Stile e struttura di un articolo

a cura di Alessandro Bongiorno

Lo stile: semplicità e chiarezza

Scrivere in modo semplice e lineare evitando periodi con troppe subordinate. Evitare fasi troppo lunghe, l'uso di aggettivi o avverbi che il più delle volte non aggiungono nulla al testo e anzi talvolta sottraggono particolari importanti (temperatura “polare” mi dice meno rispetto a “temperatura di sette gradi sotto zero”). Semplicità non vuol dire vaghezza o sciatteria. Si può arricchire un pezzo con tanti particolari di facile e immediata comprensione. Quando è necessario utilizzare un termine tecnico occorre comunque spiegarne il significato nel contesto dell'articolo. Politici, medici, giuristi, forze dell'ordine, burocrati hanno ognuno un loro linguaggio. Il giornalista ne ha uno solo anche quando deve occuparsi di medicina, giudiziaria, cronaca nera, politica, sindacale: il linguaggio della chiarezza. Semplificare la costruzione del periodo. Più le frasi sono brevi (ci sono direttori che, sino a qualche tempo fa, imponevano periodi con soggetto, verbo e complemento), più l’articolo risulta scorrevole e facile da leggere. Le eccessive subordinate, le parole di difficile comprensione, l’uso di aggettivi e avverbi complicano invece la lettura. Quando scriviamo, poniamoci nei panni di chi deve leggere. Scriviamo per aiutare il lettore a capire qualcosa in più del mondo che lo circonda, non per confondergli le idee con paroloni altisonanti o con frasi vuote di significato. Un linguaggio oscuro è il linguaggio di chi ha qualcosa da celare, non ha le idee chiare o vuole sviare l’attenzione. Il giornalista deve avere prima le idee chiare su cosa vuole scrivere (la fase che precede la scrittura dell’articolo è la più importante) e poi scriverla in modo chiaro e comprensibile a tutti. Il direttore di un grande giornale dice che l’articolo deve essere comprensibile alla sorella della zia di sua nonna. Se lo avrà capito lei, anche il fisico nucleare lo avrà compreso. In caso contrario, il giornale avrà perso una buona fetta dei suoi lettori. È molto facile scrivere difficile, è molto più difficile il contrario. Bisogna, però, provarci e riprovarci. Lo stesso problema lo incontrano gli insegnanti quando devono spiegare agli studenti concetti che loro hanno magari molto chiari, ma che i ragazzi considerano astratti o i sacerdoti quando, durante l’omelia, si trovano davanti il mistero della Trinità.
Il linguaggio più vicino a essere compreso è quello parlato. Nessuno, sull’autobus, oblitera il biglietto (i più educati, al massimo, lo timbrano). Nessuno “si porta” in un determinato posto, ma molti lo “raggiungono” comunque. Purtroppo, anche i giornali più prestigiosi, spesso cadono nei tranelli del “complicatese”. Si legge, allora, “diramare una smentita” (e non “smentire”), “darsi alla fuga” (e non “fuggire”), “far fuoco” (e non “sparare”), “opporre un rifiuto” o peggio un “diniego” (e non “rifiutare”), “rassegnare le dimissioni” (e non “dimettersi”), “prendere in esame” (e non “esaminare”), “rilasciare una dichiarazione” (“dichiarare”), “sede stradale” (“strada”), “rendere visita” (e non “visitare”).

La struttura dell’articolo

Il servizio deve seguire un ordine logico in modo da facilitarne la lettura. A chi si occupa di cronaca, suggerisco di preparare prima una scaletta con le cinque “W”,

ovvero le cinque domande che aiutano a scrivere una notizia: who (chi), where (dove), when (quando), what (che cosa), why (perché). Attorno alle risposte a queste domande si può costruire il pezzo, rispondendo magari a una sesta domanda (come?) che non è compresa nella regola delle 5 “W”.
Cosa privilegiare tra le cinque “W”? Di sicuro, l’elemento che più è in grado di catturare l’attenzione del lettore e suscitare il suo interesse. Se nevica, a dicembre, a Cortina d’Ampezzo non è una notizia di particolare interesse. Se, però, nevica nel deserto del Sahara, a colpire non è il cosa (la nevicata) o il quando (a dicembre), ma il dove: il deserto del Sahara. Lo stesso se nevica a ferragosto: non importa dove nevichi, ma quando nevichi (in piena estate).
La parte più importante di un articolo è il primo periodo. È detto “lead” o “attacco” o “cappello”. Deve catturare l’attenzione del lettore e convincerlo a leggere tutto il resto. Occorre trovare un particolare suggestivo, ogni volta diverso l’uno dall’altro. Sino a qualche tempo fa, gli articoli iniziavano tutti allo stesso modo: “Tragico incidente stradale”, “Brillante operazione della Polizia”, “Audace rapina in banca” e tutti gli incidenti erano “tragici”, tutte le operazioni “brillanti”, tutte le rapine “audaci”. Il lead più bello ed efficace coincide, forse, con la terzina più famosa della letteratura mondiale: Nel mezzo del cammin di nostra vita/ mi ritrovai per una selva oscura/ ché la dritta vita era smarrita. Dante ha usato le regola delle cinque “W”. Il suo è un attacco decisamente migliore rispetto a “Ora vi racconto cosa ho visto all’Inferno, al Purgatorio e al Paradiso”. Non è necessario che le cinque “W” siano nell’attacco del pezzo. L’importante è stimolare l’attenzione del lettore, cercando l’elemento (il personaggio, il particolare, il quesito irrisolto, la dichiarazione di grande presa, la curiosità, persino la provocazione) che può indurre chi legge a soffermarsi sino alla fine del pezzo.
Oggi l’informazione su web e il “copia e incolla” tendono, purtroppo, a omologare. Basta digitare su “Google news” le parole “Fiat” con “Chrisler” perché vi ritroviate con una risposta del tipo “4526 news come questa”. Sono 4526 blogger che hanno copiato e incollato sul proprio spazio web una notizia scritta da altri. Questo non è giornalismo e non è neanche quella democrazia che internet promette. Il giornalista personalizza il proprio pezzo, guarda a quel determinato fatto con i propri occhi, le proprie emozioni, i propri valori e, soprattutto, li offre ai propri lettori (non c’è dubbio che la fascia dei lettori della Gazzetta dello sport è diversa da quella del Sole 24 o di Novella 2000).
Questa struttura è valida, soprattutto, per la carta stampata. Alla radio o in tv, la notizia si riduce a quattro-cinque righe (altrimenti la gente cambia canale) che devono condensare, a volte, ciò che sul giornale occupa mezza pagina.

Le trappole più frequenti
L'orribile uso del verbo “fare”. È un verbo scorciatoia che rende banale un periodo. C'è sempre un verbo più adatto da poter usare. “Fare un risotto” (“Preparare o cucinare un risotto”), “Fare un gol” (“Realizzare o segnare un gol”), “Fare buona impressione” (“Destare buona impressione”), “Fare un passo avanti” (“Compiere un passo avanti”), “fare un articolo” (“Scrivere o redigere un articolo”), “Fare un esame” (“Sostenere o affrontare un esame”), “Fare un ricorso” (“Presentare un ricorso o ricorrere”), “Fare attenzione” (“Prestare attenzione”), “Fare una foto” (“Scattare una foto o fotografare”), “Fare un errore” (“Commettere un errore”).

Parole straniere. Quando è possibile preferire le parole italiane a quelle straniere.
Maiuscole-minuscole. L'uso della maiuscola va riservato solo ai nomi propri. Spesso si esagera con l'uso delle maiuscole, commettendo almeno due errori: uno grammaticale (la maiuscola non va usata per i nomi comuni, ma per i nomi propri) e l'altra di forma: perché il Sindaco ha incontrato gli studenti? Il sindaco (scritto in maiuscolo) ha più dignità degli studenti? Io ritengo che sindaco e studenti abbiano pari dignità e li scrivo entrambi come vuole la grammatica italiana: con le iniziali minuscole.
Numeri. Non c'è una regola precisa. L'unica che può guidarci e sempre la semplicità nella lettura e nella comprensione. In linea di massima, credo che si possa scrivere sino a dodici a parola, oltre a numero. Semplificare quanto più possibile le cifre complesse. L'obiettivo è – ricordiamolo sempre – quello di aiutare il lettore nella comprensione del testo. Un milione e 800 mila è più facile da leggere rispetto a 1800000 (qualcuno potrebbe confondersi con i troppi zeri). Scrivere un milione o un miliardo è di più immediata comprensione rispetto a 1000000 o 1000000000.
Sigle. Limitare quanto più possibile l'uso delle sigle e le abbreviazioni. Nel caso di nomi di partiti o di sindacati o di altre sigle va in maiuscolo solo la prima lettera (il Pdl, il Pd, l'Udc). Specificare sempre almeno una volta nel pezzo il significato delle sigle (non tutti sanno che rsu sta per rappresentanze sindacali unitarie e qualcuno potrebbe anche pensare ai rifiuti solidi urbani). Questo accorgimento aiuterà anche a "sburocratizzare" i nostri pezzi (scriviamo articoli e non resoconti stenografici o verbali d'assemblea): evitare assolutamente espressioni tipo l'assessore ai LlPp (molto meglio l'assessore ai lavori pubblici) o peggio ancora l'assessore "al ramo" (?). Meglio decreto legge (solo gli avvocati o i politici capirebbero il senso di dl) o Gazzetta ufficiale (rispetto a Gu).
Abbreviazioni. Tutte le parole vanno scritte per esteso. Evitare avv., ing., prof., on., mons., Utilizzare il titolo professionale solo quando la professione è attinente con l'attività cui si fa riferimento nel pezzo. Esempi: Giovanni Rossi era difeso dall'avvocato Andrea Bianchi. Da evitare: "Sindaco è stato eletto l'avvocato Andrea Bianchi" (la professione e il ruolo di sindaco non hanno nulla in comune. Non scriveremmo mai: "Sindaco è stato eletto l'idraulico Giorgio Verdi" o, peggio ancora, volendo abbreviare, l'idr. Giorgio Verdi). È corretto scrivere "Il progetto è stato redatto dall'ingegnere Giovanni Rossi" perché Giovanni Rossi ha firmato il progetto in quanto ingegnere.
Avverbi in mente. Per rendere più scorrevole la lettura si consiglia di evitare le parole lunghe e tra queste gli avverbi in mente. Anziché tempestivamente, scrivere in modo tempestivo: anziché precipitosamente, usare con precipitazione.
Discorso diretto. L'inciso va posto all'inizio del periodo. Esempio: («Sono disponibile – dichiara Pinco Pallino – ad assumere nuove responsabilità» (Da evitare: «Sono disponibile ad assumere nuove responsabilità – dichiara Pinco Pallino –»). Al posto del verbo "dichiarare" si possono utilizzare verbi più specifici: spiegare, sostenere, controbattere, semplificare, riferire, annunciare, ammettere.