

Fare interviste per XR

Sezione in fase di scrittura

Obiettivo delle interviste

Tipologie di interviste

Interviste in azione

Interviste di approfondimento

I diversi media

Radio

Televisione e video

Giornali

La Narrativa di XR

Suggerimenti e tecniche

Per tutte le tipologie di interviste

- **Riportare sempre il discorso sul punto che si vuole far passare**, specialmente quando viene posta una domanda difficile o scomoda. Si può usare il metodo ABC:
 - **Address** - Affrontare la domanda, vediamo dopo come rispondere a domande scomode
 - **Bridge** - Fare un ponte verso il punto in cui si vuole arrivare. Si possono usare frasi tipo: “Il nostro messaggio principale è...”, “quello che chiediamo è...”, “La cosa più importante è che...”

- **Communicate** - Comunicare il messaggio chiave.
- **Non** usare acronimi o lo slang di XR
- **Ragionare sul target:** pensa a chi stai parlando, ogni media ha il suo pubblico
- **Curare la comunicazione nonverbale** (per interviste video): postura dritta, tenere uno sguardo fermo e deciso su giornalista o telecamera, usare le mani e il corpo per creare dinamismo (indicare luoghi o persone, gesticolare...)

Per le interviste a freddo

- **Presentarsi:** la prima cosa da fare è presentarsi brevemente, con nome, età ed altre informazioni che possono essere utili. Si suggerisce di fornire solo il nome (non il cognome), per preservare la propria riservatezza, soprattutto per non esporsi a eventuali attacchi sui social. Chiaramente non serve presentarsi se viene fatto dal giornalista. Quello che diciamo di noi ha un impatto con cui veniamo percepiti e quindi è il primo elemento della nostra narrazione: possiamo dire di essere professori, ricercatori, laureati per cercare di trasmettere un senso di preparazione e puntare sull'affidabilità; di essere genitori, impiegati, studenti per trasmettere il senso di cittadini comuni e puntare sull'empatia. Per questo la scelta di come ci raccontiamo è da valutare anche in base al target dell'intervista.
- **Preparare il messaggio chiave:**
 - Avere ben chiari i punti su cui costruire il racconto
 - Concentrarsi su 3 fatti + 3 dati principali su cui insistere

Chiedetevi: qual è la cosa che vorreste che il pubblico traesse dalla vostra intervista? Il messaggio chiave dovrebbe essere composto da circa tre semplici frasi. Iniziate con il vostro pensiero principale, aggiungete prove, aneddoti o esempi per illustrarlo e concludete con decisione, ribadendo il vostro messaggio chiave. Esercitatevi a pronunciarlo ad alta voce, con un amico o un familiare, ed evitate di leggere da un copione, di usare acronimi o gergo. In sintesi, pensate al motivo per cui le persone dovrebbero fare CARE e utilizzate un linguaggio chiaro, accessibile, pertinente e coinvolgente.

Per le interviste in azione

- **Esplicitare subito le 5W:**
 - **Who?** [Chi?] - presentarsi brevemente dicendo che si è parte di XR (es: "Sono ... e con Extinction Rebellion ...").
 - **When?** [Quando?] - pochi cenni temporali (es: "... oggi ..."). Se è utile alla narrativa, esplicitare cosa sta avvenendo in quel momento (es: "... a un giorno dall'inizio del G7 Energia Clima e Ambiente ...")
 - **What?** [Che cosa?] - L'azione principale e che più merita di essere raccontata (es: "... stiamo bloccando l'ingresso..."). Se ci sono altri elementi di cosa stiamo facendo (persone in presidio, cori, discorsi...) meglio aggiungerli con più calma dopo.
 - **Where?** [Dove?] - Importante specificare dove si è in particolare se ha un significato politico e simbolico (es: "...del Grattacielo di Intesa SanPaolo a Torino...").

- **Why?** [Perché?] – Motivo principale della protesta che costituisce il messaggio centrale (es: “... *per denunciare gli ingenti investimenti della banca nell’industria fossile.*”)

Questi elementi permettono di costruire una o due frasi pronte da utilizzare in tutte le interviste di quell’azione, e che aiutano ad iniziare prontamente l’intervista, specialmente quando non viene posta una domanda specifica e viene chiesta una dichiarazione generica (cosa che nelle interviste in azione avviene di frequente).

L’ordine degli elementi può variare, ma è bene tenere il Who per primo e il Why per ultimo, in quanto diventa l’effettivo inizio del far passare il messaggio dell’azione. Ricordarsi che la prima e l’ultima sono le frasi più importanti di un’intervista in azione: saranno quelle con cui catturiamo l’attenzione all’inizio e quella con cui lasciamo l’intervista.

- Portare un messaggio **nuovo, contestualizzato, legato al luogo**.
- Spiegare in che modo l’azione e gli **elementi visivi** convogliano il messaggio.
- Andare dritti al punto, **esponendo subito il messaggio**, in l’intervista (soprattutto video) venisse tagliata.

Domande scomode

Occorre prepararsi alla possibilità di affrontare domande impegnative. Bisogna evitare di mettersi sulla difensiva o di essere aggressivi, non ripetete il linguaggio negativo usato da un giornalista, nemmeno per negarlo. Serve invece attenersi al messaggio chiave e utilizzare le frasi chiave.

Le domande scomode possono essere utilizzate proprio per **smascherare e ribaltare la narrativa dominante**, girando in positivo il messaggio di XR. Per fare questo, è più efficace essere **chiari, brevi e sintetici**. Non bisogna cadere nella trappola di dare una lunga spiegazione sul perché il punto di vista del movimento è corretto e moralmente giusto. Gli studi di comunicazione mostrano come questa sia una strategia comunicativa inefficace: chi ascolta ha un suo quadro di riferimento valoriale e politico che se messo in discussione porta a un atteggiamento di chiusura. È più efficace piuttosto preparare delle risposte che abbiano come obiettivo il ribaltamento della narrativa in cui quella domanda si inserisce, e che offrano spunti nuovi a chi vi ascolta o legge senza che questo sia percepito come un attacco.

Ad Esempio: *"In che modo vivi il tuo ambientalismo nella vita quotidiana?"*

La narrativa dominante qui è duplice:

- *gli ambientalisti predicano bene ma poi vanno in giro in macchina, uno non è un vero ambientalista se non rinuncia a ogni cosa*
- *per cambiare le cose ognuno di noi si deve impegnare nel suo piccolo, a livello individuale*

Una possibile risposta che ribalta la narrativa:

- **inizia agganciandosi alla domanda:** *"ovviamente io, come ogni persone in XR, sono molto attenta alle scelte che faccio quotidianamente, dall'andare in bici al non comprare acqua nelle bottigliette di plastica"*
- **... e poi torna al messaggio, ribaltando l'assunto:** *"partendo però dalla consapevolezza che la crisi ecoclimatica è talmente grande e riguarda ogni aspetto della nostra società che la soluzione non può che essere politica. L'attivismo in XR è proprio questo: la costruzione di una risposta politica all'inadeguatezza di chi governa, di fronte al collasso climatico."*

Come prepararsi

Riassunto, per prepararsi ad un'intervista...

- **Seguire la Formazione [DNA Narrativa](#)**
- **Esercitarsi a parlare ad alta voce** - davanti ad uno specchio o registrandosi, oppure con una persona amica
- **Confrontarsi con gruppo/referente stampa**, per concordare i punti chiave da far emergere

E in particolare, per le interviste in azione o relative alle azioni

- Studiare il **Kit intervistabili** (*se presente*)
- Studiare per bene la **narrativa dell'azione** e come questa è legata agli elementi visivi presenti
- **Preparare i 3 fatti principali** e studiare i relativi dati
- Prepararsi le **risposte ad alcune domande standard**
- Informarsi su **avvenimenti recenti rilevanti**

Versione #9

Creato 2 novembre 2025 16:18:08 da SIT

Aggiornato 4 aprile 2026 14:10:33 da Media