

Comunicazione istituzionale, il modello della diretta streaming

cittagiusta - lunedì 13 luglio 2015

<http://www.cittagiusta.it/comunicazione-istituzionale-il-modello-della-diretta-streaming/>

Potrà anche a breve sbloccarsi il contratto, ma certamente resteranno severi i vincoli economici rispetto alla mobilità dei dipendenti pubblici per seguire lezioni, seminari e convegni, e rispetto alla disponibilità di prodotti informativi specializzati (giornali, riviste, agenzie, rassegne stampa ecc.). Una “stretta” che dura da alcuni anni e che sacrifica soprattutto due valori essenziali della crescita professionale: la formazione e l’informazione. A questi si può aggiungere l’occasione sprecata in termini di trasparenza (se pochi vedono ciò che fa la Pa, molti dubiteranno che fa qualcosa e che la fa bene). Per l’informazione e la comunicazione giornalistica c’è però bisogno di più creatività: non esiste un “piatto pronto”. Certamente, il web e i social permettono l’accesso a molte fonti preziose, mentre dotano “l’arco” della comunicazione pubblica di molte più “freccie” che in passato. Non per caso, si iniziano a diffondere negli enti gruppi di lavoro chiamati “social media team” e figure apicali come i “social media manager”, cui tocca il compito di gestire la comunicazione dell’ente pubblico in modo mirato e calibrato sui nuovi mezzi.

La diretta streaming. È tuttavia possibile andare oltre web e social media, utilizzando tecnologie giovani o anche nascenti e allo stesso tempo attingendo al bagaglio tradizionale della professione giornalistica nel settore pubblico. Punto di partenza sono le dirette streaming, che anche nella PA - eloquenti le sperimentazioni finora fatte - si sono dimostrate da un lato veicoli di trasparenza (ad esempio, nell’accompagnare lo svolgimento di prove selettive), dall’altro fattori potenti ed economici di condivisione delle conoscenze. La diretta streaming di un qualsiasi evento, oggi, non è più tanto una questione di denaro ma di professionalità: servono tecnici della ripresa e della gestione della banda in grado di garantire la piena qualità delle immagini e la loro continuità. Esistono sul web diverse piattaforme open source, la cui raffinatezza si irrobustisce di giorno in giorno. E’ di poche settimane fa, ad esempio, il lancio di Streamago, nuovaapp di Tiscali che permette la trasmissione live di video e audio direttamente suFacebook. Streamago punta esplicitamente a fare concorrenza a Periscope, che opera invece su Twitter.

Una diretta streaming ben fatta permette dunque di seguire un evento senza costi e totalmente in remoto, dallo schermo del pc o del tablet. Ma la diretta, da sola, non risolve il problema di una fruizione corretta ed efficace. Difficile appassionarsi ad un convegno (o seminario, presentazione di un libro o di un servizio, conferenza stampa, concorso pubblico) le cui immagini scorrono anonime su uno schermo di pochi pollici, per 3 o 4 ore se non per un’intera giornata. Inoltre, è stato giustamente osservato che anche la diretta (in qualsiasi forma e su qualsiasi supporto) è “rappresentazione”: non vedo la realtà, vedo l’immagine della realtà che qualcuno mi propone. Quindi diventano centrali la qualità e lo spessore della proposta di immagini allo spettatore.

Come rendere la diretta partecipata e assistita. E’ qui che entra in gioco un inedito mix di nuove tecnologie e antiche abilità giornalistico-relazionali. La diretta streaming di un evento pubblico va in primo luogo presentata con un **layout accurato e attraente**, poi integrata con almeno altri quattro elementi: **l’accompagnamento giornalistico, i social e le chat, il networking, la possibilità di**

fruizione on demand dell'evento completa di storify.

1) La diretta va accompagnata da un'attività redazionale che con interventi testuali (anche in sovrimpressione) racconti passo passo cosa sta accadendo: ad esempio, nel caso di un convegno, chi sta parlando, la sua qualifica, i contenuti principali del suo intervento, i passaggi successivi, insomma tutto ciò che può guidare l'utente e coinvolgerlo, anche in caso di fruizione differita o interrotta.

2) Durante la diretta, **chiunque deve poter dire la sua**, via twitter e possibilmente anche via chat. I protagonisti dell'evento riceveranno i feedback più importanti da un moderatore che nel frattempo risponderà a quelli cui è possibile. L'evento verrà così vivificato dall'**interlocuzione in tempo reale con una platea** che, in questo modo, risulterà molto meno virtuale di una in presenza.

3) Per favorire un coinvolgimento ampio all'evento, i mezzi tradizionali - notizia sul sito, comunicato stampa, invio a varie mailing list ecc. - sono necessari ma non sufficienti. **Il link alla diretta dovrà essere "embeddato" sul maggior numero di siti possibili.** L'ufficio di comunicazione contatterà per tempo le strutture potenzialmente interessate, proponendogli di pubblicare l'avviso dell'evento con il relativo link alla diretta streaming ad uso dei suoi lettori. Ad esempio, se l'evento riguarda un tema legale - la presentazione di un libro sulla nuova legge anticorruzione - il link potrebbe essere proposto non solo ai settori legali delle diverse Pa, ma anche all'Anac, al Ministero della Giustizia, all'Ordine degli avvocati, alle camere penali ecc. Un'attenta promozione del link potrà moltiplicare in modo persino inatteso la fruizione dell'evento: vi sono stati casi in cui il modello qui proposto ha realizzato 100 presenti e altri 7-800 connessi, con il gratificante risultato di parlare ad una platea di esperti ed interessati che da varie parti d'Italia partecipa e contribuisce in modo molto attivo.

4) I **materiali dell'evento** (che, come nei webinar, sono sia video, sia testuali, sia ipertestuali), resteranno a disposizione di chiunque in modalità on demand, così come resterà in archivio lo storify dei tweet e delle chat.

Il modello fin qui descritto, che potremmo definire "**diretta partecipata e assistita**" non ha solo effetti tangibili di diffusione ed efficacia. E' un lavoro di squadra che evolve in modo radicale il superatissimo impianto della legge 150/2000 e delinea una nuova idea di giornalismo pubblico al servizio dell'utente.