

Comune di Modena

Settore Sistemi Informativi e Telematici Comunicazione e Relazioni con i Cittadini

Ufficio Stampa

GIUGNO 2002

NOTE DI LAVORO SULL'ATTIVITA' DELL'UFFICIO STAMPA DEL COMUNE DI MODENA

PREMESSA

L'ufficio stampa svolge propriamente una attività di produzione di materiali e di servizi informativi sull'attività dell'Amministrazione volta a un duplice scopo: essere quotidianamente al servizio dell'autonoma attività dei media locali (con la produzione di comunicati stampa e la programmazione di conferenze stampa), ma anche produrre forme di comunicazione diretta **di tipo giornalistico** rivolte ai cittadini (giornale del Comune, utilizzo di internet e della rete civica, produzione di video, trasmissioni radiofoniche o tv).

E' evidente dunque che, **pur nella sua specificità, l'azione dell'ufficio stampa va inquadrata in una più ampia attività di comunicazione dell'Amministrazione** che include anche campagne informative o di promozione sui servizi, attività pubblicitarie, produzione di materiali, spot e manifesti.

E' evidente che dotarsi di una strategia comunicativa non significa solo raccontare bene i singoli interventi (cosa comunque fondamentale), ma far emergere il progetto e la coerente visione della città propria dell'Amministrazione.

Questo aspetto può e deve divenire un fondamentale valore aggiunto della comunicazione da parte dell'amministrazione. In tal senso occorre fare un significativo passo in avanti rispetto alla situazione attuale.

Se infatti sulle singole cose fatte la capacità di comunicare è stata discreta, molto di più si può fare per affermare il senso di un progetto complessivo.

Si tratta di sviluppare una comunicazione sobria, non enfatica, né ossessiva, ma di grande semplicità. Più che comunicare molto, serve comunicare bene e coerentemente.

In premessa va anche ricordato che ormai da due anni è in vigore la Legge 150 che regola proprio i temi della comunicazione degli enti pubblici (in particolare relativamente al ruolo di Urp e Uffici stampa) in cui si sancisce il dovere di sviluppare attività di comunicazione indicando una pluralità di strumenti possibili.

IL MERCATO DEI MEDIA A MODENA

Per inquadrare il ragionamento è opportuno anche fornire un quadro sulla presenza dei media a Modena.

QUOTIDIANI: Relativamente ai quotidiani è da rilevare come il numero di copie vendute nella nostra provincia sia in lento ma costante calo (siamo introno alle 54-55 mila copie al giorno). Secondo dati Istat risalenti al 1999 Modena è al penultimo posto in regione per grado di penetrazione dei quotidiani (con 39,2 copie per 1000 abitanti, media regionale è 54,9 quella nazionale 37,9). Il Carlino resta il primo giornale con un dato di vendita (in

calo) stimabile tra le 17 e le 18 mila copie al giorno. La Gazzetta ha un dato (in lenta crescita) tra le 12 e le 13 mila copie (questi sono tutti dati indicativi). Il Carlino, per scelta del suo editore, ha evidentemente ridotto gli spazi e la foliazione destinata alle cronache locali.

Pur non potendo in questa sede approfondire maggiormente il tema, pare di poter rilevare come **sia difficile attribuire ai quotidiani una capacità forte di fare informazione di servizio ai cittadini**. Per la struttura del sistema dei media, spesso prevale la tendenza a raccontare commenti e polemiche più che a spiegare di cosa si sta parlando. Di questa considerazione appare opportuno tenere conto, **perché se da un lato i quotidiani rivestono un peso prioritario nell'ambito del lavoro dell'ufficio stampa e dell'attività dell'Amministrazione, non va neppure sopravvalutata la loro influenza, specie come veicolo di informazione sulle attività dell'amministrazione stessa**.

TELEVISIONI: Modena ha una alta presenza di tv locali, ben quattro, in rapporto alla media del resto della regione. Di queste tv esistono dati di rilevamento degli ascolti solo relativamente a Trc ed Antenna 1 (sono indagini a cui ci si iscrive). Quanto a Telestudio e Telemodena operano in condizioni più precarie.

E' opportuno ribadire che normalmente le tv hanno una sola troupe che esce ogni mattina e che quindi non può seguire più di due tre avvenimenti.

RADIO: Le emittenti che realizzano notiziari su Modena sono Radio Bruno, Radio Stella e Modena Radio City. Di queste esistono dati di ascolto solo per Radio Bruno che comunque ha ormai un bacino di utenza regionale e che viaggia a 365 mila ascoltatori nel giorno medio (è la prima radio in Emilia Romagna).

Per le radio, vale ancor più che per le tv, il discorso di forti limiti nel poter seguire più avvenimenti nel corso della giornata.

ALTRI UFFICI STAMPA: E poi da rilevare come sia cresciuto notevolmente il numero di uffici stampa presenti ed operanti e sia aumentata anche la produzione di materiali informativi (note e conferenze stampa) con effetti di sovraccarico del sistema su cui si tornerà in seguito.

L'ATTIVITA' DELL'UFFICIO STAMPA DEL COMUNE DI MODENA

Anche per l'ufficio stampa del Comune è fondamentale che la sua attività sia inserita in una programmazione delle attività da parte dei singoli settori. L'ufficio stampa non è il "postino" a cui consegnare una lettera già scritta. Ma può e deve (per quanto di sua competenza) essere tempestivamente coinvolto nella definizione degli aspetti di comunicazione delle singole attività, assieme agli altri uffici del settore Marketing e comunicazione.

L'ufficio stampa è organizzato con quattro giornalisti che hanno ciascuno diversi assessorati e settori di riferimento. Nonostante rapporti consolidati negli anni, accade ancora spesso che ci si ricordi che una cosa va comunicata, solo alla fine del percorso.

L'ufficio stampa è a disposizione per segnalazioni e proposte. Meglio una segnalazione in più che una in meno. Altrettanto evidente è che sulle proposte che ci pervengono, sulla base della loro professionalità, i giornalisti faranno valutazioni circa la reale opportunità o le modalità di produrre una nota stampa o altro.

L'amministrazione comunale è una miniera di attività e spunti che possono avere interesse giornalistico, anche se non sono il grande progetto. In questo si può porre una maggiore attenzione a raccontare una "normalità" di servizi e attività che il Comune offre e che magari, standoci dentro, si è abituati a dare per scontati. Ricordiamoci che la memoria

storica dei media è molto breve. Dunque forse c'è margine per recuperare una attenzione a diversi aspetti di ciò che fa il Comune. Per far questo spesso occorrono cifre e fatti. **Non sempre ciò (ma su questo tornerò più avanti) ciò significa dover fare una conferenza stampa. Molto spesso si possono attivare canali informali (dalla semplice nota stampa, alla segnalazione telefonica a qualche redazione).**

Nel contempo va rilevato come in diversi casi, da dentro l'Amministrazione si tenda a dare importanza a passaggi metodologici e formali legati ai progetti, che per l'esterno non hanno grande importanza. Una buona regola, quando si pensa di raccontare un qualcosa ai giornali, è chiedersi qual è il titolo che si potrebbe fare. Se non ci viene in mente niente entro pochi secondi, o se ci viene in mente un qualcosa più lungo di dieci parole è un brutto segno...

Lo strumento principe e da noi più utilizzato è quello delle note stampa (nel 2001 ne abbiamo prodotte oltre 1800). I dati quantitativi vanno sempre presi con cautela, nel senso che pensare che più si produce e più si è comunicato è falso. Come già evidenziato nelle considerazioni sul mercato dei media locali, non sono infrequenti le situazioni di overdose di notizie che le redazioni non hanno spazi per collocare.

CONFERENZE STAMPA

Si riprendono qui i temi contenuti in una nota inviata nei giorni scorsi. Sempre più spesso capita che in una stessa mattinata a Modena ci siano 5-6 **conferenze stampa**. Come ufficio stampa (assieme alla Provincia) abbiamo già più volte tentato di promuovere forme di coordinamento tra uffici stampa per evitare le sovrapposizioni. Tale coordinamento funziona però solo parzialmente. Specie con gli uffici stampa (sempre più numerosi) di enti più piccoli, non è semplice avere un dialogo proficuo.

Il risultato è che si determinano situazioni difficili e di tensione con le redazioni (vedi le considerazioni già svolte su radio e tv).

In tale contesto è necessario che anche come Comune poniamo una maggiore attenzione alle nostre uscite. Nell'intero 2001 abbiamo fatto 90 conferenze stampa. A giugno del 2002 siamo già a quota 68 conferenze (circa 20 di più rispetto alla stessa data del 2001). **In questo senso pare opportuno formulare una forte raccomandazione a utilizzare con più moderazione lo strumento della conferenza stampa, che non necessariamente vale ad avere più spazio sui media.** Spesso una buona nota scritta, inviata tempestivamente, ottiene (su giornali e tv) migliori risultati ed è più apprezzata dalle redazioni.

Si coglie l'occasione anche per una ulteriore specificazione sempre sullo stesso tema. Il rito della conferenza stampa prevede in maniera sempre più marcata che tv e radio arrivino facciano le loro veloci interviste e poi fuggano altrove (salvo rare eccezioni). Per cui, alla conferenza stampa vera a propria, si fermano i soli giornalisti della carta stampata, cioè di Carlino e Gazzetta.

Di fronte a questo è bene ricordare che le conferenze debbono essere agili, che non si può pensare di avere più di due-tre interventi di presentazione. **Per tanto sono vivamente sconsigliate le conferenze stampa cui vengono invitate numerose persone in rappresentanza di enti e associazioni che hanno collaborato a realizzare le varie iniziative. Avere dieci oratori e soli due giornalisti di fronte è imbarazzante per tutti.**

Sappiamo bene che in alcune circostanze ciò è inevitabile per motivi di rapporti istituzionali. Ma in altre situazioni ciò può benissimo essere evitato.

GIORNALE DEL COMUNE

Il giornale del Comune affianca mensilmente e focalizza in ogni numero i temi di maggiore attualità relativi all'attività dell'amministrazione. Mese per mese, sulla base delle segnalazioni che pervengono da diversi assessorati, come Ufficio stampa stabiliamo, sulla base di criteri giornalistici e di interesse per i lettori, i contenuti delle 16 pagine di giornale.

E' opportuno sottolineare che è stata prevista la possibilità di inserire nel giornale, aumentandone la foliazione, inserti speciali di 4 o 8 pagine (con costi a partire dagli 8 milioni di lire circa a carico dei singoli assessorati coinvolti).

Negli ultimi mesi ne abbiamo realizzati sul tema anziani, sulla fascia ferroviaria, sui dati statistici relativi alla città. **Gli inserti vanno concordati con congruo anticipo con l'ufficio stampa e devono avere una forte caratteristica di servizio o un forte interesse per ampie fasce di cittadini.** Si tratta di strumenti che possono consentire di approfondire la comunicazione entrando più nel merito dei singoli progetti del Comune.

I VIDEO DELL'UFFICIO STAMPA

In via sperimentale l'ufficio stampa ha prodotto negli ultimi mesi una serie di brevi video (durata di 5 minuti) che sono stati utilizzati per 4-5 passaggi su ognuna delle 4 tv locali e che sono poi a disposizione di tutti su internet, alla home page dell'Ufficio stampa. I temi trattati nei video sin qui prodotti sono stati: "privatizzazione" farmacie, manovra antismog, bilancio 2002, inaugurazione centro infanzia di piazza Matteotti, inaugurazione piano terra del palazzo dei Musei.

Da questa fase un po' sperimentale i video, migliorandone la qualità e legando meglio l'uso dei loghi al resto della comunicazione, possono essere sviluppati e sono un materiale poi a disposizione dei settori, anche se esiste un problema di fondi.

L'UFFICIO STAMPA SU INTERNET

I materiali prodotti dall'ufficio stampa sono disponibili anche su internet (sul sito si trovano tutti i comunicati, il giornale ed i video). Già da mesi è attiva una mailing list cui qualunque cittadino può iscriversi e ricevere tutti i nostri comunicati stampa. Tale lista è ora stata inglobata nel servizio "Uno X uno". I comunicati stampa sono poi presenti, in forma diversa, sia sulla home page della Rete civica (qui ci sono gli ultimi in ordine cronologico), sia sulla pagina più specifica del Comune (indirizzo www.comune.modena.it/comune).

Viste le richieste spesso pervenuteci da diversi assessorati, si coglie l'occasione per segnalare che dalla pagina dell'ufficio stampa (www.comune.modena.it/ufficiostampa) è possibile effettuare ricerche su tutti i comunicati fatti a partire dal gennaio 2001 (si possono fare ricerche per argomento, per data, ma anche sull'intero testo).

D.G.