



*Consiglio regionale della Calabria*

# PIANO DELLA COMUNICAZIONE

**2016 / 2018**

**(Modificato e integrato con deliberazione dell'Ufficio di Presidenza n.32 del 4 giugno 2018)**



## INDICE

<b>1</b>	<b>PREMESSA.....</b>	<b>3</b>
1.1	ANALISI DI CONTESTO.....	3
1.2	QUADRO SOCIO - ECONOMICO DI RIFERIMENTO.....	5
1.3	CONSUMI MEDIATICI.....	7
1.3.1	LA SITUAZIONE IN CALABRIA.....	7
<b>2</b>	<b>COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE.....</b>	<b>9</b>
2.1	STRATEGIE DELLA COMUNICAZIONE E OBIETTIVI.....	9
2.2	INFORMATION GATHERING.....	10
2.3	STRUMENTI E UFFICI COMPETENTI.....	12
2.3.1	IL SITO INTERNET.....	12
2.3.2	LA SOCIAL MEDIA STRATEGY – LINEE GUIDA PROGRAMMATICHE.....	13
2.3.3	L’UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO (URP).....	15
2.3.4	IL PROGETTO “RAGAZZI IN AULA”.....	16
	VISITE GUIDATE.....	16
	CONCORSO “FABIANA LUZZI”.....	17
2.4	IL PREMIO DON ITALO CALABRÒ.....	19
2.5	ALTERNANZA SCUOLA LAVORO.....	21
<b>3</b>	<b>INFORMAZIONE ISTITUZIONALE.....</b>	<b>22</b>
3.1	STRATEGIE DELL’INFORMAZIONE.....	24
3.2	STRUMENTI DELL’INFORMAZIONE.....	24
3.2.1	MAILING LIST E COMUNICATI STAMPA.....	24
3.2.2	CALABRIA ON WEB.....	25
3.2.3	LE AGENZIE DI STAMPA.....	27

<b>4</b>	<b>PIANO ANNUALE DELLE INSERZIONI ISTITUZIONALI .....</b>	<b>28</b>
4.1	CAMPAGNE ADV SU STAMPA QUOTIDIANA .....	29
4.2	CAMPAGNE ADV SU SITI INTERNET .....	29
4.3	CAMPAGNE ADV RADIO/TV .....	29
4.3.1	UN DOCUMENTARIO - SPOT .....	29
4.3.2	LA CAMPAGNA #OPENPALAZZO .....	30
4.4	CAMPAGNE ADV SOCIAL .....	31
4.5	CAMPAGNE OUTDOOR .....	31
<b>5</b>	<b>EVENTI CULTURALI.....</b>	<b>32</b>
5.1	IL POLO CULTURALE “MATTIA PRETI” .....	32
5.1.1	IL PATRIMONIO .....	33
5.1.2	VOLUMI ANTICHI E PREGIATI .....	33
5.1.3	DOCUMENTI CONSULTABILI.....	34
5.1.4	RASSEGNA STAMPA STORICA .....	34
5.1.5	IL PATRIMONIO DELL’EMEROTECA .....	35
5.2	STRUMENTI OPERATIVI E TARGET .....	36
5.3	ORGANIZZAZIONE DI INIZIATIVE ED EVENTI CULTURALI .....	36
5.3.1	FOCUS TEMATICO “CALABRIA UNA E INDIVISIBILE” .....	37
5.3.2	PROGETTO “(in viaggio con) ADELE” – un percorso culturale di nuova narrazione della Calabria.....	398
5.3.3	PROGETTO “EDUCARE ALLE FONTI DOCUMENTALI” .....	39
5.4	ALTRE INIZIATIVE, DA REALIZZARE CON IL COINVOLGIMENTO DELLA SOCIETÀ IN HOUSE “PORTANOVA SPA” .....	39
<b>6</b>	<b>ULTERIORI INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE CULTURALE.....</b>	<b>40</b>
<b>7</b>	<b>RIFERIMENTI NORMATIVI .....</b>	<b>41</b>

# 1 PREMESSA

---

## 1.1 ANALISI DI CONTESTO

Il dibattito pubblico italiano, negli ultimi anni, ha dedicato ampio spazio al tema dei costi della politica, a quelli della democrazia, nonché all'esigenza, sempre più avvertita dai cittadini, di rendere più efficiente e razionale la spesa pubblica. Particolare attenzione viene rivolta dai mass media alle Regioni che, allontanandosi dalle iniziali competenze di programmazione e indirizzo, si sono trasformate in enti di gestione e, di conseguenza, in centri di spesa. Dentro questa cornice, i Consigli regionali sono stati spesso identificati con luoghi di spreco e di utilizzo ingiustificato di eccessive risorse pubbliche.

Nel corso di questa legislatura, l'Ufficio di Presidenza del Consiglio regionale della Calabria ha inteso avviare un processo di razionalizzazione e riqualificazione della spesa, perseguendo obiettivi di *spending review* e di miglioramento della qualità dei servizi offerti a condizioni economiche più vantaggiose per il bilancio pubblico.

Numerosi sono stati i provvedimenti adottati in tale direzione. Decisioni mediante le quali il Consiglio regionale ha centrato gli obiettivi di riduzione della spesa, sia in termini percentuali sia in valore assoluto.

Contemporaneamente, attraverso tali misure, si ritiene possibile migliorare la percezione complessiva del Consiglio regionale in seno ai cittadini calabresi che chiedono un organismo istituzionale la cui azione politica e amministrativa sia contraddistinta da sobrietà e rigore nell'applicazione delle leggi.

Nell'ambito della presente analisi di contesto, non è pleonastico ricordare la particolarità dell'architettura politico-istituzionale della Regione Calabria: una condizione peculiare di suddivisione geografica delle sedi istituzionali (Giunta a Catanzaro, Consiglio a Reggio) attuata per superare la gravissima crisi socio-politica scaturita dai Moti di Reggio del 1970. Circostanza che ha generato non solo un incremento dei costi della democrazia rispetto alle analoghe realtà delle altre Regioni, ma anche una difficoltà ulteriore nella gestione della comunicazione istituzionale, rivolta a una comunità regionale per lungo tempo socialmente condizionata da spinte campanilistiche, da diffidenze e da frammentazioni sociali altrove inesistenti.

La misurazione della percezione del Consiglio regionale nella società deve inoltre tener conto di almeno altri due fattori che rendono più complesso il dispiegarsi di un'efficace azione di comunicazione esterna, rivolta alla generalità dei cittadini.

Innanzitutto, la progressiva riduzione delle risorse libere disponibili nel bilancio della Regione per investimenti (secondo un trend che risale nel tempo di almeno tre lustri) ha diminuito il numero delle proposte di legge presentate; difatti i Consiglieri regionali responsabilmente hanno ridotto l'esercizio del potere di iniziativa legislativa per scongiurare l'approvazione di leggi cosiddette "manifesto".

In secondo luogo, sulla percezione del Consiglio regionale da parte di cittadini e *stakeholders* incide la perdurante crisi economica che condiziona pesantemente la libertà di iniziativa economica privata, anche alla luce della pervasiva presenza della criminalità organizzata che, soprattutto in alcune aree della regione, soffoca ogni forma di impresa sul libero mercato.

In tale quadro d'insieme, emerge una propensione alla diffidenza e alla sfiducia che colpisce innanzitutto le istituzioni e che finisce inevitabilmente per orientare anche le scelte del piano di comunicazione del Consiglio regionale della Calabria.

Ciò nonostante, dal primo report sulla reputazione di aziende e istituzioni italiane dal titolo *"I valori degli Italiani"*, ideato e redatto dal Censis, sono emersi dati interessanti circa il rapporto degli italiani e delle Regioni. Il report ha monitorato la reputazione delle Regioni, per capire *"se la crisi della credibilità di questi enti sia irreversibile oppure se esistano margini di recupero"*, analizzando la crisi di rappresentanza delle regioni, negli anni cresciuta. Da questa analisi, scrive il report Censis, *"la sensazione è che i territori non mollino e che il patrimonio di specificità, di 'biodiversità sociale', aveva trovato nella dimensione regionale un punto di equilibrio che difficilmente potrà essere sostituito da 40 aree vaste"*. Per chi, quindi, crede nell'importanza e nell'utilità delle Regioni appare fondamentale porre in essere azioni impostate sia a far conoscere di più l'utilità di Regioni e Consigli regionali, sia a contrastare l'azione di delegittimazione nei confronti delle autonomie, sia a sostenere le "ragioni delle Regioni".

L'indagine Censis attesta che i "popoli delle Regioni" non si sentono più rappresentati quando si parla di "rappresentanza delle proprie idee" mentre si sentono ancora legati ad aspetti identitari quali la tipicità di dialetto/lingua, il patrimonio artistico-culturale ed enogastronomico. Nel mondo in rapida trasformazione il regionalismo - dice il Censis - appare tutt'altro che morto ed è percepito ancora come in grado di rispondere a bisogni primari oltre che di fornire servizi importanti.

Appare, dunque, indispensabile attivare un livello decisionale e rappresentativo adeguato alla domanda (comunque sempre meno forte) presente sul territorio, che sia capace di consentire confronto, ascolto e decisioni. Necessitano istituzioni solide che partano dall'oggi per pensare al domani, attraverso un lavoro mirato, che analizza la situazione e sceglie gli obiettivi.

## 1.2 QUADRO SOCIO - ECONOMICO DI RIFERIMENTO

Ai fini di un completamento del contesto complessivo di riferimento, nell'ambito del quale il Consiglio regionale della Calabria andrà a posizionare e scegliere le azioni che daranno contenuto al Piano di comunicazione, è essenziale delineare il quadro socio - economico regionale.

E' il perdurare del divario tra Nord e Sud dell'Italia l'elemento costante che attraversa le principali rilevazioni econometriche che interessano le diverse aree del Paese.

Secondo il rapporto Svimez del 2015, infatti, non accenna ad attenuarsi il trend negativo che vede la povertà assoluta sul totale della popolazione passare dal 2,7% al 5,6% nel Centro-Nord e dal 5,2% al 10,6% al Sud, nel periodo compreso tra il 2008 (anno di inizio della crisi) e il 2013.

In questo contesto poco incoraggiante, tuttavia, l'ultima analisi condotta da Svimez per il 2016 segnala la crescita dell'economia calabrese dell'1,1%. Un dato fortemente influenzato dall'andamento positivo del comparto agricolo. E' l'agricoltura uno dei principali settori in grado di consentire alla Calabria di salire sul treno della crescita e dello sviluppo che sta attraversando le altre aree del Paese.

Si tratta di un segnale positivo, il primo dopo sette anni, che pur non potendo alimentare facili entusiasmi consente di guardare al presente e programmare il futuro con maggiore fiducia. Sempre dall'osservatorio Svimez emerge chiaramente il ruolo determinante per la tenuta economica ed occupazionale calabrese di altri comparti strategici. Accanto all'agricoltura, infatti, il turismo e, benché in misura minore, la ripresa delle opere pubbliche e l'accelerazione della spesa legata alla chiusura del ciclo di programmazione dei fondi dell'Unione Europea 2007-2013, si configurano come i tasselli che completano il quadro della lieve crescita calabrese.

Confortanti anche i dati relativi all'occupazione. Dal turismo (+8,6%) e dall'agricoltura (+5,5%) arriva la spinta che ha consentito al Mezzogiorno di registrare una performance migliore rispetto al Centro Nord (94mila unità in più; al Sud +1,6%, mentre nelle altre aree la crescita si attesta allo 0,6%).

Segnali negativi, invece, provengono dal comparto manifatturiero (-1,6%) e da una generalizzata diffusione di lavoro poco qualificato (il cosiddetto fenomeno del "*downgrading*"). A fronte di questi numeri col segno più, la Calabria, tuttavia, con il suo +1,1% non riesce a tenere il ritmo delle altre regioni del Mezzogiorno. In questo scenario spicca la crescita della Basilicata (+5,5%), del Molise (+2,9%), dell'Abruzzo (+2,5%) e della Sicilia (+1,5%). Indietro solo Campania, Puglia e Sardegna con un +0,2%.

Di particolare interesse anche i dati relativi agli investimenti che, dopo sette anni, segnano un perfetto equilibrio (+0,8%) tra Centro-Nord e Sud. Anche in Calabria, come nel resto del Mezzogiorno (dove in tutti i settori gli incrementi sono stati superiori rispetto al resto

d'Italia), il valore aggiunto agricolo ha segnato un aumento del 7,3%, mentre nel terziario (più del doppio del Centro-Nord) si è attestato sul +0,8%. Il tessuto produttivo del Mezzogiorno, secondo quanto riferisce l'anticipazione del Rapporto Svimez 2016, non sembra sganciato dallo sviluppo dell'intero Paese, grazie alla presenza di un "gruppo di imprese dinamiche, innovative, con un grado elevato di apertura internazionale e inserite nelle catene globali di valore". Segnali positivi, ma non risolutivi, giungono anche dagli investimenti pubblici che fino al 2014 avevano registrato un crollo: lo scorso anno la spesa pubblica in conto capitale è risalita all'1% sul Pil.

Dal 2008, per la prima volta, sono in aumento i consumi nel Mezzogiorno che passano a +0,3% rispetto alla flessione dello 0,6% del 2014. Preoccupante, però, è la condizione delle famiglie, in particolare di quelle calabresi che sono le più povere in assoluto, specie i nuclei più numerosi. In tutto il Sud il bacino di povertà assoluta si è ingrossato di ulteriori 218mila unità.

Il sostanziale cambio di passo del quadro socio - economico del Mezzogiorno (e della Calabria) deve essere comunque valutato con le dovute cautele. Gli osservatori economici, infatti, hanno a più riprese rimarcato che il +1,1% di crescita, se da un lato costituisce una tangibile inversione di tendenza rispetto agli ultimi anni, di contro è frutto in parte di alcune circostanze "straordinarie" che potrebbero non ripetersi nell'immediato futuro.

Ossia l'annata agricola favorevole, il turismo che ha sfruttato la diversificazione dei flussi per i rischi e l'instabilità a livello geopolitico (specie nel bacino del Mediterraneo) e, soprattutto, l'accelerazione della spesa pubblica indotta dalla chiusura del ciclo di programmazione dei fondi europei 2007-2013.

In Calabria, in modo particolare, secondo gli economisti rimangono ancora irrisolti alcuni nodi cruciali per la crescita economica e occupazionale. Su tutti la questione della Zona Economica Speciale (ZES), particolare condizione economica fondamentale per il rilancio dell'area industriale di Gioia Tauro su cui il Consiglio regionale con deliberazione n. 52 del 25 settembre 2015 ha presentato al Parlamento, ai sensi dell'articolo 121 della Costituzione e dell'articolo 16 dello Statuto regionale, una proposta di legge statale, recante Misure straordinarie per lo sviluppo dell'Area di Gioia Tauro – Disegno di legge per l'istituzione di una zona economica speciale (ZES).

E tra gli aspetti maggiormente critici troviamo i nodi dell'accesso al credito e le sofferenze bancarie che nel 2015 sono stimate in 4,5 miliardi su un totale di 190.

### 1.3 CONSUMI MEDIATICI

E' il **web** a fare la parte del leone quando si parla di consumi mediatici in Italia. Secondo i dati del 12° rapporto Censis sulla comunicazione, infatti, si attesta al 71% (in aumento del 7,3% rispetto al 2013) il dato degli utenti di internet. Di questi una fetta consistente utilizza i *social network*: 50,3% iscritti a *Facebook*, 42% *YouTube* e 10,1% *Twitter*, solo per citare i più diffusi.

Una crescita, quella registrata dai nuovi canali di comunicazione, che si innesta in un quadro generale che vede ancora la **tv** occupare un posto predominante (96,7% di telespettatori). E sempre stabile risulta anche il posizionamento della radio con un'utenza complessiva dell'83,9%.

In forte evoluzione lo scenario relativo ai **dispositivi** utilizzati per accedere ai vari network, con poco più di un italiano su due (52,8%) che usa regolarmente lo *smartphone* per accedere ai vari servizi.

Significativa anche la crescita della cosiddetta **informazione personalizzata** nel cui ambito occupano un posto di primo piano i telegiornali (utilizzati dal 76,5% degli utenti). A seguire i giornali radio (52%), i motori di ricerca (51,4%), le tv allnews (50,9%) e *Facebook* (43,7%). Continua il ciclo di flessione per **la carta stampata**: -1,6% i lettori dei quotidiani rispetto al 2013, -0,7% quelli dei libri.

#### 1.3.1 LA SITUAZIONE IN CALABRIA

In questo contesto appare di fondamentale importanza l'indirizzo che il Consiglio regionale intende adottare sul fronte comunicazione e informazione, anche in virtù delle linee guida europee i cui punti caratterizzanti fanno riferimento, fra le altre cose, a un maggiore coinvolgimento dei cittadini e ad un agire locale in grado di adattare i messaggi alle specificità di ogni territorio.

L'analisi del sistema dei media in Calabria fa emergere un netto cambio di scenario a partire dal 2014, anno in cui si è concretizzato il passaggio dalla modalità analogica a quella digitale.

Uno spartiacque che ha mutato in maniera rilevante l'offerta complessiva dell'emittenza locale. Al Registro unico degli Operatori di Comunicazione (ROC), al 31 dicembre 2015, risultano iscritte 200 **emittenti televisive** di cui 189 con sede legale nel territorio regionale (Catanzaro 66, Cosenza 53, Crotona 30, Reggio Calabria 42 e Vibo Valentia 9).

Più disomogeneo e meno strutturato il circuito **radiofonico** che annovera 120 emittenti iscritte al ROC, di cui 103 con sede legale in Calabria, circa una ogni 20mila abitanti (Cosenza 56, Reggio Calabria 25, Catanzaro 20, Vibo Valentia 11 e Crotona 8).



A dispetto della crisi generalizzata che investe ormai da diversi anni la **carta stampata**, in Calabria è presente un numero consistente di quotidiani e periodici. Tuttavia al ROC i quotidiani in grado di assicurare una copertura su tutte e cinque le province sono solo due (Gazzetta del Sud e Il Quotidiano del Sud). I periodici invece sono 110.

La copertura regionale è garantita dalle **testate online** che in Calabria appaiono come una realtà in crescita costante. Le ultime rilevazioni (dati Co.re.Com. Calabria), infatti, parlano di un totale di 63 testate online, con una distribuzione che interessa in modo particolare i tre capoluoghi più popolosi (Catanzaro 18, Cosenza 23, Reggio Calabria 15, Crotona 7).

Gli interessi dei lettori calabresi sono descritti in modo chiaro dai rilevamenti *Audipress* 2016/I (riferiti al periodo temporale 11/01/2016 – 27/03/2016) secondo i quali la maggiore testata è la Gazzetta del Sud, seguita da Gazzetta dello Sport, La Repubblica, Corriere della Sera e Corriere dello Sport.

Anche in Calabria, comunque, il ruolo della tv appare dominante. Come dimostra una recente indagine dell'Istituto Doxa i principali canali che i calabresi hanno utilizzato per conoscere le politiche comunitarie sono, appunto, la tv (62%), la stampa (37,7%) e il web (29,1%).

## 2 COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

---

### 2.1 STRATEGIE DELLA COMUNICAZIONE E OBIETTIVI

La strategia di comunicazione per il triennio 2016/2018 nasce da una integrazione delle azioni sui media tradizionali e delle iniziative sui new media. Particolare attenzione verrà rivolta alla comunicazione digitale, mediante campagne veicolate su internet e sui *social network*.

La strategia del Piano tiene conto dell'evoluzione del sistema della comunicazione istituzionale e politica, in ragione del forte impulso che hanno ottenuto la diffusione delle nuove tecnologie e dell'utilizzo dei *social network*. Essa risulta altresì armonica con gli obiettivi strategici del Piano della Performance del Consiglio regionale della Calabria per il triennio 2016/2018, approvato con deliberazione dell'Ufficio di Presidenza n. 23 del 23 giugno 2016. Invero, tali obiettivi prevedono, fra l'altro, la valorizzazione del ruolo del Consiglio regionale, la promozione della immagine istituzionale, nonché l'attivazione di politiche di razionalizzazione della spesa.

#### OBIETTIVI

Il Consiglio regionale della Calabria, attraverso lo sviluppo della presente strategia, intende conseguire i seguenti obiettivi:

- a) far conoscere al maggior numero possibile di cittadini calabresi l'attività istituzionale svolta dall'Assemblea e dalle Commissioni, le leggi approvate, i provvedimenti amministrativi, le iniziative assunte, i progetti realizzati;
- b) riqualificare l'immagine dell'ente, promuovendo in seno all'opinione pubblica la consapevolezza dei risparmi di spesa conseguiti, nonché il miglioramento dell'efficienza e dell'efficacia amministrativa dell'ente;
- c) promuovere un'immagine positiva del Consiglio quale “casa della democrazia calabrese”, mediante campagne mirate che diano seguito a quella intrapresa nel 2015 e denominata **#openpalazzo**, in direzione di un'apertura fisica e metaforica ai cittadini della sede istituzionale, includendovi il Polo culturale “Mattia Preti” istituito presso palazzo Tommaso Campanella, con lo scopo di incrementare il numero di visitatori e fruitori dei servizi della struttura che saranno implementati nel corso del triennio;
- d) costruire intorno al polo “Mattia Preti” un centro di produzione di eventi culturali mirato a valorizzare l'identità calabrese nel panorama europeo e internazionale.

## 2.2 INFORMATION GATHERING

La logica di costruzione del Piano si basa sul metodo dell'*information gathering*, essenziale per individuare le azioni comunicative più appropriate per il raggiungimento degli obiettivi stabiliti e propedeutica alla scelta delle iniziative da assumere. Solo un adeguato livello di accesso alle informazioni, infatti, può garantire l'autorevolezza, il valore e la rilevanza sociale della comunicazione istituzionale del Consiglio regionale. In tale direzione, risulta indispensabile utilizzare le fonti primarie di notizie (agenzie di stampa).

Il Consiglio regionale avvierà nel corso di questo secondo semestre di legislatura nell'ambito della sezione del Piano di Comunicazione "Informazione istituzionale" apposita manifestazione di interesse rivolta alle **agenzie di stampa**, individuando criteri di selezione che consentano di coniugare le esigenze di informazione su ampia scala nazionale con quelle relative al territorio regionale che rimane, per le caratteristiche proprie delle attività del Consiglio e della Regione Calabria, uno dei principali *target* di riferimento.

Nel contesto della fase di *information gathering* va annoverato anche il servizio di **rassegna stampa quotidiana**, in atto già erogato in forma digitale a favore dei Consiglieri regionali, del personale dell'Ufficio Stampa, del portavoce e del personale del Consiglio. Tale servizio è stato acquisito nel corso del 2015 - e verrà rinnovato negli anni successivi - avvalendosi delle procedure aperte presenti sul Mercato elettronico della Pubblica Amministrazione che hanno già consentito un notevole risparmio. Si tratta di uno strumento indispensabile per garantire la possibilità di accedere in maniera organica e facilmente fruibile alle informazioni afferenti all'attività istituzionale (o quella ad essa comunque connessa) dell'Assemblea, digitalmente, da remoto e con dispositivi portatili, e rappresenta sicuramente uno dei più importanti strumenti di lavoro sia per la sua preminente funzione informativa sia per la verifica del raggiungimento degli obiettivi di comunicazione istituzionale.

In tal senso, infatti, la rassegna stampa rappresenta un momento importante per osservare gli scenari di riferimento, per verificare la strategia di comunicazione e misurare il grado di penetrazione del messaggio trasmesso anche in relazione ai rapporti con i media e le agenzie giornalistiche.

In un contesto in cui l'informazione viaggia veloce sul web, il servizio di rassegna stampa telematico è indispensabile. Oltre a consentire la consultazione dei giornali da parte dei Consiglieri regionali, la rassegna telematica costituisce anche un archivio storico sulle notizie di rilievo istituzionale di pronta e facile consultazione.

La rassegna, tuttavia, non può essere considerata esaustiva delle informazioni necessarie al più efficace esercizio delle attività di informazione/comunicazione istituzionale ed è pertanto da ritenersi indispensabile una integrazione di tale servizio con la **fornitura di giornali quotidiani e dei principali periodici** che interesserà innanzitutto il Polo culturale "Mattia Preti" presso il quale è ospitata la pregiata emeroteca del Consiglio regionale, nella quale sono conservati quotidiani e periodici che fanno data fin dall'inizio

dell'esperienza regionalistica. Altresì, potrà essere estesa, nei limiti delle disponibilità di bilancio, anche ai componenti dell'Ufficio di Presidenza e alle strutture dedite all'informazione e comunicazione istituzionale del Consiglio.

Secondo lo spirito del presente Piano di comunicazione, il monitoraggio delle informazioni deve spaziare anche nel vasto ambito dei social media, oggi indispensabile per una conoscenza immediata dei fatti e delle opinioni dei principali *influencer* del dibattito pubblico; e a tal fine appare opportuna l'acquisizione di un **servizio di fornitura che aggregi una selezione delle principali notizie provenienti dai social**.

Una corretta acquisizione di informazioni, sulla base della quale plasmare la strategia più efficace della comunicazione esterna dell'ente, non può prescindere dalle ricerche demoscopiche e segnatamente dall'acquisizione periodica di dati scientifici, presso agenzie già operanti secondo le regole stabilite dall'Agcom e dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri, attraverso la realizzazione periodica di **sondaggi di opinione**. A questo fine nell'orizzonte triennale del Piano saranno avviate apposite indagini ex ante ed ex post per misurare gli effetti delle politiche adottate.

## 2.3 STRUMENTI E UFFICI COMPETENTI

Al fine di perseguire gli obiettivi in precedenza delineati, il Consiglio regionale utilizzerà, quali strumenti centrali: il sito web istituzionale ([www.consiglioregionale.calabria.it](http://www.consiglioregionale.calabria.it)) con le banche dati; i profili creati sui *social network*; la **newsletter** potenziata con *mailing list*, che si affiancano al lavoro di informazione e di relazione con il territorio che i singoli consiglieri assicurano. **L'uso di questi strumenti si orienterà e modellerà sui diversi target di riferimento.**

Si farà anche un uso diversificato dei social network. **Twitter** continuerà a essere prevalentemente dedicato alle attività di informazione giornalistica sia per quanto concerne l'informazione istituzionale sia per quanto concerne il rilancio delle notizie del *magazine Calabria on web*, mentre il profilo **Facebook**, da integrare con gli altri strumenti web del Consiglio, si indirizzerà alle attività di comunicazione e di promozione degli eventi culturali organizzati dal Consiglio.

**Accanto a un'attività di rilancio e sviluppo di questi strumenti, saranno promossi approcci comunicativi nuovi che prevedono l'utilizzo di tecniche e spazi per il Consiglio inediti.**

Le unità organizzative coinvolte, nell'ambito delle rispettive competenze, sono: il Segretariato generale, l'Ufficio del Portavoce, l'Ufficio Stampa, il Settore Relazioni esterne, il Settore Provveditorato e Contratti ed ogni eventuale ed ulteriore ufficio di cui si rilevi un coinvolgimento nei procedimenti amministrativi relativi alle singole azioni del Piano.

### 2.3.1 IL SITO INTERNET

Il sito internet è il principale luogo di informazione istituzionale e di trasparenza nel web.

Una ristrutturazione profonda del sito web è oggi una esigenza prioritaria ed è infatti un obiettivo operativo del Piano della Performance. La sua revisione complessiva offre l'occasione di consolidare il dialogo con i cittadini, consentendo loro un'informazione costante sulle attività istituzionali. In tale prospettiva, nel corso della legislatura corrente è stata avviata con successo la *diretta streaming* delle sedute di Consiglio regionale, con la creazione di un canale **YouTube** ad esse dedicato.

L'attività di comunicazione e quella della struttura stampa, ognuno per la parte di propria competenza, dovranno avere come base imprescindibile un sito web istituzionale moderno, aggiornato, flessibile e consultabile facilmente dai differenti *devices* disponibili per informarsi.

Le informazioni di interesse del cittadino presenti sul sito saranno declinate in un linguaggio immediato e comprensibile (es. opportunità di lavoro, concorsi scolastici, leggi regionali sui giovani, etc.) e le banche dati saranno costantemente aggiornate anche in ossequio agli obblighi di trasparenza previsti dalla normativa vigente.

### 2.3.2. LA SOCIAL MEDIA STRATEGY – LINEE GUIDA PROGRAMMATICHE

Il nuovo paradigma partecipativo e le attuali piattaforme di comunicazione rappresentano una rivoluzione culturale. L'uso consapevole ed efficace dei social media come canale di comunicazione bidirezionale e luogo di interazione è, pertanto, la frontiera della comunicazione istituzionale contemporanea. D'altronde, la pubblica amministrazione non può non essere presente dove si trovano i cittadini e deve, quindi, reinterpretare la propria comunicazione trovando il modo di presidiare le nuove piazze digitali.

In questo processo, instaurare e mantenere relazioni con la comunità di riferimento rappresenta una importante opportunità per avvicinare il Consiglio regionale alla cittadinanza e rinsaldare un rapporto di fiducia con essa.

Nel più ampio contesto delle tradizionali modalità di informazione e comunicazione, la comunicazione social, con le sue essenziali caratteristiche di accessibilità, connettività universale, costi contenuti e interattività, pur in assenza di obblighi normativi, è quindi divenuta necessaria, anche perché espressione di alcuni capisaldi della riforma della pubblica amministrazione: trasparenza, partecipazione, semplificazione e digitalizzazione.

Utilizzare i social media è quindi un'azione positiva, da svolgere con una direttrice strategica e una disciplina ben definite.

In linea con gli obiettivi strategici specificati nel paragrafo 2.1 del presente Piano, la comunicazione social del Consiglio regionale mira a:

- illustrare e favorire la conoscenza della legislazione regionale e dei procedimenti amministrativi;
- descrivere l'attività istituzionale di questa Assemblea legislativa regionale e di ogni sua articolazione;
- favorire l'accesso ai servizi pubblici offerti;
- promuovere l'approfondimento di temi culturali e scientifici;
- dare visibilità agli eventi promossi o patrocinati dall'Assemblea legislativa regionale.

Ogni social media si connota da caratteristiche specifiche che lo rendono particolarmente adatto per raggiungere determinati segmenti di pubblico.

I dati forniti dall'editoria scientifica curata dal Ministero per la Semplificazione e la Pubblica Amministrazione e da Formez.PA, in collaborazione con l'associazione PAsocial, rilevano che in Italia esiste una quasi totale sovrapposizione degli utenti internet con quelli Facebook e che oltre il 70% della popolazione di età inferiore ai 30 anni utilizza questo social come principale motore di ricerca. Facebook offre agli inserzionisti italiani oltre 23 milioni di utenti attivi al giorno, segmentati per età, luogo, interessi, ecc. Oltre il 90% di questi utenti attivi si collega da dispositivi mobili (Audiweb 2017).

Nato nel 2006, Twitter si caratterizzava per il limite massimo di 140 caratteri per messaggio fino a novembre 2017, quando il limite è stato portato a 280 caratteri. Ha oltre 320 milioni di utenti attivi al mese, dei quali 6,4 milioni in Italia.

Nella fase di avvio, la comunicazione social del Consiglio regionale si realizza prioritariamente tramite i summenzionati social, Facebook e Twitter, anche al fine di potenziare le pagine e i profili istituzionali già esistenti. Resta ferma la possibilità, in prospettiva, di utilizzare ulteriori social media.

Si avvia pertanto, senza oneri finanziari aggiuntivi, un'azione sperimentale di sviluppo della comunicazione social del Consiglio regionale, mirata al potenziamento del profilo Twitter @CalabriaConsiglio, gestito dall'Ufficio Stampa.

Inoltre, considerato che il magazine istituzionale *Calabria on web*, di cui al paragrafo 3.2.2. del presente Piano, dispone della fan page Facebook denominata Calabriaonweb.it e del profilo Twitter @CalabriaOnWeb, si ritiene utile, nell'attuale fase, convogliare le azioni amministrative di supporto alla comunicazione social del Consiglio regionale in modo prevalente nel rilancio e nella valorizzazione di quella del magazine stesso.

Si avvia contestualmente, quindi, il rafforzamento della comunicazione social di *Calabria on web*, imperniata sulla realizzazione di specifiche campagne tematiche relative agli ambiti di attività individuati nel presente Piano e strumentali rispetto al raggiungimento del pubblico poco coinvolto dal sito web istituzionale e dai tradizionali mezzi di informazione, con particolare riferimento al segmento del pubblico giovane.

Attraverso un'interazione costante e sinergica, si assicura altresì la complementarietà dell'insieme degli account istituzionali.

In attuazione delle linee guida programmatiche recate nel presente Piano, al termine dell'azione sperimentale, sulla scorta dell'analisi dei dati e dei risultati rilevati attraverso un monitoraggio costante che consenta di attivare in itinere eventuali azioni correttive, le strutture organizzative preposte provvedono, nell'ambito del Piano della Performance del Consiglio regionale, alla definizione di una proposta di social media strategy e di social media policy.

Sulla base degli indirizzi formulati dall'Ufficio di Presidenza, il Segretario generale individua con l'Ufficio Stampa e con l'Ufficio del Portavoce le modalità di attuazione del social media management, al quale concorre altresì l'Ufficio Relazioni con il Pubblico. Considerata la molteplicità e la trasversalità dei riverberi correlati all'utilizzo dei social media, può inoltre essere richiesta la collaborazione del Co.re.Com. Calabria, della struttura organizzativa preposta alla consulenza e all'assistenza giuridica, del Settore informatico e Flussi informativi, del Settore Provveditorato Economato e Contratti, della segreteria di redazione di *Calabria on web* e, più in generale, di ogni struttura organizzativa del Consiglio regionale, in particolare per la puntuale e costante condivisione di ogni informazione utile. Al fine di perseguire un efficace social media management, considerato il mutevole panorama della comunicazione social, si tiene conto della possibilità di costituire un social media team.

### 2.3.3 L'UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO (URP)

In Consiglio regionale è attivo l'Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP) come strumento di trasparenza dell'istituzione e porta aperta verso la cittadinanza e le pubbliche amministrazioni, in coerenza con la legge 7 giugno 2000, n. 150.

L'URP ha come compiti prevalenti facilitare il rapporto tra il pubblico e l'Assemblea regionale, promuovere una più diffusa conoscenza dell'attività e dei compiti istituzionali del Consiglio regionale e ricevere proposte e richieste dei cittadini o di altre amministrazioni da inoltrare agli uffici competenti.

Esso fornisce informazioni sull'attività dell'Assemblea regionale e dei suoi organi, sulle leggi regionali, sulle iniziative organizzate dal Consiglio regionale. Indirizza e orienta con precisione i cittadini verso gli uffici della Giunta e del più vasto sistema regionale ogni qual volta questo si renda necessario per soddisfare specifiche istanze.

Nel corso del 2015, l'Ufficio Relazioni con il Pubblico è stato contattato da un numero maggiore di utenti rispetto agli anni precedenti, prevalentemente semplici cittadini, alla ricerca di informazioni sull'attività del Consiglio e più in generale su quelle della Regione Calabria. Nella maggior parte dei casi gli utenti entrano in contatto con l'URP attraverso il telefono e la posta elettronica. Nell'orizzonte



temporale del Piano si prevede che l'Ufficio realizzi un Registro della comunicazione, strumento di comunicazione interna dedicato alla condivisione delle informazioni sulle attività a carattere pubblico realizzate a palazzo Campanella.

Si procederà, altresì, al potenziamento della sezione URP del sito.

#### 2.3.4 IL PROGETTO "RAGAZZI IN AULA"

##### VISITE GUIDATE

Già nell'anno in corso è stata incrementata l'attività riferita all'accoglienza di visite formative di studenti e associazioni, con riguardo alla differenziazione delle visite per *target* di età e ordine di scuola di provenienza.

Il servizio va ribadito e rinnovato soprattutto dal punto di vista della sua differenziazione in funzione del *target* di riferimento, avendo riguardo cioè all'uso di metodologie diverse che con riguardo alla differente maturità degli studenti, in considerazione della loro età, siano in grado di adeguare contenuti e linguaggi.

Si tratta cioè di utilizzare forme di linguaggio diversificate e proporre approfondimenti consoni al *target* specifico di riferimento.

Verrà, inoltre, previsto un maggiore coinvolgimento delle scuole di secondo grado, richiedendo loro la presentazione al Consiglio di temi e proposte da approfondire.

Con il supporto della struttura consiliare, le proposte vanno quindi organizzate in documenti formali e le decisioni assunte dai ragazzi, dovranno essere oggetto di istruttoria da parte delle Commissioni "vere", diventando cioè proposte assunte da Consiglieri e/o Gruppi.

Sulla base delle proposte dei dirigenti di Settore, si prevede che le proposte da elaborare da parte dei ragazzi utilizzino la documentazione già in possesso dell'Amministrazione, al fine di divulgare non solo la funzione legislativa ma anche quella di indirizzo e controllo e ancorare la discussione dei ragazzi in aula a casi concreti collegati alle attività degli organi consiliari.

Nell'anno scolastico 2014/2015 sono stati accolti n. 5800 studenti provenienti da 120 scuole; nell'anno scolastico 2015 /2016 sono stati accolti n. 6200 studenti provenienti da 135 scuole. Ogni visita è stata documentata sul sito istituzionale del Consiglio regionale, in sezione apposita, previa autorizzazione dell'istituto scolastico di provenienza, con la pubblicazione di foto di gruppo.

Nell'orizzonte temporale del Piano, presumibilmente a partire dal 2017, verrà realizzato un progetto **“Consiglieri per un giorno”** con la partecipazione esclusiva degli studenti delle scuole di secondo grado che dopo un percorso formativo, realizzato con la collaborazione di funzionari dell'istituzione, simuleranno una vera e propria seduta di Consiglio. L'iniziativa dovrebbe diventare annuale e prevedere il coinvolgimento di un numero sempre maggiore di studenti.

#### CONCORSO “FABIANA LUZZI”

Nell'ambito del progetto “Ragazzi in Aula”, in collaborazione con l'Ufficio Scolastico Regionale per la Calabria, è stato istituito a partire dal 2013/2014 il concorso “Fabiana Luzzi”, rivolto agli studenti calabresi delle scuole di ogni ordine e grado, che prevede la produzione di diversi elaborati, con caratteristiche differenziate per grado scolastico di provenienza, presentati sotto forma di fumetto/disegno, fotografie, video originali della durata massima di 3 minuti, che raccontino i temi di volta in volta prescelti e attinenti a vicende inerenti il territorio calabrese anche sotto il profilo socio culturale.

La prima edizione del concorso, 2013/2014, dal titolo **“EduchiAMO, PartecipiAMO, CollaboriAMO alla libertà”** è stata ideata considerando alcuni dei più significativi trattati europei in materia di protezione dei diritti dell'uomo ed è stato richiesto che i destinatari si ispirassero al principio secondo il quale “fare delle scelte consapevoli e non condizionate nel presente, potrà garantire un futuro libero alle nuove generazioni.” Le scuole vincitrici hanno ricevuto un premio in denaro, vincolato all'acquisto di materiali o attrezzature didattiche, di 3.000,00 euro per i lavori primi classificati di ogni categoria, di 2.000,00 euro per i lavori secondi classificati di ogni categoria e di 1.000,00 euro per i lavori terzi classificati di ogni categoria. Il gruppo di studenti classificatisi al primo posto per ogni categoria ha ricevuto in premio un viaggio didattico di tre giorni in una città italiana.

La seconda edizione del concorso, 2014/2015, dal titolo **“MiglioriAMO, CuriAMO, GarantiAMO l'alimentazione”** è stata ideata con riferimento al tema centrale di Expo 2015, ovvero il diritto ad un'alimentazione sana, sicura e sufficiente per tutta l'umanità ed è stato richiesto che i partecipanti rappresentassero il tema attraverso particolari tematiche, specificatamente indicate: 1. Storia dell'uomo, storie di cibo; 2. Abbondanza e privazione: il paradosso del contemporaneo; 3. Il futuro del cibo: scienza e tecnologia per la sicurezza e la qualità; 4. Cibo sostenibile = mondo equo; 5. Il gusto è conoscenza. Le scuole vincitrici hanno ricevuto un contributo in denaro, vincolato all'acquisto di materiali o attrezzature didattiche, di 1.500,00 euro per i lavori primi classificati di ogni categoria, di 1.000,00 euro per i lavori secondi classificati di ogni categoria e di 500,00 euro per i lavori terzi classificati di ogni categoria. Il gruppo di studenti classificatisi al primo posto per ogni categoria è stato premiato con un viaggio didattico di tre giorni con la possibilità di visitare i diversi

padiglioni dell'EXPO Milano 2015. Il gruppo di studenti classificatisi al secondo e terzo posto, per ogni categoria, invece, è stato premiato con una giornata di attività laboratoriale organizzata sul territorio calabrese.

La terza edizione del concorso, 2015/2016, dal titolo **“ConosciAMO, ViviAMO, DiventiAMO l'Europa”** è stata ideata in considerazione della necessità di far “sentire” i giovani cittadini europei. Ai partecipanti è stato richiesto che, nella realizzazione dei lavori, si attenessero a considerazioni precise: conoscere l'Europa significa comprendere la storia dell'Unione Europea attraverso le tappe che hanno visto nascere, crescere ed evolversi: il suo ordinamento, la sua organizzazione, il suo funzionamento e le sue competenze; vivere l'Europa è consapevolezza del nuovo status di cittadino europeo; è partecipazione alla costruzione della cultura europea facendo coesistere le diverse culture nazionali; diventare l'Europa equivale a “tolleranza, integrazione e convivenza”, intese come valori da coltivare per offrire al mondo un contributo di equilibrio e di pace. Le scuole vincitrici hanno ricevuto un contributo in denaro, vincolato all'acquisto di materiali o attrezzature didattiche, di 1.500,00 euro per i lavori primi classificati di ogni categoria, di 1.000,00 euro per i lavori secondi classificati di ogni categoria e di 500,00 euro per i lavori terzi classificati di ogni categoria. Il gruppo di studenti classificatisi al primo posto per ogni categoria è stato premiato con un viaggio didattico, inizialmente previsto a Bruxelles, la cui meta è cambiata a causa dei noti fatti terroristici che si sono verificati. Per ragioni di sicurezza, infatti, le destinazioni sono state 'Spazio Europa' di Roma e Ventotene. Il gruppo di studenti classificatisi al secondo e terzo posto, per ogni categoria, invece, è stato invece premiato con una o due giornate di laboratorio didattico sull'Europa nel territorio calabrese o siciliano.

Il concorso, per l'edizione dell'anno scolastico 2016/2017, verte sul tema generale dal titolo **“Cultura, paesaggio, turismo sostenibile: un confronto di civiltà per la pace nel mondo”**. L'argomento, strettamente attinente alla linea dettata dall'Onu per il 2017, verrà declinato diversamente per ogni ordine e grado scolastico, come di seguito specificato:

“La bellezza del viaggio: conoscere un mondo senza muri né confini” (traccia: migranti) – scuole elementari;

“La tutela del paesaggio come dovere dei cittadini” (traccia: la Costituzione) – scuole secondario di primo grado;

“Identità e scambio tra culture diverse: il dialogo come chiave per un futuro di pace” - scuole secondarie di secondo grado.

Per le future edizioni il Consiglio regionale potrà introdurre nuove formule di svolgimento del concorso anche attraverso l'utilizzo delle nuove tecnologie, dei social media e delle opportunità da questi ultimi offerte per un sempre maggiore coinvolgimento di tutti gli istituti scolastici della regione di ogni ordine e grado.

## 2.4 IL PREMIO DON ITALO CALABRÒ

In occasione del 25° anniversario della morte di Don Italo Calabrò, la Presidenza del Consiglio regionale ha stipulato un protocollo d'intesa con l'Arcidiocesi di Reggio Calabria e con l'Istituto Tecnico Industriale "Panella - Vallauri" (scuola in cui il sacerdote educatore ha insegnato), per l'istituzione del "Premio Don Italo Calabrò per l'educazione dei giovani".

La vita di Don Italo Calabrò è un fulgido esempio di impegno contro la 'ndrangheta e l'ingiustizia sociale. Egli è stato un sacerdote ammirevole, la cui opera è stata costantemente improntata al Vangelo. Nella sua costante esperienza pedagogica si radicano i più nobili concetti educativi pastorali e la sua spiritualità ha senz'altro arricchito la complessa comunità calabrese. Monsignor Calabrò ha magistralmente coniugato la spiritualità e l'impegno civile, combattendo tenacemente ogni forma di condizionamento mafioso, di emarginazione e di disagio sociale, praticando l'inclusione, la generosità, l'amore per il prossimo. Le idee e lo spirito del suo metodo educativo risultano sempre attuali e rappresentano assi portanti dei migliori sistemi pedagogici cattolici. La sua impostazione formativa appare ancora oggi valida e preziosa. Spetta, pertanto, alla scuola, alla Chiesa, a tutte le formazioni sociali sane e ai singoli raccoglierne l'eredità e metterla a frutto, a vantaggio dei bambini, degli adolescenti, dei giovani e della comunità tutta.

I giovani necessitano di modelli positivi e Don Italo Calabrò è stato, nella nostra terra, un testimone credibile, che sui giovani ha scommesso, educandoli alla cittadinanza attiva, rendendoli consapevoli e responsabili, favorendo e incoraggiando il loro impegno di servizio a favore degli ultimi. Il fine è stato quello di sollecitare gli studenti a esprimersi, esporsi e confrontarsi sui valori e sulle scelte che hanno caratterizzato la vita di Don Italo Calabrò.

Il concorso, rivolto alla comunità studentesca iscritta al 4° e al 5° anno dell'ITIS "Panella – Vallauri", prevede la predisposizione di elaborati grafici, fotografici e multimediali sugli episodi, gli eventi, i messaggi più significativi che hanno distinto la vita del sacerdote. Riprendendo le parole chiave del suo insegnamento, i giovani studenti si cimenteranno nel cercare, esplorare, praticare e raccontare le sensazioni e gli apprendimenti che derivano da tale, esemplare esperienza di vita, esprimendo altresì le proprie aspettative per il futuro.

Il concorso ha previsto per la prima edizione buoni per l'acquisto di tecnologie e sussidi e/o corsi di formazione per l'importo complessivo di 3.500,00 euro per l'elaborato 1° classificato; buoni per l'acquisto di tecnologie e sussidi e/o corsi di formazione per l'importo complessivo di 1.500,00 euro per l'elaborato 2° classificato; menzione d'onore e targa per l'elaborato 3° classificato.

Si è trattato di una iniziativa sperimentale che verrà prevista annualmente, il cui intento è diffondere l'esempio civile e cristiano di Don Italo Calabrò ai giovani studenti, allo scopo di avvicinarli alla vita e all'insegnamento di questo grande sacerdote educatore.

A questo fine, nell'orizzonte temporale del piano, l'iniziativa sarà rivolta, in una prima fase, agli istituti scolastici di secondo grado presenti sul territorio della Città Metropolitana di Reggio Calabria e, successivamente, dell'intero territorio regionale e sarà attuata con bandi annuali, anche con la compartecipazione di altri Fondazioni, Enti o Associazioni senza scopo di lucro.

Il *target* degli studenti prescelto ed il contenuto del progetto verranno definiti nell'apposito avviso annuale.

## 2.5 ALTERNANZA SCUOLA LAVORO

In aderenza alle disposizioni nazionali in materia di alternanza scuola lavoro, quale metodologia didattica che realizza un collegamento organico tra le istituzioni scolastiche e formative ed il mondo del lavoro, consentendo la partecipazione attiva delle imprese e degli enti pubblici e privati, il Consiglio regionale ha previsto l'attivazione di percorsi di alternanza scuola lavoro presso le sue strutture amministrative (deliberazione Ufficio di Presidenza n. 11 del 23 febbraio 2017).

Certi che l'alternanza scuola-lavoro possa assumere valenza strategico educativa, realizzando un collegamento organico tra istituzioni scolastiche e formative e il mondo del lavoro, il Consiglio regionale ha provveduto all'iscrizione nel Registro nazionale per l'alternanza scuola lavoro, proponendo percorsi, rivolti inizialmente ad un numero massimo di 100 studenti, da effettuarsi presso le diverse unità organizzative in cui si articola la struttura amministrativa dell'Ente.

L'occasione riveste una duplice finalità: se da un lato l'Istituzione si pone doverosamente al servizio del sistema educativo italiano, collaborando all'attivazione dei percorsi ormai obbligatori per gli studenti ai sensi della legge n. 13 luglio 2015, n. 107, dall'altro risponde ad una sua necessità di avvicinamento ai cittadini, in particolare ai giovani calabresi, consentendo loro di conoscere dall'interno il Consiglio regionale, le sue funzioni, la mole di lavoro che ne caratterizza le attività e che sono spesso sconosciute ai cittadini, tanto più ai giovani.

Già nel corso del 2018 sono state sottoscritte tre convenzioni con altrettanti istituti scolastici del territorio ed è intenzione proseguire nel percorso avviato, implementando la platea dei destinatari, proponendo percorsi sempre più confacenti alle necessità delle istituzioni scolastiche e che siano in grado di soddisfare le richieste formative dei giovani studenti.

### 3 INFORMAZIONE ISTITUZIONALE

---

L'informazione istituzionale assolve ad un ruolo strategico nei processi democratici di conoscenza e partecipazione del cittadino alle scelte delle amministrazioni pubbliche; un compito insopprimibile di ogni articolazione dello Stato, garanzia di trasparenza, accessibilità e coinvolgimento attivo della comunità nei processi decisionali.

Fonte primaria, l'Ufficio Stampa di un'Assemblea legislativa regionale riveste una funzione di primo piano nel panorama dell'informazione pubblica, in ossequio all'art. 9 dello Statuto della Regione Calabria che individua nel diritto all'informazione costante, obiettiva e nel rispetto del pluralismo delle fonti, uno dei presupposti fondamentali volti a garantire la più ampia informazione del cittadino su tutte le attività istituzionali dell'Ente, nonché la partecipazione alla vita della Regione.

E' preposto a veicolare all'esterno l'attività del Consiglio, in favore di tutti gli organi di stampa (agenzie d'informazione, quotidiani, periodici, emittenti radio, Tv e giornali *on line*) nonché a far conoscere gli eventi più importanti promossi dall'Ente su cultura, attualità, società ed economia.

Per realizzare compiutamente il diritto dei cittadini di essere informati e il diritto/dovere degli Enti pubblici di informare, l'Ufficio Stampa assolve istituzionalmente alla funzione di fornire a tutti gli organi di stampa - quotidiana e periodica, emittenti radio-televisive, giornali *on line* - ma anche ai cittadini direttamente attraverso la newsletter: notizie, documentazioni, aggiornamenti e chiarimenti sulla produzione legislativa e, più in generale, sull'attività del Consiglio, di tutte le sue articolazioni (e dei soggetti istituzionali che sono emanazione dell'Assemblea, quali ad es. il Garante per l'infanzia e l'adolescenza) e di altri organismi come il Co.re.Com. Calabria e il Consiglio delle Autonomie Locali (CAL). Ciò avviene anche mediante la convocazione e l'organizzazione di conferenze-stampa, curando altresì i rapporti con le agenzie d'informazione nazionali e locali.

L'Ufficio Stampa, tra i suoi compiti non secondari, cura ed esercita funzioni di assistenza, nonché istruisce e regolarizza gli accreditati per i giornalisti che accedono alla Tribuna Stampa.

Sovrintende, inoltre, alla sala stampa del Consiglio regionale che sempre di più deve configurarsi come il "cuore" dell'informazione non solo sui lavori consiliari, ma anche sul dibattito politico-istituzionale in generale, visto che si conferma luogo in cui i giornalisti possono incontrare con facilità e intervistare Consiglieri regionali, componenti della Giunta e altre personalità politiche.

Strategicamente allocata in prossimità dell'ingresso principale dell'Aula del Consiglio, la sala stampa è il luogo dedicato al lavoro redazionale dei giornalisti che seguono i lavori consiliari.

E' dotata di uno schermo-video direttamente collegato all'Aula che consente di seguire in tempo reale lo svolgimento delle sedute.

E' la sala utilizzata prioritariamente per le conferenze-stampa indette da singoli Consiglieri, Presidenti di Commissione e Gruppi consiliari.

Il salone è gestito direttamente dall'Ufficio Stampa che cura la tenuta e l'aggiornamento della strumentazione e l'organizzazione degli spazi in relazione alle esigenze che, di volta in volta, si presentano. Nell'orizzonte temporale del presente Piano, il salone sarà reso ulteriormente funzionale e fruibile e verranno promosse, fra le linee di indirizzo, tutte le iniziative di valorizzazione di eventi, quali il progetto già delineato per l'intitolazione della sala stampa a Rita Pisano, figura emblematica di donna calabrese, dirigente politico-sindacale e amministratrice locale dal '64 all'84, protagonista delle stagioni politiche degli anni '50-'60, a cui Pablo Picasso nel '46 ha dedicato un ritratto.

Nel corso degli anni, poi, le funzioni e i compiti dell'Ufficio Stampa - preposto a curare l'informazione istituzionale - si sono arricchiti di pari passo con l'evolversi delle nuove tecnologie, traducendo, secondo nuovi linguaggi e i più moderni canali di comunicazione, l'obiettivo strategico e inderogabile di rendere quanto più possibile attivo e consapevole, l'esercizio dei diritti di cittadinanza.

L'Ufficio Stampa contribuisce, infatti, ad attuare il diritto fondamentale del cittadino di essere costantemente informato, secondo i principi di accesso, trasparenza e buona amministrazione.



### 3.1 STRATEGIE DELL'INFORMAZIONE

Fra le linee d'indirizzo: aumentare la platea dei destinatari dell'informazione, favorendo la conoscenza di tutte le leggi e dei provvedimenti approvati, fornendo tutti gli elementi utili per far luce sui procedimenti e l'*iter* di definizione dell'attività legislativa, con uno sguardo particolare ai provvedimenti di maggiore impatto ed interesse per i calabresi, affinché gli stessi producano immediate positive ricadute sulla vita dei cittadini.

Ciò verrà realizzato a partire dagli strumenti già esistenti e attraverso i nuovi canali comunicativi, come, ad esempio, *Calabria on web - magazine* del Consiglio regionale della Calabria - l'attivazione di specifiche presenze sui nuovi canali social e la newsletter che sarà indirizzata, oltre che agli interlocutori professionali, ad altri specifici *target*: Enti locali, volontariato, forze sociali e organizzazioni professionali.

Il *target* di riferimento delle attività informative è costituito prioritariamente da tutti gli organi di stampa, specificamente di rilievo regionale, i quali vengono raggiunti attraverso lo strumento del "comunicato stampa" che i giornalisti redigono, conformemente alla normativa nazionale e regionale sulla stampa e nel "rispetto della verità sostanziale dei fatti" (art. 2 della legge 3 febbraio 1963, n. 69 *Ordinamento della professione di giornalista*).

### 3.2 STRUMENTI DELL'INFORMAZIONE

#### 3.2.1 MAILING LIST E COMUNICATI STAMPA

Per rispondere alla finalità della più ampia diffusione dell'informazione, viene gestita e periodicamente aggiornata una **mailing list che conta circa 200 contatti selezionati** di testate e giornalisti accreditati.

Oltre a curare le testate giornalistiche edite dal Consiglio regionale (art. 11 della legge regionale 13 maggio 1996, n. 8), l'Ufficio Stampa, provvede alla diffusione di notizie, note illustrative e commenti sull'attività del Consiglio, dell'Ufficio di Presidenza, dei Consiglieri, delle Commissioni consiliari, dei Gruppi e della Presidenza nonché ad informare i cittadini con comunicati stampa, articoli esplicativi ed interviste su convegni, seminari, studi ed eventi culturali promossi dal Consiglio.

Tra i servizi fondamentali dell'Ufficio Stampa rientra la redazione e la trasmissione di testi giornalistici e comunicati sull'attività istituzionale e politica del Consiglio regionale. Ogni anno si raggiunge ormai stabilmente il numero di mille note stampa.

I comunicati contengono anche la cronaca dei lavori delle Commissioni consiliari permanenti e speciali e dell'Assemblea regionale e costituiscono l'informazione ufficiale dell'Ente sulle leggi e i provvedimenti approvati.

Significativa rilevanza nell'ambito del particolare contesto politico-istituzionale calabrese assumono anche le sedute delle Commissioni consiliari itineranti sul territorio che tecnicamente sono definite "attività d'indagine conoscitiva".

**I comunicati stampa**, che costituiscono la base di lavoro per i colleghi della carta stampata, della radio, della televisione e del web, sono trasmessi per via telematica in modo da assicurare la ricezione da parte di tutti organi di informazione e poi pubblicati anche sul *magazine Calabria on web*.

Archiviati sia elettronicamente che in formato cartaceo, questi testi costituiscono una preziosa banca dati di ricostruzione dell'attività istituzionale e dell'evoluzione del dibattito politico.

Attraverso i comunicati vengono inoltre appositamente convocate le conferenze stampa di Consiglieri, Gruppi e dei diversi Organismi consiliari.

In vista del raggiungimento dell'obiettivo di aumentare il numero di utenti dei servizi informativi, l'Ufficio Stampa provvederà alla massima diffusione di notizie, note illustrative, approfondimenti e commenti sul lavoro dell'Assemblea, dell'Ufficio di Presidenza, dei Consiglieri, delle Commissioni consiliari, dei Gruppi e della Presidenza.

Oltre al consolidamento del pubblico dei fruitori, grazie ad un'azione di monitoraggio e aggiornamento costante della mailing list, l'Ufficio Stampa procederà - nel rispetto delle norme sulla privacy - ad un allargamento della platea dei destinatari, individuando nuovi *stakeholders*.

In questo senso, l'Ufficio Stampa fornirà agli utenti del Co.re.Com. un modulo predisposto da sottoscrivere per aderire all'inserimento nella mailing list dei comunicati, della newsletter e delle presenze social, curate e realizzate dall'Ufficio Stampa.

### 3.2.2 CALABRIA ON WEB

L'attività dell'Assemblea e di tutte le sue articolazioni trova sul *magazine* del Consiglio regionale della Calabria - *Calabria on web* - una vetrina di primo piano.

Organo d'informazione originale, agile e tempestivo nel fornire notizie sulla politica regionale, *Calabria on web* coniuga le nuove esigenze di un'informazione veloce e immediata con quelle di approfondimento.

Il rilancio di questo strumento - voluto dall'Ufficio di Presidenza (deliberazione n. 53 del 12 ottobre 2015 che ha approvato il nuovo Regolamento del *magazine*) - e realizzato dall'Ufficio Stampa, certifica la volontà del Consiglio regionale di stare al passo con un'informazione che sta cambiando volto ma che ha il dovere di tenere sempre ben saldi regole e valori di riferimento.

La scelta di valorizzare questo strumento d'informazione *on line*, consente all'Assemblea regionale di accedere alle moderne frontiere tecnologiche, diffondendo in tempo reale informazioni e notizie anche utilizzando i nuovi codici della più avanzata comunicazione.

Si realizzeranno altresì:

- l'innovazione, senza disperdere la memoria, puntando all'ampliamento del *target* e della platea di riferimento, grazie a nuovi canali, strategie e piattaforme che consentano un'integrazione dei sistemi d'informazione per una migliore e più capillare visibilità del *magazine*;
- l'accrescimento significativo del livello di diffusione e capillarità dell'informazione istituzionale, anche in virtù del rilancio delle notizie e della condivisione sui *social network*;
- un nuovo impulso a *Calabria on web*, innovandolo nei contenuti, nelle sezioni tematiche e in seguito, anche nella veste grafica;
- la pubblicazione del giornale *on line* anche in lingua inglese, con l'obiettivo non solo d'informare ma anche di diffondere proposte utili ad incentivare politiche di relazioni esterne del Consiglio regionale della Calabria;
- il rafforzamento dei rapporti anche con le tante "Calabrie" sparse nelle regioni d'Italia e nel mondo;
- l'apertura della rivista *on line* ai contributi di diverse voci del giornalismo;
- la valorizzazione delle tematiche di particolare rilevanza o dal forte impatto culturale, sociale ed economico, mediante la realizzazione di "quaderni" in formato digitale tratti da pubblicazioni contenute sulla testata *on line*, la cui fruizione sarà resa possibile anche attraverso i canali dei *social network* e del sito istituzionale del Consiglio regionale;
- la pubblicazione di racconti dello scrittore Mimmo Gangemi, apparsi su *Calabria on web*, mediante una collaborazione tra Consiglio regionale e una casa editrice calabrese;
- la creazione di un'apposita sezione dedicata al Consiglio delle Autonomie Locali (CAL), alle sue iniziative e proposte, che saranno veicolate con gli ordinari strumenti dell'Ufficio Stampa;

- la creazione di un link alle note biografiche dei Consiglieri regionali, corredate da foto, già presenti sul sito istituzionale del Consiglio regionale e predisposte dall'Ufficio Stampa.

### 3.2.3 LE AGENZIE DI STAMPA

Le agenzie di stampa sono fonti d'informazione primarie, contenitori di notizie raccolte e divulgate in tempo reale su tutto quello che accade in Calabria, in Italia e nel mondo.

Strumento di lavoro indispensabile sia per i giornalisti dell'Ufficio Stampa, sia per lo svolgimento dell'attività legislativa dei Consiglieri regionali, le agenzie consentono in gergo "di stare sulla notizia".

L'Ufficio di Presidenza ha stabilito, con propria deliberazione n. 78 del 28 dicembre 2015, che si predisponga una manifestazione di interesse volta all'individuazione delle Agenzie di stampa alle quali affidare i servizi informativi.

I criteri per l'individuazione delle agenzie di stampa riguarderanno in particolare:

- il numero di notizie riguardanti la Calabria non inferiori ad un valore soglia;
- copertura delle sedute del Consiglio regionale e delle altre attività istituzionali;
- presenza di almeno una sede fissa in Calabria e almeno due redattori e di adeguati apparati tecnologici a disposizione per veicolare le notizie;
- realizzazione di un notiziario politico nazionale;
- consultazione in contemporanea dei notiziari da Pc e dai dispositivi mobili *tablet* e *smartphone*;
- eventuale possesso di certificazioni attestanti la qualità del servizio offerto;
- impegno a veicolare tempestivamente i comunicati emessi dall'Ufficio Stampa.

Di seguito, le Agenzie di Stampa operative con le quali il Consiglio ha avuto relazioni contrattuali negli ultimi anni: *ANSA, AGI, Il Velino, Adnkronos, Italpress, Askanews*.

## 4 PIANO ANNUALE DELLE INSERZIONI ISTITUZIONALI

---

Previsto dall'art. 137, comma 2 del Regolamento interno, il Piano annuale delle inserzioni e dell'attività editoriale del Consiglio regionale, più che un semplice adempimento normativo può essere inteso in termini diversi come ulteriore occasione per introdurre novità e cambiamento.

Anche tale atto può rappresentare una opportunità nella consapevolezza ormai diffusa e consolidata del ruolo della comunicazione quale elemento strategico dei processi di *governance* e strumento indispensabile per ridurre la distanza, rafforzando il dialogo tra istituzioni e cittadini.

La proposta di Piano delle inserzioni e dell'editoria si muoverà lungo due principali direttrici: da un lato sarà l'alveo naturale nel quale troveranno compiuta visibilità l'attività dell'Istituzione ed in particolar modo le iniziative politiche e legislative dell'Assise consiliare, in tutte le sue articolazioni e dell'Ufficio di Presidenza; dall'altro, sarà la proiezione dell'agire amministrativo.

La diffusione delle informazioni, la documentazione, gli aggiornamenti e gli approfondimenti delle attività del Consiglio di maggior interesse pubblico, saranno così veicolati attraverso le pagine speciali di informazione istituzionale, destinate alla pubblicazione, tradizionalmente negli "speciali" di fine e inizio anno nella stampa quotidiana e in un elenco selezionato di periodici locali.

Le leggi e i provvedimenti di maggior impatto saranno messi in primo piano, insieme alla scelta qualificante di tagliare ulteriormente i cosiddetti "costi della politica".

Iniziative di tale portata, che contribuiscono a cambiare la prassi e l'agire concreto dell'Ente Regione, necessitano di un proficuo scambio di informazioni tra l'Istituzione in fase di cambiamento e il pubblico che, se coinvolto, potrà essere il portavoce principale.

Nella ripartizione delle risorse del Piano, si adotterà un principio di proporzionalità legato all'effettivo numero di utenti raggiunti (a titolo esemplificativo e non esaustivo, le copie vendute per i quotidiani, gli accessi unici per i siti web, i telespettatori e/o lo share per l'emittenza radiotelevisiva) sulla base di dati certificati da authority o soggetti terzi di riconosciuta autorevolezza.

#### 4.1 CAMPAGNE ADV SU STAMPA QUOTIDIANA

L'acquisto di spazi pubblicitari sulla stampa quotidiana rappresenta un elemento indispensabile sia per l'autorevolezza delle testate, sia perché le copie vendute colpiscono un *target* di lettori largamente sovrapponibile con il *target* del piano. Tali campagne avranno cadenza periodica e si prefiggono lo scopo generale di un incremento della conoscenza delle attività istituzionale, del Polo e di tutti gli eventi culturali ad esso connessi.

#### 4.2 CAMPAGNE ADV SU SITI INTERNET

Alla luce dell'analisi di contesto e, segnatamente, dei consumi mediatici italiani, a cui quelli calabresi è ragionevole pensare si sovrappongono, in assenza di specifiche analisi in tal senso, oggi internet costituisce, com'è di ogni evidenza, uno dei principali strumenti di informazione dei cittadini. Pertanto, una parte consistente delle risorse disponibili sarà impiegata sull'adv online (soprattutto mobile) mediante il coinvolgimento delle testate giornalistiche più lette in Calabria, selezionate mediante procedure che tengano conto, nella fase di ripartizione delle risorse, del numero dei lettori, dell'origine del traffico web su base territoriale (nazionale/regionale/provinciale), dell'effettiva copertura giornalistica delle attività istituzionali del Consiglio regionale.

#### 4.3 CAMPAGNE ADV RADIO/TV

La televisione, nell'ambito dell'informazione locale, continua a essere il medium più diffuso e penetrante in Calabria. Altrettanta importanza va attribuita alla radio, medium "caldo" che riesce a favorire il coinvolgimento e a destare la curiosità e l'interesse degli ascoltatori. Nel caso specifico dell'emittenza locale radio/tv, alle tradizionali campagne ADV condotte con la realizzazione di spot, saranno affiancati dei redazionali a pagamento finalizzati a un approfondimento delle attività istituzionali, culturali (anche relative al Polo culturale) e delle relative opportunità.

##### 4.3.1 UN DOCUMENTARIO - SPOT

Per illustrare e far conoscere compiti, funzionamento e organi del Consiglio regionale è opportuna la realizzazione di un breve documentario da realizzare con adeguate professionalità e veicolare per la pubblicazione da parte delle TV regionali.

L'obiettivo è uno strumento illustrativo di "educazione civica" che metta in luce i principali aspetti, non a tutti noti, di una istituzione complessa composta da una pluralità di organi (il Presidente, l'Ufficio di Presidenza, l'Assemblea, le Commissioni permanenti e speciali, le Giunte, i Comitati ecc.), alcuni dei quali direttamente previsti dalla Costituzione e dallo Statuto, altri disciplinati dal Regolamento interno. Senza dimenticare il Co.re.Com. e altri organi di garanzia come il Garante per l'infanzia e l'adolescenza e la Commissione regionale per le pari opportunità.

Saranno descritti le modalità con le quali si esercitano il potere legislativo e le altre funzioni attribuite al Consiglio regionale dalla Costituzione e dallo Statuto e quelle secondo le quali si eleggono i Consiglieri regionali; l'iter delle leggi, le differenti funzioni dell'Assemblea legislativa e della Giunta regionale, le sedute del Consiglio, i lavori dell'Aula consiliare e delle Commissioni, dell'Ufficio di Presidenza, del Collegio dei Revisori dei Conti, dei Gruppi consiliari. Una sorta di "viaggio" nell'Istituzione, nell'universo - ai più sconosciuto - che ha il suo centro nodale a Palazzo "Tommaso Campanella", il moderno edificio, che a Reggio, ospita il Consiglio regionale della Calabria. La sua intitolazione al filosofo di Stilo, Fra' Tommaso Campanella - anche questo pochi lo sanno - è stata scelta dai calabresi con una consultazione.

#### 4.3.2 LA CAMPAGNA #OPENPALAZZO

La necessità di una piena applicazione del principio di trasparenza è oggi particolarmente avvertita dai cittadini italiani e calabresi, che chiedono di avere maggiori opportunità di conoscere direttamente, senza alcuna mediazione, l'attività del mondo politico, affinché possano formulare una loro opinione diretta e non filtrata.

Al fine di garantire la massima trasparenza dell'azione amministrativa, il Consiglio regionale ha disposto una serie di provvedimenti culminata nella campagna **#openpalazzo**. Tra le altre misure, è stata disposta, sul sito istituzionale del Consiglio regionale, la pubblicazione online dei redditi dei Consiglieri regionali, nonché la trasmissione in diretta streaming delle sedute del Consiglio regionale (nell'apposito canale *YouTube*), per assicurare a chiunque sia interessato la più ampia facoltà di avere accesso diretto "dentro" il Palazzo e, addirittura, dentro l'Aula.

Rientra anche in questo contesto la decisione di allargare, sul versante della trasparenza amministrativa, le maglie dell'accesso agli atti attraverso l'innovativo strumento dell'accesso cosiddetto "civico".

In questa direzione, anche alla luce dell'elevato numero di utenti che continuano a informarsi soprattutto attraverso la televisione, il Consiglio regionale realizzerà **un'attività di service da erogare a favore delle emittenti radio-televisive regionali**. Il servizio sarà affidato, secondo le procedure stabilite dal Codice dei contratti pubblici (d.lgs. 18 aprile 2016, n. 50), a un soggetto esterno all'amministrazione che, disponendo di un adeguato locale all'interno della sede del Consiglio regionale, fornisca quotidianamente, nel rispetto della linea editoriale istituzionale, interviste, servizi filmati e collegamenti in diretta a tutte le emittenti regionali, favorendo la conoscenza delle attività dell'aula. In particolare, saranno forniti resoconti quotidiani dell'attività delle Commissioni consiliari, degli organismi e uffici istituiti presso il Consiglio, dell'Ufficio di Presidenza e di ogni ulteriore soggetto istituzionale, legato da un rapporto funzionale con l'Assemblea, di cui l'Amministrazione ritenga di promuoverne il lavoro.

#### 4.4 CAMPAGNE ADV SOCIAL

Un numero sempre più alto di cittadini, soprattutto nella fascia d'età 18-45 anni, usa i *social network* per aggiornarsi. Per tale ragione, un investimento pubblicitario sui principali canali social media può rivelarsi vincente, oltre che caratterizzato da un rapporto costi/benefici estremamente positivo. Presupposto necessario per realizzare tale campagna è l'apertura di canali social istituzionali del Consiglio regionale.

#### 4.5 CAMPAGNE OUTDOOR

Sono previste altresì campagne di ADV outdoor: statiche (es. 6x3) da collocare in posizioni di massima visibilità (ad esempio, aeroporti, stazioni ferroviarie, grandi piazze) o dinamiche (bus di linee urbane). Lo scopo fondamentale di tali azioni è quello di accrescere il valore del futuro "brand" del Polo culturale incrementando la conoscenza della struttura e degli eventi che vi saranno ospitati sia tra i cittadini sia tra i visitatori della città di Reggio Calabria, sede del Consiglio regionale.



## 5 EVENTI CULTURALI

---

Il progetto di comunicazione e informazione istituzionale del Consiglio regionale assegna particolare rilievo al Polo culturale “Mattia Preti”, oggetto di un focus specifico del presente Piano.

L’obiettivo delineato dall’Ufficio di Presidenza consiste oltre che nella piena valorizzazione di un importante patrimonio culturale e scientifico della collettività, favorendo la più ampia fruizione dei numerosi testi in esso conservati nella trasformazione del Polo in centro di produzione di eventi culturali capaci di valorizzare l’identità calabrese.

### 5.1 IL POLO CULTURALE “MATTIA PRETI”

Il Polo culturale Mattia Preti, inaugurato il 31 gennaio 2014, è un sistema integrato di gestione culturale che si configura - a livello territoriale - come punto di accesso per l’assolvimento dei diritti all’informazione, al sapere e alla conoscenza, nel rispetto della legislazione italiana e in coerenza con gli orientamenti formulati dalle organizzazioni internazionali quali l’ONU, l’UNESCO, l’Unione Europea, l’IFLA.

Il Consiglio regionale della Calabria attraverso il Polo culturale “Mattia Preti” si propone di soddisfare le esigenze di studio e ricerca dei portatori di interessi mediante un’offerta culturale composita e variegata. Nel rispetto di quanto stabilito dal Regolamento e dalla Carta dei Servizi, è possibile richiedere la consultazione di atti relativi all’*iter* legislativo e approfondire tematiche dibattute durante l’attività consiliare mediante la visione di documentazione, resoconti, pubblicazioni a tema, dossier, articoli di stampa.

Consistente è il numero di opere di carattere socio-culturale che interessano la Calabria, con una serie di testi inerenti alla storia, alla cultura, al folklore ed al fenomeno della ‘ndrangheta.

L’offerta è specializzata nei profili tematici del diritto amministrativo, costituzionale, regionale, internazionale, dell’economia e delle scienze politiche e sociali, ma non mancano volumi e riviste attinenti ad altre discipline. Tra le opere si annoverano le più importanti e prestigiose collane afferenti alle tematiche elencate.

La consultazione del catalogo Sebina/OPAC permette di identificare le pubblicazioni monografiche e seriali di interesse, individuare le biblioteche che possiedono tali pubblicazioni e accedere al servizio di prestito interbibliotecario.

La ricerca, effettuata per autore, titolo o inserimento di testo libero, può essere compiuta su tre livelli: catalogo del Polo culturale, catalogo del Polo regionale, catalogo nazionale.

#### 5.1.1 IL PATRIMONIO

Il patrimonio culturale di pertinenza del Consiglio regionale della Calabria, risultato della propria attività istituzionale e amministrativa, presenta caratteristiche peculiari nel panorama delle Assemblee legislative italiane. Esso si compone di tre distinti fondi:

**fondo biblioteca:** istituito nell'anno 1973 per soddisfare esclusivamente le esigenze di documentazione, consultazione e ricerca dei Consiglieri regionali, dal 2003 diviene aperto al pubblico. Originariamente ripartito su base empirica in tre distinte sezioni – Giuridica, Multidisciplinare e Identità calabrese – si presenta oggi conforme ai criteri catalografici in uso nella totalità delle biblioteche pubbliche e della Bibliografia nazionale italiana (BNI), nel rispetto degli standard internazionali. Presenta una collezione di volumi, monografie, periodici, codici e banche dati *on line* e al suo interno contempla anche opere rare, antiche e di pregio;

**fondo documentale:** risalente all'anno 1971, si compone di documentazione a valenza storico-amministrativa a cui si aggiunge la documentazione afferente all'Archivio elettorale. Il fondo, opportunamente sottoposto ai necessari interventi di ordinamento e riordino in sinergia con gli Organi ministeriali competenti, consentirà di conoscere e approfondire la storia della regione;

**fondo emeroteca:** raccolta dal 1971 ad oggi, con più di 100 testate, annovera al suo interno serie rare e complete, per la quasi totalità rilegate in volumi.

#### 5.1.2 VOLUMI ANTICHI E PREGIATI

All'interno del Polo culturale sono custoditi 19 testi antichi di proprietà del Consiglio regionale della Calabria. Per convenzione, si definisce "antico" un testo stampato prima del 1830. Di indiscusso valore storico e fiore all'occhiello dell'intero patrimonio del Polo è la seicentina "Historia de' Sueui nel conquisto de' regni di Napoli, e di Sicilia per l'imperatore Enrico sesto. Con la vita del beato Giovanni Calà capitano generale che fu detto imperatore", opera scritta da don Carlo Calà nel 1660.

Sono inoltre presenti 70 opere in edizione di pregio che si distinguono in quanto prodotti editoriali, in edizione limitata e numerata, realizzati secondo criteri di alta maestria artigianale.

Le opere antiche e di pregio sono escluse dal prestito. Sono ammesse alla consultazione secondo le modalità e i termini di cui al Regolamento e alla Carta dei Servizi.

### 5.1.3 DOCUMENTI CONSULTABILI

E' possibile consultare l'intero patrimonio documentale prodotto, dall'anno della sua istituzione, dal Consiglio regionale della Calabria nell'esercizio delle sue funzioni.

L'Amministrazione consiliare, su stimolo dei competenti organi del Ministero per i Beni e le Attività Culturali, ha inteso valorizzare il proprio patrimonio documentario attraverso un importante lavoro di censimento, riordino e inventariazione.

Al fine di garantire omogeneità nel trattamento dei dati e adeguamento agli standard internazionali è stato utilizzato il software Archimista.

L'utente potrà accedere all'intero fondo tramite autorizzazione e rilascio della password, come da Regolamento e Carta dei Servizi del Polo.

La consultabilità dei documenti d'archivio è regolata dagli artt. 122-127 del decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42 *Codice dei beni culturali e del paesaggio*.

I documenti conservati sono liberamente consultabili, ad eccezione di:

- documenti contenenti dati personali sensibili (cioè "idonei a rivelare l'origine razziale ed etnica, le convinzioni religiose, filosofiche o di altro genere, le opinioni politiche, l'adesione a partiti, sindacati, associazioni od organizzazioni a carattere religioso, filosofico, politico o sindacale"), che diventano consultabili 40 anni dopo la loro data;
- documenti contenenti dati personali così detti sensibilissimi (cioè "idonei a rivelare lo stato di salute, la vita sessuale o i rapporti riservati di tipo familiare"), che diventano consultabili 70 anni dopo la loro data;
- documenti contenenti dati giudiziari (cioè "dati personali idonei a rivelare provvedimenti di cui all'articolo 3, comma 1, lettere da a) a o) e da r) a u), del D.P.R. 14 novembre 2002, n. 313, in materia di casellario giudiziale, di anagrafe delle sanzioni amministrative dipendenti da reato e dei relativi carichi pendenti, o la qualità di imputato o di indagato ai sensi degli articoli 60 e 61 del codice di procedura penale"), che diventano consultabili 40 anni dopo la loro data.

### 5.1.4 RASSEGNA STAMPA STORICA

E' la sezione in cui viene riportata la rassegna stampa prodotta dalle strutture del Consiglio regionale della Calabria, dal 1971 al 2006. La consultazione degli articoli successivi al mese di maggio 2006 è possibile accedendo all'area intranet del portale [www.consiglioregionale.calabria.it](http://www.consiglioregionale.calabria.it).

La Rassegna Stampa Storica è frutto della selezione e della raccolta sistematica di articoli pubblicati dai maggiori quotidiani concernenti le attività e gli avvenimenti che hanno interessato la Calabria. Curata nel corso degli anni dall'Ufficio Stampa del Consiglio regionale, è stata successivamente acquisita digitalmente mediante scansioni OCR ed implementata in uno specifico archivio al fine di valorizzarne l'importanza e di permetterne la più ampia e rapida fruizione.

Le sezioni accessibili sono due:

- rassegna stampa giornaliera, con un arco temporale di consultazione che va dal 1991 al 2006;
- rassegna stampa storico-tematica, che comprende dossier prodotti dal 1971 al 2005.

E' possibile accedere alle informazioni di proprio interesse scorrendo gli appositi menu o utilizzando la maschera di ricerca indicizzata.

#### 5.1.5 IL PATRIMONIO DELL'EMEROTECA

L'Emeroteca dispone, nel dettaglio, del patrimonio costituito dalle seguenti testate (con i relativi periodi): Epoca dal 1975 al 1996; L'Espresso dal 1975; L'Europeo dal 1975 al 1995; Il Mondo dal 1981; Mondo Economico dal 1985 al 1997; Panorama dal 1975; Panorama Mese dal 1983 al 1984; Rinascita dal 1975 al 1989; L'Avanti; Corriere della Sera; Il Domani; Gazzetta del Sud; Il Giornale di Calabria; Il Giorno; Il Manifesto; Il Mattino; Il Messaggero; L'Occhio; Oggi Sud; Paese Sera; Il Popolo; La Provincia Cosentina; Il Quotidiano.

La valorizzazione del Polo culturale "Mattia Preti" verrà sviluppata attraverso una strategia specifica che prevede una pluralità di interventi su diversi canali di comunicazione e informazione.

Dall'analisi di contesto e dalla valutazione dei dati acquisiti in ordine all'effettivo accesso dei cittadini al polo (circa 1.000 utenti in un anno e mezzo) si ritiene che la struttura abbia significativi margini di crescita ma non sia a tutt'oggi sufficientemente conosciuta dai cittadini.

Si rende pertanto necessaria una campagna di comunicazione che, compatibilmente con le risorse disponibili, risulti massiva e di grande impatto.

A tal fine, si indicano di seguito gli strumenti operativi che saranno adottati per la promozione del Polo culturale "Mattia Preti", in direzione di una maggiore conoscenza in seno all'opinione pubblica.

## 5.2 STRUMENTI OPERATIVI E TARGET

Il *target* di riferimento della strategia di comunicazione del Polo culturale si presenta composito. Esso abbraccia, infatti, a titolo esemplificativo, la platea degli studenti delle Università della Calabria ed in particolare dell'Università Mediterranea di Reggio Calabria, logisticamente dislocata a poca distanza dalla sede del Consiglio regionale; docenti e studenti della scuola; i giovani professionisti interessati all'opportunità di poter accedere a vaste fonti di documentazione; il mondo intellettuale, le associazioni, i club service, le parti sociali, i partiti e movimenti politici.

Al fine di raggiungere un universo così ampio, è necessario in via preliminare pubblicizzare l'esistenza stessa del Polo, creando contestualmente un logo e un brand riconoscibili. Tale azione è considerata propedeutica al lancio della campagna di comunicazione sul Polo, che si svilupperà lungo le seguenti direttrici e che potrà essere realizzato mediante un "media center" specializzato.

## 5.3 ORGANIZZAZIONE DI INIZIATIVE ED EVENTI CULTURALI

Un fattore fondamentale per la promozione del Polo culturale "Mattia Preti" consiste nella possibilità di far "vivere" questo luogo ai cittadini, in particolare quelli più interessati alle tematiche culturali. Ecco dunque che assume particolare importanza l'organizzazione di iniziative ed eventi culturali, anche mediante il coinvolgimento del mondo dell'Università e delle case editrici calabresi per la valorizzazione di opere e autori del nostro territorio.

In particolare, saranno organizzati:

1. seminari di studio dedicati agli studenti ed occasioni di confronto, con uno sguardo attento ai risultati conseguiti sia dalle politiche regionali sia dagli Atenei, non solo quelli calabresi, nei settori della ricerca, dell'innovazione e della competitività;
2. periodiche conferenze di eminenti accademici su temi di rilevante attualità;
3. eventi dedicati ad argomenti specifici affrontati nelle rubriche di *Calabria on web*, a partire da quelli istituzionali, con il coinvolgimento dell'Ordine dei giornalisti e della Federazione della Stampa;
4. presentazioni di libri di rilevante interesse regionale;
5. iniziative e appuntamenti culturali che potranno anche essere veicolati da *Calabria on web* (mediante uno spazio dedicato che includa anche puntuali approfondimenti), sul sito istituzionale del Consiglio regionale e sui *social network*;
6. focus tematici di approfondimento di carattere storiografico e socio - politico.

A tale scopo, il Consiglio regionale si è dotato (deliberazione Ufficio di Presidenza n. 68 del 24 novembre 2017) del Disciplinare sui criteri e modalità per l'acquisto di libri, pubblicazioni e altro materiale illustrativo o documentario che valorizzino la conoscenza di cultura, arti, ambiente, costumi e tradizioni della Calabria o abbiano ad oggetto tematiche di interesse regionale per promuovere ed incentivare le attività letterarie che contribuiscano alla valorizzazione dell'identità della Calabria ed alla promozione e sensibilizzazione della conoscenza della cultura, della storia, delle istituzioni e del particolarismo regionale calabrese in ambito nazionale ed internazionale. In tale disciplinare sono stati regolamentati puntualmente i criteri, le modalità, la procedura e gli obiettivi.

### 5.3.1 FOCUS TEMATICO “CALABRIA UNA E INDIVISIBILE”

Nell'ambito dei focus tematici verrà realizzata una specifica iniziativa di approfondimento di carattere storiografico e socio - politico sui Moti di Reggio del 1970.

La Calabria è una regione nella quale l'unità e l'indivisibilità sono state messe a dura prova dalle vicende storiche del 1970 che hanno visto protagonista Reggio Calabria.

In questo contesto “Una e indivisibile” sono parole che acquisiscono uno straordinario valore. Si riferiscono, innanzitutto, alla Repubblica che, ai sensi dell'articolo 5 della Costituzione, è appunto “una e indivisibile”. Una: tre lettere appena per esprimere e rievocare principi alti e nobili come uguaglianza e solidarietà. Indivisibile: un modo per rifuggire da qualsiasi tentazione secessionista, separatista o anche più banalmente campanilistica.

In questo contesto la “Rivolta di Reggio” è stata rivolta di Popolo, fonte del “compromesso” sociale e politico su cui si fondano le istituzioni democratiche della Calabria: il Consiglio a Reggio, la Giunta a Catanzaro.

Oggi, però, a 46 anni dalla Rivolta, è arrivato il momento di rimarginare definitivamente quella ferita e di scrivere una nuova pagina di storia, una pagina di pacificazione tra le comunità calabresi e di rinnovata coesione sociale.

Il fine ultimo di questa azione dovrà essere la definitiva chiusura della dolorosa ferita della Rivolta, una pacificazione vera con un riconoscimento dei reciproci ruoli tra le diverse città.

### CONTESTO ATTUALE

Reggio è Città metropolitana e questo può favorire il rimarginarsi della ferita, partendo dal presupposto che il nuovo livello istituzionale non rappresenterà un fattore di separazione o chiusura, ma anzi dovrà fare in modo che Reggio si tramuti nel vero e proprio “motore” della Calabria, mediante le sue grandi infrastrutture (vedi il porto di Gioia Tauro), le opportunità concesse dagli

strumenti di programmazione specifica (Pon Metro, Patto con il Governo, ecc.), la rete dei saperi e dei beni culturali, le reti dei trasporti e l'integrazione dell'Area dello Stretto.

#### PROGETTO

- Costituzione di un Comitato scientifico formato da docenti universitari, storici, rappresentanti delle istituzioni, nel cui ambito coinvolgere anche rappresentanti delle organizzazioni sindacali, giornalisti, mondo delle associazioni, esponenti della società civile, cittadini.

- Avvio di un approfondimento, ragionato, pacato e oggettivo dei fatti del '70. L'idea di fondo è quella di far scaturire una più evoluta e moderna capacità di rilettura della storia contemporanea in grado di travalicare gli stessi confini calabresi e offrirsi a livello nazionale come modello storiografico virtuoso e non più fazioso, di sintesi tra la ricostruzione storica e la legittimazione politica.

- Memoria e identità. I moti di Reggio rappresentano un patrimonio identitario che non solo la città dello Stretto, ma l'intera Calabria non può permettersi di disperdere. Per rendere quella pagina dolorosa e cruciale nella storia della regione, un valore aggiunto in termini di nuova consapevolezza e coesione sociale, un ruolo fondamentale lo gioca la scuola. Nel 2020 si celebreranno i 50 anni di quelle tragiche vicende. Un concorso di idee su scala regionale e di lungo respiro, in grado di coinvolgere in maniera ampia e partecipata la comunità studentesca calabrese, potrebbe configurarsi come l'avvio di un cammino di approfondimento e divulgazione capace di integrare e arricchire i percorsi formativi e didattici.

- Museo dei Moti. I contributi che in varie forme verrebbero prodotti dagli studenti, potrebbero costituire le fondamenta di un vero e proprio spazio museale regionale dedicato ai Moti di Reggio e, più in generale, alla ritrovata memoria collettiva. Un luogo interattivo che al di là della mera commemorazione, offra ai giovani uno spazio di studio, ricerca e libertà di espressione.

- Reggio e la Calabria, tra passato e futuro. *“Dal pacchetto Colombo alla Città metropolitana. Illusioni, speranze, prospettive. Reggio e la Calabria, tra ferite del passato e visione del futuro”*. Convegno con un meridionalista, uno storico, politici dell'epoca, giornalisti, rappresentante del governo nazionale, testimonianze offerte da protagonisti dell'epoca.

#### 5.3.2. PROGETTO “(in viaggio con) ADELE” – un percorso culturale di nuova narrazione della Calabria

Il progetto si prefigge una nuova narrazione della Calabria con l'obiettivo di contribuire a migliorarne l'immagine e la percezione in seno all'opinione pubblica. Esso prevede il coinvolgimento di una serie di interlocutori istituzionali e privati, nonché stakeholder e leader di

opinione, al fine di costruire un nuovo percorso di riappropriazione dei valori e dei simboli identitari della Calabria ed avviare un nuovo processo educativo condiviso per contrastare gli stereotipi negativi sulla comunità regionale; in particolare si prevede preliminarmente di individuare quali destinatari gli studenti degli istituti scolastici di secondo grado del territorio regionale affinché siano protagonisti diretti delle azioni narrative previste dal progetto in tutte le sue declinazioni.

Il progetto è intitolato ad Adele Cambria, giornalista intellettuale calabrese, riuscita ad affermarsi ai massimi livelli, divenendo punto di riferimento negli ambienti politico culturali italiani anche grazie al suo impegno costante per contrastare i pregiudizi e creare una società più equa e democratica.

Partendo dai viaggi di Adele Cambria, scritti e non, il Consiglio regionale realizzerà un grande contenitore di iniziative di natura e modalità diverse con l'obiettivo di approdare ad un viaggio di crescita che attraverso la narrazione consenta la realizzazione di un percorso educativo di riappropriazione della lettura e dei libri.

### 5.3.3 PROGETTO "EDUCARE ALLE FONTI DOCUMENTALI"

Si tratta di una iniziativa, rivolta ai giovani studenti dell'ultimo biennio degli Istituti superiori di secondo grado, che consisterà in un numero da precisare di lezioni di ricerca documentale presso il Polo culturale, finalizzate a mettere a punto un metodo di ricerca ed educare ad un uso consapevole delle fonti documentali nella produzione di lavori studio. Questa esperienza, che si inserisce in un quadro di azioni più ampio con lo scopo di migliorare la fruibilità dei servizi e del patrimonio documentale, contribuisce a diffondere la conoscenza dell'istituzione regionale nelle giovani generazioni.

## 5.4 ALTRE INIZIATIVE, DA REALIZZARE CON IL COINVOLGIMENTO DELLA SOCIETÀ IN HOUSE "PORTANOVA SPA"

1. Progressiva digitalizzazione del patrimonio dell'emeroteca.
2. Raccolte tematiche in formato digitale su temi di rilevante interesse regionale. Nell'orizzonte temporale del Piano si realizzeranno le raccolte sui seguenti temi: regionalismo e riforme istituzionali; il porto di Gioia Tauro; la centrale a carbone di Saline Joniche; forestazione; ambiente; fenomeni criminali.
3. La digitalizzazione di "*Calabria*", rivista ufficiale del Consiglio, pubblicata ininterrottamente dal 1973 fino al 2006, che ha svolto un ruolo di primo piano nello scenario informativo regionale.



## 6 ULTERIORI INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE CULTURALE

---

Al fine di promuovere e valorizzare l'immagine della Calabria attraverso il patrimonio paesaggistico e culturale, si prevede la realizzazione di un documentario, anche mediante l'utilizzo delle più moderne tecnologie informatiche e multimediali, volto a illustrare, in connessione con l'ordinamento giuridico - amministrativo regionale, i tesori archeologici, artistici e naturalistici della regione, che contribuiscono a costruire i valori dell'identità e della memoria.

L'azione di comunicazione ricomprende anche forme di premialità e di stimolo ad un concorso di idee attraverso cui il Consiglio regionale possa concretamente, in maniera efficace e trasparente, evidenziare gli effetti della legislazione regionale sulla valorizzazione dei beni culturali, storici e naturalistici; in particolare, a titolo esemplificativo e non esaustivo quanto disciplinato dalle seguenti leggi regionali: 5 maggio 1990, n. 48; 5 maggio 1990, n. 52; 26 agosto 1992, n. 16; 8 giugno 1996, n. 12; 14 luglio 2003, n. 10; 15 gennaio 2009, n. 2; 7 dicembre 2009, n. 47; 4 dicembre 2012, n. 62; 16 maggio 2013, n. 24 e 27 dicembre 2016, n. 41.

L'attuazione del presente intervento è demandata ad una preliminare indagine esplorativa di mercato.

## 7 RIFERIMENTI NORMATIVI

---

### **Legge 7 giugno 2000, n. 150 *Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni***

#### *Art. 12 Piano di comunicazione*

1. Sulla base dei programmi presentati dalle amministrazioni statali, il Dipartimento per l'informazione e l'editoria predispone annualmente il piano di comunicazione, integrativo del piano di cui all'articolo 12 del decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29, e successive modificazioni, che è approvato dal Presidente del Consiglio dei Ministri.
2. Una copia del piano approvato e' trasmessa alle amministrazioni. Ciascuna amministrazione realizza il piano per le parti di specifica competenza anche avvalendosi della collaborazione del Dipartimento per l'informazione e l'editoria. Entro il 31 gennaio dell'anno successivo a quello di riferimento, i Ministri trasmettono al Presidente del Consiglio dei Ministri una relazione su quanto previsto dal presente comma.

### **Decreto legislativo 22 gennaio 2000, n. 42 *Codice dei beni culturali e del paesaggio, ai sensi dell'articolo 10 della legge 6 luglio 2002, n. 137***

#### *Art. 122 Archivi di Stato e archivi storici degli enti pubblici: consultabilità dei documenti*

1. I documenti conservati negli archivi di Stato e negli archivi storici delle regioni, degli altri enti pubblici territoriali nonché di ogni altro ente ed istituto pubblico sono liberamente consultabili, ad eccezione:
  - a) di quelli dichiarati di carattere riservato, ai sensi dell'articolo 125, relativi alla politica estera o interna dello Stato, che diventano consultabili cinquanta anni dopo la loro data;
  - b) di quelli contenenti i dati sensibili nonché i dati relativi a provvedimenti di natura penale espressamente indicati dalla normativa in materia di trattamento dei dati personali, che diventano consultabili quaranta anni dopo la loro data. Il termine è di settanta anni se i dati sono idonei a rivelare lo stato di salute, la vita sessuale o rapporti riservati di tipo familiare.b-bis) ((LETTERA ABROGATA DAL D.L. 31 MAGGIO 2014, N. 83, CONVERTITO CON MODIFICAZIONI DALLA L. 29 LUGLIO 2014, N. 106)).
2. Anteriormente al decorso dei termini indicati nel comma 1, i documenti restano accessibili ai sensi della disciplina sull'accesso ai documenti amministrativi. Sull'istanza di accesso provvede l'amministrazione che deteneva il documento prima del versamento o del deposito, ove ancora operante, ovvero quella che ad essa è subentrata nell'esercizio delle relative competenze.
3. Alle disposizioni del comma 1 sono assoggettati anche gli archivi e i documenti di proprietà privata depositati negli archivi di Stato e negli archivi storici degli enti pubblici, o agli archivi medesimi donati o venduti o lasciati in eredità o legato. I depositanti e coloro che donano o vendono o

lasciano in eredità o legato i documenti possono anche stabilire la condizione della non consultabilità di tutti o di parte dei documenti dell'ultimo settantennio. Tale limitazione, così come quella generale stabilita dal comma 1, lettera b), non opera nei riguardi dei depositanti, dei donanti, dei venditori e di qualsiasi altra persona da essi designata; detta limitazione è altresì inoperante nei confronti degli aventi causa dai depositanti, donanti e venditori, quando si tratti di documenti concernenti oggetti patrimoniali, ai quali essi siano interessati per il titolo di acquisto.

#### *Art. 123 Archivi di Stato e archivi storici degli enti pubblici: consultabilità dei documenti riservati*

1. Il Ministro dell'interno, previo parere del direttore dell'Archivio di Stato competente e udita la commissione per le questioni inerenti alla consultabilità degli atti di archivio riservati, istituita presso il Ministero dell'interno, può autorizzare la consultazione per scopi storici di documenti di carattere riservato conservati negli archivi di Stato anche prima della scadenza dei termini indicati nell'articolo 122, comma 1.

L'autorizzazione è rilasciata, a parità di condizioni, ad ogni richiedente.

2. I documenti per i quali è autorizzata la consultazione ai sensi del comma 1 conservano il loro carattere riservato e non possono essere ((ulteriormente utilizzati da altri soggetti senza la relativa autorizzazione)).

3. Alle disposizioni dei commi 1 e 2 è assoggettata anche la consultazione per scopi storici di documenti di carattere riservato conservati negli archivi storici delle regioni, degli altri enti pubblici territoriali nonché di ogni altro ente ed istituto pubblico. Il parere di cui al comma 1 è reso dal soprintendente archivistico.

#### *Art. 124 Consultabilità a scopi storici degli archivi correnti*

1. Salvo quanto disposto dalla vigente normativa in materia di accesso agli atti della pubblica amministrazione, lo Stato, le regioni e gli altri enti pubblici territoriali disciplinano la consultazione a scopi storici dei propri archivi correnti e di deposito.

2. La consultazione ai fini del comma 1 degli archivi correnti e di deposito degli altri enti ed istituti pubblici, è regolata dagli enti ed istituti medesimi, sulla base di indirizzi generali stabiliti dal Ministero.

#### *Art. 125 Declaratoria di riservatezza*

1. L'accertamento dell'esistenza e della natura degli atti non liberamente consultabili indicati agli articoli 122 e 127 è effettuato dal Ministero dell'interno, d'intesa con il Ministero.

#### *Art. 126 Protezione di dati personali*

1. Qualora il titolare di dati personali abbia esercitato i diritti a lui riconosciuti dalla normativa che ne disciplina il trattamento, i documenti degli archivi storici sono conservati e consultabili unitamente alla documentazione relativa all'esercizio degli stessi diritti.

2. Su richiesta del titolare medesimo, può essere disposto il blocco dei dati personali che non siano di rilevante interesse pubblico, qualora il loro trattamento comporti un concreto pericolo di lesione della dignità, della riservatezza o dell'identità personale dell'interessato.

3. La consultazione per scopi storici dei documenti contenenti dati personali è assoggettata anche alle disposizioni del codice di deontologia e di buona condotta previsto dalla normativa in materia di trattamento dei dati personali.

#### **Art. 127 Consultabilità degli archivi privati**

1. I privati proprietari, possessori o detentori a qualsiasi titolo di archivi o di singoli documenti dichiarati ai sensi dell'articolo 13 hanno l'obbligo di permettere agli studiosi, che ne facciano motivata richiesta tramite il soprintendente archivistico, la consultazione dei documenti secondo modalità concordate tra i privati stessi e il soprintendente. Le relative spese sono a carico dello studioso.

2. Sono esclusi dalla consultazione i singoli documenti dichiarati di carattere riservato ai sensi dell'articolo 125. Possono essere esclusi dalla consultazione anche i documenti per i quali sia stata posta la condizione di non consultabilità ai sensi dell'articolo 122, comma 3.

3. Agli archivi privati utilizzati per scopi storici, anche se non dichiarati a norma dell'articolo 13, si applicano le disposizioni di cui agli articoli 123, comma 3, e 126, comma 3.

#### **Legge regionale 19 ottobre 2004, n. 25 Statuto della Regione Calabria**

##### **Art. 9 Informazione**

1. La Regione, nel rispetto del pluralismo, predispone gli strumenti necessari per offrire un'informazione costante sull'attività istituzionale e per acquisire informazioni sulle esigenze e sulle aspirazioni della comunità calabrese in Italia e all'estero.

2. La Regione istituisce appositi organismi per assistere i cittadini nella ricerca ed acquisizione di informazioni sull'attività regionale e per favorire il controllo sociale sul buon andamento e sull'imparzialità dell'azione amministrativa.

3. La Regione riconosce nel diritto all'informazione il presupposto fondamentale della partecipazione ed un aspetto essenziale dei diritti del cittadino ed assicura la più ampia informazione sugli atti, sui programmi e sulle iniziative di propria competenza, nonché sul funzionamento dei propri organi ed uffici attraverso l'impiego di strumenti di informazione e di comunicazione di massa e, in particolare, di quelli radiotelevisivi.

#### **Deliberazione del Consiglio regionale n. 5 del 27 maggio 2005 Regolamento interno del Consiglio regionale**

##### **Art. 136 Biblioteca**

1. L'Ufficio di Presidenza, sentita la Conferenza dei Presidenti dei Gruppi, approva il Regolamento per la valorizzazione e l'uso del patrimonio bibliografico del Consiglio, garantendo l'apertura della biblioteca generale e giuridica, anche con collegamenti telematici, ai centri scientifici, alle scuole e ai singoli cittadini che ne facciano richiesta.

#### *Art. 137 Informazione sulle attività consiliari*

1. Il Presidente, in relazione alla rilevanza sociale delle materie trattate, dispone la ripresa televisiva diretta delle sedute del Consiglio riguardanti lo svolgimento delle interrogazioni a risposta immediata e dei dibattiti politici.
2. L'Ufficio di Presidenza approva entro il 30 novembre il piano per l'anno successivo delle inserzioni e dispone per l'attività editoriale del Consiglio regionale in relazione alle iniziative dallo stesso promosse e realizzate, nonché delle leggi e dei provvedimenti di rilevante importanza sociale. Per l'anno 2005 l'Ufficio di Presidenza approva il piano entro il 30 giugno.
3. Nell'ambito della struttura burocratica del Consiglio, oltre all'Ufficio stampa, è prevista l'istituzione dell'Ufficio per le Relazioni con il Pubblico, aperto a tutti, in grado di fornire tutte le informazioni sull'attività del Consiglio regionale e, per quanto possibile, di quelle della Giunta regionale.
4. Nell'ambito della struttura burocratica del Consiglio, è altresì prevista la organizzazione di un apposito servizio per la gestione informatica del flusso informativo sulle attività dei diversi organismi consiliari e per la produzione di strumenti multimediali, nonché per lo sviluppo e la gestione del sito internet del Consiglio regionale, secondo le modalità ed i principi recati nelle specifiche leggi statali e regionali.

#### **Legge regionale 13 maggio 1996, n. 8 Norme sulla dirigenza e sull'ordinamento degli Uffici del Consiglio regionale**

##### *Art. 11 (comma 1) Figure professionali speciali*

1. E' istituita una struttura speciale denominata Ufficio Stampa che include le testate giornalistiche edite dal Consiglio regionale. In detta struttura, fatti salvi i rapporti di lavoro in corso, possono essere chiamati a contratto giornalisti professionisti e pubblicitari iscritti negli albi professionali. Con deliberazione dell'Ufficio di Presidenza è definito il contingente di personale.