

Lezione 3

Il giornale quotidiano

# L' articolo di cronaca



## 5 W e un'H.

Molti giornalisti si attengono alla cosiddetta regola delle **5W**, alle quali a volte si aggiunge un'**H**. Essa fa riferimento alle iniziali delle sei parole inglesi che indicano il tipo di informazione che un articolo deve contenere per essere chiaro ed **esauriente**.

*Esauriente = approfondito e completo*

**WHAT?** Che cosa? Che cosa è avvenuto? Qual è l'avvenimento?

**WHO?** Chi? Di chi si parla?

**WHEN?** Quando? Quando è accaduto il fatto?

**WHERE?** Dove? Dove si è verificato il fatto?

**WHY?** Perché? Quali sono le ragioni per cui è capitato il fatto?

**HOW?** Come? Come è avvenuto il fatto?

Il giornalista Vittorio Roidi ha spiegato così l'origine della regola:

«**La regola delle 5 W** non fu creata per far vorire il lettore e la sua probabile voglia di cogliere immediatamente il cuore della notizia. **Nacque, invece, in seguito alla scoperta del telegrafo.**

Per un giornalista la trasmissione dell'articolo era ed è sempre stata fonte di ansia. Non riuscire a farlo giungere al giornale è affare spiacevole, talvolta drammatico [...]. Il giornale sta per uscire e quel pezzo semplicemente non ci sarà, non sarà stato stampato.

Una sensazione dolorosa, un insuccesso, che il telegrafo contribuì a evitare. Di fronte allo strumento di comunicazione a distanza i giornalisti si resero conto che dovevano scrivere diversamente, capirono che conveniva fornire «in testa» al pezzo *quelle* cinque risposte. Così facendo, infatti, il giornale avrebbe ricevuto e pubblicato quanto meno il succo della notizia: una volta che il tasto del telegrafo avesse battuto quelle prime righe – grazie ai punti e agli spazi dell'alfabeto Morse – il più era fatto. Ecco la ragione delle cinque W.

In seguito, molti ritennero che una simile tecnica favorisse anche le esigenze del lettore, che desidera conoscere subito l'essenziale, per decidere se proseguire e arrivare in fondo all'articolo. I maestri stabilirono che quella era la regola base dello scrivere giornalistico».

Vittorio Roidi, *La fabbrica delle notizie*, Laterza

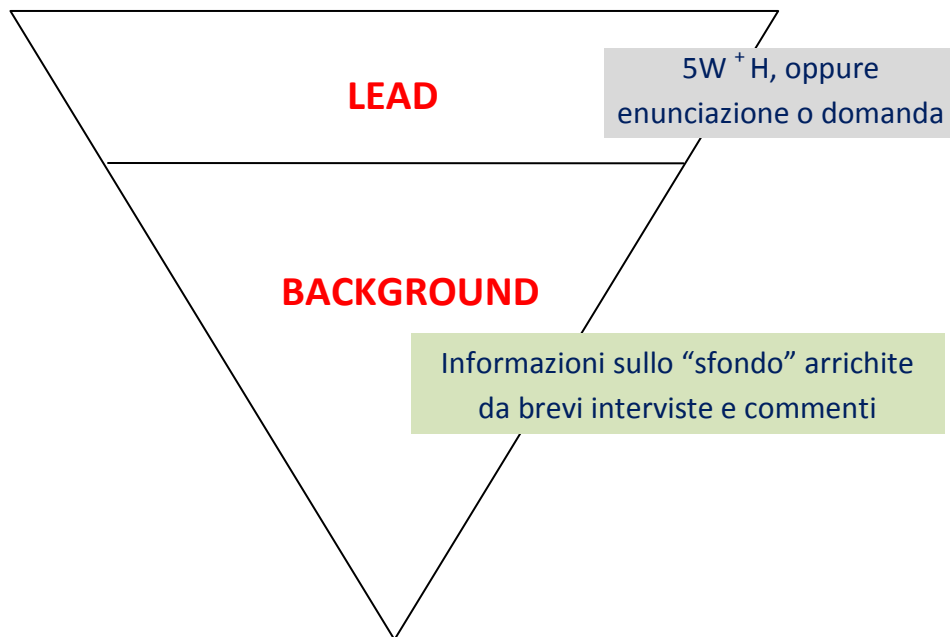
## Il lead e la piramide capovolta

Gli articoli sono generalmente scritti "a blocchi". Il primo blocco si chiama **lead** (da *to lead*, incominciare) ma anche *cappello*, *attacco*, *incipit*. Esso ha la funzione di introdurre il lettore all'interno dell'articolo e di invitarlo a proseguire nella lettura. Il lead dovrebbe contenere, in modo chiaro e conciso, le 5 W e l' H. I blocchi successivi, chiamati a volte complessivamente **background** (sfondo), servono a integrare il lead fornendo informazioni sullo sfondo in cui collocare la vicenda insieme a brevi interviste e commenti.

La struttura a blocchi serve a facilitare i tagli, spesso necessari per ragioni di spazio. Diventa così facile accorciare o allungare un pezzo, eliminando uno dei blocchi secondari.

Non sempre però il lead fornisce le 5W e l'H, specialmente se esse sono state già date nel titolo e nei richiami che accompagnano l'articolo. A volte esso può perciò essere costituito da una **enunciazione** o da un **interrogativo**.

La costruzione “a blocchi” implica quindi che le informazioni più rilevanti vengano date subito, nel *lead* o addirittura nel titolo, e che quelle meno rilevanti (ipotesi, testimonianze, dettagli) vengano spinte in basso. Questa struttura viene chiamata in genere “**a piramide capovolta**” o “**a piramide rovesciata**”. Se dovessimo fare un paragone potremmo dire che – in base alla regola della piramide capovolta – un articolo racconta il film cominciando dal finale.



Nella pagine successive, l'analisi di un articolo tratto da “La Stampa” (13 novembre 2005).



VAL BREMBANA UN COMUNE VUOLE TAGLIARE LA CIMA DI UN COLLE PER AVERE PIÙ SOLE DURANTE L'INVERNO

→ occhiello

## La montagna fa ombra, abbassiamola

→ titolo

Il sindaco: «Abbiamo già fatto l'indagine geologica, 20-25 metri dovrebbero bastare»

→ sommario

Disinvolti quelli della Val Brembana: la montagna e la pelliccia di boschi che la ricoprono d'inverno fanno troppa ombra al paese? Procediamo pure con ruspe e motoseghe, la abbassiamo e via, tagliamo la punta e il problema è risolto. Succede in provincia di Bergamo, nel Comune di Sedrina, paese costruito secoli fa sul lato meno illuminato della valle: come da tradizione, le coltivazioni e i pascoli sono rimasti nelle zone più bacciate dal sole, così dall'autunno alla primavera il paese resta lunghi giorni all'ombra. E i sedrinesi, soprannominati – non è difficile capire perché – «i brinati», dicono di patire «gelo persistente, forte umidità, strade scivolose e ghiacciate», e di consumare un'irradiddio per il riscaldamento e l'elettricità.

→ chi

→ cosa e come dove

} lead

} background

Il Comune ha così deciso di rimediare: ha chiesto a una società che estrae la marna di spostare gli scavi più a Nord in modo da abbassare la cima del colle di quei 20-25 metri sufficienti a lasciar filtrare il sole. «Stiamo portando avanti la variante del progetto e lo studio di fattibilità da presentare in Regione – ha detto il sindaco Agostino Lenisa –. Abbiamo già effettuato l'indagine geologica e nel giro di un anno confidiamo di poter presentare la domanda. Da quel momento in avanti i tempi di inizio dei lavori non sono ancora prevedibili, ma la sommità del colle verrebbe abbassata di circa 25 metri di cui 8-10 di vegetazione».

} intervista

I problemi della montagna sono reali, per carità, e a nessuno piace rimanere troppo al freddo e al buio. Ed è ben vero che le montagne purtroppo si bucano, si rettificano, si spianano per risparmiare qualche ora di viaggio e far lavorare le nostre imprese. È il progresso, bellezza.

} commento

Ma – in attesa di sapere quante ore di sole guadagnerà Sedrina – quello che lascia più perplessi, nel caso in cui il progetto andasse a termine, è perché loro sì e altri paesi no. In un caso del genere (nel Comune di Viganella, sulle Alpi dell'Osola), hanno pensato di piazzare uno specchio sul versante opposto della valle, che nei giorni del black out rifletterà la luce del sole su 40 metri quadrati della piazza comunale. Esistono centinaia di frazioni, nelle Alpi e sugli Appennini, che d'inverno vedono il sole col contagocce. Zone pur meravigliose, anche in Piemonte, dove il «sole d'inverno sale ogni giorno di un'orma di gallo», cioè di niente. Zone come la valle di Blins, che al dio sole (Blins, Belenus, il dio dei celti) hanno consacrato il nome, e che da secoli incidono con nostalgia l'astro nel legno, nella pietra, in attesa di vederlo tornare e festeggiarlo il 2 febbraio, giorno della Candelora, festa della luce.

} background = informazioni su situazioni analoghe

In un territorio «sensibile» come quello alpino, che la Commissione Europea ha recentemente segnalato come il più martoriato d'Italia (delle dieci procedure di infrazione aperte contro di noi per violazioni della normativa ambientale sei riguardano le nostre montagne per via di inceneritori, impianti di sci, centrali idroelettriche e così via), il minimo che si possa prevedere è un panorama di altipiani e vette smozzicate. In fondo un posto al sole tutti hanno diritto ad averlo, o no?

} background

→ finale ironico

Carlo Grande

“La Stampa”, 3/11/2005



## I principali tipi di articolo

Presentiamo i principali tipi di articolo giornalistico e le loro caratteristiche.

- **Articolo di cronaca.** È un testo **narrativo-descrittivo** su un **fatto di attualità**. Lo scopo è quello di informare il lettore sull'accaduto **in modo oggettivo** (senza aggiunta di un commento o di valutazioni personali). Per scrivere una cronaca è necessario porsi sei domande (5 W + H, vedi p. 231). Il lessico è piano e preciso, la sintassi lineare, costituita prevalentemente da coordinate, non impreziosita da figure retoriche o ricercatezze stilistiche.
- **Articolo di opinione.** È un testo di carattere **argomentativo**, perché ruota attorno a una **tesi**. L'articolo di opinione per eccellenza è l'editoriale o l'articolo di fondo di un quotidiano, in cui il direttore della testata o un collaboratore illustre esprime il proprio punto di vista su una **notizia** di primo piano, chiarendo così l'orientamento del giornale. L'elemento che caratterizza questo tipo di articolo è la **notizia da cui prende spunto il giornalista**. Il linguaggio è chiaro e accessibile; il lessico è per lo più curato e la sintassi alquanto articolata.
- **Articolo culturale.** Affronta contenuti specialistici con un taglio divulgativo e con uno stile prevalentemente **espositivo** e in parte **argomentativo**. Il lessico e la sintassi variano leggermente passando dallo stile espositivo, più asciutto, a quello argomentativo, caratterizzato da un lessico più ricercato e da una maggiore complessità sintattica. Lo stile è simile a quello del saggio breve: linguaggio chiaro e accessibile, non privo, se necessario, di termini tecnici e settoriali.
- **Articolo specialistico.** È un tipo di articolo pubblicato soltanto in riviste specialistiche. Ha carattere prevalentemente **espositivo** e un taglio spiccatamente **tecnico** poiché è indirizzato a lettori esperti e competenti in un particolare ambito (scientifico, letterario, musicale, politico, filosofico). Il linguaggio fa largo uso di termini tecnici (linguaggi settoriali).
- **Intervista.** È un particolare tipo di articolo strutturato attraverso un'alternanza di domande (espresse dal giornalista-intervistatore) e risposte (date dalla persona intervistata). Vi si intrecciano parti **espositive, argomentative, descrittive**. Le domande devono essere brevi e poste in una successione che delinea lo sviluppo logico-consequenziale dell'argomento e del discorso secondo lo schema: premessa, svolgimento, conclusione. Le domande possono essere oggettive oppure esprimere il punto di vista dell'intervistatore.
- **Recensione.** È un testo che ha lo scopo di informare il lettore su un determinato evento (una mostra, uno spettacolo teatrale, un film) o un prodotto (per esempio un libro, un CD musicale) e di fornirne una valutazione. Impiega tre diverse forme di scrittura: **descrittiva**, per illustrare alcuni aspetti di un evento o di un prodotto; **espositivo-narrativa**, per presentare una vicenda, o una trama; **argomentativa**, per formulare un giudizio ed esprimere una valutazione critica.