrici e consumatori regolari (54%). Sono altresì rilevanti le applicazioni delle emittenti televisive (32%), le associazioni per persone con disabilità visiva (31%) e le newsletter delle emittenti (19%). Un terzo del campione (29%) viene solo raramente a conoscenza di contenuti audiodescritti.

Grafico 36: Esigenze d'informazione per quanto riguarda nuovi contenuti audiodescritti

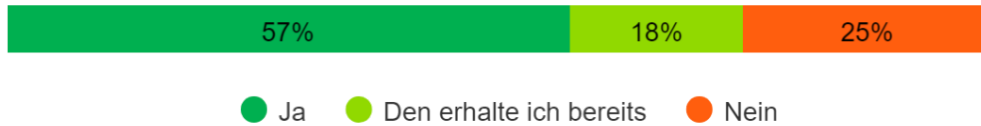


Grafico 36: «Le piacerebbe ricevere informazioni tramite newsletter o e-mail quando sono disponibili nuovi contenuti audiodescritti della SSR?» / 171 risposte effettive tra l'utenza di contenuti audiodescritti.

Una maggioranza di utenti dell'audiodescrizione (57%) afferma che gradirebbe ricevere tramite newsletter informazioni sulle novità audiovisive della SSR con audiodescrizione. Percentuale, questa, che sale al 62% tra l'utenza di audiodescrizione che fruisce quotidianamente dei contenuti audiovisivi della SSR. Un gruppo attivo in tal senso (18%) indica di ricevere già la newsletter. Tuttavia, il 25% delle persone intervistate risponde di non desiderare questo genere d'informazioni. Questi risultati suggeriscono un notevole interesse a ricevere regolarmente informazioni aggiornate sui contenuti audiovisivi accessibili, con una percentuale significativa del 18% che usufruisce già del servizio tramite questo mezzo di comunicazione. L'utenza non appare sufficientemente informata sulla possibilità di ricevere una newsletter.

Grafico 37: Soddisfazione rispetto all'offerta di audiodescrizione della SSR

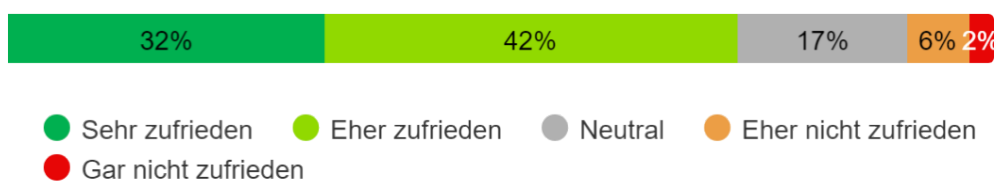


Grafico 37: «Qual è il suo grado di soddisfazione riguardo ai contenuti audiodescritti della SSR?» / 127 risposte effettive tra l'utenza dell'audiodescrizione.

Mentre l'audiodescrizione viene generalmente apprezzata, la soddisfazione rispetto all'offerta messa a disposizione dalla SSR è piuttosto divergente: solo un terzo dell'utenza (32%) la ritiene pienamente soddisfacente, mentre il 42% si dichiara abbastanza soddisfatta e un quarto neutrale o insoddisfatto (25%). Il grado di soddisfazione è più alto in Svizzera tedesca, dove il 40% giudica molto soddisfacente la qualità dell'audiodescrizione offerta dalla SSR, mentre in Svizzera romanda si tratta di appena il 12%. Tra l'utenza abbastanza soddisfatta

dell'audiodescrizione (55%) vi è una preponderanza di persone con altre disabilità visive (eccetto cecità totale).

A risultare insufficiente è soprattutto la quantità di programmi disponibili. La qualità delle audiodescrizioni offerte convince gran parte del campione (74% di soddisfazione complessiva), con un margine di miglioramento per quanto riguarda l'adattamento ad altri generi.

Grafico 38: Generi di contenuto SSR che dovrebbero essere offerti più spesso con audiodescrizione

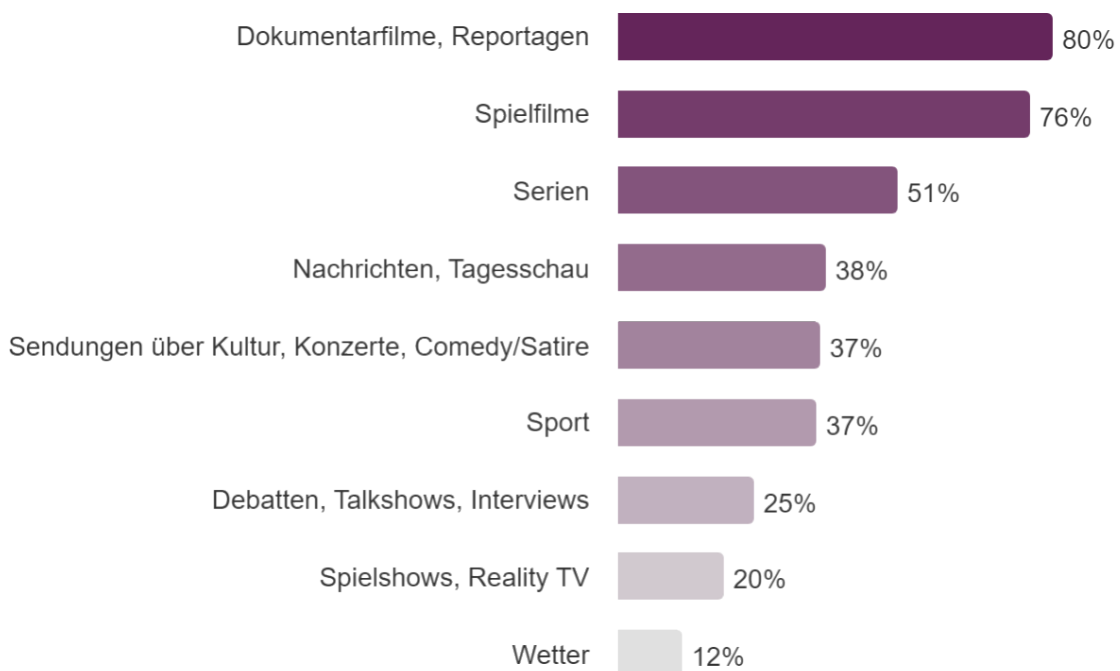


Grafico 38: «Per quali generi di contenuto ritiene che la SSR dovrebbe offrire più spesso l'audiodescrizione?» / 123 risposte effettive tra l'utenza dell'audiodescrizione. Sono possibili più risposte.

Tra le tipologie di programma per cui si richiede alla SSR più offerta di audiodescrizione, i documentari e reportage occupano il primo posto (l'80% li menziona), seguiti dai film (76%) e dalle serie (51%). Anche nelle trasmissioni sportive (37%), culturali e di intrattenimento (37%) nonché nei notiziari (38%) vengono auspicati più contenuti audiodescritti. Sembrano invece meno prioritarie le aspettative nei confronti di trasmissioni come giochi a premio e meteo. L'utenza quotidiana esprime aspettative superiori alla media riguardo ai film (84%) e alle serie (61%).

Grafico 39: Fattori che contribuiscono a un'audiodescrizione ottimale

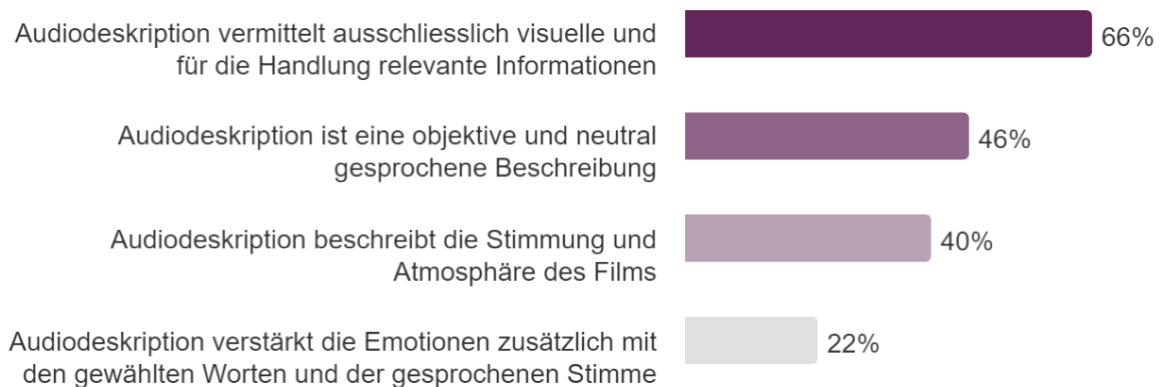


Grafico 39: «Quali sono a suo parere i fattori determinanti per un'audiodescrizione ottimale?» / 164 risposte effettive di utenti dell'audiodescrizione. Sono possibili più risposte.

Ai fini di un'audiodescrizione ottimale, secondo il 66% del campione dovrebbero essere trasmesse soltanto le informazioni visive, rilevanti per lo svolgimento. Tra le persone intervistate germanofone questo dato è del 73%, mentre tra le persone francofone del 53%. L'oggettività e la neutralità della descrizione occupano il secondo posto in ordine di importanza (46%), prima della capacità di trasmettere l'atmosfera (40%) e risvegliare emozioni con le parole e con la voce (22%). È interessante notare che il 56% delle persone con cecità totale e il 55% di chi fruisce quotidianamente di trasmissioni radiofoniche e podcast (quindi valori superiori alla media) si attende un'audiodescrizione obiettiva e neutrale.

4.7. Principali possibilità di miglioramento

Grafico 40: Le principali proposte che la SSR dovrebbe attuare

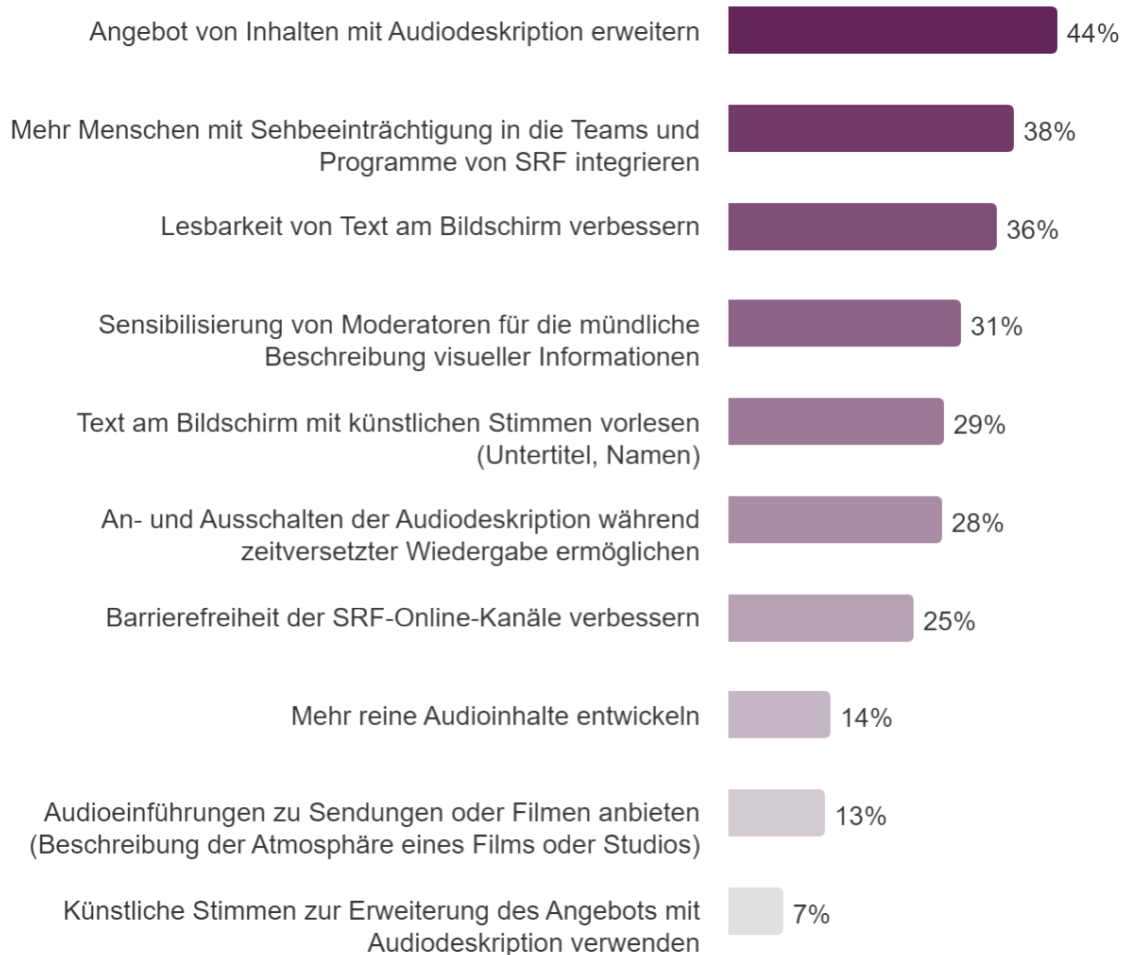


Grafico 40: «Quali tre proposte tra le dieci elencate di seguito che la SSR potrebbe attuare ritiene più importanti?» / 310 risposte effettive (14 risposte mancanti). Sono possibili più risposte.

Alla domanda sulle tre principali leve della SSR per migliorare l'esperienza di accessibilità ai contenuti audiovisivi, le persone intervistate hanno scelto in primo luogo l'ampliamento del numero di programmi audiodescritti (44%), seguito da una migliore integrazione delle persone con disabilità visiva nei team e nei programmi della SSR (38%) nonché dal miglioramento della leggibilità del testo sullo schermo (36%). Quarta in ordine di importanza è risultata la sensibilizzazione delle moderatrici e dei moderatori alla descrizione verbale di informazioni visive importanti (31%) e il miglioramento dell'accessibilità alle piattaforme digitali (25%). Viene inoltre citato l'ulteriore sviluppo dell'audiodescrizione con la funzione di attivazione / e disattivazione della stessa (auspicato da quasi il 30% di persone

partecipanti). L'utilizzo di voci sintetiche per l'audiodescrizione (7%) e l'integrazione di introduzioni audio (13%) sono invece richiesti più raramente.

L'analisi incrociata delle caratteristiche principali delle persone intervistate dimostra come il 71% delle persone totalmente cieche e il 55% delle persone con capacità visive fortemente limitate desidera innanzitutto l'ampliamento dell'offerta di contenuti audiodescritti. Inoltre, il 41% delle persone totalmente cieche auspica una maggiore sensibilità delle moderatrici e dei moderatori per la descrizione verbale delle informazioni visive. Tra le persone con altre disabilità visive, il 48% ritiene prioritario il miglioramento della leggibilità di testo sullo schermo. Si osserva anche che l'integrazione di persone con disabilità visiva nei team e nei programmi della SSR è più frequentemente menzionata nella fascia d'età 35-54 anni (48%).

5. Sintesi delle principali risultanze

Fruizione audiovisiva intensa e diversificata, con lo smartphone come dispositivo preferito e un attaccamento importante alla televisione e alla radio lineari

I risultati sottolineano l'importanza dei contenuti audiovisivi per le persone con disabilità visiva, spesso assidue e (quasi) quotidiane consumatrici di programmi della televisione e della radio pubbliche. TV e radio in diretta sono più frequentemente e regolarmente utilizzate, soprattutto tra le persone partecipanti più anziane, ma sono ampiamente diffusi anche la televisione in differita e, seppur in misura minore, radio/podcast nonché video su YouTube.

Comparativamente, i servizi streaming come Netflix o Disney+ vengono consumati di meno. Nel complesso si osserva che la fascia d'età 14-34 fruisce maggiormente di video su YouTube, social media, e servizi streaming, rispetto alle altre categorie d'età, suggerendo un futuro incremento di questi canali anche tra le persone con disabilità visiva.

Lo studio evidenzia un utilizzo diversificato di dispositivi per accedere ai contenuti audiovisivi, sebbene ve ne siano alcuni chiaramente predominanti. Lo smartphone è il dispositivo più utilizzato dalle persone con disabilità visiva e viene apprezzato per l'accessibilità che offre grazie alla funzione voiceover. Abbiamo constatato che voiceover consente all'utenza una navigazione molto fluida e un'ottima accessibilità alle applicazioni SSR Play. Tra l'utenza più anziana intervistata, alcune persone non usano lo smartphone e giudicano troppo complesso impararne il funzionamento. Pertanto, per apprendere a utilizzarlo dipendono dall'aiuto di familiari o di associazioni.

Nonostante la diversificazione nell'utilizzo, la televisione e la radio tradizionali occupano una posizione rilevante nella quotidianità delle persone con disabilità visiva intervistate. Ciò vale in particolare per la radio, che per via della sua caratteristica sonora e del legame con determinate trasmissioni, è molto apprezzata. Spesso la radio è ascoltata in sottofondo e accompagna per tutta la giornata, ma viene consumata anche per seguire trasmissioni specifiche. È altresì diffuso l'utilizzo di podcast, i quali però non sostituiscono in alcun modo i contenuti televisivi, ma sono piuttosto considerati come una nuova offerta che apre nuovi mondi nell'esperienza di ascolto.

Anche le trasmissioni televisive vengono apprezzate, soprattutto per via dei contenuti informativi e istruttivi. Il PC si colloca all'ultimo posto, pur offrendo in particolare all'utenza con visione residua la possibilità di ricorrere ad ausili non disponibili sui dispositivi televisivi (ad es. ZoomText per ingrandire il testo, NVDA per l'adattamento visivo, lo schermo Braille, la sintesi vocale). Il PC è spesso utilizzato per la televisione in differita, poiché sull'apparecchio TV risulta meno accessibile (ad es. barriere nell'utilizzo di applicazioni TV e dei menu del box). Considerando le fasce d'età si può notare che le persone dai 14 ai 34

anni utilizzano più frequentemente smartphone e computer, mentre la radio tradizionale è maggiormente diffusa tra le persone partecipanti più anziane, dai 55 anni in su, che fruiscono più spesso della radio.

Motivazione dell'utilizzo: un mix tra sete di conoscenza, intrattenimento e interazione sociale

Ogni profilo ha le sue preferenze, tuttavia vi sono motivazioni ricorrenti nel consumo audiovisivo delle persone con disabilità visiva interpellate. Innanzitutto, si osserva un forte interesse verso contenuti istruttivi e che rappresentano un arricchimento personale. Il campione intervistato apprezza le trasmissioni in grado di offrire nuove conoscenze, ampliare gli orizzonti e alimentare la curiosità intellettuale. Documentari e contenuti sulla società o culturali sono particolarmente ricercati. Ciò si rispecchia nei contenuti più consumati come i notiziari, documentari e reportage. Anche l'audiodescrizione viene richiesta in particolare per le trasmissioni informative e culturali.

Il desiderio di intrattenimento ed emozioni positive rappresenta un'ulteriore motivazione, spesso soddisfatta da film e serie. Infine, per questo gruppo target i contenuti audiovisivi svolgono un'importante funzione per l'integrazione e l'interazione sociale, poiché consentono di seguire le notizie d'attualità e le tendenze culturali, oltre che gli argomenti di cui discutere con le altre persone. Più utenti dichiarano di apprezzare l'accessibilità ai contenuti televisivi tramite la televisione così da sedere comodamente sul divano con la famiglia, anche se magari non riescono a seguire le immagini. Inoltre, guardare le serie popolari come Tatort consente loro lo scambio con persone della cerchia lavorativa o di amicizie. I film con contenuti esclusivamente audio (come Tatort in versione audio) non soddisfano questa esigenza. Dai nostri risultati emerge che i gusti e le aspettative delle persone con disabilità visiva per quanto riguarda i programmi televisivi sono generalmente altrettanto diversificati di quelli del resto della popolazione, solo con una sensibilità più spiccata per il valore informativo dei contenuti.

Per la scoperta dei contenuti, questo gruppo target si affida alle raccomandazioni della cerchia di amicizie o parenti, ma anche alle raccomandazioni delle associazioni, che sotto questo aspetto possono rivestire un ruolo determinante (ad esempio con la divulgazione del programma di audiodescrizione).

In generale, buona soddisfazione sui contenuti della SSR, ma accessibilità migliorabile

La maggioranza di persone intervistate, indipendentemente da età, sesso o provenienza regionale, si dichiara generalmente soddisfatta dell'offerta della SSR. Solo una minoranza del 10% è insoddisfatta. In particolare la soddisfazione per quanto riguarda i contenuti audio appare più elevata rispetto ai contenuti video, probabilmente a causa della migliore accessibilità ai contenuti audio del gruppo target in questione. Le persone partecipanti esprimono una soddisfazione inferiore riguardo all'accessibilità dell'offerta della SSR, con un buon 20% insoddisfatto o

piuttosto insoddisfatto. Molte persone intervistate vedono tuttavia ancora margini di miglioramento per un'emittente nazionale.

Ostacoli nell'utilizzo, in particolare relativi ai contenuti video o audiodescritti, ma anche al testo sullo schermo, e alle piattaforme digitali

La grande maggioranza si sente limitata nell'uso dei media audiovisivi. Mentre nei contenuti audio solo un quarto delle persone partecipanti ha bisogno dell'aiuto di altre persone, riguardo ai contenuti video quasi la metà di loro deve affidarsi, almeno occasionalmente, all'aiuto di terze persone. La necessità di aiuto da parte delle persone «vedenti» è spesso vissuta negativamente, poiché in contrasto con l'aspirazione all'autonomia. Gran parte dei problemi riguarda l'apparecchio televisivo, seguito dalle applicazioni e dalle pagine web, mentre la radio ne è meno interessata. Spesso, la frustrazione è dovuta alla mancanza di audiodescrizione nei documentari o film o nelle serie e trasmissioni sportive. Le interviste qualitative hanno messo in evidenza che il problema non consiste necessariamente nella mancanza di audiodescrizione del filmato, ma spesso nell'impossibilità della persona partecipante di poterla attivare, anche quando la disponibilità è stata annunciata all'inizio del film. Questi episodi, frequentemente imputati alla categoria dei problemi «tecnici» fanno sì che le persone utenti si sentano abbandonate, senza sapere se il problema dipenda dal box del provider o da loro stesse. Molte persone intervistate deplorano inoltre che per determinate trasmissioni sia disponibile l'audiodescrizione delle emittenti estere, ma non quella della SSR, come nelle gare sciistiche su ORF per l'Eurovision Song Contest. A tale proposito si auspica una maggiore collaborazione, così da colmare le lacune.

Le difficoltà d'accesso ai contenuti desiderati sono menzionate anche dalla metà delle persone partecipanti. Dalle interviste emerge quanto risulti problematico accedere ad esempio dalla televisione ai contenuti TV in differita (le applicazioni TV e i menu dei box possono essere utilizzati dalle persone cieche solo se la sintesi vocale è integrata nell'apparecchio televisivo, il che non è praticamente mai il caso). L'utenza con disabilità minori cita in molte interviste l'ostacolo della scarsa leggibilità del testo, affermando di avere l'impressione di perdersi informazioni importanti trasmesse solo come testo o spiegazione visiva (ad es. nomi, denominazioni professionali, infografici, prodotti, numero di gol segnati ecc.). L'utenza segnala altresì problemi di accessibilità all'offerta online, in particolare in relazione a Play Suisse e alle pagine web della SSR. A questo proposito l'utilizzo del programma televisivo sulle pagine web della SSR viene definito troppo complicato.

L'audiodescrizione non è ancora sufficientemente conosciuta e non rappresenta la soluzione migliore per tutte le persone con disabilità visiva

Nonostante la maggioranza abbia dimestichezza con l'offerta di audiodescrizione della SSR, questa risulta sconosciuta a quasi un quarto delle persone intervistate, persino tra l'utenza cieca vi sono persone che non la conoscono (15%). Inoltre, questa offerta è meno nota in Svizzera romanda che in Svizzera tedesca.

È possibile che in particolare le persone più anziane colpite da disabilità visiva in età avanzata siano meno a conoscenza di questa offerta. A tale proposito, il ruolo delle associazioni può essere determinante nell'informare le persone interessate sull'opzione dell'audiodescrizione.

Una parte dell'utenza, in particolare tra chi ha disabilità minori, non fruisce dell'audiodescrizione, in quanto non la ritiene necessaria per sé. L'esigenza di audiodescrizione nel complesso è fortemente legata al grado di disabilità visiva: mentre molte persone partecipanti cieche ricorrono a questo ausilio, le persone con disabilità visiva minore desiderano che, quando disponibile, l'audiodescrizione sia più flessibile (ad es. con la possibilità di attivarla e disattivarla in base alle scene, adattare l'accuratezza dei dettagli, poter leggere meglio il testo sullo schermo ecc.) Anche la possibilità di abbonarsi a una newsletter con i nuovi contenuti audio è nota a un numero di partecipanti piuttosto esiguo; ciò è particolarmente deplorabile, visto l'interesse espresso da molte persone partecipanti.

La grande maggioranza valuta positivamente la qualità dell'audiodescrizione della SSR; predomina l'esigenza di una descrizione oggettiva delle informazioni che riguardano la trama. Ciononostante, quasi la metà desidera la descrizione delle emozioni e dell'atmosfera dei film, evitando però un'audiodescrizione che le enfatizzi. Una fetta minore di partecipanti segue lo sport, anche se gli appassionati di sport desiderano un'accessibilità migliore a questi contenuti (ad es. audiodescrizione delle gare sciistiche, descrizioni più dettagliate da parte delle commentatrici e dei commentatori nelle partite di calcio).

Proposte di miglioramento nell'ambito dell'audiodescrizione, integrazione di persone con disabilità visiva, migliore accessibilità a testo, pagine web e applicazioni

Sorprende che nessuna proposta di miglioramento spicchi in modo particolare: quasi la metà delle persone partecipanti auspica in generale più contenuti audiodescritti, soprattutto nei reportage e documentari, seguiti dai film. Metà delle persone partecipanti esprime l'esigenza di più serie audiodescritte. Un terzo vorrebbe più audiodescrizione nelle notizie e nello sport, un altro terzo negli show comici, nei concerti e nelle trasmissioni satiriche. Per contro, viene attribuita meno importanza all'audiodescrizione delle previsioni del tempo, dei giochi televisivi e dei talk show, che le persone partecipanti riescono a seguire abbastanza bene anche senza l'aiuto dell'audiodescrizione.

Molte e molti utenti desiderano anche una maggiore integrazione di persone con disabilità visiva nei programmi e nei team della SSR e un accesso migliore al testo sullo schermo e ai canali online della SSR. L'ampliamento dell'offerta di contenuti esclusivamente audio, lo sviluppo di introduzioni audio o un'offerta più nutrita di audiodescrizione supportata da voci sintetiche sono misure meno richieste. Si osserva che da un lato le voci sintetiche vengono richieste per la lettura di testo sullo schermo (36%), dall'altro se si tratta di ampliare l'offerta di audiodescrizione, solo il 7% sceglie questa opzione.

Da una parte, perché la lettura di testo sullo schermo nei programmi della SSR è un servizio completamente nuovo, mentre l'audiodescrizione viene già offerta. Inoltre, il testo sullo schermo è piuttosto descrittivo e selettivo, contrariamente all'audiodescrizione di un film o di una trasmissione, che si estende su un periodo temporale più lungo. Nelle interviste, molte persone partecipanti dichiarano di non avere problemi con le voci sintetiche, ma se queste si protraggono per un tempo prolungato, per l'ascolto possono diventare molto monotone.

Nei test di voci sintetiche di qualità, ad esempio nella descrizione di contenuti informativi o per la lettura di testo e sottotitoli eseguiti durante l'intervista, la maggior parte di partecipanti le giudica positivamente, in alcuni casi addirittura umane. A questo proposito si tratta di seguire gli sviluppi e le innovazioni (anche nell'utilizzo dell'IA), cogliendone le opportunità per le persone con disabilità visiva di migliorare l'accessibilità ai media.

Nonostante i feedback contrastanti sull'audiodescrizione ampliata e sull'ottimizzazione delle immagini, a tale proposito sono necessari altri studi per riuscire a rilevare tutto il potenziale di queste innovazioni. Dalle nostre conclusioni emerge il potenziale della possibilità di adeguare individualmente i contenuti, (ad es. scelta dell'accuratezza di dettagli, scelta della voce, sfondo sfocato, contrasto più accentuato).

Le persone partecipanti apprezzano la possibilità di impostazione delle opzioni e i shortcut.

Per esempio, nelle interviste qualitative si osserva come l'utenza che ha impostato i Preferiti su Play è in grado di utilizzarli in modo del tutto efficiente, poiché può accedere più rapidamente ai contenuti ed evitare determinati problemi di accessibilità. Ciononostante, queste possibilità appaiono per lo più sconosciute.

5.1. Profili utente in base ai risultati qualitativi e quantitativi

Sulla base dei risultati qualitativi e quantitativi è stato possibile individuare 4 profili utente. Le differenze nella fruizione dei diversi profili variano in particolare a seconda dell'età delle persone partecipanti e del grado di disabilità visiva.

Promemoria: la maggior parte delle persone intervistate va dai 55 anni in su (182 persone o il 56%). Le altre fasce d'età sono meno rappresentate: 83 persone tra i 35 e i 54 anni (26%) e 50 persone dai 16 ai 34 anni (15%). La cecità totale è indicata da 87 persone intervistate (o dal 27%), pertanto si tratta del gruppo maggiormente rappresentato, mentre il rimanente 73% (237 partecipanti) indica una o diverse altre disabilità visive. Le percentuali si basano su almeno 30 rilevazioni. In caso contrario, il numero di rilevazioni viene indicato nel testo.

5.1.1. Utenza giovane interconnessa alla ricerca d'intrattenimento

1. Comportamento generale di fruizione dei media

Le persone utenti giovani tra i 16 e i 34 anni con disabilità visiva si distinguono per un consumo mediatico digitale e orientato all'intrattenimento. Sono sovrarappresentate nell'utilizzo di social network, YouTube e servizi di video streaming come Netflix. Il dispositivo preferito per accedere ai contenuti è lo smartphone. Come dichiara una partecipante 16enne con limitazione della visione periferica: «Lo smartphone è per me accessibile al 100%, senza limitazione alcuna». L'utenza giovane apprezza in particolare la navigazione fluida resa possibile dalla funzione di voiceover nelle applicazioni. Si trova a proprio agio con la sintesi vocale accelerata. Le impostazioni sull'accessibilità sono prevalentemente utilizzate per ottimizzare il comfort visivo (modalità oscura, ingrandimento del testo, luminosità...).

La ricerca di contenuti d'intrattenimento è confermata dalle motivazioni indicate: l'80% desidera «passare dei bei momenti» consumando televisione e video streaming (rispetto al 68% del campione complessivo). Per quanto concerne il genere di contenuti consumati, risultano sovrarappresentati nelle serie. Contrariamente alle notizie, dove si osserva una sottorappresentanza di questa fascia d'età. L'interazione sociale che ruota attorno ai programmi costituisce un importante incentivo.

2. Utilizzo della televisione e dell'audiodescrizione

Solo il 22% dell'utenza giovane in questione fruisce quotidianamente della televisione in diretta (contro il 49% della popolazione totale), prediligendo la televisione in differita: il 74% di loro consuma la televisione in differita, spesso tramite il box televisivo (esempi: Swisscom, Sunrise). L'utilizzo dell'audiodescrizione tra le persone intervistate si limita al 36%. Essa viene impiegata in modo selettivo, a seconda delle caratteristiche del programma (atmosfera cupa, pochi dialoghi): «*Nei gialli, quando è molto buio, vedo malissimo, quindi a volte utilizzo l'audiodescrizione, oppure anche se ci sono pochi dialoghi*». Tuttavia, per l'utenza con visione residua le descrizioni troppo dettagliate possono risultare superflue. Tra chi ricorre all'audiodescrizione il 38% ritiene molto soddisfacente la qualità (basata su 16 rilevazioni). Le tipologie di programma che vorrebbero consumare più frequentemente con audiodescrizione sono in parti uguali (69%) film, documentari e serie (cifre basate soltanto su 16 rilevazioni).

3. Consumo di radio e web

L'ascolto quotidiano della radio è meno diffuso tra l'utenza giovane. Le motivazioni citate sono soprattutto intrattenimento e rilassamento. Nel web oltre ai social media

e alle piattaforme video, utilizzano le applicazioni della SSR (esempi: Play RTS/SRF, RTS/SRF Sport) altrettanto frequentemente della maggioranza di persone intervistate (56% vs. 55%). Le barriere di accessibilità citate sono la mancanza di audiodescrizione (75%), la difficoltà ad accedere ai contenuti desiderati (50%) e a venire a conoscenza di nuovi contenuti (33%) (cifre basate su 24 rilevazioni).

4. Fruizione di offerte della SSR

Il 67% dell'utenza giovane consulta le offerte audio della SSR almeno tre volte al mese e il 77% lo fa anche per i contenuti video. I contenuti preferiti sono, in ordine d'importanza, i seguenti: notizie (64%), documentari (62%), sport (49%) e serie (36%). Solo nello sport la percentuale è superiore alla media del campione totale (49% contro il 32%). La soddisfazione rispetto alle offerte è piuttosto eterogenea, sia per quanto riguarda gli audio (53% abbastanza soddisfatte e soddisfatti e il 22% neutrale) sia per i video (59% piuttosto soddisfatte e soddisfatti e 19% neutrale).

Le aspettative riguardano più contenuti adattati al consumo mobile e sociale (storie, brevi video, podcast...), un'ottimizzazione dell'accessibilità alle applicazioni con opzioni di personalizzazione (livello di dettagli dell'audiodescrizione) e funzioni di community integrate che facilitano la condivisione.

5.1.2. Persone attive con disabilità visiva informate e impegnate dai 35 ai 54 anni

1. Caratteristiche e preferenze mediatiche

La fascia d'età 35-54 con disabilità visiva si caratterizza per un consumo mediatico fortemente orientato alle informazioni e ai contenuti istruttivi. Risulta sovrarappresentata nell'utilizzo della televisione e delle applicazioni SSR in differita. La ricerca di informazioni viene confermata dall'indicazione delle motivazioni: l'82% desidera «essere al corrente di ciò che succede nella società» e il 47% «comprendere il mondo e partecipare ai dibattiti».

Anche l'arricchimento personale è un elemento motore: il 73% desidera «approfondire i propri interessi». Per quanto concerne il tipo di contenuti, si osserva una preponderanza di questa categoria nei documentari (89%) e nelle serie (56%). I documentari, magazine e dibattiti sono seguiti con particolare frequenza per alimentare l'esigenza di comprendere le sfide poste dalla società. Come sottolinea un partecipante: «*Preferisco consumare le trasmissioni che mi interessano in replay, quando ho il tempo di seguirle e ascoltarle con attenzione, e nelle notizie non ritengo indispensabile l'audiodescrizione*». La motivazione è sia informarsi e partecipare alle discussioni sia esprimere la propria opinione.

2. Utilizzo delle piattaforme

La categoria di partecipanti in questione utilizza tutta una serie di dispositivi per accedere ai contenuti, ma in misura superiore alla media televisore (79%), computer (62%), tablet (37%) e altoparlanti connessi (27%). La televisione è ancora molto utilizzata: il 51% delle persone tra i 35 e i 54 anni la segue tutti i giorni o quasi, ma il 41% la consuma regolarmente in diretta e il 23% in differita. Le fasce orarie preferite sono la sera e un po' meno la notte. Anche la radio viene ascoltata con frequenza, ossia quotidianamente dal 64%.

3. Motivi per la ricerca di informazione e impegno

Al di là della comprensione delle notizie, il profilo delle persone dai 35 ai 50 anni considera i media anche come motore di impegno sociale. Il 47% cerca di «comprendere il mondo, partecipare alle discussioni ed esprimere la propria opinione» (contro il 43%). Le informazioni sono anche uno strumento per «approfondire i loro interessi» (73%). Parallelamente, costituiscono importanti motivazioni anche il rilassamento e il benessere (66%).

4. Conseguenze dell'accessibilità

Con il 19% di persone che affermano di sentirsi molto limitate a causa della loro disabilità visiva questo gruppo target fa caso all'accessibilità. È sovrarappresentato nell'utilizzo dell'audiodescrizione che ritiene utile per i documentari e per i magazine. Tuttavia, il 76% vorrebbe che fosse più frequente e indica una scarsità di offerta in tal senso. I problemi di accessibilità citati riguardano soprattutto la mancanza di audiodescrizione, le difficoltà di accesso ai contenuti e il bisogno di aiuto di terze persone (il 41% qualche volta e il 9% sempre). Mentre l'audiodescrizione è apprezzata in particolare per i documentari, la scarsa disponibilità è motivo di frustrazione: «Ormai non è più una sorpresa che molte cose non siano accessibili... trovo che l'offerta di audiodescrizione non sia sufficiente, in particolare nelle trasmissioni in diretta».

5. Fruizione di offerte della SSR

Abitudini di consumo simili al campione totale, ovvero l'83% delle persone dai 35 ai 54 anni, si osservano nell'utilizzo di podcast e radio SSR almeno tre volte al mese (contro l'84%) e l'86% nel consumo di contenuti televisivi e video (contro l'83%). Il grado di soddisfazione delle persone intervistate per l'audio si attesta all'82% (di cui il 30% pienamente soddisfatto) e per i video all'82% (di cui il 23% pienamente soddisfatto). «Grazie ai podcast mi si è aperto un mondo: pur non sostituendo la televisione, da quando esistono consumo più contenuti della SSR», dichiara una partecipante di 42 anni, quasi cieca.

Le possibilità di miglioramento auspiccate sono un'offerta maggiore di audiodescrizione, una migliore accessibilità alle applicazioni e l'integrazione di persone con disabilità visiva nei team della SSR. Un altro aspetto interessante per il profilo in questione è l'ampliamento dell'offerta di magazine e trasmissioni culturali con la partecipazione di persone esperte, la facilitazione nella ricerca dei contenuti

con audiodescrizione attraverso ambiti o funzioni specifici nelle applicazioni e l'utilizzo di voci sintetiche per descrivere elementi rilevanti di testo e immagini.

5.1.3. Utenza matura con disabilità visiva dai 55 anni in su, che apprezza i media tradizionali

1. Caratteristiche demografiche

La fascia d'età delle persone dai 55 anni in su rappresenta il 56% del campione totale. Come per la maggioranza di persone intervistate, spesso la loro disabilità visiva è grave, il 26% con cecità totale. Il 41% percepisce la propria disabilità visiva come un forte limite, il quale influenza il loro consumo dei media, viste le difficoltà di accessibilità. «Tutti i contenuti sottotitolati per me non sono accessibili», deplora una partecipante 66enne con visione molto annebbiata.

2. Preferenze e abitudini mediatiche

Questo pubblico più anziano, spesso colpito da disabilità visiva grave, continua a essere legato ai media tradizionali televisione e radio, con un consumo quotidiano della televisione in diretta del 63% e della radio del 79%. I contenuti televisivi più popolari sono le notizie (78%), i documentari (77%), la meteo (54%), i dibattiti (49%) e i film (59%), prima dell'intrattenimento (giochi 25%, serie 37%). Le principali motivazioni indicate sono informarsi, ampliare le proprie conoscenze, intrattenersi e rilassarsi. La maggioranza predilige la televisione di sera, mentre il 19% preferisce la fascia oraria notturna. Con il 63% di persone che ne fruiscono quotidianamente, la trasmissione in diretta è più seguita rispetto alla televisione quotidiana in differita (21%). I contenuti lineari vengono preferiti ad es. anche con l'ascolto continuo della radio, mirato a mantenere il contatto con il mondo.

3. Dispositivi e accesso ai contenuti

Lo schermo più frequentemente usato è la televisione, prima dello smartphone, della radio, del computer e del tablet. La scoperta di nuovi programmi avviene tramite lo zapping, le raccomandazioni della cerchia di amicizie, le newsletter o applicazioni, mentre la rivista televisiva è la meno citata. In ambito digitale si investe decisamente meno: a utilizzare il sito web della SSR è il 27%, e le applicazioni della SSR il 48%. La transizione alla televisione completamente digitale rappresenta una sfida, date le interfacce considerate poco leggibili (dimensioni del testo, contrasto). L'utilizzo della televisione e delle applicazioni interattive non è sempre intuitivo.

4. Accessibilità e utilizzo dell'audiodescrizione

Con una disabilità visiva spesso grave l'accessibilità diventa una questione fondamentale. Il 73% ha problemi con i contenuti televisivi della SSR, soprattutto a causa della mancanza di audiodescrizione, delle difficoltà d'accesso e della leggibilità di testi. Il 54% ricorre all'audiodescrizione, ritenuta utile per i film, le

serie e i documentari. Sebbene l'audiodescrizione sia considerata un ausilio prezioso, attivarla non risulta sempre facile. «Una volta sul telecomando esisteva un tasto per l'attivazione dell'audiodescrizione, oggi bisogna aprire un menu, per farlo ho bisogno d'aiuto», spiega una partecipante cieca di 59 anni. È complessivamente il 23% a non sapere come si attiva l'audiodescrizione. Tra chi non la utilizza, il 40% afferma di non averne bisogno, e il 22% non la conosce, ma si mostra interessato.

5. Soddisfazione e aspettative relative ai miglioramenti

Nonostante le difficoltà elencate si riscontra un alto grado di soddisfazione nei confronti dell'offerta della SSR: il 73% delle persone partecipanti sono soddisfatte dell'offerta audio e il 63% dell'offerta video.

Solo il 43% di esse si dichiara però soddisfatta dell'accessibilità ai contenuti della SSR. Le loro aspettative riguardano soprattutto l'introduzione generale dell'audiodescrizione per i loro programmi preferiti (film, documentari), con un'attivazione semplificata, in particolare sul televisore. Viene inoltre menzionata la sensibilizzazione di moderatrici e moderatori, oltre che una migliore leggibilità di testi e delle applicazioni. È altresì richiesta l'inclusione di persone con disabilità visiva nei team, al fine di comprendere meglio le loro esigenze.

L'introduzione audio per determinate trasmissioni viene auspicata per una migliore comprensione del contesto. L'aiuto fornito da video esplicativi o audio, FAQ, formazioni contribuirebbe a far conoscere l'audiodescrizione a questa categoria di partecipanti, così da poterla utilizzare.

5.1.4. Comportamento mediatico e aspettative delle persone totalmente cieche

1. Caratteristiche demografiche

Le persone totalmente cieche rappresentano il 27% del campione complessivo. La percentuale di uomini è leggermente più elevata (33% contro il 22% di donne). Il 32% ha tra i 35 e i 54 anni, e il 54% è sopra i 55 anni. Il 38% lavora dalle 20 alle 42 ore a settimana, il 21% tra 1 e 20 ore, e il 33% è in pensione.

2. Preferenze e consumo mediatico

Il media preferito da questa categoria è la radio, ascoltata dal 72%. Anche i podcast sono consumati frequentemente (38% contro il 26% delle altre persone con disabilità visiva). La fruizione quotidiana di televisione è inferiore (40% contro il 55%), come nel campione complessivo, il più frequentemente in diretta (80% contro il 77%). Viene consumata leggermente più televisione in differita (70% contro il 64%). YouTube (69% contro 56%) e i social network (31% contro il 41%) costituiscono canali importanti per accedere ai contenuti. Le tipologie di contenuti preferite sono documentari (80%), notizie (73%), cultura (51%) e dibattiti (50%). L'intrattenimento è meno prioritario.

3. Motivazioni e barriere

La principale motivazione è informarsi (95% contro 84%), seguita dalla comprensione per le sfide della società (56% contro 43%). La condivisione di esperienze con altre persone emerge di più (34% contro 14%), visto il ruolo di coesione sociale rivestito dai media. Importanti barriere sono l'assenza di audiodescrizione (91%), la difficoltà a scoprire contenuti adatti (39%) e ad accedervi (43%).

4. Dispositivi e accesso ai contenuti

Il dispositivo più utilizzato è lo smartphone, ancora prima del computer, della televisione e della radio. La dimestichezza con i servizi digitali permette loro di passare senza problemi dallo smartphone al computer, per consumare i contenuti in replay o recuperarli. Il televisore è meno utilizzato, in quanto non dotato di funzioni di sintesi vocale, tranne quando sono presenti altre persone della famiglia. La scoperta di nuovi programmi avviene per lo più attraverso le raccomandazioni di amiche e amici, siti web e newsletter, prima delle riviste televisive.

Il 33% utilizza assistenti vocali e il 45% screen reader. L'accesso alle informazioni scritte sullo schermo (statistiche sportive, nomi delle conduttrici e dei conduttori, sottotitoli di interviste) costituisce una sfida importante.

5. Utilizzo e valutazione dell'audiodescrizione

L'83% ricorre all'audiodescrizione se disponibile, poiché la ritiene indispensabile per la comprensione dei contenuti. Il 45% si dichiara molto soddisfatto dell'audiodescrizione offerta e apprezza la possibilità di ricevere queste importanti informazioni. Molte persone deplorano tuttavia la carenza di programmi audiodescritti, in particolare nelle categorie film, documentari e serie. Anche nello sport le informazioni trasmesse risultano spesso scarse: *«Nel calcio dipende molto da chi commenta; non sempre viene descritto in modo soddisfacente ciò che succede. Le cronache della ARD risultano migliori, più vive, dettagliate, si sa sempre dove si trova il pallone»*, sottolinea un partecipante di 59 anni. Solo il 29% dispone di un accesso facilitato tramite il proprio box televisivo. Applicazioni come Play RTS o SFR costituiscono un importante punto d'accesso (92%).

6. Soddisfazione e aspettative relative ai miglioramenti

Il 95% consuma ogni mese i contenuti audio della SSR, e l'80% i contenuti video. La soddisfazione relativa ai contenuti audio è elevata (81%), ma solo il 47% si dichiara soddisfatto dell'accessibilità all'offerta della SSR. I principali aspetti da migliorare sono una maggiore offerta di audiodescrizione, la sensibilizzazione delle moderatrici e dei moderatori, la possibilità di attivare l'audiodescrizione in differita e lo sviluppo di contenuti audio. L'85% conosce l'offerta di audiodescrizione della SSR e il 58% desidera una newsletter per informarsi sulle novità. Nonostante la qualità dell'audiodescrizione della SSR venga apprezzata, l'entità di contenuti audiodescritti disponibili è giudicata ancora insufficiente, in particolare nelle trasmissioni in diretta e nei documentari, un genere molto popolare. Dal punto di vista di questa fascia di

partecipanti, il catalogo potrebbe essere arricchito attraverso dei partenariati con emittenti estere.

6. Conclusioni e raccomandazioni

Il presente studio sottolinea l'importanza dei contenuti audiovisivi per le persone con disabilità visiva, assidue consumatrici dei programmi TV e radiofonici pubblici, spesso con una frequenza superiore alla media. Il loro interesse si rispecchia in una vasta gamma di generi, dai contenuti più informativi a quelli d'intrattenimento. Consumano regolarmente con una crescente tendenza all'uso di più schermi (non contemporaneamente), in cui spesso vengono combinati i media tradizionali (televisione, radio) e i media digitali (computer, smartphone, tablet). Il cellulare è generalmente più usato, poiché risulta più facilmente accessibile degli altri dispositivi, in particolare per le persone cieche. Nonostante gli ostacoli significativi, la televisione resta un apparecchio d'importanza centrale, anche per l'utenza con forte disabilità visiva, soprattutto in caso di convivenza con persone vedenti.

La SSR è ben posizionata, in quanto i suoi canali TV e radio raggiungono una grande maggioranza del pubblico destinatario, complessivamente soddisfatto dei contenuti offerti. L'offerta di servizi informativi, culturali e d'intrattenimento soddisfa le esigenze dell'utenza in relazione alla comprensione del mondo, alla scoperta e all'evasione dalla vita quotidiana. Anche l'accettazione dei servizi digitali come le pagine web e in particolare le applicazioni tra le persone partecipanti risulta buona.

Tuttavia, dai nostri risultati emerge altresì la necessità di migliorare l'offerta per le persone con disabilità visiva: sia le rilevazioni nello studio qualitativo, sia i numerosi commenti relativi allo studio quantitativo attestano notevoli barriere e un potenziale di miglioramento dell'offerta per l'utenza con disabilità visiva, tra cui difficoltà nella fruizione di contenuti in differita dagli apparecchi televisivi, problemi d'accesso all'audiodescrizione, newsletter sull'audiodescrizione della SSR non sufficientemente nota, mancanza d'accesso al testo sullo schermo, accessibilità carente a Play Suisse e alle pagine web della SSR.

Alla luce delle conclusioni emerse consigliamo pertanto l'attuazione prioritaria delle seguenti ottimizzazioni che contribuiranno a rendere i contenuti della SSR più interessanti e accessibili per questo gruppo target.

6.1. Audiodescrizione

Ampliare l'**offerta di contenuti audiodescritti**, in particolare per quanto riguarda quelli più popolari come **documentari e reportage, film e serie**. Una maggiore disponibilità di audiodescrizione è auspicata anche per altri generi come le notizie, le trasmissioni culturali e satiriche nonché lo sport. Nel telegiornale l'accento dovrebbe essere posto sulla descrizione di grafici informativi e sequenze prive di commento. Nei programmi d'intrattenimento andrebbero descritti solo i principali elementi visivi (scenografie, costumi, mimica). Tuttavia, l'approccio illustrato, nonostante sia sostenuto dalle risposte delle persone intervistate, dovrebbe essere completato da un'ulteriore validazione tramite studi sperimentali. La rilevanza e la configurazione

dell'audiodescrizione varia a seconda del film e dovrebbe essere adattata di conseguenza, come rilevato anche da alcune persone partecipanti.

Lo studio qualitativo ha dimostrato che una parte consistente dell'utenza ritiene del tutto accettabile l'**impiego di voci sintetiche per l'audiodescrizione**, in particolare per le descrizioni nei reportage o nelle trasmissioni informative e per la lettura di testi. L'uso di queste voci è invece meno gradito nei film o negli eventi sportivi, dove mantenere un certo ritmo e la suspense è ritenuto più importante.

Maggiore visibilità dell'offerta di audiodescrizione. È possibile ottenere una migliore diffusione e reperibilità dei contenuti audiodescritti pubblicizzando maggiormente la newsletter sull'audiodescrizione. Ad esempio, le associazioni potrebbero farvi riferimento nelle loro newsletter e nei loro articoli. Gli annunci nella programmazione di SRF, RTS e RSI, all'inizio o alla fine di un film audiodescritto consentirebbero di raggiungere un numero ancora più alto di utenti.

La SSR deve dare la priorità al mercato nazionale, tuttavia la collaborazione con emittenti estere che offrono più audiodescrizioni potrebbe consentire di ampliare l'offerta e ridurre i costi. Nonostante sia necessario un know-how specificatamente elvetico, con una **collaborazione più stretta tra SRF, RTS, RSI e partner internazionali** si potrebbe eventualmente ampliare l'offerta di audiodescrizione a costi inferiori. Tenendo conto dell'interesse del Ticino verso le emittenti italiane, e della Svizzera francese verso le emittenti francesi, una collaborazione consentirebbe di soddisfare meglio le aspettative del pubblico e di sostenere al contempo la produzione locale.

6.2. Testo e grafici sullo schermo

Rendere più accessibile all'utenza ipovedente con una visione residua (più o meno marcata) **il testo e le immagini sullo schermo** (nomi, sottotitoli, grafici ecc.): grazie a contrasti più forti e netti tra testo e sfondo, caratteri più grandi, durate di visualizzazione del testo più lunghe, lettura o commenti delle moderatrici e dei moderatori (oppure voci sintetiche) l'utenza in questione potrebbe seguire meglio i contenuti, senza perdere informazioni importanti.

Sfruttare l'opportunità dell'impiego di **voci sintetiche** per arricchire l'offerta di contenuti accessibili: le persone cieche e con disabilità visive sono generalmente più abituate alle voci sintetiche rispetto al resto della popolazione, e dalle interviste qualitative emerge una buona accettazione di questo tipo di voci.

6.3. Moderazione e programmi

- (1) **Sensibilizzare moderatrici e moderatori/commentatrici e commentatori** di diversi tipi di programma (trasmissioni informative e d'intrattenimento, sport) **ai problemi di accessibilità delle persone con disabilità visiva** con l'obiettivo di stimolarli a una descrizione più completa dei contenuti visivi. Questo progetto dovrebbe includere la partecipazione attiva di persone con disabilità visiva.
- (2) Coinvolgere più spesso le persone con disabilità visiva come ospiti o anche collaboratrici o collaboratori nelle trasmissioni.

6.4. Comunicazione e visibilità

- (1) **Maggiore comunicazione della disponibilità di contenuti audiodescritti** per esempio con l'aiuto delle associazioni, tramite le applicazioni e le pagine web della SSR. Questo può avvenire con una **FAQ** (ad es. Come posso accedere all'audiodescrizione? Perché a volte la disponibilità di audiodescrizione per un contenuto è annunciata, ma poi non si può attivare? Come posso impostare i Preferiti su Play per accedere più rapidamente ai contenuti audiodescritti? Perché il contenuto su SRF non è audiodescritto e sulle emittenti estere sì?). Anche i **video esplicativi/audio** sono un modo per diffondere l'audiodescrizione e spiegare gli aspetti tecnici, e si potrebbero promuovere direttamente nel programma in questione, ad es. prima o dopo la trasmissione di contenuti audiodescritti. A questo proposito, le associazioni potrebbero rivestire un ruolo importante nella comunicazione.
- (2) Promuovere maggiormente la newsletter sull'audiodescrizione, in particolare nella Svizzera francese.

6.5. Accessibilità dei contenuti digitali

- (1) **Migliorare l'accessibilità alle pagine web e alle applicazioni della SSR**, soprattutto a PlaySuisse in generale, e alle applicazioni Play regionali sull'apparecchio TV (funzione Voice). Una verifica approfondita dell'accessibilità alle applicazioni e alle pagine web sarebbe utile a rimuovere problemi come etichette per pulsanti difettose o mancanti, percorsi di navigazione complicati, contrasto poco definito.

L'**utenza** con disabilità visiva dovrebbe disporre nelle applicazioni della SSR di **possibilità di personalizzazione specifiche**. La presenza di una funzione di «accessibilità» nel profilo dell'utenza consentirebbe un adeguamento dell'accesso specifico a queste esigenze (ad es. visualizzazione prioritaria dei contenuti audiodescritti sotto forma di elenco nei risultati di ricerca, attivazione della lettura di testo presente nei video mediante voci sintetiche, visualizzazione del filtro di audiodescrizione come primo filtro, ev. adattamenti dell'immagine ecc.). Play SRF potrebbe ad es. riconoscere se voiceover è attivato sullo smartphone, e offrire di conseguenza l'audiodescrizione tutte le volte che è disponibile. Per soddisfare l'esigenza sporadica di audiodescrizione di alcuni profili, questa dovrebbe poter essere attivata o disattivata come nel caso dei sottotitoli, anche sotto forma di

funzione nel player (invece di offrire l'audiodescrizione in un video separato). A lungo termine, per l'utenza con disabilità visiva può risultare utile personalizzare l'audiodescrizione (ad es. con la scelta della voce, del livello di dettagli audiodescritti ecc.).

Inoltre, dovrebbe essere garantita la compatibilità con gli ausili utilizzati e con terzi offerenti, data l'importanza attribuita dall'utenza più tecnologica alle interfacce con terzi offerenti, tramite i quali accedere più facilmente ai contenuti (ad es. Downcast). In seconda priorità, si possono sviluppare formati come le introduzioni audio, ad esempio per trasmissioni nuove, senza tuttavia entrare troppo nei dettagli (p. es. da molte persone utenti nelle interviste, su una scala da 1 a 100, l'audiodescrizione è ritenuta troppo dettagliata).

(2) Nei contenuti audio si tratta di ampliare ulteriormente il catalogo dei podcast originali della SSR, proponendo tutta una serie di generi diversi, e di garantirvi un accesso senza problemi dalle applicazioni e dalle pagine web.

Tutte queste iniziative dovrebbero essere sviluppate in collaborazione con utenti affetti da disabilità visiva, così da assicurarne la pertinenza e l'efficacia.

7. Allegati

7.1. Dichiarazione di consenso

L'obiettivo di questa intervista, della durata di circa 90 minuti, è conoscere le sue abitudini di consumo dei servizi della SSR (TV, radio, Internet, applicazioni), rilevare le sue aspettative e difficoltà nonché raccogliere le sue impressioni a proposito dei possibili sviluppi dell'offerta mediatica. La preghiamo di rispondere alle domande volte a comprendere il suo punto di vista, le sue impressioni, le sue opinioni, le sue esperienze ecc. Il presente studio è condotto da Uservalue e Qualinsight su incarico di UCBCiechi e della SSR.

Rilevamento dei dati e salvataggio

L'intervista si svolge in un colloquio personale con una moderatrice (Dorit Horst), che le pone tutta una serie di domande in relazione alla sua fruizione dei media audiovisivi. Per consentire un'analisi dell'intervista, questa viene registrata. Lo scopo dei rilevamenti è comprendere il suo consumo di media audiovisivi. La persona che rileva le informazioni può porre una serie di domande riferite alla sua attività. Per poter essere analizzati, è possibile che i dati rilevati siano documentati sotto forma di foto o video.

Anonimato e confidenzialità

L'utilizzo dei dati raccolti è limitato al progetto e il relativo trattamento è confidenziale. Non vengono associati nomi, cognomi o altri dati personali con il materiale pubblicato.

Libertà di ritirarsi

La partecipazione a questo studio è volontaria. Ha la libertà di revocarla in qualsiasi momento e senza dover fornire alcuna spiegazione. Per ringraziarla della sua partecipazione, già qualche giorno dopo il colloquio le saranno versati o consegnati in contanti 100 franchi.

Dichiarazione di consenso

Dichiaro di avere preso atto delle informazioni di cui sopra, di avere ricevuto risposta alle mie domande sulla partecipazione al progetto e di avere compreso lo scopo e il tipo di studio.

Dopo un'attenta riflessione accordo liberamente il mio consenso a partecipare a questo progetto. Sono consapevole di potere revocare la mia decisione senza conseguenze di alcun genere e senza doverne spiegare le ragioni.

In caso di domande sul progetto o se desidera revocare la sua partecipazione allo studio può rivolgersi a:

Dorit Horst

Dorit.horst@uservalue.ch

076 744 78 49

7.2. Guida all'intervista

Nel limite del possibile, l'intervista si svolge insieme all'utente nel luogo in cui fruisce più spesso dei contenuti (ad es. soggiorno, ufficio ecc.).

Briefing (5 min)

- Profilo di Uservalue/Qualinsight (Studio per la SSR / UCBCiechi)

Obiettivi

- La SSR, in collaborazione con l'Unione centrale svizzera per il bene dei ciechi (UCBCiechi) desidera comprendere meglio le esigenze delle persone con disabilità visiva, così da migliorare i suoi servizi audiovisivi per questo gruppo target.
- Lo scopo dell'intervista di oggi è esplorare le sue abitudini di consumo dei servizi della SSR (TV, radio, web, applicazioni), rilevare le sue aspettative e difficoltà e raccogliere le sue impressioni sui potenziali sviluppi dell'offerta mediatica.
- In una seconda fase (inizio 2024) effettueremo un sondaggio online su un campione di diverse centinaia di persone, in modo da convalidare i risultati acquisiti nelle interviste e definire le priorità del potenziamento dell'offerta.
- Ovviamente non tutto ciò che discuteremo oggi verrà necessariamente sviluppato oltre, tuttavia tutte le proposte saranno trasmesse in base alla priorità definite nel nostro rapporto.

Protezione dei dati e registrazione

- Le informazioni raccolte nella presente intervista sono utilizzate esclusivamente nell'ambito del progetto con le persone coinvolte dell'UCBCiechi e della SSR.
- Se desidera concludere l'intervista o prendersi una pausa, può farlo in qualsiasi momento.
- Il suo nome e gli altri dati di contatto non figureranno nei risultati dello studio, in quanto tutto viene reso anonimo. Se è d'accordo, durante l'intervista mi piacerebbe scattare qualche foto, ad esempio dei suoi dispositivi, o delle cose che mi mostrerà per illustrare le mie rilevazioni. Inoltre, sempre se lei fosse d'accordo, vorrei registrare l'audio.
- Firma del consenso e accordo di riservatezza

Riscaldamento (10 min)

Obiettivi: occorre innanzitutto che la persona partecipante si senta a suo agio, e solo dopo va introdotto il tema. Prima di approfondire la fase dimostrativa desideriamo capire quali sono i contenuti audiovisivi che utilizza, e il contesto in cui avviene il consumo.

PROFILO PARTECIPANTE

Può presentarsi in poche parole?

A quando risale la sua disabilità visiva?

Per comprendere correttamente la sua situazione: in che modo la sua disabilità visiva influenza la sua esperienza di fruizione dei contenuti audiovisivi?

Abitudini attuali / Consumo mediatico

Quali tipologie di media audiovisivi utilizza regolarmente (televisione, radio, podcast ecc.)? (Comprenderne i motivi: è perché l'offerta interessa oppure perché la disabilità visiva impedisce di accedere ad altri contenuti?)

L'utilizzo di questi media comporta delle particolari difficoltà?

Quando fruisce dei contenuti audiovisivi lo fa da sola o da solo o in compagnia di altre persone?

Da cosa dipende? Come si svolge il tutto e con quali media?

DISPOSITIVI UTILIZZATI E ACCESSIBILITÀ

Quali dispositivi utilizza principalmente per accedere ai media audiovisivi del servizio pubblico?

Per quanto riguarda l'accessibilità e il comfort predilige un dispositivo in particolare?

Quali mezzi o funzioni utilizza per migliorare l'accessibilità dei media (ad es.

l'audiodescrizione)?

- Tornando concretamente all'offerta di SRF qual è il suo grado di soddisfazione generale rispetto all'accessibilità (accesso facile ai contenuti nonostante la sua disabilità visiva)?
- Può spiegarmelo in modo più preciso?
- A suo parere, l'entità dell'offerta SRF a lei accessibile è accettabile? (per niente accettabile – molto accettabile)
- Può spiegarmelo in modo più preciso?

Scenario: dimostrazione di utilizzo (40 min)

Obiettivi: vogliamo simulare una situazione il più reale possibile per la persona partecipante, in modo da osservare come si svolge effettivamente il consumo. La moderatrice o il moderatore pone inoltre domande supplementari (non necessariamente menzionate nella guida), per comprendere l'utilizzo in relazione al contesto.

TV

1. Nel caso della TV: ieri ha consumato contenuti audiovisivi sul suo apparecchio televisivo? In caso contrario, lo ha fatto l'altro ieri? Oppure un altro giorno tipico che possiamo usare come esempio?

Mi mostri esattamente come si è svolto il tutto. Ha acceso il televisore e poi ha fatto altro? E dopo?

(Osserviamo cosa fa la persona, ponendo man mano delle domande per capire esattamente ciò che sta facendo e perché, ad es. gli ausili particolari di cui si avvale per semplificare l'utilizzo, come il controllo vocale, text to speech, AD ecc.).

2. Come valuta l'accessibilità ai contenuti audiovisivi del servizio pubblico sul suo apparecchio televisivo (ossia con quale facilità riesce ad accedere ai contenuti nonostante la sua disabilità visiva)? Può spiegarmelo in modo più preciso?
3. Ha difficoltà a fruire dei contenuti audiovisivi quando utilizza questo dispositivo? (Ev. riprendere degli aspetti osservati precedentemente)
4. Quando fruisce della televisione segue i programmi piuttosto in diretta (conformemente all'attuale programmazione) o in differita (quindi in un momento diverso da quello della trasmissione in diretta)? Nota: questo può avvenire tramite le applicazioni dell'emittente sul televisore, tramite il suo provider Internet/box ad es. di Swisscom, la pagina web o l'applicazione di RTS ecc. Perché? Se entrambi i casi, da cosa dipende?
5. Chi è il suo provider TV?

SMARTPHONE

1. Ieri ha consumato contenuti audiovisivi sul suo smartphone? In caso contrario, lo ha fatto l'altro ieri? Oppure un altro giorno tipico che possiamo usare come esempio? Mi mostri esattamente come si è svolto il tutto. Che cosa ha seguito? In che modo ha effettuato l'accesso?

(Osserviamo cosa fa la persona e poniamo man mano delle domande per capire esattamente ciò che sta facendo e perché, ad es. gli ausili particolari di cui si avvale per facilitare l'utilizzo, come il controllo vocale, text to speech, AD ecc.).

2. Come valuta l'accessibilità ai contenuti audiovisivi del servizio pubblico sul suo smartphone (ossia con quale facilità riesce ad accedere ai contenuti nonostante la sua disabilità visiva)? Può spiegarmelo in modo più preciso?

3. Incontra delle difficoltà o degli ostacoli nell'utilizzo di questo dispositivo per consumare contenuti audiovisivi?

(Ev. riprendere degli aspetti osservati precedentemente)

PC / TABLET

1. In caso di PC/tablet: ieri ha consumato contenuti audiovisivi sul suo PC/tablet? In caso contrario, lo ha fatto l'altro ieri? Oppure in un altro giorno tipico che possiamo usare come esempio?

2. Mi mostri esattamente come si è svolto il tutto. Che cosa ha seguito? In che modo ha effettuato l'accesso?

(Osserviamo cosa fa la persona e poniamo man mano delle domande per capire esattamente ciò che sta facendo e perché, ad es. gli ausili particolari di cui si avvale per semplificare l'utilizzo, come il controllo vocale, text to speech, AD ecc.).

3. Come valuta l'accessibilità ai contenuti audiovisivi del servizio pubblico sui contenuti nonostante la sua disabilità visiva)? Può spiegarmelo in modo più preciso?

4. Ha difficoltà a fruire dei contenuti audiovisivi quando utilizza questo dispositivo?

(Ev. riprendere degli aspetti osservati precedentemente)

Domande supplementari (10 min)

Se non è già stato discusso durante la dimostrazione

1. Secondo lei, tenendo conto della sua disabilità visiva quali misure potrebbero contribuire a una fruizione migliore dell'offerta mediatica del servizio pubblico oppure ad accedere a più contenuti? O magari non lo ritiene necessario? (ad es. più contrasto, più informazioni audio che descrivono gli elementi visivi ecc.). Cosa viene menzionato spontaneamente?
2. Vi sono determinati contenuti per i quali le piacerebbe avere un maggiore supporto, così da riuscire a seguire o comprendere meglio? O forse piuttosto no?

Audiodescrizione

3. Se non utilizza l'audiodescrizione: se ho capito bene, lei non utilizza l'audiodescrizione. L'ha già sperimentata una volta (per capire se le persone conoscono o meno questa offerta)? Vi è un motivo specifico per cui non la usa?
4. Se utilizza l'audiodescrizione: per quali tipologie di contenuti audiovisivi utilizza l'audiodescrizione? (ad es. film, documentari, altro)?

5. *(Se il tempo è sufficiente)* Quanto è rilevante per lei la qualità e la chiarezza dell'audiodescrizione offerta? Quali aspetti dell'audiodescrizione ritiene particolarmente importanti?
6. *(Se il tempo è sufficiente)* Ha già incontrato delle difficoltà nell'utilizzo di contenuti audiovisivi audiodescritti?

Fornitori di servizi utilizzati

7. Su quali servizi/canali consuma i contenuti audiovisivi (emittenti svizzere, emittenti estere, piattaforme streaming)?
8. A suo parere, queste offerte presentano delle differenze per quanto riguarda l'accessibilità ai contenuti (ad es. con o senza audiodescrizione oppure qualità dell'audiodescrizione) e la controllabilità/reperibilità dei contenuti (come la navigazione, l'accesso ai relativi contenuti)?

Focus sul contenuto (in generale) e su SRF nello specifico

9. Ieri quali contenuti ha concretamente ascoltato o guardato, in televisione, in radio o sui social network?
10. Quale genere di trasmissioni predilige normalmente? Per quale motivo?
11. Quali sono i contenuti che preferisce consumare su SRF (notizie, trasmissioni, serie, film, documentari ecc.)?

- Vi sono determinati contenuti per i quali le piacerebbe in particolar modo usufruire di una maggiore offerta accessibile? *(Se il tempo è sufficiente)* In che modo si informa sui programmi/contenuti audiovisivi disponibili su SRF? (Internet, altre persone in famiglia/nella cerchia di amicizie, particolari canali informativi come Voice net, EPG del box ecc.).
- Quali ritiene i vantaggi più importanti dell'offerta SRF (anche rispetto ad altre offerte disponibili)?
- In relazione alla sua disabilità visiva, quali sono i principali ostacoli nell'utilizzo dell'offerta audiovisiva di SRF?

5. Feedback sulle innovazioni (10-15 min.)

Adesso vorrei discutere con lei alcuni approcci innovativi, mostrandole/riproducendo qualche esempio, alcuni dei quali sono ancora oggetto di studi scientifici. Tuttavia, mi piacerebbe conoscere le sue impressioni, per valutare se queste soluzioni o idee potrebbero potenzialmente contribuire a una migliore fruizione dell'offerta audiovisiva da parte sua.

EXTENDED AUDIODESCRIPTION

- Vi sono progetti di ricerca finalizzati allo sviluppo di audiodescrizioni di livello avanzato, soprattutto all'«audiodescrizione ampliata».
- Per esempio, può capitare che in un documentario non vi sia sufficientemente tempo per integrare un'audiodescrizione dettagliata, evitando la sovrapposizione con altre informazioni audio (come la voce degli attori). Ora le chiederò di seguire un video con audiodescrizione avanzata, in cui di tanto in tanto viene bloccata l'immagine per dare spazio all'audiodescrizione. Si tratta di un documentario sugli scimpanzé, con audio in

inglese. Glielo propongo, dopodiché le chiederò le sue impressioni.

- La moderatrice o il moderatore riproduce il video sul suo PC o tablet (durata: 1,15 min.)
- Link al video:
- Su una scala da 1 a 5, come giudica il suo interesse a utilizzare i contenuti di SRF in modalità «AD ampliata»? A tale proposito deve sapere anche che questi contenuti non sarebbero disponibili nella TV lineare, bensì su PLAY SRF.
- Potrebbe spiegarmelo più dettagliatamente?

VOCI SINTETICHE (GENERATE DAL COMPUTER)

- Adesso riprodurrò una voce che descrive le prestazioni di una persona che pratica atletica. Dopodiché le porrò alcune domande sulle sue impressioni.
- La moderatrice o il moderatore riproduce l'audio sul suo PC o tablet (durata: 0.40 min).
- <https://on.soundcloud.com/Tnn5p>
- Che impressione ha di questa voce? Potrebbe immaginare di ascoltare l'audiodescrizione con questa voce?
- Ha avuto la sensazione che si trattasse di una voce umana o sintetica?
- Per quale tipo di contenuto, in quale contesto e a quali condizioni le sembra più adatto l'uso di voci sintetiche? (Si può generare con meno costi rispetto alla classica AD)
- Potrebbe ad es. risultare utile se il testo visualizzato sulla parte inferiore dello schermo, come i nomi delle conduttrici e dei conduttori, le domande di un quiz o simili venissero letti da una voce sintetica?
- A tale proposito le mostro un esempio:
- [Question Quizz](#)
- [Gain quiz](#)
- Che cosa ne pensa? In questo caso per alcune trasmissioni forse non sarebbe nemmeno necessaria l'AD, soprattutto per le trasmissioni che si comprendono già abbastanza bene con il tono normale?
- Su una scala da 1 a 5, come giudica il suo interesse a utilizzare le «voci sintetiche»?
- Potrebbe spiegarmelo più dettagliatamente?

INTRODUZIONE AUDIO

- Non so se conosce le **introduzioni audio**. Queste vengono fatte ad esempio prima di spettacoli d'opera o teatrali per le persone con disabilità visiva, come introduzione alla rappresentazione (a volte le persone sono addirittura invitate a salire sul palco).
- SRF ha realizzato un'introduzione audio per una trasmissione quiz («1 gegen 100»), per presentare lo studio della trasmissione: un'audiodescrittrice o un audiodescrittore spiega ad es. ciò che succede con la luce quando la candidata o il candidato risponde correttamente alla domanda o quante persone possono sedersi nella tribuna degli spettatori. Spiega inoltre la decorazione dello studio e gli elementi ricorrenti della trasmissione come il colore, la grafica, il locale e la luce.
- La stessa cosa esiste anche per i film. Si possono ad esempio descrivere lo stile visivo del film, le descrizioni più dettagliate dei caratteri e delle scenografie oppure fornire un breve riassunto del film, trasmettere informazioni sulla vendita e sulla produzione ecc. L'idea alla base è che questa introduzione può contribuire a dare vita ai film e a rendere

più semplice per lei seguirli, poiché durante l'audiodescrizione a volte non resta abbastanza tempo per descrivere tutto senza compromettere l'esperienza di coinvolgimento del film. Queste introduzioni audio possono essere disponibili nell'offerta online delle emittenti (ad es. Play SRF o Play Svizzera ecc.).

- La moderatrice o il moderatore fa andare l'audio.
- Film «A girl walks home at night» (max 2 min 30) - Allemand
- <https://www.ndr.de/nachrichten/info/Audioeinfuehrung-fuer-A-Girl-Walks-Home-At-Night,audio276972.html>
- Descrizione dello studio: Quizz « 1 gegen 100 » (2 min) - Suisse Allemand
- <https://www.srf.ch/sendungen/1gegen100/barrierefrei-studiobeschreibung-fuer-blinde-und-sehbehinderte-menschen>
- Su una scala da 1 a 5 come giudica il suo interesse a utilizzare le «introduzioni audio»?
- Potrebbe spiegarmelo più dettagliatamente?
- Per quali tipi di contenuto le riterrebbe più interessanti nel suo caso? In caso affermativo, ciò risulterebbe interessante solo per i contenuti con audiodescrizione o anche per i contenuti non audiodescritti? In tal caso forse per alcune trasmissioni non sarebbe nemmeno più necessaria un'AD, soprattutto nelle trasmissioni che si possono seguire già abbastanza bene con l'audio?

ENHANCED IMAGES

- Solo per persone con capacità visiva residua: esiste anche la possibilità di modificare le immagini (image enhancement) per renderle più facilmente percettibili alle persone con determinate disabilità visive. Questo potrebbe avvenire sulla pagina della produzione del contenuto, ma anche sulla pagina del dispositivo finale o dello schermo. È ad esempio possibile migliorare il contrasto e i contorni, smorzare o semplificare la scena. Le mostro alcune immagini esempio
- Può spiegarmele più dettagliatamente?
- Per quali tipi di contenuto a suo parere risulterebbe più interessante?
- Può spiegarmele più dettagliatamente?
- Ha altre idee su cosa potremmo migliorare per semplificarle la fruizione dell'offerta audiovisiva?

Wrap-up (5-10 min)

1. Cosa potrebbe fare concretamente SRF per tenere maggiormente conto delle sue esigenze?
2. Se avesse la possibilità di dare dei consigli a chi produce i contenuti audiovisivi di SRF accessibili anche a persone cieche o con disabilità visiva negli anni a venire, in cosa consisterebbero?

7.3. Questionario quantitativo

Questionario quantitativo - Esigenze relative alle offerte mediatiche audiovisive nazionali delle persone con una disabilità visiva per UCBCiechi e la SSR

V6 29.01.24 - in base ai test sull'accessibilità

SCHEMATA INTRODUTTIVA SONDAGGIO

Screen 1: L'Unione centrale svizzera per il bene dei ciechi UCBCiechi e la Società svizzera di radiotelevisione SSR conducono un sondaggio tra persone cieche e con disabilità visiva in Svizzera, mirato a una migliore comprensione delle loro esigenze e abitudini di consumo dei media audiovisivi.

Se preferisce partecipare telefonicamente, la preghiamo di chiamare il seguente numero telefonico: 044 552 76 75

Screen 2: I risultati del presente sondaggio contribuiranno a migliorare l'offerta della radio e della televisione svizzera SRF per persone cieche e con disabilità visive. Siamo lieti di poter contare sulla sua partecipazione. Ovviamente, le sue risposte saranno trattate in modo confidenziale.

- a. Partecipo volentieri **vai a D1**
- b. Vorrei avere maggiori dettagli sul trattamento confidenziale dei dati **vai a screen 3**
- c. Non desidero partecipare **vai a STOP**

**Se b in screen 2
screen 3:**

I nostri studi rispettano la legge federale concernente la ricerca sull'essere umano (LRUm, 2011) e l'ordinanza concernente i progetti di ricerca sull'essere umano ad eccezione delle sperimentazioni cliniche. Le persone partecipanti possono ritirarsi in qualsiasi momento.

Garantiamo la protezione dei dati e la confidenzialità di tutte le informazioni rilevate nell'ambito dello studio ed elaborate. Ci assicuriamo che le persone intervistate comprendano e possano esercitare il loro diritto a non partecipare, a ritirarsi in qualsiasi momento dallo studio e eliminare o cancellare tutti i dati che riguardano la loro persona. Il presente studio non rileva l'identità personale delle persone intervistate. I dati raccolti non vengono utilizzati per scopi promozionali. Non trasmetteremo dati personali a terze persone né li divulgheremo in altro modo.

I dati non verranno conservati per un periodo superiore a quello necessario per assolvere gli scopi dello studio. I dati confidenziali dello studio saranno conservati per il tempo strettamente necessario all'analisi e all'elaborazione dei risultati.

- a. Partecipo volentieri **vai a D1**
- b. Non desidero partecipare **vai a STOP**

PROFILO E CARATTERISTICHE DELLE

PERSONE INTERVISTATE

1. Qual è il tipo di disabilità visiva con cui convive?

Sono possibili più risposte, nessuna rotazione degli item

- a. Perdita della visione centrale

- b. Perdita della visione periferica
- c. Daltonismo, mancata percezione o alterazione dei colori
- d. Visione annebbiata
- e. Vista offuscata in generale
- f. Cecità totale
- g. Altro
- h. Nessuna **vai a ESCLUDERE DAL CAMPIONE**

2. A che età si è manifestata la sua disabilità visiva?

Campo d'immissione

3. Fino a che punto percepisce come limitante la sua disabilità visiva nel consumo di trasmissioni televisive o video?

- a. Molto limitante
- b. Piuttosto limitante
- c. Tendenzialmente non limitante
- d. Poco limitante

CONSUMO MEDIATICO

4. Quali dei seguenti media audiovisivi utilizza, anche se solo raramente?

Sono possibili più risposte, nessuna rotazione degli item

- a. Radio in diretta
- b. Trasmissioni radio o podcast in differita (ad esempio su Spotify, podcast di Apple, Play SRF)
- c. Televisione in diretta
- d. Televisione in differita, replay, registrazioni
- e. Video su YouTube
- f. Servizi di video streaming (ad esempio Netflix, Amazon Prime)
- g. Social media (ad esempio Instagram, Facebook, TikTok)
- h. Non utilizzo media audiovisivi **vai a ESCLUDERE DAL CAMPIONE**

5. Quali dispositivi usa normalmente per accedere ai contenuti audio o audiovisivi?

Sono possibili più risposte, nessuna rotazione degli item

- a. Radio tradizionale o radio DAB
- b. Televisore
- c. Smartphone
- d. Computer
- e. Tablet
- f. Smart speaker con assistente vocale come Siri o Alexa
- g. Altro (ad esempio lettore MP3, DAISY)

6. Come viene a conoscenza di nuovi contenuti audio o audiovisivi che potrebbero interessarla?

Sono possibili più risposte, nessuna rotazione degli item

- a. Tramite la raccomandazione della cerchia di amicizie o familiare

- b. Tramite la raccomandazione di associazioni
- c. Sui siti web o le applicazioni di emittenti televisive (ad esempio Play SRF)
- d. Durante lo zapping tra i canali televisivi
- e. Grazie a newsletter ed e-mailing
- f. In televisione tramite l'offerta del mio fornitore di servizi (ad esempio Blue TV)
- g. Tramite un programma televisivo online o tradizionale (ad esempio Hörzu, Teleboy)
- h. Seguendo determinati canali o abbonandomi a essi (ad esempio su YouTube o nelle applicazioni podcast)
- i. Tramite spot pubblicitari o articoli in riviste o quotidiani online

PODCAST - RADIO

Se radio o podcast (a, b) in D4

Adesso parliamo di podcast e trasmissioni radiofoniche.

7. Qual è il motivo principale per cui ascolta la radio o dei podcast?

Sono possibili più risposte, nessuna rotazione degli item

- a. Informarmi, mantenermi aggiornata/o su quanto accade nella nostra società
- b. Comprendere il mondo, partecipare a discussioni, esprimere la mia opinione
- c. Approfondire i miei interessi, apprendere cose nuove
- d. Trascorrere del tempo, sfuggire alla noia
- e. Condividere un'esperienza con altre persone, aprirmi alle altre persone
- f. Intrattenermi, passare dei momenti piacevoli
- g. Lasciare andare le tensioni, rilassarmi, sentirmi meglio

8. Necessita dell'aiuto di una persona vedente per poter ascoltare la radio o dei podcast?

- a. Sì, sempre
- b. Sì, a volte
- c. No

9. Con quale frequenza ascolta la radio o i podcast?

- a. Ogni giorno o quasi
- b. Più volte alla settimana
- c. Circa una volta alla settimana
- d. Più volte al mese
- e. Più raramente
- f. Mai o quasi mai la

TELEVISIONE O VIDEO STREAMING

In caso di televisione o video streaming (c, d, f) in D4. Altrimenti D18.

Adesso le porremo qualche domanda sul suo consumo televisivo e di contenuti streaming.

10. Quali dei seguenti contenuti segue più frequentemente in televisione oppure tramite streaming?

Se non rientra nelle categorie di risposta fornite, può saltare la domanda.
Sono possibili più risposte, nessuna rotazione degli item

- a. Notizie, telegiornale
- b. Meteo
- c. Film di finzione
- d. Serie
- e. Giochi televisivi, reality
- f. Dibattiti, Talk show, interviste
- g. Documentari, reportage
- h. Trasmissioni culturali, concerti, show comici, satira
- i. Sport

11. Qual è il motivo principale per cui fruisce della televisione o del video streaming?

Sono possibili più risposte, nessuna rotazione degli item

- a. Informarmi, mantenermi aggiornata/o su quanto accade nella nostra società
- b. Comprendere il mondo, partecipare a discussioni, esprimere la mia opinione
- c. Approfondire i miei interessi, apprendere cose nuove
- d. Trascorrere del tempo, sfuggire alla noia
- e. Condividere un'esperienza con altre persone, aprirmi alle altre persone
- f. Intrattenermi e trascorrere dei bei momenti
- g. Lasciare andare le tensioni, rilassarmi, sentirmi meglio

12. Con quale frequenza fruisce della televisione in diretta?

- a. Ogni giorno o quasi
- b. Più volte alla settimana
- c. Circa una volta alla settimana
- d. Più volte al mese
- e. Più raramente
- f. Non seguo mai la TV in diretta **vai a D14**

In caso di consumo della televisione in diretta (a - e) in D12

13. In quali orari del giorno fruisce della televisione in diretta?

Sono possibili più risposte, nessuna rotazione degli item

- a. Di mattina
- b. Durante l'ora di pranzo
- c. Di pomeriggio
- d. Di sera
- e. Di notte

14. Con quale frequenza fruisce della televisione in differita?

- a. Ogni giorno o quasi
- b. Più volte alla settimana
- c. Circa una volta alla settimana
- d. Più volte al mese
- e. Più raramente

- f. Non seguo mai la TV in differita **vai a D17**

In caso di consumo della televisione in differita (a - e) in D14

15. In che modo accede all'offerta televisiva in differita?

Se non rientra nelle categorie di risposta fornite, può saltare la domanda.

Sono possibili più risposte, nessuna rotazione degli item

- a. Tramite il box TV (ad esempio Swisscom, Quickline)
- b. Tramite le pagine web (ad esempio srf.ch, ard.de)
- c. Tramite le applicazioni (ad esempio Play SRF, mediateca dell'ARD)

16. Quali sono i motivi principali che la inducono al consumo di contenuti televisivi in differita? Se non rientra nelle categorie di risposta fornite, può saltare la domanda.

Sono possibili più risposte, nessuna rotazione degli item

- a. Problemi nella gestione dell'accessibilità
- b. (Ri)vivere delle emozioni
- c. Comprendere meglio i contenuti
- d. Recuperare i contenuti persi
- e. Gestione del tempo personale, decidere autonomamente quando fruire dei contenuti

In caso di televisione o video streaming (c, d, f) in D4

17. Necessita dell'aiuto di una persona vedente per fruire della televisione o i servizi di video streaming?

- a. Sì, sempre
- b. Sì, a volte
- c. No

CONSUMO E SODDISFAZIONE RIGUARDO ALL'OFFERTA DELLA SSR

Tutte e tutti

18. Con quale frequenza fruisce dei contenuti della radio e televisione pubblica svizzera SRF, sia online, sia tramite la pagina web, TV, radio, social media o altri canali?

- a. Ogni giorno o quasi
- b. Più volte alla settimana
- c. Circa una volta alla settimana
- d. Più volte al mese
- e. Più raramente
- f. Mai o quasi mai **vai a D34**

19. Che tipo di contenuti di SRF consuma?

Se non rientra nelle categorie di risposta fornite, può saltare la domanda.

Sono possibili più risposte, nessuna rotazione degli item

- a. Notizie, telegiornale
- b. Meteo
- c. Film di finzione
- d. Serie

- e. Giochi televisivi, reality
- f. Dibattiti, Talk show, interviste
- g. Documentari, reportage
- h. Trasmissioni culturali, concerti, commedie, satira
- i. Sport

20. Quali canali della SRF utilizza?

Sono possibili più risposte, nessuna rotazione degli item

- a. Radio
- b. Televisione
- c. Sito web della SRF
- d. Applicazioni SRF (ad esempio Play SRF, SRF Sport)
- e. Applicazioni podcast (ad esempio applicazione della radio svizzera, podcast di Apple)
- f. Altri

21. Qual è il suo grado di soddisfazione complessivo riguardo all'offerta di SRF, online, tramite la pagina web SRF, social media, TV, radio o altri canali?

- a. Molto soddisfatta/o
- b. Piuttosto soddisfatta/o
- c. Né soddisfatto/a, né insoddisfatto/a
- d. Piuttosto insoddisfatta/o
- e. Per niente soddisfatta/o

Se non soddisfatta/o (c, d, e) in D21

22. Che cosa potrebbe aumentare la sua soddisfazione?

La preghiamo di inserire la risposta nel campo di testo.

Q aperta

23. Consuma i contenuti audio o radiofonici di SRF almeno tre volte al mese?

- a. Sì
- b. No **vai a D26**

In caso affermativo in D23

24. Qual è il suo grado di soddisfazione complessivo riguardo all'offerta audio (radio, podcast) di SRF?

- a. Molto soddisfatta/o
- b. Piuttosto soddisfatta/o
- c. Né soddisfatto/a, né insoddisfatto/a
- d. Piuttosto insoddisfatta/o
- e. Per niente soddisfatta/o

Se non soddisfatta/o (c, d, e) in F24

25. Che cosa potrebbe aumentare la sua soddisfazione?

La preghiamo di inserire la risposta nel campo di testo.

Q aperta

26. Consuma i contenuti video o televisivi di SRF almeno tre volte al mese?

- a. Sì
- b. No vai a D29

In caso affermativo in D26

27. Qual è il suo grado di soddisfazione complessivo riguardo all'offerta televisiva e video di SRF?

- a. Molto soddisfatta/o
- b. Piuttosto soddisfatta/o
- c. Né soddisfatto/a, né insoddisfatto/a
- d. Piuttosto insoddisfatta/o
- e. Per niente soddisfatta/o

Se non soddisfatta/o (c, d, e) in D27

28. Che cosa potrebbe aumentare la sua soddisfazione? La preghiamo di inserire la risposta nel campo di testo. Q aperta

ACCESSIBILITÀ E DIFFICOLTÀ

29. Qual è il suo grado di soddisfazione complessivo riguardo all'accessibilità delle offerte SRF per persone con disabilità visive o cieche?

- a. Molto soddisfatta/o
- b. Piuttosto soddisfatta/o
- c. Né soddisfatto/a, né insoddisfatto/a
- d. Piuttosto insoddisfatta/o
- e. Per niente soddisfatta/o

Se non soddisfatta/o (c, d, e) in D29

30. Quale aspetto ritiene più frustrante nell'accessibilità all'attuale offerta di SRF? La preghiamo di inserire la sua risposta nel campo di testo. Q aperta

31. Con quale frequenza riscontra problemi nell'accessibilità ai contenuti di SRF?

- a. Molto spesso
- b. Abbastanza spesso
- c. Ogni tanto
- d. Raramente vai a F34**
- e. Mai vai a F34

In caso di problemi almeno «ogni tanto» (a, b o c) in D31

32. Quali sono i canali di SRF che le causano difficoltà? Sono possibili più risposte, nessuna rotazione degli item

- a. Sito web
- b. Applicazioni
- c. Televisione
- d. Radio

33. Che tipo di problemi incontra?

Se non rientra nelle categorie di risposta fornite, può saltare la domanda.

Sono possibili più risposte, nessuna rotazione degli item

- a. Difficoltà a comprendere il contenuto del video
- b. Difficoltà a comprendere il contenuto audio
- c. Mancanza di audiodescrizione, non disponibile come audiofilm
- d. Accesso difficile ai contenuti desiderati
- e. Difficoltà a scoprire nuovi contenuti adatti

FABBISOGNO DI AUSILI TECNOLOGICI COME L'AUDIODESCRIZIONE

Tutte le persone partecipanti

34. A quali ausili ricorre per fruire dei contenuti audiovisivi?

Sono possibili più risposte, nessuna rotazione degli item

- a. Apparecchio di lettura con schermo, screen reader
- b. Schermo Braille
- c. Ingrandimento, lente d'ingrandimento
- d. Sintesi vocale
- e. Audiodescrizione, denominata anche audiofilm **vai a D36**
- f. Assistente vocale (Alexa, Siri, assistente Google)

Se non è stata selezionata la risposta e in D34

35. Perché non fruisce dell'audiodescrizione o di audiofilm?

Se non rientra nelle categorie di risposta fornite, può saltare la domanda.

Sono possibili più risposte, nessuna rotazione degli item

- a. Non ne ho bisogno
- b. Difficoltà tecniche, non so o non so più come attivarla nuovamente
- c. Per me le descrizioni sono troppo dettagliate
- d. Disturba le persone con cui seguo i contenuti audiovisivi
- e. Non posso attivare e disattivare l'audiodescrizione durante la fruizione
- f. Spesso, i contenuti che m'interessano non sono audiodescritti
- g. Ho difficoltà a reperire contenuti con l'audiodescrizione
- h. Non conosco questo tipo di offerta **vai a IN TAL CASO PASSARE A D42**

36. Come viene a conoscenza di nuovi contenuti audiodescritti?

Sono possibili più risposte, nessuna rotazione degli item

- a. Tramite la televisione (ad esempio annuncio prima del film)
- b. Raccomandazioni della cerchia di amicizie o familiari
- c. Attraverso le associazioni e fondazioni (ad esempio SBV-FSA)
- d. Tramite le applicazioni di emittenti o di altri fornitori di servizi
- e. Tramite la newsletter di emittenti o di altri fornitori di servizi
- f. È difficile da dire, poiché mi capita raramente di venire a sapere di nuovi contenuti audiodescritti

37. Quali sono i fattori che secondo lei contribuiscono a un'audiodescrizione ottimale? max. 2 risposte possibili

- a. L'audiodescrizione si limita a trasmettere informazioni visive rilevanti per la trama
- b. L'audiodescrizione descrive in modo oggettivo e con un tono neutrale
- c. L'audiodescrizione descrive lo spirito e l'atmosfera del film
- d. L'audiodescrizione rafforza ulteriormente le emozioni attraverso le parole scelte e la voce

38. Conosce l'offerta di contenuti audiodescritti, audiofilm di SRF?

- a. Sì
- b. No

39. Le piacerebbe ricevere tramite newsletter o e-mail informazioni sui nuovi contenuti SRF con audiodescrizione?

- a. Sì
- b. La ricevo già
- c. No

In caso affermativo (conosce gli audiofilm di SRF) in D38, altrimenti D42 (aspettative)

40. Qual è il suo grado di soddisfazione riguardo alla qualità dell'audiodescrizione dei contenuti SRF?

- a. Molto soddisfatta/o
- b. Piuttosto soddisfatta/o
- c. Né soddisfatto/a, né insoddisfatto/a
- d. Piuttosto insoddisfatta/o
- e. Per niente soddisfatta/o

41. A suo parere, per quali tipi di contenuto SRF dovrebbe offrire più frequentemente l'audiodescrizione?

Se non rientra nelle categorie di risposta fornite, può saltare la domanda.

Sono possibili più risposte, nessuna rotazione degli item

- a. Notizie, telegiornale
- b. Meteo
- c. Film di finzione
- d. Serie
- e. Giochi televisivi, reality
- f. Dibattiti, Talk show, interviste
- g. Documentari, reportage
- h. Trasmissioni culturali, concerti, commedie, satira
- i. Sport

ASPETTATIVE E PROPOSTE DI MIGLIORAMENTO

42. In conclusione: quali tre proposte tra le seguenti dieci che SRF potrebbe realizzare ritiene più importanti?

Max. 3 possibili risposte, rotazione degli item

- a. Ampliare l'offerta di contenuti audiodescritti
- b. Incrementare la produzione di contenuti esclusivamente audio
- c. Migliorare l'accessibilità ai canali SRF online

- d. Sensibilizzare le moderatrici e i moderatori alla descrizione orale di informazioni visive
- e. Rendere possibile l'attivazione e la disattivazione dell'audiodescrizione di contenuti durante la riproduzione in differita
- f. Migliorare la leggibilità del testo allo schermo
- g. Utilizzare voci sintetiche per ampliare l'offerta con audiodescrizione
- h. Impiegare le voci sintetiche per la lettura di testo che compare sullo schermo (sottotitoli, nomi)
- i. Integrare più persone con disabilità visiva nei team e nei programmi di SRF
- j. Offrire introduzioni audio nelle trasmissioni o nei film (descrizione dell'atmosfera di un film o di uno studio televisivo)

DOMANDE SOCIODEMOGRAFICHE

La ringraziamo per il tempo dedicato alla partecipazione di questo sondaggio. Per concludere vorremmo porle qualche domanda a proposito del suo profilo.

43. Qual è il suo genere?

- a. Femminile
- b. Maschile
- c. Altro

44. Quanti anni ha?

Campo d'immissione

45. Qual è il suo numero postale di avviamento del suo luogo di domicilio?

Campo d'immissione NPA

46. Qual è il suo stato occupazionale?

Sono possibili più risposte, nessuna rotazione degli item

- a. Lavoro da una a venti ore a settimana
- b. Lavoro da venti a quarantadue ore a settimana
- c. Scolara/o, apprendista, studentessa/studente
- d. Sono in cerca di lavoro
- e. Sono volontariamente disoccupata/o
- f. Ho un'incapacità al lavoro
- g. Beneficio di una rendita
- h. Altro

47. Se lo desidera, qui di seguito può aggiungere un commento. In caso contrario clicchi direttamente su Invia, per far sì che le sue risposte vengano prese in considerazione.

La preghiamo di inserire la sua risposta nel campo di testo. Altrimenti clicchi direttamente su Invia.

Q aperta