

## Guida per i collaboratori di *Query*

*Query* è una rivista che ha almeno due finalità precise: da un lato, come recita il suo sottotitolo, c'è quella di indagare scientificamente tutte quelle affermazioni straordinarie che rientrano nel variegato mondo del paranormale, dei misteri, del soprannaturale, ecc... Contemporaneamente, la rivista mira anche a diffondere la conoscenza del metodo scientifico e del pensiero critico e razionale nell'affrontare e risolvere i problemi.

I lettori di *Query* appartengono principalmente a un pubblico di cultura scientifica medio-alta: ricercatori, docenti, insegnanti, giornalisti, medici, studenti... ma una buona percentuale di lettori è costituita anche da persone che di scienza sanno poco o nulla: professionisti, artigiani, casalinghe... e semplici curiosi. Per questo motivo tutti gli articoli di *Query* devono essere comprensibili anche a chi non ha una cultura scientifica approfondita. Ciò significa che non bisogna dare nulla per scontato e che occorre scrivere in maniera chiara, semplice e interessante. Va evitata la terminologia tecnica non necessaria: quando occorre introdurre un termine tecnico bisogna anche spiegare brevemente cosa significa.

*Query* è una rivista di divulgazione che, per il taglio dato ai suoi articoli, potrebbe situarsi a metà strada tra *Focus* e *Le Scienze*. Quindi, grande divulgazione ma ricca di dati e riferimenti precisi e fattuali.

Gli articoli dunque dovranno basarsi su dati di fatto: occorre essere pronti a fornire della documentazione in caso di controversie. Le critiche vanno dirette alle affermazioni, mai alle persone. Allegata in appendice trovate una breve e utilissima guida alla "critica responsabile". Tra i consigli: chiarire gli obiettivi, lasciare che i fatti parlino da soli, usare un linguaggio preciso e curato, evitare sensazionalismi ed esporre gli argomenti contrari con obiettività e in modo non emotivo.

### TIPI DI COLLABORAZIONE

Chi desidera collaborare con *Query* può farlo per una delle seguenti categorie: articoli, terzo occhio (ovvero: notizie e commenti), recensioni, forum, lettere.

#### **1. ARTICOLI:**

Gli articoli possono trattare da più punti di vista (scientifico, sperimentale, valutativo, storico, epistemologico, psicologico, sociologico...) argomenti relativi alla scienza, ai misteri, al paranormale, al soprannaturale, alle credenze, ecc. Cerchiamo in particolare articoli che presentino informazioni nuove, risultati di ricerche inedite o nuove prospettive su argomenti classici. Benvenuti sono anche articoli che, a partire da casi specifici, permettano di chiarire le differenze tra l'approccio scientifico e quello pseudoscientifico. Le critiche, naturalmente, non devono essere confinate esclusivamente al mondo del paranormale: comportamenti pseudoscientifici si ritrovano anche nel mondo della "scienza ufficiale". Articoli competenti e informati su casi di questo tipo sono dunque ben accetti.

*Query* rappresenta, per il pubblico, per il mondo scientifico e per i media, una fonte di riferimento rigorosa, autorevole e responsabile. Per questo motivo, articoli che trattino di argomenti controversi saranno sottoposti, in vista della pubblicazione, al parere di recensori (*referee*) esperti e anonimi. È consigliabile far leggere i propri articoli a colleghi competenti prima di sottoporli alla redazione di *Query*.

Per quanto riguarda ricerche scientifiche originali, in particolare lavori sperimentali altamente tecnici, si consiglia di presentarli a riviste scientifiche specializzate; a *Query* sarà possibile sottoporre una versione divulgativa della ricerca in questione.

La lunghezza degli articoli rappresenta un criterio di selezione fondamentale: gli articoli in attesa di pubblicazione su *Query* sono molti e sono quelli di lunghezza più contenuta ad avere la precedenza. D'altra parte, si può dire molto anche senza dilungarsi eccessivamente: Watson e Crick hanno comunicato la scoperta della struttura del DNA in poco più di una pagina della rivista *Nature*.

#### **Le parti di un articolo**

Il titolo. Deve essere indicato molto chiaramente quale sia il titolo vero e proprio. Dovrebbe essere invitante e succinto. I titoli migliori si aggirano tra due e quattro parole (escluse le particelle del discorso, come articoli o preposizioni). *Query* non è una rivista scientifica, quindi attenti ai titoli troppo lunghi.

Il sottotitolo. Al titolo va fatto seguire un sottotitolo che si compone di circa 20/30 parole che spieghino il succo dell'articolo. Questo riassunto comparirà nell'articolo dopo il titolo e sarà anche utilizzato per presentare l'articolo nel sommario e sul sito web del CICAP ([www.cicap.org](http://www.cicap.org)).

Il testo. Il testo vero e proprio dell'articolo, comprensivo di note e bibliografia, deve essere compreso tra le 8 e le 10 cartelle. NB: una cartella (unità di misura tipica del giornalismo su carta stampata) si compone di 1.800 battute (60 battute per riga x 30 righe a foglio). Il calcolo delle battute si fa contando anche gli spazi (è un lavoro che oggi fanno tranquillamente programmi come Word). La formattazione del testo verrà descritta in seguito.

L'autore. Al testo, preferibilmente a ogni testo, oltre a nome e cognome andrebbe allegata una brevissima biografia aggiornata dell'autore (in particolare, indicare se l'autore è ricercatore o docente indicare il posto e la città in cui lavora, eventuale ultimo libro pubblicato e indirizzo di e-mail). In caso si tratti di una traduzione, aggiungere ovviamente anche il nome e cognome del traduttore e i dati della fonte originale.

Es. di nota biografica:

Piero Ferrari, chimico fisico, lavora nello sviluppo di applicazioni Internet/Intranet. È Antenna del CICAP per la città di Toronto e ha pubblicato recentemente *UFO in rete* (Rizzoli, 2000).

## La bibliografia

Fondamentale includere in coda a ogni articolo la bibliografia di riferimento, che includa tutti i libri consultati per l'articolo e quelli a cui si fa riferimento diretto nel testo. Nel testo è meglio NON usare le segnalazioni tipiche dei lavori scientifici (es. "Come sostiene Barlow (1966) nel suo..."; oppure: "La questione è discussa (Tambroni, 1987) ma si ritiene..."). Meglio inserire un numero progressivo a mo' di nota (es. Come sostiene Barlow<sup>1</sup> nel suo..."; oppure: "La questione è discussa<sup>3</sup> ma si ritiene..."). Di conseguenza la bibliografia risulterà composta di volumi numerati:

- 1) Barlow, R. M. 1966. *Genuine fakes*. Buffalo, NY: Prometheus Books, pp. 167-8.
- 2) Tambroni, F. 1987. *Storie dell'altro mondo*, Milano: Rizzoli.

Ogni libro in bibliografia va citato in questo modo:

Autore. Anno di pubblicazione. Titolo del libro. Città della casa editrice: nome della casa editrice, (eventualmente i numeri di pagine da cui è tratta la citazione o il riferimento specifico). Attenzione a dove vanno i punti, le virgole e i due punti:

es. Marinoni, L. 1965. *Viaggi insoliti*, Roma: Aggettivi edizioni.

Diversa la citazione degli articoli tratti da riviste: il titolo dell'articolo va messo tra virgolette:

es. Beyerstein, B. 1996. "Traditional medicine and pseudoscience in China (Part 1)". *Skeptical Inquirer* (4) 20: pp. 18-26.

il 20 è il numero della rivista;

il 4 è il volume (o l'anno di pubblicazione, esempio: XXVI);

pp sono le pagine in cui si trova l'articolo.

Oppure:

Garlaschelli, L. 1997. "Come cavar sangue da una rapa". *Chimica oggi*, anno IV, n. 12: pp. 12-34.

Se si deve citare un articolo di quotidiano, la data va indicata anche in coda così: 12.3.99:

es. Garlaschelli, L. 1998. "Fachiri della mia infanzia". *Corriere della Sera*, 12.3.98, pp. 12-15.

Attenzione anche in questi casi all'uso del punto, della virgola, dei due punti e delle virgolette.

## **2. TERZO OCCHIO:**

Il Terzo occhio è la rubrica delle notizie e dei commenti. In questo spazio compaiono brevi articoli che vanno dalle 300 alle 3.000 battute. Il contenuto di questi interventi deve riguardare avvenimenti e notizie di attualità; lo stile dovrebbe essere giornalistico e scritto in terza persona. Un ottimo modello stilistico per gli interventi da includere nel Terzo Occhio sono le sezioni di attualità di *Focus* ("Prisma") e *Newton* ("Lampi di genio"). È importante in questi interventi mantenere l'equilibrio e, nel rendere conto di controversie, esporre il commento e il punto di vista delle parti coinvolte. Evitare per questa rubrica la bibliografia in coda, includere eventuali riferimenti bibliografici all'interno del testo.

## **3. RECENSIONI:**

Le recensioni di libri possono essere sia commissionate dalla redazione che proposte direttamente dai collaboratori. All'inizio di ogni recensione vanno indicati tutti i dati del libro: titolo del libro, autore, casa editrice, anno di pubblicazione, numero di pagine, prezzo di copertina ed eventuali altre informazioni, es.: con 56 illustrazioni in b/n; 16 tavole a colori fuori testo); nome dell'autore della recensione:

*Guida ai luoghi misteriosi d'Italia*

Umberto Cordier

1996, Edizioni Piemme

621 pp., 16 tavole a colori

L. 69.000

di Plinio il Vecchio

## **4. APPUNTAMENTI:**

Per segnalare incontri, convegni, conferenze e altri appuntamenti è necessario far pervenire al segnalazione alla redazione con almeno tre mesi di anticipo sulla data dell'incontro; ricordare di indicare tutti i dati:

es. Convegno Astrofili scettici: "Astri e abbagli". Genova, 15-17 luglio 1989. Incontro organizzato da... Per

informazioni: tel. 010-098755; e-mail: astro@fili.org; www.astrofili.org

## **5. TRADUZIONI:**

Se desiderate collaborare a *Query* in qualità di traduttori, segnalate la vostra disponibilità (e le lingue per le quali potete tradurre) al coordinatore delle traduzioni, Enrico Scalas (traduzioni@cicap.org). Nel realizzare una traduzione, seguite tutte le regole qui previste per gli articoli (stilistiche e tecniche); ricordate di ricopiare anche la bibliografia (se possibile individuate le versioni italiane di libri stranieri citati e usciti anche nel nostro paese). Indicate in coda all'articolo la rivista da cui l'articolo è tratto, il numero, l'anno, le pagine su cui compare e il titolo originale dell'articolo. Se presenti, traducete anche le note biografiche dell'autore. Non dimenticate di indicare in coda anche il nome di chi ha realizzato la traduzione (cioè voi). Una volta terminata la traduzione, inviate l'articolo a Enrico che provvederà a un'ulteriore lettura prima di passare l'articolo alla redazione.

## **REGOLE STILISTICHE**

### **1. I RUOLI NEL TESTO**

In alcuni casi, delle parti di testo hanno dei ruoli particolari: citazioni, titoli, parole "strane" e così via. Non esistono delle regole fisse e codificate della lingua italiana per i segni che devono distinguere tra tali ruoli; quindi in questo paragrafo ci sono ampi margini di discrezionalità. Tuttavia, è importante che questi ruoli del testo vengano presentati al lettore in modo uniforme, quindi siete pregati di seguire al meglio quanto segue.

#### **1a. Citazioni**

Quando citate testualmente, anche brevemente, da un discorso diretto o da un'opera scritta, la citazione va messa tra virgolette come queste « » (caporali). Esempio:

il signor X dice: «Vorrei chiarimenti sulle finalità e metodologie di azione del CICAP»

La redazione può mettere in un altro formato citazioni lunghe molte righe (finora si è usato stringere leggermente la colonna di testo e ridurre di un punto la dimensione tipografica del font), comunque voi non vi preoccupate e usate SEMPRE queste virgolette. Nel caso di citazioni dentro citazioni, si usano le virgolette dette alte doppie: " ". Esempio:

il signor X disse «Ho sentito il dottor Garlaschelli dire: "Dormire su un letto di chiodi è il mio sogno"»

Notate che:

- a) la prima parola all'interno delle virgolette va sempre maiuscola;
- b) il punto va messo fuori da tutte le virgolette (a meno che non si tratti di punto esclamativo o interrogativo che, in tal caso, andrà dentro le virgolette e si ometterà il punto fuori dalle virgolette:

es.: «Ma che c'azzecca l'astrologia?»

#### **1b. Parole "strane"**

Talvolta, si rende necessario segnalare una parola strana, gergale o dialettale, oppure l'uso di una parola comune in senso traslato o ironico. Per tale ruolo si usano le virgolette alte doppie (" "). Esempi:

Il cosiddetto "panevin" è un falò  
Tutti questi "maghi" in realtà vogliono solo denaro

È consigliabile essere molto (ma MOLTO) parsimoniosi nell'esercizio di questa modalità. In genere, inoltre, è sufficiente marcare la parola soltanto la prima volta che viene usata.

#### **1c. Parole in altre lingue**

Parole ed espressioni di uso non comune in lingua diversa da quella italiana (esclusi naturalmente i nomi propri) vanno scritte in corsivo. Esempio:

fui costretto a uno *shutdown* immediato del computer

Si suppone che computer sia di uso comune, ma non shutdown. In questa norma va incluso anche il latino, quindi referendum in chiaro, ma *hic et nunc* in corsivo.

#### **1d. Titoli di pubblicazioni**

Vanno in corsivo titoli di libri, riviste, spettacoli e trasmissioni radiotelevisive. I titoli di articoli vanno tra virgolette. Per esempio:

La trasmissione *Misteri* è stata ripresa in un articolo di *Avvenimenti* intitolato: "Misteri o bufale?"

## 2. PUNTEGGIATURA

### 2a. Spazi e punteggiatura

Tra una parola e l'altra mettere sempre uno spazio singolo. Anche dopo il punto fermo, esclamativo e interrogativo va sempre uno spazio. Va uno spazio, ancora, dopo i due punti e il punto e virgola (contrariamente a quanto indicato in precedenti edizioni di questa guida, dopo il punto NON vanno due spazi ma solo uno).

Tra un segno di punteggiatura e la parola precedente non va mai uno spazio.

Quando si usano le parentesi, si deve usare sempre uno spazio all'esterno e nessuno all'interno, tranne nel caso che all'esterno destro ci sia un segno di punteggiatura nel qual caso non va messo alcuno spazio. Per esempio useremo qui il carattere "\_" al posto dello spazio (per farvi capire, non che lo dobbiate fare voi!):

es. Allora\_Luigi,\_offeso\_(ma\_anche\_intimorito),\_esclamò:\_ "Basta.\_Basta!"

### 2b. A capo

Quando si va a capo, non si deve fare un rientro (ci pensa la redazione).

### 2c. Punto esclamativo

Usare con estrema moderazione! Altrimenti può stancare!! Fa un effetto fumetto!!!

### 2d. Due punti

Evitare che in un periodo appaiano due volte consecutive i due punti, cosa non insolita negli articoli scientifici, ma da evitare negli articoli di divulgazione, come sono quelli che compaiono su *Query*.

### 2e. Puntini di sospensione

Sono sempre tre (mai di più), senza spazio tra l'uno e l'altro e attaccati all'ultima parola... (usare con moderazione).

### 2f. Parentesi, bibliografia e note

Per indicare libri e/o articoli in bibliografia si usa il numero ad apice e di dimensione più piccola (es. se il font misura 12, l'apice misura 9): es.:

Dice Randi<sup>1</sup> che non bisogna... NON usare numeri tra parentesi, tipo: Dice Randi (1).

Vedi sopra per le informazioni sull'uso della bibliografia.

## 3. PAROLE, PAROLE, PAROLE...

Questo paragrafo è dedicato a tutte quelle parole la cui formattazione può essere incerta.

### 3a. Accentuati

In italiano, l'accento si usa solo sulle parole tronche. L'accento è sempre grave sulle vocali:

"a", "ì", "ò", "ù": "à", "ì", "ò", "ù".

Sulla vocale "e", invece, va sempre l'accento acuto "è" tranne che nei seguenti casi:

"è", "ciò", "ahimè", "caffè", "tè".

Il caso della voce "è" del verbo essere va evidenziato perché, trattandosi di una parola di una sola lettera, i correttori ortografici automatici in genere non la segnalano qualora sia sbagliata.

Le maiuscole accentate vanno scritte così:

"È", "Ù", "Ò"... e non E', U', O'...

### 3b. Date

Mettete sempre la forma completa con il mese minuscolo:

Se si cita il giorno della settimana, anch'esso va minuscolo:

8 gennaio 1997

sabato 8 gennaio 1997

I secoli dati con il numero cardinale vanno indicati in maiuscolo:  
Se indicati con il numero ordinale, si usa il numero romano:  
I decenni si indicano sempre per lettera e in minuscolo:

il Settecento  
il XVIII secolo  
"anni sessanta" e non "anni '60"

### 3c. Maiuscole e minuscole

Senza tanto dilungarmi in complicati distinguo, vi ricordo solo che l'italiano fa un uso della maiuscole più parco delle altre lingue. Per esempio:

ENEA	Ente nazionale per le energie alternative	(solo la prima parola va maiuscola)
MIT	Massachusetts Institute of Technology	(tutte le iniziali maiuscole)

I titoli personali vanno minuscoli:

il ministro, il professore, il presidente

### 3d. Nomi propri

La prima volta che una persona è nominata in un articolo, indicarla per nome e cognome: Isaac Bickerstaff. Fanno eccezione le personalità universalmente note con il solo nome o cognome e consegnate alla storia:

Leonardo, Michelangelo, Casanova...

### 3e. Abbreviazioni

Vanno evitate a meno che non ci siano dei motivi molto forti per usarle:

"dottor"	e non	"dott." o "dr."
"eccetera"	e non	"ecc."
"signor"	e non	"sig."
"vedi"	e non	"v."

Eccezione per i codici delle indicazioni bibliografiche:

"n."	per	"numero"
"vol."	per	"volume"
"p."	per	"pagina"
"pp."	per	"pagine"

Notate che la regola vale in genere anche per le unità di misura: kilogrammi, ettopascal, microtesla

Qui vale comunque il buon senso: se in un articolo è necessario citare per quattordici volte nanotesla fratto centimetri per megajoule al quadrato, vada per l'abbreviazione  $nT\ cm^{-1}\ MJ^{-2}$ , almeno per le ultime tredici volte (ma se dovete davvero citare quattordici volte i nanotesla ecc... allora il vostro articolo probabilmente è troppo tecnico per Query).

### 3f. Acronimi

Gli acronimi vanno in genere tutti maiuscoli: ENEA, SIF, ODODI. Fanno eccezione i casi in cui si è consolidata nell'uso una grafia diversa. Per esempio, il sistema operativo del Macintosh si indica MacOS, le società per azioni si indicano spa e così via.

CICAP invece va SEMPRE indicato tutto maiuscolo.  
Query si abbrevia in Query.

### 3g. Numeri

I numeri vanno preferibilmente in lettera, purché in tale forma siano sufficientemente corti. Quindi:

cinquanta	e non	50
545	e non	cinquecentoquarantacinque

Per quel che riguarda i numeri grossi, può essere preferibile la forma mista:	700 miliardi
La parte decimale di un numero non intero va indicata con la virgola:	6,5
Le migliaia vanno separate con un punto:	7.654
Le percentuali vanno di preferenza indicate in lettera:	"23,8 per cento" e non "23,8%"

## 4. PREFERENZE "STILISTICHE"

In questo paragrafo ci sono non tanto delle prescrizioni, quanto dei suggerimenti "stilistici" in senso lato. Ciò significa

che le procedure citate nei paragrafi da 1. a 3., se sbadatamente omesse dagli autori, vengono comunque svolte dalla redazione (pur con qualche "accidente") prima di mandare l'articolo in stampa. Quanto citato in questo paragrafo è invece opzionale, anche se è caldamente consigliato dalla redazione di *Query*, e in genere può migliorare la qualità dell'articolo.

#### 4a. Incisi

Il modo più usuale di fare degli incisi presume l'uso delle virgole:

- es. L'Antartide, che possiamo chiamare il sesto continente, ha una circolazione troposferica quasi isolata dal resto del pianeta.
- es. Talvolta, come nel caso dell'iridologia, si parla di pseudoscienza.

Quando l'inciso contiene un singolo dato o una breve precisazione, conviene in genere usare le parentesi:

- es. Circa un terzo degli italiani (il 34,2 per cento secondo l'ISTAT) crede al paranormale.

Talvolta, soprattutto in articoli di carattere in qualche modo colloquiale, si può usare il tratto breve:

- es. Così il veggente - davvero un farabutto - predisse alla ragazza che sarebbe morta entro l'anno.

Ricordare lo spazio prima e dopo il tratto. Se vi accorgete che un periodo ha incisi dentro incisi, con virgole, tratti e parentesi, dividetelo in due periodi.

#### 4b. Apostrofo di elisione

Usate con una certa liberalità l'apostrofo di elisione: com'è, dell'eresia, un'altra.

Attenzione:

Qual è	e non	Qual è	(va sempre senza apostrofo)
po'	e non	po'	(va sempre con l'apostrofo, non si scrive MAI con l'accento)

#### 4c. Parole composte

Nelle parole composte, è preferibile evitare l'uso dei trattini:

fisiopatologo	e non	fisio-patologo
pseudoscienze	e non	pseudo-scienze
percezione extrasensoriale	e non	percezione extra-sensoriale

Fa eccezione il caso in cui i due pezzi della parola indichino contrapposizione: la guerra russo-giapponese.

#### 4d. "d" eufonica

Si aggiunge una "d" alla preposizione "a" (ad) e alle congiunzioni "e", "o" (ed, od) SOLO quando la vocale che segue è la stessa. Cioè, si scrive:

ad andare	e non	a andare
a essere	e non	ad essere

Eccezioni: ad esempio, ad ogni, ad un certo punto.

#### 4e. "se" e "sé"

Il pronome "sé" va SEMPRE con l'accento, anche quando è seguito da stesso. Esempio: sé stesso, sé medesima, sé stante, eccetera.

## REQUISITI TECNICI

### IL FORMATO DEI TESTI

#### Elettronico

Se inviate un file di testo al computer, evitate assolutamente i file di puro ASCII (come per esempio il contenuto delle e-mail) e spedite invece file ottenuti con un qualche word processor (es. Word va benissimo) e poi mandatelo o su dischetto o come attachment a una e-mail. Quando salvate il vostro file in word salvatelo possibilmente come Rich Text Format (RTF), il formato preferito, che permette di conservare tutte le caratteristiche di stile (corsivi, neretti, eccetera). Evitate di salvare come .doc: l'impaginazione viene fatta con Macintosh e talvolta si riscontrano problemi con file per PC salvati in .doc. Con l'RTF non si hanno problemi. Se inviate un dischetto include anche una versione stampata dell'articolo.

#### Carta

Se inviate il testo solo in forma cartacea - cosa che non sarà mai sufficientemente SCONSIGLIATA (e quindi solo se proprio non potete in alcun modo utilizzare un computer, nemmeno a prestito) - mandatelo il più possibile chiaro e ben stampato, l'ideale sarebbe con una laser e usando un Times a 14 punti, per intenderci: non mandate fotocopie di stampate (ciò renderebbe faticoso acquisire il testo con uno scanner).

#### Le immagini e le fotografie

Se volete che il vostro articolo abbia delle immagini belle e pertinenti, la cosa migliore è che le procuriate voi stessi. Potete spedire le foto originali, i libri eccetera direttamente alla redazione, che in seguito ve li restituirà.

Se mandate le fotografie in formato digitale salvatele a colori in formato TIFF, a 300 dpi: utilizzate come supporto un CD-Rom. NON inserite per nessun motivo le foto in formato digitale all'interno del file di testo. Per ogni fotografia indicate una breve didascalia. Per qualunque dubbio sul formato delle immagini contattate la redazione (redazione@cicap.org).

#### Correzione delle bozze

Prima di mandare in stampa la rivista, la redazione è disponibile a inviare all'autore una copia delle bozze relative all'articolo impaginato. La spedizione viene fatta via fax (invitiamo dunque a indicare il numero di fax a cui potremo mandare le bozze): le eventuali correzioni dell'autore vanno fatte entro 72 ore dalla spedizione delle bozze. In caso di silenzio da parte dell'autore, l'articolo andrà in stampa come indicato sulle bozze.

#### Copyright

Tranne dove concordato diversamente, il copyright sugli articoli passa al CICAP al momento della pubblicazione dell'articolo stesso.

#### Copie gratuite di Query

All'autore vengono spedite gratuitamente tre copie del numero di *Query* su cui compare il suo articolo. L'autore può richiedere copie aggiuntive della rivista con lo sconto speciale del 20 per cento.

#### Conclusioni

Chi fa parte della redazione di *Query* ha modo di provare personalmente quanto lunga sia la fase di correzione e controllo di un testo da pubblicare. Per correzione non intendiamo, ovviamente, una verifica del contenuto, che non compete all'impaginatore, bensì tutta una serie di controlli formali che permettano di avvicinarsi il più possibile ai seguenti risultati:

- 1) la rivista è priva di errori di battitura, grammatica e sintassi;
- 2) la formattazione del testo (uso di corsivi, virgolette, punteggiatura...) è uniforme tra i diversi articoli;
- 3) la lettura risulta agevole, scorrevole e chiara.

Possiamo assicurare che si passano giornate intere a correggere file spediti via e-mail in formato ASCII, pieni di apostrofi al posto di accenti e di altre varie amenità, non è né piacevole per il correttore né utile per il lettore, in quanto aumenta la possibilità di errori e incongruenze. Se con *Query* vogliamo arrivare un giorno in edicola, la migliore garanzia di successo è l'alta qualità della rivista, non solo nel contenuto ma anche nella forma. Vi preghiamo dunque di leggere attentamente queste note ogni volta che scrivete o traducete un articolo per *Query*.

Concludiamo ricordandovi la:

Regola della lettura. *Se una parte del vostro articolo vi lascia perplessi per lo stile, provate a leggerla ad alta voce.*

## LA REDAZIONE

Tutti gli articoli e contributi per *Query* vanno inviati a:

Lorenzo Montali  
c/o Query  
Casella postale 1117, 35100 Padova  
e-mail: redazione@cicap.org  
Tel. fax 049-686870

Nello spedire materiale per posta NON mandate raccomandate (ritarderebbero la consegna).

## Come si spiega?

### Guida a una critica pertinente delle affermazioni sul paranormale

di Massimo Polidoro

«Quando ero piccola ho sognato che mio fratello veniva coinvolto in un incidente; poi ho scoperto che proprio quella notte era andato con la macchina contro un palo. Come si spiega?» Questa è una delle più tipiche domande che possono essere rivolte a chi fa parte di un comitato come il CICAP.

Come rispondere? In genere, i comportamenti possibili in queste situazioni sono di tre tipi:

- a) Negare l'episodio dicendo: «Sono tutte sciocchezze!»
- b) Cercare di interpretare il racconto come una coincidenza, calcolando magari il numero dei sogni della ragazza che non si sono mai avverati e confrontandolo poi con l'unico che sembra essersi avverato.
- c) Rispondere: «Non lo so, non c'ero: è difficile esprimere un'opinione su un evento di questo tipo senza avere maggiori informazioni».

Personalmente, ho trovato che quest'ultimo approccio è il più onesto, dato che non sarebbe assolutamente possibile spiegare qualcosa di cui non si sa assolutamente niente. Subito dopo, però, potrei raccontare un episodio simile che io o altri abbiamo avuto l'opportunità di indagare e di dimostrare trattarsi di una semplice coincidenza. Ciò ha la funzione di suggerire all'interlocutore che, oltre all'ipotesi "paranormale", è quasi sempre possibile trovare anche altre spiegazioni più semplici, o economiche: si deve, però, avere la possibilità di esaminare tutti i dati del problema.

Capita spesso, purtroppo, che persone critiche del paranormale, anche se ben intenzionate, si lancino in accese discussioni senza considerare attentamente le implicazioni delle proprie asserzioni. Costoro si fanno guidare più dalle emozioni che non dalla logica, lanciano accuse non ragionevolmente sostenibili, fanno citazioni non adeguatamente documentate e, in poche parole, non fanno niente per rendere le proprie asserzioni credibili.

È indubbio che comportamenti di questo tipo si possono rivelare controproducenti alla causa di un'indagine seria e critica del paranormale come la intende il CICAP; senza contare il fatto che un critico di questo tipo si rende poco credibile, poco simpatico e può addirittura essere soggetto a querele.

Per il momento non esistono ancora corsi o libri che insegnino come affrontare adeguatamente le affermazioni sul paranormale. Allora, nell'attesa di questi corsi e di queste guide cosa è possibile fare per essere sicuri che le nostre critiche siano efficaci e responsabili?

Ray Hyman, uno psicologo americano, famoso critico del paranormale, mi ha passato alcuni suggerimenti che ora giro a voi:

1) **Siate preparati.** L'essere capaci di analizzare un'affermazione straordinaria in modo efficace è un'arte che richiede pratica e lavoro di ricerca. È più probabile che rispondiate appropriatamente a un'improvvisa sfida se avete già anticipato sfide simili. Cercate di preparare in anticipo risposte brevi ed efficaci per quelle domande che è più probabile che vi vengano fatte. Sarebbe utile preparare una lista delle domande più ricorrenti con le possibili risposte.

2) **Chiarite i vostri obiettivi.** Prima di tentare di affrontare un'affermazione sul paranormale, chiedetevi cosa state cercando di ottenere. Cercate di liberare del risentimento a lungo represso? Volete sminuire i vostri oppositori? Desiderate far conoscere il vostro punto di vista? Volete dimostrare che l'affermazione manca di ragionevoli fondamenti? Spesso ci rendiamo conto che i nostri obiettivi sono misti e, specialmente quando agiamo impulsivamente, che alcuni sono in conflitto con gli altri.

Può essere particolarmente importante sottolineare la differenza tra obiettivi a breve e a lungo termine. Penso che molti sarebbero d'accordo nel riconoscere che il nostro obiettivo a lungo termine più importante sia quello di educare il pubblico in modo da metterlo in grado di tener testa efficacemente da solo ad affermazioni improbabili.

È importante anche, nel chiarire i nostri obiettivi, decidere a quale tipo di pubblico intendiamo rivolgerci. Attacchi duri e decisi nei confronti delle affermazioni sul paranormale, raramente cambiano le opinioni della gente. Argomenti che potrebbero persuadere i lettori dei giornali popolari potrebbero d'altra parte offendere un accademico.

Fate sempre in modo che sia chiaro che ciò su cui voi state discutendo sono le affermazioni, mai la persona che le fa. Evitate, a ogni costo, di dare l'impressione che cercate di interferire con la libertà di opinione di qualcuno.

3) **Fate le vostre ricerche.** Qualora possibile cercate di affrontare una discussione su una particolare affermazione avendo in mano il maggior numero di fatti ad essa inerente. Dovete anche cercare di documentare le vostre fonti. Non fidatevi di quello che leggete sui giornali circa un'affermazione particolare o fatti a essa legati; cercate di raggiungere la fonte originale dell'affermazione.

4) **Non andate oltre le vostre competenze.** Nessuno, specialmente oggi, può affermare credibilmente di essere un esperto su tutto. Qualora possibile dovrete consultare gli esperti appropriati. Comprensibilmente, siamo molto critici di chi fa affermazioni sul paranormale che vanno chiaramente al di là delle sue competenze. Dovremmo esserlo anche di noi stessi. La cosa peggiore che può fare un critico è quella di andare oltre i fatti e le prove disponibili.

A questo proposito, chiedetevi sempre se avete davvero qualcosa da dire. A volte è meglio rimanere in silenzio piuttosto che lanciarsi in una discussione che coinvolge aspetti al di là delle proprie conoscenze. Come dicevamo all'inizio, non bisogna aver paura di dire «non lo so».

5) **Lasciate che i fatti parlino da soli.** Se avete fatto le vostre ricerche e avete raccolto una quantità sufficiente di

fatti, raramente il pubblico avrà bisogno del vostro aiuto per arrivare a una conclusione appropriata. Infatti, la vostra posizione è molto più forte se permettete al pubblico di trarre le proprie conclusioni sulla base dei fatti offerti. Diciamo per esempio che la signora X afferma di aver aiutato la polizia a trovare il corpo di un bambino scomparso e che voi avete ottenuto una dichiarazione della polizia nella quale si dice che la signora X non è stata di alcun aiuto. In queste circostanze può essere controproducente asserire che la signora X ha mentito o che le sue affermazioni sono "false". La signora X, innanzitutto, potrebbe credere sinceramente, anche se erroneamente, che il suo contributo sia stato di qualche aiuto. Inoltre, chi vi ascolta potrebbe offendersi per il tono delle vostre critiche e simpatizzare per la signora X. Invece, se riportate semplicemente le dichiarazioni della signora X e la risposta della polizia, non solo aderite ai fatti, ma i vostri ascoltatori giungeranno più facilmente e da soli alle conclusioni appropriate.

6) **Siate precisi.** È importante servirsi di un linguaggio preciso e accurato nell'esaminare le affermazioni sul paranormale. Dobbiamo stare molto attenti a evitare di dichiarare qualcosa sul paranormale che non possiamo poi documentare adeguatamente. Inoltre, è indispensabile documentarsi sul significato dei termini per evitare figuracce e passare per incompetenti (non è possibile che chi aderisce al CICAP dica cose tipo: «I paranormali non hanno prove convincenti!»). "Paranormale" è un aggettivo, non un nome. Al massimo si potrà dire: «I sostenitori del paranormale», oppure «I sensitivi», se si intende qualcuno che afferma di possedere facoltà paranormali). A questo scopo, è possibile richiedere al CICAP il Dizionario del paranormale.

7) **Usate il principio di carità.** So che alcuni troveranno sgradevole questo principio. Per alcuni, maghi, astrologi e occultisti vari rappresentano il "nemico", e sembra inutile dare a costoro il beneficio del dubbio. Ma l'essere caritatevoli nei confronti delle affermazioni sul paranormale rappresenta l'altra faccia della medaglia dell'essere onesti e corretti. Il principio di carità richiede che qualora ci siano dubbi o ambiguità nei confronti di un'affermazione sul paranormale, si faccia il possibile per risolvere l'ambiguità a favore di chi fa l'affermazione finché non avremo buone ragioni per non farlo. A questo proposito è importante distinguere tra l'essere in errore e l'essere disonesti. Possiamo dubitare dell'accuratezza o della validità di una particolare affermazione, ma raramente possiamo essere sicuri del fatto che chi fa l'affermazione sta mentendo o sta semplicemente ingannando sé stesso.

8) **Evitate parole grosse e sensazionalismi.** I principi fin qui esposti ci dicono che dobbiamo evitare di usare parole grosse o pregiudiziali nelle nostre critiche. Dobbiamo anche cercare di evitare i sensazionalismi, anche se ad essi ricorrono i nostri oppositori; dobbiamo evitare di abbassarci a un simile livello. Non si tratta semplicemente di "offrire l'altra guancia". Il nostro scopo è quello di ottenere credibilità a favore della nostra causa. Forse, reazioni emotive e sfide sensazionalistiche possono regalare pubblicità facile, ma a breve termine. Noi dobbiamo considerare la nostra opera come uno sforzo a lungo termine. Intendiamo persuadere i mass media e il pubblico della serietà e importanza del nostro messaggio. Inoltre, intendiamo meritarcene la loro fiducia di fonte affidabile e credibile. Un compito di questo genere richiede che si tengano sempre a mente i principi scientifici e gli standard della razionalità e integrità che vorremmo fossero universali.

Dunque, la prossima volta che qualcuno vi chiederà: «Come si spiega?», dopo avervi fatto un racconto altamente improbabile, cercate di seguire qualcuno dei consigli qui sopra riportati. La qualità delle vostre critiche non potrà che essere migliore e sicuramente più efficace.

-----  
Tratto da Query N. 35