

Agesci • Specialità e Brevetti n. 15

Animazione Giornalistica



INSERTO di SCOUT AVVENTURA n.2 di MARZO 2004

a cura della redazione di SCOUT Avventura • scout.avventura@agesci.it



Coordinamento editoriale:
 Giorgio Cusma
 Progetto grafico e Impaginazione:
 Technograph - TS
 Testi di:

Stefano Garzaro
 Damiano Marino
 Isabella Samà

Disegni di:

Riccardo Francaviglia
 Stefano Sandri
 Paolo Vanzini
 Jean Claudio Vinci



Il brevetto di animazione giornalistica

di Stefano Garzaro

Il terribile scrittore austriaco Karl Kraus diceva: «Non avere un'idea e saperla esprimere; è questo che fa di uno un giornalista».

È vero, la categoria dei giornalisti non gode di buona fama: gentaglia sempre pronta a inventare notizie pur di far vendere il proprio giornale, abile a dar colore soltanto agli aspetti mal-sani, scandalistici, truculenti. Eppure il giornalismo è un gran bel mestiere, che permette non solo di esprimere opinioni – ammesso che se ne abbiano e che

siano valide – ma soprattutto di dare voce a chi non ha modo di esprimersi: pensiamo ai giornalisti che si buttano in inchieste a favore

delle popolazioni del sud del mondo minacciate dagli interessi economici di potenti gruppi finanziari, a chi rischia la vita per smascherare i traffici di armi, a chi difende le foreste

dalla distruzione con coraggiosi reportage fotografici, o soltanto a chi si batte per evitare che il parco giochi del quartiere venga spazzato via da un asfalstatissimo parcheggio. Ne siamo certi: non bastano quei pochi traditori della correttezza e della verità a distruggere questo entusiasmante mestiere.

Anche nello scoutismo, il giornalismo va trattato con serietà, spirito d'avventura e soprattutto con competenza: un giornalino dai contenuti frizzanti, esposti con chiarezza, è il fiore all'occhiello del Reparto, e forse anche del Gruppo.

In molti quotidiani, nelle redazioni televisive e nelle case editrici, oggi vi sono parecchi personaggi che sono stati scout e che hanno fatto gavetta proprio con il giornale del loro Reparto. Così come nelle riviste scout vi sono giornalisti che non hanno nulla da invidiare a colleghi di testate famose. La formula per essere buoni giornalisti è composta da chiarezza di idee, da orecchi e occhi aperti per captare ciò che non tutti sentono o vedono, da una competenza che non

cessa mai di crescere e, soprattutto, dal saper domare con abilità almeno la lingua italiana.

Ma, prima di entrare nei dettagli tecnici, una domanda: vogliamo co-

struire un giornale soltanto per il gusto di mettere in mostra la nostra bella faccia (e qui è sufficiente un unico idiota), oppure perché ci piace raccogliere la voce di una

piccola comunità, qual è il nostro Reparto, per farlo crescere?

La risposta, è ovvio, l'avete già data, e non è quella sbagliata.

Come si conquista la specialità di Redattore

Devi conoscere:

Le basi della teoria delle comunicazioni, le varie tipologie di media e le loro differenti modalità comunicative; le parti in cui è suddiviso il giornale (copertina, prima pagina, sommario, editoriale ecc.); i ruoli che ci sono nella redazione (redattore, disegnatore, correttore di bozze, segretario di redazione ecc.); le fasi di lavorazione del giornale (piano redazionale, progetto grafico, cucina redazionale ecc.); le tecniche giornalistiche (l'articolo, l'intervista, l'inchiesta, il reportage, la cronaca).

Devi saper fare:

Scrivere un articolo (raccolgere notizie dalle fonti, escogitare il titolo, l'attacco, il finale, dare un'informazione chiara, completa e attendibile ecc.). Condurre un'intervista (stilare la scaletta delle domande, formulare domande appropriate e chiare ecc.). Impostare un'inchiesta (approfondire un argomento, prendere contatto con le fonti della notizia ecc.). Essere in grado di valutare criticamente una notizia, confrontandone le versioni date da vari media.

Il Brevetto di Animazione giornalistica

Le specialità che concorrono a formare il Brevetto di Animazione Giornalistica sono: amico del quartiere, corrispondente, corrispondente radio, esperantista, europeista, folclorista, fotografo, guida, interprete, informatico, osservatore, redattore, stenografo.

Per ottenere la competenza occorre:

- Aver sviluppato senso critico rispetto all'obiettività della comunicazione giornalistica.
- Aver utilizzato in modo approfondito i linguaggi giornalistici come la scrittura, la fotografia e le riprese televisive.
- Scrivere correttamente e in buon italiano.
- Conoscere e aver sperimentato l'organizzazione di un giornale, sapendo preparare un timone, un menabò, reperire le immagini a corredo di un articolo.
- Coordinare il lavoro di una redazione e dare indicazioni a chi si occupa di grafica rispetto ai disegni e alle illustrazioni.
- Conoscere almeno un programma di videoscrittura o di impaginazione elettronica.
- Aver organizzato un lavoro di inchiesta o un reportage su argomenti di interesse generale.
- Aver coordinato e gestito un giornalino (di Squadriglia o di Reparto).
- Aver predisposto un giornale murale (al campo o in sede).
- Aver impostato i testi e le immagini per un sito web di informazione.



La Redazione, il cuore del giornale

di Stefano Garzaro

Costruire un giornale è un gioco di squadra (o di Squadriglia). Occorrono un direttore, una redazione e dei corrispondenti.

Il **direttore** è un organizzatore che si comporta in modo altamente democratico.

La **redazione** è composta da persone che scrivono, disegnano, fotografano, procurano immagini, impaginano, correggono le bozze (e che magari anche diffondono o vendono il giornale). Gli "inviati" non sono altro che redattori che eseguono un compito speciale, stabilito dalla redazione.

I **corrispondenti**, pur non facendo parte della

redazione, procurano notizie, informazioni, materiali da un punto fisso di osservazione, come una località, un gruppo, un'istituzione.

La redazione non scrive ciò che capita, mettendo in pentola gli avanzi del mercato, tanto per riempire le pagine. Il giornale infatti richiede un **progetto**: la redazione discute e decide i temi principali di cui si vuol parlare per un periodo lungo (un anno o più), quei temi cioè che caratterizzano la **linea** secondo cui il giornale si distingue da tutti gli altri.

Ogni numero va poi programmato, stabilendo quali articoli inserire (chi li scrive, entro

quando, e quanto lunghi), l'ordine di importanza, il tipo di illustrazioni. Per far ciò esiste uno strumento comodo, il **timone**. Si tratta di uno schema che riduce tutte le pagine del numero a miniature, cioè a caselline da riempire con il titolo degli articoli e altri appunti essenziali; con vari colori si possono marcare le fasi di lavoro; ad esempio, in rosso quando l'articolo deve ancora essere scritto, in giallo quando viene redazionato e corretto, in verde quando è impaginato, in blu quando è pronto per la stampa. Ma ogni redazione può organizzare il timone come più le piace.



Timone per AVVENTURA 2004/ n°2

IN ROSSO I PEZZI DA RICEVERE

IN GIALLO QUELLI RICEVUTI

IN VERDE QUELLI PRONTI

1. COPERTINA	2. Colophon e sommario	3. editoriale	4. significato uscita	5. ha lasciato un segno: don Serra	6. ha lasciato un segno: don Serra	7. commento alcune uscite	8. alcune uscite	9. alcune uscite	10. alcune uscite	11. alcune uscite
12. Avventura nel tempo	13. inserto animazione giornalistica	14. inserto animazione giornalistica	15. inserto animazione giornalistica	16. inserto animazione giornalistica	17. inserto animazione giornalistica	18. inserto animazione giornalistica	19. inserto animazione giornalistica	20. inserto animazione giornalistica	21. inserto animazione giornalistica	22. inserto animazione giornalistica
14. Avventura nel tempo	15. Avventura nel tempo	16. inizi scoutismo	17. campi verso competenza	18. campi verso competenza	19. campi nautici	20. giochi x riunioni	21. cielo di maggio	22. cielo di giugno	23. posta per voi	24. Calmani COPERTINA ULTIMA

INSERTO ANIMAZIONE GIORNALISTICA

1. INS 1 copertina	2. INS 2 introduzione	3. INS 3 introduzione	4. INS 4 realizzare giornale	5. INS 5 realizzare giornale	6. INS 6 realizzare giornale	7. INS 7 realizzare giornale	8. INS 8 realizzare giornale
9. INS 9 struttura	10. INS 10 trovare notizie	11. INS 11 intervista	12. INS 12 intervista	13. INS 13 intervista	14. INS 14 impaginazione	15. INS 15 impaginazione	16. INS 16 impaginazione



attività

Come si scrive un articolo

di Stefano Garzaro

Se proprio non riesci a trattenerti, allora scrivi

Quando scrivi un articolo, ricorda che la carta su cui vengono stampate le tue parole comporta l'abbattimento di qualche albero (o almeno di qualche ramo). Scrivi allora soltanto quando hai qualcosa di importante da dire.

Scrivi soltanto cose che hai controllato. Evita il sentito dire, il pettegolezzo. È molto rischioso pubblicare fantasie, specie se si tratta di fatti personali, perché potresti causare imbarazzi, difficoltà di rapporti personali, disastri psicologici. Senza dimenticare che nei casi peggiori potrebbe mettersi di mezzo anche il giudice.

Tre fasi, con l'esca

L'attacco. Cattura il lettore con le prime tre righe, per costringerlo ad andare fino in fondo: «Non era una vera bomba quella che stava per esplodere al Consiglio Capi di quel giovedì sera, ma tutti potevano annusare l'odore dell'esplosivo. Ciò che stava per rivelare il Caposquadriglia delle Volpi... ».

Il racconto. Una cronaca, o anche l'esposizione di

un'idea, si leggono meglio se hanno la forma di un racconto. Sfrutta le immagini figurate (le metafore): il linguaggio con la cravatta grigia umilia la creatività di chi legge (questo è già un tentativo di immagine).

Precisa subito l'argomento. Che cosa è accaduto? Chi sono i protagonisti? Che cosa hanno detto o fatto? Dove? Quando? Come? Perché?

Usa brevi proposizioni principali coordinate. Riduci al minimo le parentesi, gli incisi, le digressioni, le subordinate che ramificano.

La chiusura. Quando hai finito, riassumi in due righe il tuo pensiero. La chiusura deve essere scoppiettante come l'inizio. Una bella battuta in chiusura, che magari riprende l'idea iniziale, lascerà soddisfatto il lettore che si ricorderà di ciò che hai scritto.

Un po' di amore anche per la forma

Dopo aver scritto, leggi e rileggi eliminando senza pietà ogni frase doppia, ogni parola non strettamente indispensabile: «Personal-

mente io sono convinto che lo scautismo sia utile perché...» può diventare «Lo scautismo è utile perché...». Tagliarsi da sé non è farsi male, ma è evitare che altri siano portati a farcene. Sopprimi termini o frasi sciocamente di moda come *il problema è, come dire, un attimino, piuttosto di, in teoria, a livello* e tante altre. Abolisci più che puoi *i punti esclamativi (specie quelli doppi e tripli), i puntini di sospensione, i corsivi-grassetti-sottolineati superflui, le sigle puntate*: rallentano la lettura.

Nelle interviste non riportare pari pari il linguaggio chiacchierato, ma taglia e cuci sveltendo e vivacizzando. Ricorda di sottoporre il testo rielaborato a chi ha concesso l'intervista, per controllare di non averne capito male il pensiero. Lo scautismo ha il vizio di esprimersi in gergo. Ciò può andar bene se prepari un giornalino che non esce dal tuo Reparto. Se spera invece in una diffusione più larga, scrivi cercando di farti capire da tutti. Per quanto possibile, elimina le sigle scrivendo per esteso *Csq., Con.Ca,*

pp, pe, pu, puah: ti sentirai più umano.

Quando firmi l'articolo, infine, metti sempre prima il nome e poi il cognome.

Se sei traballante con l'italiano, spegni il televisore e con pazienza comincia a leggere.

Maschio o femmina? Tutti e due

Antiche abitudini storiche hanno fatto prevalere nella scrittura il genere maschile.

Un piccolo sforzo può ristabilire un po' d'uguaglianza.

Scrivi allora: i ragazzi e le ragazze, gli Esploratori e le Guide, gli uomini e le donne. Dire «gli uomini che popolano la Terra» è molto triste: e tutte le donne dove sono andate? Se proprio non vuoi usare il doppio termine, scrivi almeno "persona". È un'accortezza

che non ti impegna granché, ma che crea nei lettori – specie nelle lettrici – un senso di partecipazione più vivo, oltre che di uguaglianza. Potrai dire che così allunghi il testo; è vero, ma taglia piuttosto altre parti, ad esempio le tue sbrodolature.

La redazione e la correzione delle bozze

Il lavoro di paziente giardinaggio che hai compiuto sul testo – cioè tutto ciò che sta scritto sopra – si chiama **redazione**.

Ripulito l'articolo, è tempo di passarlo alla **correzione delle bozze**. Non farlo tu (perché ormai l'articolo ti esce dalle orecchie), ma affidalo a occhi diversi dai tuoi.

Il correttore di bozze controlla che non vi siano

errori di ortografia, di sintassi, di sillabazione, o parole ripetute troppo vicine. È attento alle concordanze di genere e numero (per questi casi non ci si può fidare del correttore automatico del computer), alla grafia dei nomi di persona o geografici, ai termini tecnici, alle date storiche, alle parole straniere (pochissime, si spera). Gli angeli custodi del correttore di bozze sono i dizionari e un'enciclopedia tascabile. Il nostro personaggio mette poi una cura particolare nello scoprire svarioni nei titoli, nella numerazione delle pagine, nei titoletti di testatina. Sei sicuro, infine, che la data del giornale sia giusta, e non sia rimasta quella del numero precedente?

SEI PICCOLE REGOLE PER SCRIVERE UN ARTICOLO

George Orwell, scrittore ma soprattutto gran giornalista, inventò sei regole per un buon articolo:

- 1. Non usate mai una metafora, una similitudine o un modo di dire che siete abituati a vedere stampato.**
- 2. Non usate mai una parola lunga quando potete usarne una corta.**
- 3. Se è possibile eliminare una parola, eliminatela sempre.**
- 4. Non usate mai la forma passiva quando potete usare quella attiva.**
- 5. Non usate mai frasi straniere, né parole scientifiche o di gergo, quando potete pensare a un equivalente usuale nella lingua in cui scrivete.**
- 6. Trasgredite anche tutte e cinque le regole precedenti, piuttosto che scrivere qualcosa di assolutamente barbaro.**



Caratteri e corpi

a cura di Stefano Garzaro

La storia dei caratteri tipografici (cioè le diverse forme che assumono le lettere dell'alfabeto, i numeri e gli altri segni) è densissima, e ti invitiamo a scoprirla da te. Possiamo però dire che i caratteri si dividono in due grandi famiglie:

1. **graziati**, cioè con i ricciolini alle estremità (le cosiddette "grazie"), come ad esempio **Times**, **Garamond**, **Palatino**
2. oppure **bastoni**, cioè lineari, come **Arial**, **Futura**, **Comic Sans**

L'altezza del carattere si chiama **corpo**, ed è una misura che varia da un carattere all'altro (il corpo 10 del **Times**, ad esempio, è molto più basso del corpo 10 dell'**Arial**).

Per il testo normale si usano di solito corpi dal 9 al 12; le note vanno ridotte di un paio di corpi rispetto al testo; i titoli hanno corpi decisamente maggiori, purché non si esageri. Qualche esempio di corpi:

corpo 6

corpo 10

corpo 12

corpo 24

corpo 32

L'**interlinea** è la spaziatura costante tra una riga e l'altra. I computer inseriscono un'interlinea automatica, ma a seconda di come vuoi impaginare gli articoli puoi aumentarla o diminuirla. Attento però a non strafare in un senso o nell'altro, perché renderesti difficoltosa la lettura.

Il carattere può avere molti **stili**: tondo per il testo normale (quello che stai leggendo ora); **corsivo** per le parole straniere; **grassetto**, **sottolineato**, ombreggiato per casi particolari, da usare il meno possibile.

Evita il corsivo per il discorso diretto, che invece è bene racchiudere tra «virgolette basse», chiamate anche "caporali"; le parole che hanno particolare rilievo stanno invece tra "virgolette alte".



Fare un giornale. La struttura di "Scout Avventura"

di Isabella Samà

Per chi si impegna nel brevetto di Animazione Giornalistica è immediato pensare di fare un giornale come impresa. Ma come è fatto effettivamente un giornale, cioè da quali parti è costituito?

Prendiamo Scout Avventura. La prima cosa che colpisce è la **copertina**, che presenta il nome della rivista (*testata*), accenni ai contenuti principali (*strilli*), ordine e data di uscita (*numerazione*), spalmati su una *immagine* gigante. Il senso della copertina è presentarsi: noi siamo "Scout Avventura", il settimanale degli "Scout" dell'Agesci rivolto agli Esploratori e alle Guide che nel loro gruppo vivono l'"Avventura"; quello che esce è il secondo numero del 2004, ma di storia ne abbiamo tanta alle spalle...; parliamo principalmente di fatti scout, ecco perché mettiamo sempre foto di e/g in copertina; in questo numero tratteremo della storia della rivista e del brevetto di Animazione Giornalistica... Giriamo



attività

pagina: a destra abbiamo il **sommario**, a sinistra il **colophon**. Il sommario è la "mappa" di Avventura: riporta l'ossatura della rivista (cioè la suddivisione tra *articoli*, *inserti* e *rubriche*), ma soprattutto presenta i temi affrontati e le pagine in cui si trovano, cosicché il lettore può andare direttamente a leggere quello che gli interessa senza sfogliare tutto il giornale oppure può ritrovarlo in seguito con semplicità. Il **colophon** è invece quella colonna in cui si riportano i *responsabili* della

rivista, a diversi livelli: dal direttore al caporedattore, dalla redazione alla grafica ai collaboratori.

Sulla pagina di destra, abbiamo l'**editoriale**: è l'apertura del caporedattore, nella quale si presenta brevemente tutto il numero, come se fosse un menu! A seguire gli **articoli**, ognuno dei quali approfondisce un determinato aspetto del tema preso in esame. Il numero, il tipo, l'argomento e la lunghezza degli articoli vengono stabiliti in redazione; un appunto sul



tipo di articolo: per variare, si può assegnare un'intervista, un'inchiesta, un racconto, un pezzo tecnico, un reportage, un fondo, ecc.

Finiti gli articoli, troviamo l'inserto: siamo al centro della rivista, per cui è comodo staccare dei fogli. L'inserto è un regalo, un di più che può essere usato al di fuori del giornale e tratta di un argomento specialistico.

In seguito, passiamo alla sezione delle rubriche, ciascuna delle quali ha un nome o testatina

("Avventura nel mondo", per esempio). Le rubriche possono essere fisse (come "Topo di Musicoteca") o saltuarie (come "Lettere per discutere"). Il bello di questo tipo di articoli è che il più delle volte seguono un percorso autonomo rispetto ai temi della rivista e così riescono a toccare delle vicende a cui di solito riesce difficile accennare.

Dopo le rubriche, c'è il "dolce", la chiusura in bellezza: la quarta di copertina, dedicata alle avventure dei Caimani,

la squadriglia scapestrata e simpatica in cui vediamo riflessi i nostri difetti e che per fortuna ci fa ridere!

Ricapitolando, la struttura essenziale di una rivista è costituita da: copertina; sommario; editoriale; articoli; rubriche; quarta di copertina. Ci sono diversi modi di concepire le varie parti (esempio: un sommario puntato od uno a finestra), ma non si possono saltare. L'unico che può saltare queste sezioni è il lettore, bontà sua, ma non un redattore!

Dove prendere le notizie. La scelta delle fonti

di Isabella Samà

Un buon lavoro giornalistico parte da una buona raccolta di informazioni, innanzitutto perché è mosso dalla ricerca di tutti gli elementi utili a

comprendere un evento e in secondo luogo perché si basa sul contatto con fonti sicure.

Nel giro di una battuta, abbiamo introdotto due

concetti chiave della raccolta delle informazioni, rispettivamente la completezza e l'attendibilità. In un primo momento, dobbiamo

infatti chiederci "cosa è fondamentale sapere?" ed in un secondo momento "dove possiamo trovarlo veramente?".

Per radunare tutti gli indizi necessari a far capire un evento, possiamo porci 6 domande: Chi (Who) fa Che cosa (What), Perché (Why), Quando (When), Dove (Where) e Come (How). Vedete che è una rivisitazione dei classici 5 quesiti del giornalismo (la regola delle 5W+1H). Da qui si parte per una ricerca effettiva e mira-





ta di notizie e approfondimenti.

Chi mi darà le informazioni che voglio sapere? Le cosiddette “fonti”. Ci sono fonti primarie o dirette e fonti secondarie o indirette: le prime sono costituite dalle persone che hanno davvero preso parte all'avvenimento; le seconde

sono invece rappresentate da chi parla a nome di ... (un ufficio stampa, un documento, un articolo di giornale, un esperto, ecc.). Le fonti possono distinguersi anche in fonti ufficiali e non ufficiali, qualora le notizie provengano da enti o istituzioni oppure da persone. Le fonti che vanno privilegiate sono quelle che forniscono dati certi e credibili ed è segno di rispetto verso il pubblico citarle.

Facciamo un esempio: devo scrivere un articolo sull'impatto ambientale del campo. Cosa devo sapere? Chi mette a repentaglio la salute del luogo e in che maniera; se e come si è organizzato per limitare i danni; ecc. A chi chiedo? Nell'ordine: a chi sta campeggiando; a chi è preposto alla salvaguardia del posto; a chi coordina la politica ambientale; a chi appartiene il posto (un singolo o una collettività). Scelte le fonti, la raccolta delle informazioni si concretizza nelle interviste (vedere box) o nelle letture di documenti, saggi, ecc.

La tecnica dell'intervista. Come si prepara, svolge e redige

di Irabella Samà



L'intervista è uno degli strumenti più importanti per raccogliere informazioni: come dice il nome stesso, serve a “guardare attraverso” il fatto, a scorgere nuovi particolari che arricchiscono la nostra visione di insieme. Esistono diversi **tipi di intervista**; i più importanti sono l'intervista “volante”, la “news” e l'intervista approfondita.

L'intervista volante è brevissima e viene rivolta alla gente per strada allo scopo di raccogliere i punti di vista rispetto ad un determinato argomento. Per esempio: “Sei appena arrivato al campo nazionale. Che impressione ti fa stare qui? Cosa ti aspetti dal campo?”.

L'intervista news viene posta ai protagonisti o ai



testimoni dell'evento di cui si deve rendere notizia; è condotta a caldo, con l'obiettivo di scoprire sia le informazioni fondamentali dell'accaduto che le reazioni e i racconti delle persone. Esempio: Una squadriglia torna dalla missione al Campo Nazionale.

"Dove siete stati? Cosa avete fatto? Sono accaduti imprevisti? Come li avete fronteggiati?" Etc.

L'intervista approfondita è lunga ed accurata; viene rivolta ad una sola persona, di solito un esperto o il protagonista della vicenda, per due motivi: o far emergere la personalità dell'intervistato (e allora l'intervista servirà per tracciare il profilo dell'interlocutore) oppure per esaminare gli aspetti importanti di una questione (e allora l'intervista servirà per un'indagine). Non possiamo fare un esempio di questo tipo di intervista, perché prenderebbe troppo spazio, ma ne spiegheremo la prepara-

zione e il funzionamento subito dopo aver spiegato che tipo di domande si possono porre - una conoscenza di base che è opportuno avere per qualsiasi tipo di intervista.

Esistono **due generi di domande**, quelle "chiuse" e quelle "aperte". Le **domande chiuse** sono quelle che cominciano per "Chi, Cosa, Quanto, ecc.", cioè che richiedono una risposta precisa e limitata. Per esempio: "Chi avete incontrato lungo la strada? Quanto cibo avevate?". Questo genere di domande serve per ottenere dati ed è molto utile per far parlare persone timide oppure bambini. Invece le **domande aperte** sono quelle che danno la pos-

sibilità all'interlocutore di dilungarsi nelle spiegazioni, di esprimere un commento; hanno il vantaggio di raccogliere informazioni inaspettate ma lo svantaggio di allontanare dall'argomento principale; cominciano spesso per "Come, Perché, ecc.". Per esempio: "Perché siete partiti per il Campo Nazionale? Come avete vissuto la preparazione in squadriglia?". Conoscere la distinzione tra domande chiuse e aperte è importante, perché così sappiamo in che occasioni usarle, a quale scopo e quali vantaggi o svantaggi recano. Adesso passiamo alla fase della **preparazione dell'intervista**. Innanzitutto, bisogna in-





glia negli scout?”.

2) **La tecnica ad imbuto rovesciato**: si parte dallo specifico per arrivare al generale; serve per partire dal vissuto di

senza di episodi di nonnismo negli scout? Che cosa si faceva? Nel tuo Reparto si è mai praticato? E tu sei mai stato “nonno”? Etc.”

5) **La tecnica a schema libero**: avendo molto tempo a disposizione, si può incoraggiare l’intervistato a parlare liberamente di sé, allo scopo di farne un ritratto.

formarsi sull’interlocutore, specie se si tratta di un’intervista approfondita: non c’è niente di più scortese che ignorare chi si ha davanti ed ha avuto la gentilezza di venire. Secondo, stilare un **elenco** delle questioni che vogliamo chiarire e che diventeranno, terzo, le domande della **scaletta**.

Aperta parentesi: ci sono 5 tecniche per costruire una scaletta.

1) **La tecnica ad imbuto**: si parte da domande generali per arrivare a quella particolare che è la decisiva; si usa per far rispondere inequivocabilmente ad una questione. Per esempio: “Cosa pensa degli scout?” fino a “Iscriverebbe sua fi-

una persona e arrivare a farle dire un’opinione. Esempio: “Le capita mai di rivolgersi a Dio?” fino a “Crede nella vita dopo la morte?”.

3) **La tecnica a tunnel**: si fanno una serie di domande che vertono sullo stesso argomento, così da raccogliere tutte le informazioni che servono per scrivere un articolo. Esempio: “Quanti siete in reparto? Quante squadriglie? Quante Guide e quanti Esploratori? Etc.”.

4) **La tecnica del bersaglio nascosto**: si alternano domande semplici a domande difficili per far parlare un interlocutore ritroso. Esempio: “Sei a cono-

Stesa la scaletta, arriviamo all’**incontro**: non ci mancherà il registratore funzionante, con nastro e pile di ricambio, né la penna e il foglio su cui segneremo appunti, tanto meno la scaletta dell’intervista. Vestiti come si confà, cercheremo di mettere a proprio agio l’interlocutore. Durante l’intervista, attenzione a non perdere il filo e a farvi dire quello che vi interessa sapere! Infine la **stesura**: l’intervista può essere riproposta tale e quale a come è avvenuta oppure può subire tagli, senza però comprometterne il senso. Dall’intervista si possono selezionare pure alcune parti da inserire come citazioni in un articolo.



L'impaginazione

di Orso Laborioso

La parola **progetto** a noi è familiare. Pensiamo ad esempio all'Impresa: il progettatarla vuol dire pensare agli obiettivi finali, agli incarichi di ognuno, ai tempi e modi di realizzazione, ai costi, e così via. E ci siamo accorti che la fase di progettazione, in una Impresa, è la più delicata: da lei dipende infatti il raggiungimento o meno degli obiettivi prefissati (tutti possono essere bravissimi ed in gamba, ma se non riescono a seguire uno schema, lavorano a vuoto, senza arrivare ai risultati prestabiliti).

Tutti questo vale per l'**impaginazione** di un testo, che altro non è che il progettare la struttura di una pagina (di una rivista, di un giornale, di un cartellone). L'obiettivo principale è che il lettore che si imbatte in quella pagina, abbia voglia di leggerla fino in fondo, e per far questo bisogna rendere efficace il messaggio e facilitare la lettura. Capita infatti che uno può scrivere un articolo bellissimo, ma nessuno lo legge, perché le immagini non ti invogliano o perché è scritto fitto o con caratteri strani. Tutto questo è compito del **grafico**, che come prima operazione compone una **gabbia** della pagina (vedi

box) cioè uno schema in cui posizionare il testo e le immagini. Tutto questo lo può fare a mano (carta e penna) o con il computer (alcuni programmi, tipo *Publisher*[®], offrono una serie di schemi pronti).

Cerchiamo allora di vedere, nel dettaglio, alcuni problemi che il grafico deve affrontare perché tutti abbiano il desiderio di leggere quella pagina fino in fondo.

IL TESTO

In genere il testo non si legge, ma si guarda: la lettura accurata avviene solo in un secondo momento, all'inizio infatti si è portati a guardare il testo con un approccio visivo. Dobbiamo allora tener presente che la nostra lettura non è lineare, ma procede a balzi, con ritorni dell'occhio all'indietro, e che per abitudine, il nostro occhio si

sofferma principalmente sulla parte superiore del testo (ecco allora perché si preferisce un testo scritto in lettere minuscole, che concentra molte informazioni sulla parte superiore delle lettere).

Da qui l'importanza della scelta del **carattere**: ce ne sono tanti, ma è da dire che più sono complicati, meno viene la voglia di leggere. La grande differenza sta nelle "grazie", (sottili tratti terminali delle linee – aste – che compongono le lettere): un testo scritto con un carattere senza grazie (ad esempio l'Arial o il Verdana) richiede più attenzione di un testo scritto con un carattere con le grazie (ad esempio il Times New Roman o il Palatino). Un altro tipo di carattere da conoscere è il Courier, che corrisponde a quello in uso con la macchina da scrive-



re: ha la particolarità di avere spazi uguali per ogni lettera.

È poi bene tener presente che il *corsivo* indica un significato preciso (si usa per un titolo, per una parola straniera), che il **neretto** serve per richiamare l'attenzione su una parola (non abusare), che il sottolineato appesantisce la lettura di un testo, che il MAIUSCOLO è di più difficile lettura e si usa solo per i titoli.

Altro elemento da prendere in considerazione nell'impaginazione di un testo è il suo **allineamento**: si chiama "giustificato" ① quando è allineato a destra e a sinistra, e si usa quando il testo è scritto su una riga larga, altrimenti c'è il rischio di spaziature eccessive nelle singole linee; è detto "a bandiera" ② quando è allineato solo da una parte (si usa quando il testo è impaginato in colonne, e si preferisce con l'allineamento a sinistra,

poiché la nostra lettura procede da sinistra a destra); il testo "centrato" ③ è quello in cui i centri di ogni riga sono allineati su un asse verticale (si usa per i titoli, per le epigrafi, per un breve avviso).

Per la buona lettura di un testo, infine, è importante la proporzione tra la parte stampata e gli spazi bianchi: un testo fitto fitto invoglia meno alla lettura di uno in cui si va a capo o ci sono dei rientri.

LE IMMAGINI

Per immagini intendiamo disegni, grafici, fotografie. Della loro scelta e delle loro caratteristiche se ne parlerà nell'insero del prossimo numero; qui vogliamo vedere in che modo devono essere impaginate. Nella progettazione di una pagina sono di grossa utilità, perché attirano l'attenzione ancor prima della lettura del testo stesso, permettono di spiegare alcune cose che vengono dette nel-

lo scritto, alleggeriscono la lettura creando dei momenti di pausa.

È necessario però saperne fare un uso e-

quilibrato, e sapere a cosa dare la priorità: se devo privilegiare la lettura di un testo l'immagine deve essere semplice ed esplicativa, cioè rappresentare ciò che dico nel testo; se l'obiettivo primario è fornire una galleria di immagini (ad esempio dopo il Campo Nazionale, per farlo vedere anche a chi non è andato), queste avranno la priorità, ed il testo servirà solo per le didascalie e una piccola introduzione.

In questa sezione possiamo anche far rientrare l'uso delle immagini negli sfondi (da saper usare con cautela, in quanto disturbano la lettura del testo) e l'uso di box e cornici, che servono ad alleggerire un testo (l'articolo principale) e a dare una importanza specifica e tecnica al contenuto.

Ma alla fine c'è solo un modo per imparare ad impaginare: guardare ciò che hanno fatto gli altri (riviste, giornali, pubblicità, opuscoli, pagine web, ...) e ... mettersi a fare!

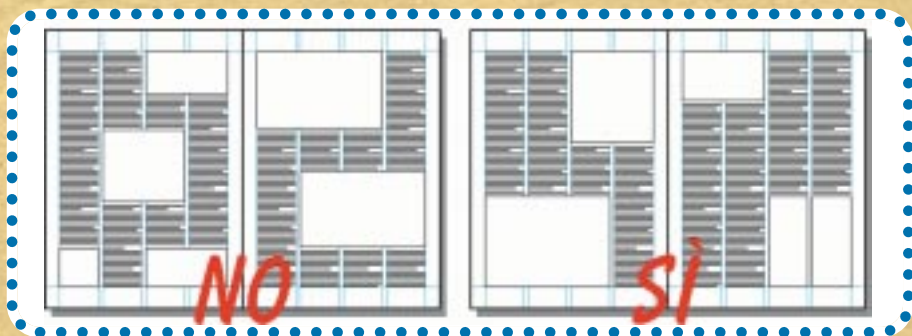
LA GABBIA

Per fare una buona impaginazione bisogna predisporre una gabbia, cioè quella struttura di linee invisibili che organizzano il testo e le immagini nella pagina stessa. Lo scopo è sempre quello di facilitare la lettura del testo, e dare



Gli allineamenti





La gabbia

un equilibrio fra testo, immagini e spazi bianchi. Un modo classico consiste nel dividere la pagina in colonne ed individuare grandezza e posizione delle immagini. Per quest'ultima operazione bisogna avere alcune accortezze: se la larghezza di una im-

agine supera quella di una colonna, fare attenzione che questa si trovi in un angolo della pagina, e non al centro: si spezza il testo e si rischia di non ritrovare subito il punto in cui riprendere la lettura (vedi disegno). Uno schema fatto in precedenza,

anche a mano, ci dà subito il colpo d'occhio di come verrà la pagina, e ci permetterà di lavorare subito, senza intervenire successivamente, sacrificando forse alcune parti del testo o delle belle immagini (e perdendo del tempo prezioso).

Libri utili...

G. Fioravanti

Il manuale del grafico

Zanichelli, Bologna 1987 e successive

M. Furlan, L. Geronimo

Il giornale senza segreti

Paoline, Milano 1996

I. Samà,

Vademecum per giornalisti in erba

www.agesci.it/avventura/

A. Testa, M. Bonomini

L'inchiesta: questa sconosciuta

"Scout Avventura", 2/2001, Inserto 2

M. Bonomini

Realizzare una mostra fotografica

"Scout Avventura", 2/2001, Inserto 2

Sopravvivere ai mass media

"Scout Avventura", 8/2001

Per avere
informazioni sui
manuali scout editi
dalla

Nuova Fiordaliso

potete contattare
direttamente

la casa editrice

tel. 06/68809208

fax 06/68219757

e-mail:

editoria@fiordaliso.it

Trovate il catalogo
aggiornato in

www.fiordaliso.it