

# PARLAMENTO EUROPEO

2004



2009

---

*Documento di seduta*

**A6-0263/2008**

24.6.2008

## **RELAZIONE**

sui media comunitari in Europa  
(2008/2011(INI))

Commissione per la cultura e l'istruzione

Relatrice: Karin Resetarits

PR\_INI

## INDICE

	<b>Pagina</b>
PROPOSTA DI RISOLUZIONE DEL PARLAMENTO EUROPEO .....	3
MOTIVAZIONE.....	9
ESITO DELLA VOTAZIONE FINALE IN COMMISSIONE.....	14

## PROPOSTA DI RISOLUZIONE DEL PARLAMENTO EUROPEO

### **sui media comunitari in Europa (2008/2011(INI))**

*Il Parlamento europeo,*

- visti gli articoli 150 e 151 del trattato CE,
- visto il trattato di Amsterdam che modifica il trattato sull'Unione europea, i trattati che istituiscono le Comunità europee e alcuni atti connessi, firmato il 2 ottobre, e in particolare il protocollo n. 9 sul sistema di radiodiffusione pubblica negli Stati membri (GU C 340 del 10.11.1997, pag. 109),
- visto l'articolo 11 della Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea,
- vista la convenzione dell'Unesco sulla diversità culturale che riconosce la legittimità delle politiche pubbliche per il riconoscimento e la promozione del pluralismo,
- vista la direttiva 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 7 marzo 2002, che istituisce un quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica (direttiva quadro)<sup>1</sup>,
- vista la direttiva 2002/19/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 7 marzo 2002, relativa all'accesso alle reti di comunicazione elettronica e alle risorse correlate, e all'interconnessione delle medesime (direttiva accesso)<sup>2</sup>,
- vista la direttiva 2002/20/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 7 marzo 2002, relativa alle autorizzazioni per le reti e i servizi di comunicazione elettronica (direttiva autorizzazioni)<sup>3</sup>,
- vista la direttiva 2002/22/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 7 marzo 2002, relativa al servizio universale e ai diritti degli utenti in materia di reti e di servizi di comunicazione elettronica (direttiva servizio universale)<sup>4</sup>,
- vista la direttiva 2007/65/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 dicembre 2006, che modifica la direttiva 89/552/CEE del Consiglio relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive<sup>5</sup>,
- vista la decisione n. 676/2002/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 7 marzo 2002, relativa ad un quadro normativo per la politica in materia di spettro radio nella

---

<sup>1</sup> GU L 108 del 24.4.2002, pag. 33.

<sup>2</sup> GU L 108 del 24.4.2002, pag. 7.

<sup>3</sup> GU L 108 del 24.4.2002, pag. 21.

<sup>4</sup> GU L 108 del 24.4.2002, pag. 51.

<sup>5</sup> GU L 332 del 18.12.2007, pag. 27.

Comunità europea (decisione spettro radio)<sup>1</sup>,

- visto il Libro bianco presentato dalla Commissione su una politica europea di comunicazione (COM(2006)0035),
  - vista la comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale e al Comitato delle regioni su un approccio europeo all'alfabetizzazione mediatica nell'ambiente digitale (COM(2007)0833),
  - vista la sua risoluzione del 14 luglio 1995 sul Libro verde riguardante le scelte strategiche per potenziare l'industria europea dei programmi nell'ambito della politica audiovisiva dell'Unione europea,
  - visto il documento di lavoro dei servizi della Commissione sul pluralismo dei media negli Stati membri dell'Unione europea (SEC(2007)0032),
  - vista la sua risoluzione sui rischi di violazione, nell'UE e particolarmente in Italia, della libertà di espressione e di informazione (articolo 11, paragrafo 2, della Carta dei diritti fondamentali)<sup>2</sup>,
  - visto lo studio "La situazione dei media comunitari nell'Unione europea" commissionato dal Parlamento europeo,
  - vista la raccomandazione (Rec(2007)2) del Comitato dei ministri del Consiglio d'Europa agli Stati membri relativa al pluralismo dei media e alla diversità dei contenuti mediatici,
  - vista la dichiarazione (Decl-31.01.2007E) del Comitato dei ministri del Consiglio d'Europa sulla protezione del ruolo dei mezzi di comunicazione in democrazia, nel contesto della concentrazione mediatica,
  - vista la dichiarazione congiunta sulla diversità nel contesto della radiodiffusione resa dal relatore speciale delle Nazioni Unite sulla libertà di espressione e di opinione, dal rappresentante OSCE per la libertà dei media, del relatore speciale dell'OAS sulla libertà di espressione e dal relatore speciale della commissione africana sui diritti dell'uomo e dei popoli sulla libertà di espressione e sull'accesso all'informazione (approvata il 12 dicembre 2007),
  - visto l'articolo 45 del suo regolamento,
  - vista la relazione della commissione per la cultura e l'istruzione (A6-0263/2008),
- A. considerando che i media comunitari sono organizzazioni senza fini di lucro e sono responsabili dinanzi alla comunità cui intendono fornire un servizio,
- B. considerando che "senza fini di lucro" significa che l'obiettivo principale di tali media consiste nello svolgere attività nell'interesse pubblico e/o privato senza trarne alcun

---

<sup>1</sup> GU L 108 del 24.4.2002, pag. 1.

<sup>2</sup> Testi approvati, P5\_TA(2004)0373.

profitto economico o commerciale,

- C. considerando che "responsabili dinanzi alla comunità" significa che i media comunitari sono tenuti a informare la comunità delle loro azioni e decisioni e a giustificarle e che possono essere sanzionati in caso di mancanze,
- D. considerando che esistono differenze sostanziali tra gli Stati membri riguardo alla diffusione e all'impatto dei media comunitari e che tale diffusione e impatto sono maggiori negli Stati membri che riconoscono chiaramente lo status giuridico dei media comunitari e che sono consapevoli del loro valore aggiunto,
- E. considerando che i media comunitari dovrebbero essere aperti a eventuali contributi da parte dei membri della comunità per l'elaborazione dei programmi e incoraggiare così la partecipazione attiva e volontaria alla produzione di media piuttosto che il loro utilizzo passivo,
- F. considerando che spesso i media comunitari non rappresentano la maggioranza della società, ma si rivolgono piuttosto a una serie di specifici gruppi di riferimento più piccoli, in molti casi a livello locale o regionale, che sono ignorati dagli altri media,
- G. considerando che i media comunitari svolgono un ruolo ampio, sebbene in gran parte non riconosciuto, nel panorama dei media, in particolare come fonte di programmi a livello locale, e incoraggiano l'innovazione, la creatività e la diversità dei programmi,
- H. considerando che i media comunitari sono tenuti a presentare un mandato chiaramente definito, quale ad esempio garantire dei benefici sociali, che deve trovare riscontro anche nei programmi prodotti,
- I. considerando che uno dei principali punti deboli dei media comunitari in Europa è determinato dalla mancanza di riconoscimento giuridico in diversi ordinamenti nazionali e considerando inoltre che finora nessuno dei testi giuridici dell'Unione europea ha affrontato la questione dei media comunitari,
- J. considerando che l'introduzione di un codice di condotta, oltre al riconoscimento giuridico, consentirebbe di chiarire lo status, le procedure e il ruolo del settore, contribuendo alla sua certezza, assicurando la sua indipendenza e impedendo i comportamenti scorretti,
- K. considerando che Internet ha spinto il settore verso una nuova era, caratterizzata da nuove opportunità e sfide, e che i costi della transizione dai sistemi di trasmissione analogici a quelli digitali rappresentano un onere notevole per i media comunitari,
- L. considerando che il 2008 è stato proclamato Anno europeo del dialogo interculturale, il che significa che i media nell'Unione europea avranno un ruolo particolarmente importante come strumento particolarmente idoneo di espressione e informazione per le identità culturali più piccole nell'ambito della società in generale e per la continuazione del dialogo interculturale nel 2008 e oltre,

- M. considerando che i media comunitari sono strumenti importanti per responsabilizzare i cittadini e incoraggiarne la partecipazione attiva nella società civile e arricchiscono il dibattito sociale, poiché rappresentano strumenti di pluralismo interno (di espressione delle idee); considerando che la concentrazione di proprietà rappresenta una minaccia per una copertura mediatica approfondita delle questioni di interesse locale per tutti i gruppi all'interno della comunità,
1. sottolinea che i media comunitari costituiscono uno strumento efficace per rafforzare la diversità culturale e linguistica, l'inclusione sociale e l'identità locale, il che spiega la diversità del settore,
  2. sottolinea che i media comunitari servono a rafforzare le identità di specifiche comunità di interesse, consentendo al contempo ai membri di tali comunità di stabilire contatti con altri gruppi della società, e perciò svolgono un ruolo importante nella promozione della tolleranza e del pluralismo nella società e contribuiscono al dialogo interculturale;
  3. sottolinea inoltre che i media comunitari promuovono il dialogo interculturale educando il pubblico, combattendo gli stereotipi negativi e correggendo le idee veicolate dai mezzi di comunicazione di massa per quanto concerne le categorie sociali minacciate di esclusione, quali i rifugiati, gli immigrati, i rom e altre minoranze etniche e religiose; ribadisce che i media comunitari sono uno dei mezzi a disposizione per facilitare l'integrazione degli immigrati e per consentire ai membri svantaggiati della società di diventare partecipanti attivi, coinvolgendoli in dibattiti su temi per loro importanti;
  4. sottolinea che i media comunitari possono avere un ruolo significativo in programmi di formazione che associano organizzazioni esterne, tra cui le università, e membri della comunità non qualificati e possono fungere da importante piattaforma per l'acquisizione di un'esperienza lavorativa; sottolinea che la formazione dei cittadini nel settore digitale, del web ed editoriale, attraverso la partecipazione alle attività dei media comunitari, consente loro di acquisire competenze utili e trasferibili;
  5. ricorda che i media comunitari fungono da catalizzatori per la creatività locale, fornendo agli artisti e agli imprenditori creativi una piattaforma pubblica che consente di sperimentare idee e concetti nuovi;
  6. ritiene che i media comunitari contribuiscano al conseguimento dell'obiettivo di migliorare l'alfabetizzazione mediatica dei cittadini, attraverso il loro coinvolgimento diretto nell'elaborazione e distribuzione dei programmi, e incoraggia la creazione di attività comunitarie nelle scuole per sviluppare il senso civico nei giovani, rafforzare l'alfabetizzazione mediatica e sviluppare un insieme di competenze che potrebbero essere successivamente utilizzate per partecipare ai media comunitari;
  7. ricorda che i media comunitari contribuiscono a rafforzare il pluralismo dei mezzi di comunicazione, presentando punti di vista diversi su questioni di particolare rilevanza per una determinata comunità;
  8. sottolinea che, a fronte della soppressione o dell'inesistenza di servizi mediatici pubblici o commerciali in alcune zone, incluse le zone periferiche, e della tendenza da parte dei

media commerciali a ridurre la programmazione locale, i media comunitari possono rappresentare l'unica fonte di notizie e informazioni a livello locale e l'unica possibilità di espressione delle comunità locali;

9. si compiace del fatto che i media comunitari possono sensibilizzare maggiormente i cittadini in merito ai servizi pubblici esistenti e incoraggiare la partecipazione civile al dibattito pubblico;
10. ritiene che i media comunitari possano rappresentare uno strumento efficace di avvicinamento dell'Unione ai cittadini, rivolgendosi a un pubblico specifico; raccomanda inoltre che gli Stati membri collaborino più attivamente con i media comunitari per instaurare un dialogo più stretto con i cittadini;
11. sottolinea che la qualità dei media comunitari è fondamentale ai fini della realizzazione del loro potenziale e evidenzia che, in mancanza di risorse finanziarie adeguate, tale qualità non può essere garantita; rileva che le risorse finanziarie dei media comunitari variano di molto ma sono in genere piuttosto limitate e riconosce che ulteriori finanziamenti e il passaggio al digitale consentirebbero al settore dei media comunitari di ampliare il proprio profilo innovativo e di fornire servizi nuovi e indispensabili che conferiscono valore aggiunto all'attuale offerta analogica;
12. rileva che il settore non gode del sostegno necessario per potere compiere grandi sforzi volti a migliorare la sua rappresentanza e i contatti con l'Unione europea e i responsabili decisionali a livello nazionale;
13. sottolinea la necessità che i media comunitari siano politicamente indipendenti;
14. invita la Commissione e gli Stati membri a tenere conto degli elementi contenuti nella presente risoluzione definendo i media comunitari come mezzi di comunicazione:
  - a) senza fini di lucro e indipendenti, sia dalle autorità nazionali sia da quelle locali, che si occupano principalmente di attività di interesse per il pubblico e la società civile e che perseguono obiettivi chiaramente definiti che comportano sempre un beneficio sociale e contribuiscono al dialogo interculturale;
  - b) responsabili dinanzi alla comunità cui intendono fornire un servizio, e quindi tenuti a informare la comunità delle loro azioni e decisioni e a giustificarle, subendo sanzioni in caso di comportamento scorretto, affinché il servizio sia controllato dagli interessi della comunità e sia evitata la creazione di reti "imposte dall'alto";
  - c) aperti alla partecipazione dei membri della comunità alla creazione dei programmi, inclusi tutti gli aspetti inerenti al funzionamento e alla gestione, fermo restando che i responsabili del contenuto editoriale devono invece essere in possesso di qualifiche professionali;
15. consiglia agli Stati membri di riconoscere giuridicamente i media comunitari come un gruppo distinto, accanto ai mezzi di comunicazione pubblici e commerciali, laddove tale riconoscimento non sia stato ancora concesso, senza recare danno ai mezzi di comunicazione tradizionali;

16. invita la Commissione a considerare i media comunitari come una soluzione alternativa, basata su un approccio dal basso verso l'alto, per rafforzare il pluralismo dei mezzi di comunicazione al momento di definire gli indicatori per il pluralismo mediatico;
17. invita gli Stati membri a garantire un sostegno più attivo ai media comunitari, in modo da assicurare il pluralismo dei mezzi di comunicazione, purché tale supporto non arrechi pregiudizio ai mezzi di comunicazione pubblici;
18. sottolinea il possibile ruolo delle autorità locali, regionali e nazionali nel sostenere e incentivare i media comunitari fornendo le infrastrutture adeguate, oltre al supporto necessario nell'ambito di programmi che incoraggiano lo scambio delle migliori pratiche, quali il programma comunitario "Regioni per il cambiamento economico" (ex iniziativa Interreg);
19. chiede agli Stati membri di rendere disponibile lo spettro delle frequenze radio e televisive, sia analogico sia digitale, tenendo conto che il servizio fornito dai media comunitari non può essere valutato in termini di costo d'opportunità o di giustificazione del costo dell'assegnazione dello spettro, ma piuttosto in base al valore sociale che rappresenta;
20. riconosce che da un lato soltanto una piccola parte del settore possiede l'esperienza e le conoscenze necessarie per richiedere e ricevere il sostegno dell'UE, mentre dall'altro i responsabili dei finanziamenti non conoscono le potenzialità dei media comunitari;
21. riconosce che il settore potrebbe ricorrere maggiormente ai regimi di finanziamento dell'UE, nella misura in cui tali finanziamenti contribuiscono al raggiungimento degli obiettivi dei media comunitari, attraverso l'attuazione di una serie di programmi specifici, quali il Fondo europeo di sviluppo regionale e il Fondo sociale europeo, nonché alla possibilità di educare e formare i giornalisti attraverso, tra gli altri, i programmi di apprendimento permanente; sottolinea tuttavia che i finanziamenti devono provenire principalmente da fonti nazionali, locali e/o da altre fonti;
22. esorta i media comunitari a istituire una piattaforma Internet europea attraverso la quale possano essere diffuse informazioni importanti e utili per il settore e a facilitare i collegamenti e lo scambio delle migliori pratiche;
23. incarica il suo Presidente di trasmettere la presente risoluzione al Consiglio, alla Commissione, al Comitato economico e sociale, al Comitato delle regioni e ai governi e parlamenti degli Stati membri.

## MOTIVAZIONE

### *1. Definizione di media comunitari*

La presente relazione intende individuare misure a sostegno dei media comunitari o alternativi in Europa, per garantire un ambiente mediatico pluralistico e la diversità culturale e dare una definizione chiara del settore, quale gruppo distinto nell'ambito dei mezzi di comunicazione. I media comunitari o alternativi (nel prosieguo "CM", *Community Media*) possono essere definiti come:

mezzi di comunicazione senza fini di lucro e responsabili di fronte alla comunità cui cercano di fornire un servizio. I CM sono aperti alla partecipazione da parte dei membri della comunità per l'elaborazione dei programmi. Sono pertanto un gruppo distinto nel settore dei media, accanto ai mezzi di comunicazione pubblici e privati.

I CM si rivolgono a gruppi di riferimento specifici. Il compito dei CM è chiaramente definito e viene tradotto in pratica attraverso i programmi. I vantaggi sociali per la società sono in tal senso una priorità.

I CM favoriscono la coesione, creano un'identità, promuovono la comunanza e garantiscono la diversità linguistica e culturale.

I CM vengono per lo più gestiti da cittadini impegnati e creativi, interessati alle questioni sociali.

I CM contribuiscono al conseguimento dell'obiettivo di migliorare l'alfabetizzazione mediatica dei cittadini, attraverso il loro coinvolgimento diretto nell'elaborazione e distribuzione dei programmi.

### *2. Contesto storico e situazione attuale*

I CM sono apparsi per la prima volta in America latina negli anni '40 come movimento di protesta in una miniera di stagno e si sono successivamente sviluppati nell'America del Nord negli anni '50.

In Europa occidentale i CM hanno fatto la loro comparsa negli anni '60 e '70, cercando di offrire programmi alternativi rispetto al servizio radiotelevisivo pubblico che doveva rispettare le severe norme fissate dallo Stato in merito ai contenuti. Con la liberalizzazione degli anni '80, alcuni CM hanno ottenuto il riconoscimento giuridico. Da allora, il settore ha conosciuto un lento ma graduale riconoscimento in tutta l'Europa occidentale.

In molti dei paesi che hanno aderito all'Unione europea nel 2004 e 2007, tuttavia, il settore ha conosciuto un'evoluzione leggermente diversa. Le trasmissioni pirata sono state utilizzate da parte dei movimenti per i diritti civili quale strumento di protesta contro governi autoritari. Un esempio in questo senso viene dalla slovena "Radio Student", fondata nel 1969. Anche la chiesa ha svolto un ruolo importante nello sviluppo di movimenti mediatici alternativi in altri paesi dell'Europa centrale. In Polonia, ad esempio, la radio cattolica aveva stretti contatti con

l'opposizione polacca che ha condotto ai cambiamenti del 1989.

Lo sviluppo di Internet in anni recenti ha spinto il settore nella cosiddetta "terza era dei media comunitari". I media comunitari si trovano a dover affrontare nuove sfide, analogamente a quanto avviene per tutti gli altri mezzi di comunicazione.

### ***3. Benefici sociali e culturali***

I media comunitari sono utili per il conseguimento di diversi obiettivi di carattere sociale e culturale.

#### **Il ruolo dei CM nel dialogo culturale, nell'inclusione sociale e nella coesione della comunità**

I CM aiutano a rafforzare le identità di specifiche comunità di interesse, consentendo al contempo ai membri di tali comunità di impegnarsi in attività con altri gruppi sociali. Possono pertanto svolgere un ruolo importante nella promozione della tolleranza e del pluralismo nella società.

Esempio: a Londra i tifosi di calcio e i giovani che abbandonano la scuola sono coinvolti in un progetto di radio via Internet che si occupa dei diversi aspetti del tifo. I giovani commentano gli incontri, intervistano i loro beniamini, si occupano di razzismo, omofobia e violenza, mettono a confronto gli autori delle violenze con le vittime. In questo loro impegno possono contare sull'assistenza di professionisti di un'università londinese. Il progetto è patrocinato dallo Stato e finanziato da un'importante società di calcio di Londra, che lo rende pubblico attraverso il proprio sito web.

I CM sono anche uno strumento efficace per il rafforzamento dell'inclusione sociale e la responsabilizzazione a livello locale. I CM possono consentire ai membri svantaggiati della società di diventare partecipanti attivi, coinvolgendoli in dibattiti su temi per loro importanti.

Esempio: Angel Radio (Regno Unito) è gestita da cittadini anziani che desiderano svolgere un ruolo più attivo nella vita della comunità. La stazione realizza diversi programmi che riguardano direttamente tematiche legate alla terza età. La stazione radio cerca di promuovere il dibattito pubblico su argomenti importanti per la circoscrizione. Ha prodotto CD per le scuole locali allo scopo di sensibilizzare l'opinione pubblica in merito a tematiche come l'abbandono degli anziani e gli abusi fisici e mentali nei confronti degli anziani.

I CM aiutano i cittadini ad affrontare le nuove sfide, perché attraverso di essi i soggetti interessati si incontrano con maggiore facilità.

Esempio: trovarsi a iniziare una nuova vita in un paese di cui non si conoscono la lingua e la cultura è un fatto ormai consueto nell'Europa della mobilità. Affrontare la nuova avventura diventa certo più facile se si ha la possibilità di confrontare la propria esperienza con quella di connazionali che condividono la stessa sorte. Le piattaforme Internet rappresentano a tal proposito un esempio di media comunitari utili ed efficaci.

## **Media comunitari e alfabetizzazione mediatica**

I CM possono diventare uno strumento utile per rafforzare le competenze professionali nel settore dei mezzi di comunicazione. La formazione in campo informatico e del web, nel contesto delle attività dei CM, permette di acquisire competenze estremamente utili e trasferibili in altri settori. Ciò aiuta i cittadini non soltanto a trovare un'occupazione nel settore dei media ma anche ad acquisire una maggiore autostima e fiducia nei propri mezzi, facendo loro ritrovare lo stimolo ad apprendere.

## **Media comunitari quale punto di collegamento tra comunità locali e servizi pubblici locali**

I CM possono informare i cittadini in merito all'esistenza di servizi pubblici e incoraggiarli a offrire il proprio contributo, in modo da rispondere al meglio alle esigenze della comunità. I servizi pubblici locali possono collaborare con i CM per avvicinarsi alla comunità locale.

## **Promozione del potenziale creativo a livello locale**

I media comunitari fungono da catalizzatori per la creatività locale, fornendo agli artisti e agli imprenditori creativi una piattaforma che consente di sperimentare in pubblico nuove idee e concetti.

Esempio: *l'Amsterdam Open Channel* è una televisione comunitaria. Spettacoli televisivi come *Hoekstreen Live* propongono programmi creativi d'avanguardia. *Hoekstreen Live* è uno spettacolo della durata di dodici ore che adotta un approccio partecipativo ai talk show, consentendo a tutti gli interessati di partecipare attivamente alle riprese. Le persone che desiderano partecipare possono presentarsi in studio e contribuire dal vivo allo spettacolo. Questo canale televisivo comunitario sta inoltre sperimentando la commistione tra Internet e i mezzi radiotelevisivi, con il contributo di uno staff che filma e trasmette eventi che avvengono su "Second Life", un mondo virtuale sul web.

## **Pluralismo mediatico e media comunitari**

Il pluralismo mediatico è un concetto che riguarda l'accesso dei cittadini a una vasta gamma di fonti di informazione su diversi temi, che consentono loro di formarsi un'opinione, senza l'indebita influenza di un potere dominante che ne condiziona il pensiero. È pertanto considerato un elemento importante in una società democratica ed è sancito anche dall'articolo 11 della Carta dei diritti fondamentali. I media comunitari aiutano a rafforzare il pluralismo dei mezzi di comunicazione, presentando punti di vista diversi su questioni di particolare rilevanza per una determinata comunità.

Esempio: *la Maison des Media Libres* è un'iniziativa francese che riunisce quattro televisioni comunitarie in un'unica organizzazione, per offrire una prospettiva diversa su questioni di attualità e temi sociali e culturali. L'obiettivo è quello di creare un centro mediatico alternativo che includa la produzione televisiva e radiofonica, la pubblicazione di libri, la distribuzione di film e altre attività.

#### *4. L'UE e i CM*

##### **La politica di comunicazione**

Il Libro bianco su una politica europea di comunicazione fa chiaro riferimento al diritto d'informazione, alla libertà di espressione, all'inclusione, alla diversità e alla partecipazione che dovrebbero essere alla base delle politiche comunitarie nel settore. Uno dei principi fondamentali promossi nel Libro bianco è quello di affrontare direttamente le questioni che riguardano i cittadini, operando a livello locale. Le iniziative politiche dell'UE e i loro effetti dovrebbero essere valutati nel contesto locale della vita quotidiana dei cittadini. I CM potrebbero aiutare a promuovere la partecipazione civile ai dibattiti pubblici e aiutare la Commissione a trovare un punto d'unione tra i temi che più stanno a cuore ai cittadini e le politiche comunitarie. **Una collaborazione più attiva con i media comunitari locali potrebbe consentire alla Commissione di avviare un dialogo più stretto con i cittadini.**

##### **Istruzione e alfabetizzazione mediatica**

La recente comunicazione della Commissione sull'alfabetizzazione mediatica afferma che "è anche importante che i cittadini comprendano meglio la dimensione economica e culturale dei media e che abbia luogo un dibattito sull'importanza, per l'economia europea, del disporre di media forti e competitivi a livello globale, che garantiscano il pluralismo e la diversità culturale". **I CM contribuiscono in modo evidente al conseguimento dell'obiettivo di migliorare l'alfabetizzazione mediatica dei cittadini**, in particolare attraverso il loro coinvolgimento diretto nell'elaborazione e distribuzione dei programmi.

##### **Il pluralismo mediatico**

La Commissione intende pubblicare, all'inizio del 2009, una comunicazione sugli indicatori per il pluralismo dei mezzi di comunicazione, dando voce alle preoccupazioni in seno alle istituzioni europee in merito al fatto che il pluralismo e la diversità mediatica sono ostacolati dalla concentrazione dei mezzi di comunicazione. Alla comunicazione dovrebbe fare seguito una consultazione pubblica. **Tale consultazione dovrebbe prendere in considerazione i CM come soluzione alternativa, dal basso verso l'alto, per rafforzare il pluralismo.** Inoltre, **un sostegno più attivo ai CM da parte degli Stati membri potrebbe rappresentare un modo per garantire il pluralismo.**

#### *5. I problemi del settore*

Uno dei principali punti deboli dei CM in Europa è la mancanza di riconoscimento giuridico da parte di diversi sistemi giuridici nazionali. Un esempio positivo, in questo senso, viene dal Regno Unito dove i CM sono giuridicamente riconosciuti, accanto ai media pubblici e commerciali. L'Unione europea, invece, non fa riferimento ai CM come a una forma distinta di mezzi di comunicazione, ma considera unicamente i fornitori di servizi mediatici pubblici e commerciali.

**Nessuno dei testi legislativi fa riferimento ai CM.**

I CM si trovano pertanto a dover affrontare una situazione difficile.

Godere del riconoscimento giuridico è importante per lo sviluppo dei CM e consente al settore di proporsi come interlocutore credibile dinanzi ai responsabili decisionali e di ottenere finanziamenti e introiti dalla pubblicità.

Conformemente alle disposizioni vigenti, gli Stati membri dovrebbero sfruttare la possibilità di definire gli obblighi di ridiffusione nelle proprie legislazioni in modo da includere i CM. Gli obblighi di ridiffusione devono essere ragionevoli, basati su obiettivi di interesse generale ben definiti. Tali obiettivi includono, tra l'altro, la libertà di espressione, il pluralismo dei mezzi di comunicazione, la diversità linguistica e culturale e l'inclusione sociale.

La diversità culturale e il pluralismo dei media possono essere utilizzati dalle autorità nazionali per valutare la necessità che gli operatori includano servizi specifici nelle loro reti. Nell'ambiente digitale è altresì importante assicurare che strumenti come le guide elettroniche ai programmi includano i CM disponibili nei loro elenchi. **L'UE e le autorità di regolamentazione degli Stati membri dovrebbero pertanto fare riferimento a questi concetti per giustificare l'assegnazione di frequenze radio ai CM e la loro inclusione nell'ambiente digitale, anche dopo il passaggio al digitale.**

A tale proposito, va ricordato che i costi di transizione dai sistemi di trasmissione analogici a quelli digitali comportano un onere notevole per i CM.

#### ***6. Il finanziamento dei media comunitari***

Le risorse finanziarie dei CM sono molto eterogenee ma in genere piuttosto limitate. I finanziamenti UE potrebbero essere un'importante fonte di entrate. Vista l'eterogeneità del settore e considerata la varietà dei benefici che i CM portano, il settore può contare su diverse fonti di finanziamenti comunitari, quali il Fondo di sviluppo regionale, il Fondo sociale europeo, il programma di apprendimento permanente e altri ancora.

Tuttavia, soltanto una piccola parte del settore ha l'esperienza e le conoscenze necessarie per richiedere e ricevere il sostegno dell'UE, mentre i funzionari responsabili dei finanziamenti non conoscono le potenzialità dei media comunitari.

Esistono pertanto margini per poter **ulteriormente integrare il concetto di CM nelle azioni di sostegno dell'UE. Le informazioni relative alle richieste dei finanziamenti UE esistenti andrebbero diffuse attraverso uno strumento Internet dedicato ai CM.**

#### ***7. Organizzazione e rappresentanza del settore a livello comunitario***

L'assenza di un qualsiasi tipo di riferimento ai CM nei documenti dell'UE indica chiaramente che il settore non ha contatti con i legislatori e gli organi amministrativi a livello europeo.

La revisione in corso delle norme europee in materia di telecomunicazioni potrebbe essere un'occasione importante per far sentire la propria voce e partecipare al dibattito. Lo stesso vale per la consultazione pubblica prevista sugli indicatori per il pluralismo dei mezzi di comunicazione. **Il valore aggiunto dei CM per il conseguimento degli obiettivi comunitari è un'argomentazione che la Commissione dovrebbe tenere in considerazione nel decidere in merito alla partecipazione del settore ai dibattiti a livello europeo.**

## ESITO DELLA VOTAZIONE FINALE IN COMMISSIONE

<b>Approvazione</b>	2.6.2008
<b>Esito della votazione finale</b>	+: 20 -: 1 0: 0
<b>Membri titolari presenti al momento della votazione finale</b>	Katerina Batzeli, Ivo Belet, Věra Flasarová, Milan Gaľa, Claire Gibault, Lissy Gröner, Luis Herrero-Tejedor, Ruth Hieronymi, Mikel Irujo Amezaga, Manolis Mavrommatis, Ljudmila Novak, Doris Pack, Christa Prets, Karin Resetarits, Pál Schmitt, Helga Trüpel, Thomas Wise
<b>Supplenti presenti al momento della votazione finale</b>	Victor Boștinaru, Gyula Hegyi, Elisabeth Morin, Ewa Tomaszewska