



Come comunica un ufficio stampa pubblico? Lo chiediamo a Franz Foti, giornalista, collaboratore del Corriere della Sera, responsabile della comunicazione del Centro Servizi Amministrativi di Milano e docente di teorie e tecniche del linguaggio giornalistico presso l'università Insubria di Varese, l'università Statale di Milano, l'Istituto Europeo di Design e la Scuola Superiore della Pubblica Amministrazione. Cosa significa per lei comunicare? FOTI: Per me la comunicazione è "emozione". Comunicare significa predisporre verso l'altro in termini di attenzione, alla pari con se stessi. Solo così può "accendersi" l'ascolto. Quali competenze e quali qualità deve possedere un addetto stampa? FOTI: Un addetto stampa deve possedere quattro fondamentali qualità: una forte e costante dose di curiosità e buona intuizione per anticipare processi e bisogni, un sapere accurato di ciò che vuole trattare, padroneggiare il linguaggio (semplicità, precisione del contenuto, sinteticità) e la tempestività. Da pile di documenti, dichiarazioni e dati, l'addetto stampa traduce un fatto in notizia. Come? FOTI: Un fatto si traduce in notizia perché notizia non è. La notizia, quando è tale, è già sufficientemente carica per essere lanciata. È intrinsecamente la parte più alta della comunicazione. La notizia il più delle volte non c'è, allora si ricorre alle astuzie dell'ufficio stampa per farla diventare tale. Si tenta di cogliere ed enfatizzare gli aspetti di vera o presunta curiosità, si forniscono dati di confronto/conflitto/contesto, si cercano dichiarazioni forti (sfida o allarme). Si rastrellano dati per dare "rivestimento" a un fatto che deve essere recepito come notizia. L'addetto stampa sta in disparte durante le conferenze stampa, non esprime mai la propria opinione, non compare sulle pagine dei giornali. Qual è dunque la forza propulsiva del suo lavoro? FOTI: L'addetto stampa è la forza "invisibile" del successo comunicativo in conferenza stampa. Deve essere capace di cogliere i punti di forza e le debolezze delle argomentazioni che altri tratteranno. Deve fiutare rischi e pericoli per i suoi "parlanti" e disinnescarli nel migliore dei modi. Deve fiutare momenti di possibile caduta di attenzione disponendo il dosaggio dei turni di parola e le parole chiave dei contenuti che dovranno passare al vaglio dei giornalisti. Ci svela cinque regole d'oro per scrivere un comunicato stampa efficace? FOTI: La prima regola è: essere in possesso della notizia. La seconda: se la notizia non c'è, cerca di ridurre la portata del comunicato stampa corredandolo

Intervista a Franz Foti.

Di Elisabeth Och

Venerdì 30 Settembre 2005 11:57

di elementi utili per il giornalista. Terza regola: non stirare mai gli argomenti più del necessario perché apparirebbe come vuoto di pensiero. Quarta regola: non imbrogliare mai il giornalista con dati o cose inventate. Sono un boomerang. Quinta regola: cerca sempre di fornire pochi dati ma significativi, unitamente a dichiarazioni di personaggi in un contesto di sinteticità.