

Allegato a UPA/2016/55

## PIANO EDITORIALE DELL'ASSEMBLEA LEGISLATIVA 2016-2017

Dovremo sperimentare in profondità per **differenziarci** e cercare una nuova **identità**. Per innovare e trovare nuovi sentieri di lavoro. Sbagliando e correggendo in corsa. Ma facendo. Alzando i ritmi. Perché, come spiega un vecchio detto, "*chi non fa non sbaglia*".

Poi dovremo mantenere. In modo non statico. Ovvero dovremo *manutenere*, aggiornando con costanza le pratiche, ciò che è stato fatto e che funziona.

Questa esperienza nasce per la fiducia unanime che mi hanno accordato l'Ufficio di presidenza e la Direzione generale, a cui porgo un ringraziamento non formale per l'opportunità di crescita professionale che mi hanno offerto. Cercheremo di restituirla questa fiducia, lieti di servire con onore l'istituzione e portare ancora di più all'attenzione dei cittadini chi si pone al servizio della cosa pubblica.

### COME E DOVE INNOVARE

#### La cultura dello scambio di informazioni

Questa struttura garantisce 2.000 comunicati stampa l'anno. E' imminente l'uscita della nuova versione del sito istituzionale [www.assemblea.emr.it](http://www.assemblea.emr.it) (141.000 accessi singoli nel 2015, 75.000 finora nel 2016) dove si vedranno gli albori di un'ulteriore semplificazione espressiva, anche a beneficio degli utenti da tablet e smartphone.

Gestiamo piattaforme importanti, per le quali andrà promossa la **cultura dello scambio di informazioni tra gli uffici**, l'antidoto alla gelosia settoriale tipica di tutte le organizzazioni complesse: l'Assemblea non fa eccezione. Vanno trovati e coordinati tra loro gli "*ufficiali*" che curino i collegamenti tra i diversi ambiti dell'Assemblea. A tutti questi colleghi dico di collaborare con fiducia con noi. Si tratta di sistematizzare questa enorme e preziosa mole di informazioni. Vogliamo valorizzare questo lavoro. "Firmarlo" col nome di chi l'ha realizzato e proporlo nella maniera più efficace possibile all'opinione pubblica.

Le sottosezioni del sito (quelle che parlano ai cittadini dei tanti servizi forniti dall'Assemblea) potranno e dovranno continuare ad essere aggiornate dai settori di pertinenza, ma sotto la **regia unica del Servizio**.

Dunque, da Concittadini agli Istituti di Garanzia, da Europe direct al Calendario unico degli eventi (da gestire assieme al Manuale dell'immagine coordinata e alimentato da tutti), lo scambio di notizie tra i Servizi e la redazione del Servizio Informazione dell'Assemblea sarà cruciale per far funzionare le cose e moltiplicare la resa. Allo scambio di esperienze inviteremo anche- quando se ne ravviserà l'esigenza- gli **uffici stampa dei gruppi** consiliari.

La cabina di regia del Servizio, come un **desk** di giornale insomma, sarà coordinata

da chi scrive e sarà il cuore, il motore, e **il decisore** finale su ogni attività.

In generale non dobbiamo scriverci e mail e aumentare la burocrazia, magari a scopo difensivo. Dobbiamo parlarci, per conoscere ciò che fanno tutti. L'obiettivo è duplice: pubblicare meglio ciò che già viene proposto; e magari raccontare qualcosa che non si immaginava di raccontare.

Questa redazione dovrà funzionare come un team, **unendo le specializzazioni e non dividendole**. Ci sono 'caste' professionali? Giornalisti, amministrativi, multimediali, informatici... Una redazione è un corpo unico e vivo. Dove tutti hanno bisogno di tutti. **Lo scambio di informazioni** dovrà essere il nostro faro. No alle competizioni interne. Ci misureremo con il mondo là fuori.

## **Radio e televisione**

Qui c'è davvero **tanto da rivedere**. Ne discuteremo presto con chi ci veicola- con una spesa importante- su 16 emittenti per Assemblea On-Er e 13 stazioni per Forum Regione, come viene ricordato nel piano editoriale del gennaio 2016.

I nostri format non sono adeguati ai tempi. E' anche una questione di durata: un pezzo televisivo da settimanale non dovrebbe andare oltre i 3 minuti; uno radiofonico dovrebbe stare al massimo sul minuto, minuto e mezzo. Non possiamo far calare la soglia dell'attenzione. Lo dicono anche i dati di ascolto 2015 del Contel, che registrano lo scarto tra i contatti medi nel periodo di messa in onda e i telespettatori che davvero si fermano a guardare Assemblea ON ER. Con contenitori da dieci-dodici minuti li allontaniamo. Chiederò che **ON ER vada in onda su ogni emittente lo stesso giorno della settimana**, mi piacerebbe **alla stessa ora**. Il messaggio va concentrato e razionalizzato. Serviranno tempo e pazienza per coordinare testate e proprietà diverse, esigenze editoriali e di palinsesto spesso in competizione.

Per il 2017 va superata la periodicità settimanale a favore di un **bisettimanale di due puntate da 3, massimo 4 minuti l'una**. Nella transizione di questi mesi proporremo più pezzi monografici all'interno del contenitore da 10-12 minuti. Le dichiarazioni saranno brevi, alternate alla voce del conduttore che spiega l'argomento e introduce la presa di posizione. Le immagini andranno realizzate per lo più in esterna, dovunque, con telecamera a spalla, facendo cronaca là dove accadono i fatti. Questa modalità andrà assunta per qualunque videoservizio realizzeremo.

Andranno realizzati **pannelli mobili leggeri** di polistirolo col logo dell'Assemblea (e magari altri tratti dal manuale dell'immagine coordinata) da portare agilmente ovunque in caso di necessità. Sarà ridotto l'accompagnamento degli intervistati in studio, che sarà il luogo della postproduzione, da limitare comunque al minimo, privilegiando la freschezza del girato, il senso della diretta. Insomma, un giornalismo più **"sporco"**, ma pensato anche per il **web**. Servizi che vorremmo andassero anche sui siti delle televisioni convenzionate con noi.

Va superato anche il ricorso a Lepida per i girati. L'internalizzazione delle produzioni, già avviata con successo, va completata. Piuttosto con Lepida va ripreso il discorso sulla maggiore presenza dei contenuti video dell'Assemblea nei loro palinsesti.

## Siti Web

Alla nuova versione di **assemblea.emr.it** crediamo molto. Per il percorso delle leggi, una delle eccellenze del sito, il **settore informatico** ha individuato la strada giusta per gli iter eventualmente incompleti. Ci affideremo all'occhio dei cittadini, e se ci fossero errori e involontarie omissioni correggeremo prontamente ringraziando chi ci ha segnalato le cose.

Rispetto alle ulteriori modifiche discusse finora informalmente con l'Ufficio di Presidenza e che riguardano maggiori informazioni sull'attività dei Consiglieri, dai primi riscontri servirà un ulteriore lavoro istruttorio di circa 4-6 settimane. Vista la concomitanza col periodo estivo è ragionevole pensare all'uscita del sito verso la fine del mese di settembre; ma è ragionevole tenere aperta la possibilità di pubblicare prima la nuova versione del portale (già pronta) riservandosi l'integrazione successiva dei nuovi contenuti.

Tutta l'attività di presidio tecnico (compresi gli allestimenti, tipo lo streaming delle Commissioni) sarebbe bene fosse in capo al Servizio Funzionamento e gestione che si occupa già dello streaming dell'Aula.

Dall'autunno ci daremo l'obiettivo di **profilare i nostri lettori**, per sapere chi sono, anche attraverso l'utilizzo di big data se questo non comporterà eccessive spese aggiuntive. L'Assemblea eroga servizi, e conoscere chi li utilizza ci aiuterà ad affinarli. Lavoreremo sulla profilazione dei nostri navigatori attraverso la loro presenza sui social network. Studieremo come attirarli sul nostro sito e come indurli, come una vera e propria *community*, a raccontarci di loro e a spiegarci che cosa ci chiedono.

Con **Quotidiano ER**, il giornale dell'Assemblea che uscirà con un **autonomo indirizzo web**, e che non escludiamo di rinominare nell'ambito di una generale operazione di **re-branding** di tutte le testate che editeremo, prudenzialmente usciremo a settembre. Ma se possibile anche prima, per velocizzare editing e pubblicazioni dei comunicati, vista l'inadeguatezza del gestionale che abbiamo.

Quotidiano ER sarà la **punta di lancia** della nostra informazione. Noi, a differenza delle testate private, che le notizie devono andare a cercarsele, siamo produttori di notizie. Le abbiamo in casa.

Proveremo a valorizzare esclusive, a imporre argomenti al sistema dei media proprio a partire da questa piattaforma. Il linguaggio sarà ancora più informale. La titolazione serrata e accattivante. La promozione dei contenuti farà leva sui nostri profili social, a partire da Twitter, taggando le persone coinvolte dalla notizia e i colleghi della stampa. Va creata **l'attesa e il bisogno di consultare questo sito**. Un sito che vorremmo fosse ripreso dalle varie testate regionali. E magari, chissà, anche dall'informazione nazionale.

Nella sua maturità Quotidiano ER ospiterà anche i videoservizi realizzati per noi dall'agenzia di stampa *Dire*. I due contratti con le agenzie di stampa- abbiamo anche *Ansa*, la più importante in Italia- saranno prorogati fino a fine anno. Le agenzie sono il primo terminale per mandare sui media il nostro lavoro e faremo sì che sia sempre maggiore la presenza ai nostri eventi dei loro giornalisti.

## Multimedialità da ognuno di noi

La produzione audio/foto/video il più rapidamente possibile andrà garantita dagli stessi giornalisti con propri **telefonini**. Il settore informatico e i colleghi già esperti di multimediale, col concorso di Lepida, cureranno **corsi di aggiornamento** per i giornalisti, e per tutti i dipendenti dell'Assemblea che fossero interessati. Certamente dovranno parteciparvi i colleghi che cureranno i **sottositi** di assemblea.emr.it. Oltre agli attestati di frequenza per tutti i colleghi, sentiremo anche l'Ordine dei giornalisti perchè riconosca punteggio per l'aggiornamento annuale obbligatorio.

In autunno ogni giornalista del servizio dovrà cominciare a sperimentare brevi video col proprio telefonino, **non oltre il minuto** di durata. Non dovranno essere montati. Potranno essere una dichiarazione, o uno speech da un evento che va lanciato subito. Andrà adattato il nuovo gestionale dei comunicati in modo che queste pillole video siano fornite rapidamente alle redazioni, visto che hanno tutte un sito web.

Ogni pezzo sarà firmato per esteso, con nome e cognome del redattore. La firma in questo lavoro è un onore e un onere. Conoscere l'estensore dell'articolo qualifica il prodotto ed è essenziale anche per le redazioni che ricevono il nostro lavoro.

Su molti fatti saremo soli, o comunque potremo conoscerli prima. Tenteremo di farci riprendere foto dalle testate, che magari potremmo firmare con un logo, un watermark. Per ora immagino possa essere **#RedazioneAssemblea**.

I colleghi del multimediale, coadiuvati dal settore informatico, cureranno la realizzazione di un **archivio fotografico su Flickr**, che in un primo tempo sarà utilizzato dalla redazione. Poi sarà messo a disposizione dei colleghi che curano la comunicazione dei gruppi, se ne faranno richiesta. L'archivio potrà essere messo in disponibilità delle testate giornalistiche conosciute o accreditate presso il Servizio, magari chiedendo che di tanto in tanto ci firmino le foto col logo **#RedazioneAssemblea**. Oltre alle foto stiamo valutando la realizzazione di un analogo archivio video. I "pezzi" potrebbero essere scaricati da una piattaforma inserita nel giornale online Quotidiano ER. Un'ipotesi interessante che hanno sottoposto in queste settimane i colleghi riguarda la richiesta ai navigatori che scaricano i video di dirci brevemente (magari compilando un form) perchè hanno scelto di scaricare quel prodotto. Vorremmo far circolare il nome dell'Assemblea il più possibile.

## L'ufficio stampa

La soglia di oltre 2.000 comunicati l'anno è ragguardevole. Si può pensare a una semplificazione, a **qualche resoconto di atto in meno?** Col tempo risparmiato i redattori potrebbero sviluppare meglio le domande dei consiglieri. Intanto contestualizzandole nell'argomento in quei giorni "caldo" sui giornali del territorio interessato; poi dedicandosi al finale del racconto, cioè procurandosi e riportando le **risposte alle interrogazioni**. Su questo si potrebbe pensare a un coordinamento coi colleghi della giunta perchè ci vengano anticipate le risposte rispetto ai tempi del deposito formale. L'importante è incalzare i media esterni.

Coi giornalisti esterni i colleghi del Servizio dovranno poi tenere relazioni dirette. Sia per assecondare le loro richieste di integrazione e approfondimento. Sia per avanzarne a nostra volta sul loro lavoro.

**Un tema si impone all'esterno stressandolo**, cioè approfondendolo e insistendo nella sua proposizione. Ci sarà un livello di informazione minima, legata all'attività di ufficio stampa, verso le testate. E un altro, affidato in esclusiva a Quotidiano ER, con approfondimenti, interviste, box di spiegazione dell'argomento. Penseremo a come porgere al meglio possibile il fatto. Sarà la notizia il centro della nostra azione: il territorio, il consigliere, il gruppo serviranno ad illustrarla al meglio.

Sarebbe poi molto importante **allargare le maglie della par condicio**. Attualmente la nostra attività ne risulta molto penalizzata, spesso *paralizzata*. Mi chiedo se si possa intervenire prima dell'inizio della campagna elettorale per il referendum costituzionale dell'autunno. **Un servizio che fa informazione non dovrebbe fermarsi mai.**

## I social

Ormai gran parte dell'attività politica si è spostata sui social network, Facebook e Twitter su tutti. Va fatto un ragionamento con gli staff dei consiglieri, che dovrebbero non incorporare, ma **taggare i contenuti che li riguardano** pubblicati sul profilo dell'istituzione. Certamente auspichiamo la collaborazione dei componenti dell'Ufficio di presidenza, così come ci piacerebbe che i nostri contenuti web venissero ripresi sul profilo Fb di ogni consigliere, di ogni dirigente, di ogni collega di qualunque ufficio dell'Assemblea.

Accanto poi alla nostra ammiraglia Twitter (e lì saremo noi a taggare i consiglieri- anche durante le dirette di aula e commissione- sperando nella loro interazione con retweet e preferiti, secondo l'idea di un'Assemblea empatica verso i media) vorremmo sperimentare l'apertura di un **profilo Instagram** dell'Assemblea.

Instagram ospiterà in prima battuta il lavoro dei telefonini dei colleghi del Servizio. Un "dietro le quinte" degli eletti vale la pena tentarlo. Un volto stanco a fine giornata, un panino addentato di fretta tra un voto e l'altro? Chiediamo la disponibilità a concederci un po' di vita vissuta, il più possibile senza filtri. Con lo stesso spirito vorremmo valutare anche l'utilizzo di **Telegram**. In questo senso ci ripromettiamo di valutare come viene utilizzato da alcune amministrazioni in Emilia-Romagna.

L'Assemblea va raccontata, anche nei suoi **momenti meno formali**.

## Organizzazione interna

Una redazione vive di tempi certi, ma anche di imprevisti. Dovremo essere pronti, specialmente in **orario pomeridiano**, quando impatta il **picco di lavoro** nell'informazione. Dovremo uniformare le nostre abitudini a questo.

L'orario di lavoro di una redazione va dalla tarda mattinata al pomeriggio-prima serata. Diciamo- prendendo a riferimento il classico arco contrattuale di 10 ore nell'ambito del quale ogni giornalista presta le sue 7 ore e 12 minuti quotidiane- che l'attività del servizio è compresa **tra le 9,30 e le 19,30 dal lunedì al venerdì**.

L'attività quotidiana sarà regolata da una mail interna, inviata dalla segreteria di redazione a tutti i settori del Servizio nel tardo pomeriggio precedente. La mail conterrà gli appuntamenti di ognuno il giorno successivo. Ogni componente del servizio conoscerà quindi gli impegni del collega per le opportune sinergie.

Attiveremo poi una singola **reperibilità telefonica il sabato per i redattori**, da usare solo in casi particolari. Per gli eventi programmati di sabato o domenica, in base al calendario condiviso da realizzare, verrà garantita la copertura con turno apposito. Gli obiettivi delineati in questo piano editoriale sono affidati all'organico del Servizio così com'è ora. Qualora necessario, sceglierò i sostituti.

## VALORI E MISSIONE

Ho detto ai colleghi del Servizio che ho lasciato una redazione che amavo perchè sentivo l'urgenza di fare una nuova esperienza. La cronaca- almeno secondo noi che abbiamo il privilegio di farla, il mestiere più bello del mondo- è anche urgenza, rapidità.

La perfezione formale non è sempre il modo migliore per raccontare bene l'istituzione. Serve un **nuovo registro**, bilanciato nel porgere tutte le posizioni, ma orientato all'**empatia** e alla **comprensione esterna**. Pensando sempre al lettore, come diceva Indro Montanelli.

Applicheremo metodologie maturate sul campo negli anni, in particolare dal 2005, quando dopo 15 anni da cronista ho avuto responsabilità di coordinamento e sul personale, fino a gestire una ventina di giornalisti in sette regioni.

La direzione di Giuseppe Pace ha trasformato il vecchio ufficio stampa del consiglio in un servizio complesso, che fa informazione multimediale. Un salto secolare. Ora tocca a noi e vediamo ampi margini di lavoro e la possibilità di un altro salto secolare. Coi colleghi del Servizio il livello dell'asticella da saltare lo stabiliremo insieme, tranquilli sulla bontà delle nostre idee.

## C'è un mondo là fuori che non sa ancora chi siamo

Questo palazzo (espressione puramente idiomatica) deve cercare l'empatia verso la stampa generalista, primo terminale dell'attività di ufficio stampa; e poi quella dei cittadini, target di tutta l'attività legislativa e di servizio che dovremo raccontare.

Sapendo che **chi si apre si mette in discussione**. Potranno esserci situazioni di crisi. Cercheremo di governarle. Ma l'indifferenza nei nostri confronti sarebbe peggio.

In autunno andremo in ogni redazione che vorrà riceverci per parlare di persona ai giornalisti e ai capiredattori che si occupano dell'Assemblea. L'obiettivo è rilanciare dialogo e attenzione, nostra e loro. Chi scrive sarà accompagnato da qualche collega del Servizio, perchè questa è l'essenza di un gruppo.

## Il lavoro di squadra

In un anno si può promuovere l'inizio di un ciclo. Responsabilità è rinunciare a una

parte di se stessi. Favorire dunque condivisione, che è molto più efficace dell'obbedienza cieca, ma non va intesa come collettivismo. Le gerarchie ci sono e vanno rispettate, perchè qualcuno risponde più di altri. In questo risiede l'onere dell'ultima parola.

Si tratta di **creare una squadra**, il cui vero significato, in una professione dove il narcisismo abbonda, è non finalizzarla alle vetrine singole, compreso chi dirige. Certamente chi risponderà agli stimoli avrà il suo spazio. Perchè l'iniziativa positiva, quella che fa funzionare l'ufficio e non è figlia dell'opportunismo, sarà individuata e riconosciuta.

Il giornalismo è in crisi, di identità e di fatturati. I grandi gruppi editoriali procedono a fusioni e piani di risanamento senza precedenti. La buona informazione è sfidata dall'eccesso di informazione; dal profluvio di fonti, spesso incontrollate; dalla sfiducia dei lettori; dalla crisi che continua a bruciare nelle famiglie e sul destino dei giovani. Il disincanto (che ha da tempo tratti di intolleranza per la classe dirigente) è palpabile. Anche noi giornalisti siamo classe dirigente. Sulla base delle nostre informazioni la gente si fa un'opinione. Decide. Sceglie. Questo dovrebbe dirci qualcosa. **Va recuperata reputazione.** Anche con una maggiore sobrietà personale, professionale e nei comportamenti quotidiani.

### **Una struttura speciale all'altezza di questo nome**

I simboli sono importanti. Una struttura che si chiama *speciale* deve immaginarsi di diventare un'**eccellenza** di cui l'Assemblea possa fregiarsi. Dobbiamo avere **buone pratiche** e concorrere perchè ci vengano **premiati**, magari in competizione con i servizi analoghi di altri consigli regionali o enti pubblici. Parteciperemo a concorsi, *contest*, qualcosa che dia lustro alla nostra Istituzione, di cui vestiamo idealmente la maglia. Sappiamo se esistono queste opportunità?

Vorremmo che i colleghi degli altri settori dell'Assemblea ci guardassero come un esempio. Che si fidassero di noi. Che ci affidassero il racconto delle loro buone pratiche.

### **Un mestiere di cui questo brand ha bisogno**

Il brand Assemblea è un **marchio tecnicamente debole** nel rapporto col mondo dell'informazione. E' con la percezione del cittadino che dobbiamo fare i conti. Per le persone che pagano le tasse e chiedono in cambio efficienza e servizi tutto è *Regione*. Per chi deve veicolare questo marchio raccontarsi altre presunte verità ci farebbe partire col piede sbagliato. Sta a noi spiegare la differenza tra esecutivo e legislativo, tra chi governa e chi controlla, e controllando a sua volta governa e spesso orienta all'origine le scelte di governo. Maggioranza e opposizione, è il bellissimo segreto della democrazia.

Perchè in fondo- e questa sarà la prima cosa da sottolineare nel racconto quotidiano di questo Servizio- **chi siede nel Parlamento regionale c'è arrivato col voto dei cittadini.** E chiedendo di essere raccontato si sottopone al loro giudizio quotidiano. Tende loro la mano. Quel rapporto va stabilito nella maniera più intensa e diffusa

possibile, tenendo conto che l'Assemblea riflette tutto l'arco costituzionale. Un compito più difficile del racconto di un esecutivo, incentrato su un sindaco o su un presidente.

### **Il parlamento regionale pensa ai giovani e ai più deboli**

Questa Assemblea non è solo un parlamento regionale. Ma promuove **l'educazione dei giovani ai diritti e alla legalità** da un lato, con un occhio di riguardo all'Europa; dall'altro è uno straordinario erogatore di servizi, attraverso quelle che per comodità, si passi la semplificazione, sono le sue "Authority": **difensore civico, garante minori, garante detenuti, Corecom**. I numeri del 2015 dell'accesso a questi servizi sono imponenti: 577 richieste di intervento al difensore civico; 157 al garante per l'infanzia e adolescenza; 409 a quello delle persone private della libertà (dato 2014) e 5.839 istanze di conciliazione completate dal Corecom.

Dobbiamo valorizzare al massimo queste risorse. Non sono propaggini dell'Assemblea, sono **parte dell'Assemblea**. Dobbiamo raccontare che l'Assemblea, il parlamento dell'Emilia Romagna, è **lo scudo dei più deboli**.

Cercheremo di raccontare tutto questo secondo lo stile di un grande inviato di guerra, Ryszard Kapuscinski: *"per fare del giornalismo si deve essere innanzitutto degli uomini buoni, buoni esseri umani; se si è una buona persona si può tentare di capire gli altri"*. Chi non è predisposto agli altri non può raccontarli bene.

**Il Direttore**  
Marco Sacchetti