



L'articolo di giornale

Indipendentemente dalla tipologia, nello scrivere un articolo bisogna seguire alcune regole di base.

Prima regola: utilizzare uno stile semplice e chiaro che sia accessibile al lettore medio, evitando parole astruse, tecnicismi, periodi contorti o troppo lunghi. Se il lettore non capisce o non si sente a suo agio smette di leggere o, ancora peggio, smette di comprare il giornale. Umberto Eco ha scritto: "Non siete Proust. Non fate periodi lunghi. Se vi vengono, fateli, *ma* spezzateli. Non abbiate paura a ripetere due volte il soggetto, lasciate perdere troppi pronomi e subordinate"

Seconda regola: centrare l'attenzione sulla notizia. Un articolo è impossibile se manca la notizia o se essa è poco evidente nel testo.

Terza regola: essere precisi nell'enunciazione dei fatti, dei luoghi, delle persone perché questo soddisfa la curiosità del lettore e lo rassicura sulla fondatezza dell'informazione che gli viene fornita

Quarta regola: usare le canoniche 5 w: chi è il protagonista (who), che cosa è successo (what), dove (where), quando (when), perché (why) e come è accaduto

Quinta regola: curare l'attacco del pezzo, il cosiddetto **lead**, cioè le frasi iniziali del pezzo che hanno la funzione sia di riassumere gli eventi principali (in modo che il lettore possa avere una superficiale informazione anche senza leggere il pezzo nella sua interezza sia di catturare l'attenzione e invogliare alla lettura.

Il lead può essere di vari tipi: **enunciativo** (se riassume in estrema sintesi i fatti avvenuti), **situazionale** (se insiste sul contesto in cui si è svolto il fatto), **dichiarativo** (se apre riportando la dichiarazione di uno dei protagonisti), **interrogativo** (se inizia con una domanda sugli esiti possibili del fatto che racconta)

Sesta regola: strutturare l'articolo in capoversi organizzando con chiarezza l'andamento della narrazione. Non necessariamente la ricostruzione deve essere cronologica. Si può infatti partire dall'**inizio**, ma anche **in media res** oppure **dalla fine** a seconda degli aspetti della notizia che si vogliono evidenziare.

Settima regola: aggiungere note di "colore": descrizioni d'ambiente, dichiarazioni di persone che hanno qualche relazione coi fatti narrati, caratterizzazioni dei personaggi che interessino il lettore e che gli diano la sensazione che il giornalista è stato effettivamente sul luogo dei fatti e quindi possa assumere il ruolo di testimone qualificato della vicenda.



L' intervista

L'intervista è una forma di comunicazione giornalistica più tecnica. Non ci sono avvenimenti o notizie da raccontare: l'avvenimento è l'intervista stessa; anche se l'intervistato parla di un fatto particolare, ma l'oggetto dell'articolo è che lui ne parli.

L'intervistato può essere testimone di un avvenimento o un esperto in materia, per cui l'intervista può essere:

tematica, se tratta un argomento o un avvenimento

personale, se parla di un persona.

Ecco un "decalogo" per preparare l'intervista:

1. **Tipo di intervista:** stabilire se l'intervista deve essere tematica o personale
2. **Preparazione:** il giornalista deve conoscere l'argomento e avere un elenco di domande, magari da far sapere prima all'intervistato
3. **Usare discrezione:** porsi dalla parte del lettore ed incalzare l'intervistato se elude la domanda.
4. **Usare il registratore:** per non perdere passaggi importanti da trascrivere.
5. **Dialogo diretto:** domande e risposte devono essere scritte tra virgolette
6. **Trascrizione** dell'intervista e selezione delle risposte, per rientrare nello spazio assegnato
7. **Domande e risposte sintetiche:** se ci sono risposte troppo è bene spezzarle in più parti inserendo domande a posteriori
8. **Non censurare** l'opinione dell'intervistato
9. **Non inserire commenti e giudizi** a posteriori sulle risposte date
10. **Diritto a parlare off-record:** l'intervistato ha il diritto di dire cose da non riportare nell'articolo, magari solo per chiarire

L' inchiesta

L'intervista è una forma nobile di giornalismo che ha come scopo l'intenzione del giornalista di andare oltre le fonti ordinarie, analogamente al compito del magistrato.

Può essere organizzata in una serie di pezzi, scritti anche a più mani.

L'inchiesta ha il carattere di una ricerca o di un'indagine, mira a scoprire verità nascoste, per questo l'inchiesta è simbolo della professione ideale di giornalista.

La tecnica dell'inchiesta si basa su tutte le regole e linguaggi giornalistici conosciuti (cronaca, intervista, dati, tabelle, fotografie...) che il giornalista deve saper dosare con padronanza e impostare con un proprio stile; essa è il banco di prova del giornalista maturo e può richiedere molti giorni di lavoro.

Due tipi di inchiesta:

Investigativa: punta all'accertamento di vicende controverse che risultano ancora un mistero per il pubblico (casi giudiziari, scandali politici, illeciti sportivi...)

Conoscitiva: informa sulla società e la cultura del tempo in cui viviamo. Non riguarda avvenimenti precisi, ma indaga su fenomeni che segnano una società, magari a partire da un avvenimento capitato, andando oltre l'episodio.

L'inchiesta non deve limitarsi a descrivere un fenomeno, ma deve andare a cercare le cause profonde, le diverse sfaccettature del fenomeno, e dare voce alle diverse persone coinvolte nel fenomeno.



La tipologia degli articoli

Vediamo ora in maniera più precisa la tipologia degli articoli di un giornale:

- **la cronaca**: si divide in bianca (notizie di eventi di vario tipo), nera (crimini e delitti), rosa (in genere sulla vita privata di personaggi pubblici) e ha prevalente scopo **informativo**, anche se ci sono alcune strategie (aggettivazione valutativa o citazione di dichiarazioni valutative di personaggi autorevoli o coinvolti nella vicenda che servono per orientare l'opinione del lettore.

- **l'editoriale e il commento**: a prevalente funzione **imperativa**, argomentano una tesi a partire da una notizia di cronaca (in genere si occupano di politica interna o estera, ma anche di riflessioni intorno a problemi di particolare rilievo). Sono in genere scritti da opinionisti importanti o dal direttore stesso del giornale.

- **il corsivo**: articolo dichiaratamente valutativo, spesso con taglio ironico, su episodi anche minori ma giudicati emblematici per la comprensione di fenomeni politici, culturali o di costume

- **la rubrica**: spazio fisso quotidiano di commento su un tema specifico (costume, vita politica ecc) affidato ad un giornalista in genere conosciuto

- **il reportage**: resoconto, anche in più puntate, su un avvenimento importante con approfondimenti sul contesto e sulle problematiche sottese all'evento

- **l'inchiesta**: indagine sociologica su un fatto o un fenomeno rilevante, caratterizzato dal riportare più voci (autorevoli o comunque rappresentative di orientamenti diversi)

- **l'intervista**: incontro/dialogo con un personaggio importante o particolarmente competente rispetto ad un evento o ad un problema

- **articoli specialistici delle rubriche fisse**: economia, sport, cultura

- **le recensioni**: articoli valutativi su spettacoli, libri, film eventi musicali, con l'obiettivo di orientare, in senso positivo o negativo, l'opinione del lettore

La titolazione

Da un punto di vista tecnico, secondo la tradizione, il titolo si compone principalmente di quattro parti.

Il **titolo** vero e proprio, e cioè la frase graficamente in maggiore evidenza (ha il compito di dare la notizia) ,

l'occhiello (il titoletto che si trova sopra il titolo, ha il compito di introdurla),

il sommario (simile all'occhiello, di solito redatto su più righe, collocato sotto il titolo, o sotto la foto o talvolta anche incassato nel testo. Deve chiarire la notizia)

ed il **catenaccio** (un vero e proprio secondo titolo, di solito sistemato sotto il sommario, con cui si mette l'accento su un aspetto importante della notizia)

La titolazione





COME SI SCRIVE UN ARTICOLO DI GIORNALE

Estratto da: Patrizia Zani - Storia - © 2000 RCS Scuola S.p.A. - La Nuova Italia - www.amिकासcuola.it

Fase 1. Raccolta delle notizie

Le fonti da cui i giornalisti traggono le informazioni sono le istituzioni, le forze dell'ordine, le aziende. Molte notizie vengono raccolte dalle agenzie di stampa, ma per approfondire l'argomento il giornalista deve svolgere ricerche, inchieste, investigazioni. Nel caso di una prova scolastica, le informazioni vanno desunte dal testo di storia, dai documenti, dalle ricerche (su enciclopedia, Internet), dalle interviste e dai libri (di letteratura, storia, filosofia, economia, geografia, sociologia ecc.).

Fase 2. Preparazione della scaletta

Dopo aver raccolto le notizie, si prepara una scaletta dei temi da trattare per chiarire l'argomento, ponendoli nell'ordine in cui si vogliono presentare al lettore, con una concatenazione logica che leghi i vari punti tra loro. È bene preparare due tipi diversi di scaletta: una relativa alla struttura dell'articolo, una relativa alla trattazione vera e propria. L'ordine della struttura dell'articolo dovrebbe rispettare lo schema classico, diviso in tre parti: l'inizio (detto anche «attacco» o *lead*, cioè l'introduzione), lo sviluppo e la conclusione, o «chiusura».

a) Attacco o introduzione dell'argomento:

esposizione degli elementi utili a riassumere il senso e ad evidenziare la rilevanza dell'argomento trattato. L'introduzione dovrebbe indurre il lettore a provare interesse al tema e quindi a proseguire nella lettura dell'articolo. È quindi necessario che le prime frasi siano chiare, accattivanti e capaci di presentare l'argomento in modo sintetico.

Oltre alla notizia, l'introduzione potrebbe contenere:

- la spiegazione delle ragioni per cui si affronta l'argomento
- la messa in evidenza dell'importanza dell'argomento
- brevissime citazioni ritenute utili a chiarire l'importanza e/o l'attualità del tema trattato.

b) Sviluppo del tema: è la trattazione vera e propria dell'argomento, che deve mettere il lettore in grado di conoscere tutte le vicende ad esso relative (v. Fase 4).

c) Conclusioni: la sintesi conclusiva può contenere le opinioni personali di chi scrive, le proposte, una previsione dei possibili sviluppi o la messa in luce delle diverse implicazioni relative al fatto.

Fase 3. Svolgimento

Nel testo che si costruisce per sviluppare l'argomento vi dovrebbe essere una chiara distinzione tra la presentazione dei fatti e quella delle opinioni e dei diversi punti di vista sull'argomento. È molto importante, infatti, che le opinioni di chi scrive l'articolo siano il più possibile separate dai fatti, in modo da permettere al lettore di farsi un'idea precisa dell'avvenimento. D'altra parte, tutti i giornali esprimono una linea politica che è quella del direttore o della proprietà della testata e questo influenza l'esposizione di alcuni fatti. Inoltre, non è sempre facile tenere separato il proprio punto di vista dalla stesura dei fatti: spesso infatti bastano un aggettivo, una sottolineatura, una maggiore o minore

evidenziazione di alcuni elementi per far trasparire la propria opinione sull'argomento.

Non esiste una narrazione imparziale ed oggettiva: se però si prendono in considerazione i diversi aspetti di un problema e i diversi punti di vista, si può fornire una presentazione il più possibile completa dell'argomento, in modo che il lettore possa formarsi una propria opinione personale. È bene anche tenere presente che una visione soggettiva dei fatti può essere molto interessante, in quanto più coinvolgente e partecipata, purché si fondi su elementi certi e documentabili.

1. Presentazione dei fatti

Gli articoli devono riportare i fatti in modo chiaro ed esauriente. Secondo il modello classico, derivato dal giornalismo anglosassone, l'articolo deve contenere, fin dall'inizio, le risposte alle cinque W, le iniziali delle seguenti parole inglesi, corrispondenti ad altrettante domande:

- Who? (chi?): chi sono i personaggi coinvolti?
- What? (che cosa?): che cosa è accaduto?
- Where? (dove?): dove si è svolto il fatto?
- When? (quando?): quando si è verificato il fatto?
- Why? (perché?): quali sono le cause che hanno provocato o favorito il fatto?

Si può rispettare questa indicazione in modo elastico, tenendo però presente che la risposta a queste domande ci permette di collocare precisamente l'argomento e di chiarirne subito al lettore i suoi elementi essenziali. La costruzione dell'articolo deve basarsi su una chiara concatenazione logica dei punti trattati e non limitarsi ad una lista di informazioni (o nozioni) messe in fila una dopo l'altra. È importante, per questo, costruire una scaletta che rispetti l'ordine cronologico oppure l'ordine causale (causa-effetto). Per costruire l'articolo si devono individuare le frasi chiave, quelle cioè che delineano la spiegazione/presentazione dell'argomento e che si desumono dal materiale su cui ci si documenta. È possibile procedere in vario modo:

- evidenziando le parole e le frasi chiave dal materiale di documentazione;
- costruendo una lista di punti chiave, da trattare come altrettanti titoletti dei paragrafi del testo da preparare;
- facendo una breve sintesi del materiale di documentazione e seguendo questa traccia per sviluppare l'argomento.

Dopo la stesura del testo si procede alla correzione per controllare:

- gli errori ortografici;
- i tempi dei verbi: si può scegliere il presente storico, presentando i fatti passati come se avvenissero nel presente, oppure il passato prossimo, passato remoto, imperfetto; si può fare ricorso anche al futuro, in riferimento ad avvenimenti già avvenuti, ma successivi al momento in cui ci si colloca idealmente.
- la completezza;
- la concatenazione logica tra le varie parti (temporale, causale, consecutiva, avversativa ecc.).

2. Presentazione delle opinioni



Per capire più a fondo le diverse implicazioni di un fatto è opportuno evidenziare le varie opinioni che si possono avere su di esso. Le opinioni possono essere inserite all'interno dello svolgimento o alla fine: basta che sia sempre ben chiaro che si tratta di un commento, di cui è necessario chiarire la fonte, cioè la persona che lo formula. Un testo giornalistico può esporre l'opinione di chi scrive: è il caso di giornalisti prestigiosi i cui articoli si leggono proprio per sapere cosa l'autore pensa su quel determinato argomento. L'attitudine a vedere gli accadimenti da differenti punti di vista e di esprimere le proprie considerazioni e commenti personali dimostra senso critico e capacità di analisi. Se costruiamo un articolo su un evento storico, è necessario quindi riferire la fonte, cioè il documento da cui abbiamo tratto i diversi punti di vista critici e di cui si possono riportare le citazioni, che vanno sempre poste tra virgolette.

Fase 4. Scelta del titolo

Al titolo è affidato il compito di far capire immediatamente l'argomento trattato e di invogliare alla lettura dell'articolo: è quindi un elemento importante, a cui prestare molta attenzione. Per la sua evidenza grafica, il titolo balza subito agli occhi e deve quindi dare in breve l'idea di ciò che è contenuto nel testo.

Deve inoltre facilitare il lettore nella ricerca di una determinata notizia, per cui deve essere chiaro e accattivante allo stesso tempo, contenere tutte le informazioni necessarie per illustrare l'argomento, ma allo stesso tempo presentarle in modo originale e attraente. Deve essere, insomma, denotativo e connotativo.

Il titolo è in genere preceduto dall'occhiello e seguito dal catenaccio, che possono completare il contenuto informativo del titolo (luogo, personaggi coinvolti, arco di tempo ecc.). Sotto il titolo in genere vi è il sommario, formato da diverse righe, che ha il compito di chiarire l'argomento trattato, riportando in sintesi le informazioni più importanti contenute nell'articolo. La scelta del titolo viene fatta in genere ad articolo concluso, quando sono chiari tutti gli elementi presenti del testo, in modo da essere ben sicuri che il titolo corrisponda a ciò che si è scritto.

Per attirare l'attenzione del lettore, il titolo deve coinvolgerlo emotivamente. Ecco perché in molti casi gli articoli non si limitano a informare, ma cercano di stuzzicare l'interesse con frasi ad effetto, che fanno leva sugli stati d'animo del lettore. Si può così fare una distinzione tra titoli freddi, puramente informativi, e titoli caldi, che suscitano sentimenti ed emozioni. Tra i titoli caldi troviamo anche quelli cosiddetti «gridati», pensati cioè per fare sensazione, per incuriosire e attirare l'attenzione.



IL COMUNICATO STAMPA

(Da. A. Paone, *Chicchi e solchi. Obiettivi, strategie e mezzi per una comunicazione efficace nella Chiesa*, Ed paoline, 2011)

È lo strumento principe per la comunicazione con i *media*. E utilizzato per fornire i dati e le informazioni che si desidera divulgare. Tuttavia, affinché questo tipo di relazione funzioni nel modo appropriato, si devono seguire precise regole.

La struttura del testo

Il testo deve essere elaborato in funzione del messaggio, esplicito oppure implicito, contenuto all'interno della notizia, evitando accuratamente tutte le informazioni inutili. Deve contenere già all'inizio tutti i dati fon-

damentali per la notizia seguendo la regola del giornalismo americano delle 5W: *who, what, where, when, why* (chi, cosa, dove, quando e perché). La sintassi è tipica del giornalismo d'agenzia, quello cioè delle agenzie di stampa, tipo ANSA e AGI: soggetto, verbo, complemento oggetto, complementi di tempo e di luogo e infine gli altri complementi.

Il testo deve poter essere tagliato in qualsiasi punto senza perdere il suo significato originale. Vanno evitati i gerundi, specie in apertura, le frasi non devono essere più lunghe di due/tre righe, non devono esserci ripetizioni, cacofonie, ogni effetto buffo o sgradevole provocato dall'accostamento di parole o sillabe con suono uguale o simile. Al termine della stesura va quindi riletto il testo ad alta voce per verificare che ogni frase compiuta abbia un suono piacevole, evitando anche di spezzare parole in modo equivoco.

Fondamentali sono gli elementi di corredo al testo: il titolo, un sommarietto, delle foto con adeguate didascalie, eventuali allegati contenenti un approfondimento sul tema.

L'ABC DELL'ADDETTO STAMPA

Il giornalista, ricevendo molti comunicati stampa, non ha molto tempo per scegliere se dare voce o meno alla notizia. Nella stesura di un comunicato stampa vanno quindi osservate tre fondamentali regole affinché la notizia possa entrare a far parte di quelle scelte da chi ne controlla il flusso, scegliendo quelle da pubblicare e quelle da scartare. Una regola d'oro dell'addetto stampa è racchiusa nella comunissima sigla ABC, che equivale a:

- **Accuratezza.** Essere sicuri di ciò che si scrive: controllare le informazioni dalla fonte ufficiale, controllare le cifre, i dati, evitare errori di grammatica e di sintassi;
- **Brevità.** Concentrare il comunicato nel minor numero di parole, abolendo aggettivi e avverbi superflui e ogni altro tipo di involuzione della forma;
- **Chiarezza.** Parlare lo stesso linguaggio del lettore, ossia del giornalista, che a propria volta dovrà parlare quello dei suoi lettori: facilitarli il compito vorrà dire migliorare il nostro risultato. Ogni periodo deve contenere una sola idea; ogni frase deve avere un cc compiuto; devono esserci sequenze lineari e mate di soggetti, verbi e complementi.

È inoltre essenziale la firma di chi ha scritto il testo il quale responsabile delle informazioni divulgate e referente per eventuali sviluppi o contatti futuri. Si comprende come sia dunque necessario inserire e-mail personale, telefono dell'ufficio e cellulare.

I DESTINATARI DEL COMUNICATO STAMPA

Il comunicato deve essere indirizzato al giornalista che si occupa stabilmente del settore coinvolto nel tema: un comunicato stampa di un ente religioso non va inoltrato a un giornalista che si occupa di sport. Ciascun comunicato va indirizzato su target mirati di giornalisti. Ma nel caso in cui si tratti di notizie che superino l'ordinaria amministrazione, sarà necessario renderlo noto ai capo-servizio ed eventualmente al capo-redattore.

In ogni caso, è bene predisporre una *mailing list* di testate a cui il comunicato sarà inviato.

COME E QUANDO INVIARE IL COMUNICATO STAMPA

Ci sono alcuni casi in cui buona parte delle regole fin qui descritte può saltare. La forma, la musicalità, la grafica, possono essere trascurate a vantaggio della tempestività: devo conoscere dunque gli orari delle riunioni di redazione per inviare in modo tempestivo il mio comunicato stampa. In genere gli orari delle riunioni di redazione seguono il seguente schema:

- Nei quotidiani: riunione di redazione mattutina alle ore 11,30; riunione di redazione pomeridiana alle ore 16,00;
- nei settimanali: riunione di redazione il primo giorno lavorativo dopo l'uscita; riunione di redazione nel giorno che precede l'uscita.

ALTRI SUGGERIMENTI UTILI



Diocesi di Molfetta Ruvo Giovinazzo Terlizzi
Ufficio diocesano Comunicazioni Sociali
Piazza Giovane 4 - 70037 Molfetta Tel (fax) 080.3355088 – 349.2550963
www.diocesimolfetta.it comunicazionisociali@diocesimolfetta.it
MATERIALI PER IL LABORATORIO 2012/2013

a cura di Luigi Sparapano

Dato che i giornali si riservano sempre, oltre alla facoltà di pubblicare o meno il comunicato, quella di tagliarlo o modificarlo in funzione dello spazio disponibile e dell'effettivo interesse di tutti i suoi contenuti, è bene pensare i nostri testi anche in funzione di un lavoro di «taglia, copia e incolla».

Lo stile del comunicato deve quindi essere uno stile giornalistico, con costruzioni sintattiche semplici, periodi brevi e autosufficienti rispetto ai contenuti, un linguaggio chiaro ed essenziale, facilmente comprensibile ai destinatari.

Utile esempio sono i « lanci di agenzia » su: www.ansa.it, oppure su: www.agi.it, o i comunicati dell'**ufficio comunicazioni sociali della diocesi** (è possibile riceverli iscrivendosi all'albo diocesano dei comunicatori sociali, disponibile su www.diocesimolfetta.it).