

il passaparola invitato alla presentazione di un libro sulla comunicazione

"COMUNICARE AI MEDIA:

L'UFFICIO STAMPA NELL'ERA DEL WEB 2.0"

La nostra testata, tramite il suo Direttore Responsabile, ha avuto l'onore di partecipare alla presentazione di un interessante libro, dal titolo *Comunicare ai media: l'ufficio stampa nell'era del web 2.0*, scritto a 4 mani da Fabio Lo Savio e Luca Lorenzetti. Entrambi sono giornalisti pubblicisti ma si differenziano per le diverse occupazioni: il primo scrive per il Corriere Adriatico e lavora per l'agenzia di comunicazione di Jesi "Gruppo Camera Work" gestendo l'ufficio stampa di enti ed imprese su tutto il territorio nazionale, mentre il secondo è Presidente dell'Associazione Nazionale Stampa Online e Direttore del "cliccatissimo" quotidiano online Gomarche.it.

La presentazione si è tenuta nel tardo pomeriggio di lunedì 21 aprile presso la Sala Conferenze di Palazzo Camerata ad Ancona (sede dell'Assessorato alla Cultura) di fronte ad una platea da tutto esaurito, composta da amici, conoscenti, curiosi, interessati ed "addetti ai lavori".

Erano presenti, oltre alla coordinatrice dell'incontro Giulia Mancinelli, Direttore di viveremarche.it, il giornalista Simone Socionovo e l'editor e consulente media per Gambero Rosso Massimo Bernardi. La presentazione si è rivelata molto interessante, in particolar

modo per gli operatori del settore, a cui questo volume è rivolto: nelle 150 pagine del libro, tra i tanti argomenti adeguatamente approfonditi, si parla della gestione ed organizzazione di un ufficio stampa, dell'invio di un comunicato stampa, della differenziazione di stile e linguaggio di un comunicato stampa a seconda dell'interlocutore a cui ci si rivolge e dell'argomento trattato, dell'ufficio stampa online nell'era di internet, del Virtual Press Office (VPO) e del Social Media Press Release (SMPR), il comunicato stampa 2.0. Riportiamo una significativa parte della prefazione del volume, scritta da Max Giovagnoli: *"Il libro di Lo Savio e Lorenzetti descrive compiutamente lo status professionale dell'ufficio stampa di oggi e ha il merito di disegnare questo nuovo ambiente professionale con precisione e senza cadere nelle trappole della sovrapposizione delle competenze né dell'eccessivo ottimismo. Riuscire nell'obiettivo di far guadagnare visibilità e autorevolezza all'azienda rappresentata resterà infatti ancora molto a lungo la mission primaria dell'ufficio stampa, a prescindere dalle nuove operazioni e dalle piattaforme tecnologiche che si susseguiranno nel "futuro semplice" della comunicazione mondiale".* (filippo)