

Questo documento contiene le regole per la redazione di testi destinati alla pubblicazione su *Avvocato.it*

Alcune sono regole "interne" altre richiamano semplicemente l'ortografia e la grammatica italiana. Preghiamo chiunque voglia collaborare alla rivista di attenersi sia alle une che alle altre.

Legenda

Blu = corretto

Rosso = sbagliato

Formato degli articoli

Gli articoli devono essere **esclusivamente** inviati come allegati (*attachment*) in formato .TXT senza interruzioni di riga ovvero in formato .RTF, pertanto, sono tassativamente esclusivi tutti gli altri formati ivi compreso l'inserimento dei testi nel corpo dei messaggi email, il formato HTML ed il formato PDF.

I testi non devono, altresì, presentare alcuna specificazione di stili, tipi di carattere (*font*), corpi o colori ed allineamenti.

Il rispetto di tale procedura semplifica la formattazione del testo da parte della redazione di *Avvocato.it* per la conseguente pubblicazione.

Dimensioni degli articoli

E' sempre opportuno essere contenuti.

La lunghezza di un articolo deve essere ricompresa fra le 500 e 1.000 parole.

Nel caso gli articoli dovessero superare le 1.000 parole può essere opportuno prevedere una suddivisione in due o più parti.

Formato dei testi e link

Usare solo il formato "normale" o *plain text*. Non usare corpi diversi per i titoli: l'aspetto grafico finale è compito della redazione di *Avvocato.it*

Il carattere **grassetto** deve essere usato solo per dare particolare enfasi a singole parole o brevi espressioni, oppure in brevi paragrafi di sintesi.

Il carattere sottolineato non deve **mai** essere usato, perché crea confusione con i link.

Il carattere *corsivo* deve essere usato per le parole straniere che non siano di uso comune o per titoli in lingue diverse dall'italiano.

Gli elenchi devono essere scritti come puro testo, senza usare la formattazione e numerazione automatica.

I link vanno indicati in chiaro nel corpo del testo, inserendoli tra parentesi quadre insieme alla parola o alle parole interessate.

Per esempio: **Con provvedimento del** [Governo <http://www.governo.it>] del

Citazioni

Le brevi citazioni nel corpo del testo possono essere indicate "tra virgolette" (preferibile quando si riportano discorsi o testi altrui) **oppure** in *corsivo* (preferibile nella citazione testuale di testi normativi). **Non usare il corsivo e le virgolette insieme.**

Le lunghe citazioni, in particolare articoli di legge, vanno in *corsivo* in paragrafi separati dal testo con una doppia interlinea.

Indicare ogni volta che è possibile la fonte delle informazioni con i relativi link. Il link è comunque obbligatorio quando si fa riferimento a fonti normative non sono citate per esteso nel corpo dell'articolo.

Ortografia

Uso delle maiuscole

Secondo l'ortografia italiana le maiuscole vanno usate:

a) all'inizio di un periodo o dopo un segno di punteggiatura forte, cioè dopo il punto fermo, il punto esclamativo e il punto interrogativo. Dopo i puntini di sospensione qualora la frase precedente sia conclusa. Dopo i due punti **solo se segue un discorso diretto** - Allora Pietro domandò: "Domani andiamo alla mostra di Mirò?";

b) con i nomi propri. In certi casi alcuni nomi comuni vengono promossi a nomi propri, quando, per esempio, si riferiscono ai simboli o agli oggetti di culto, come "la Fede", "la Croce".

Sono scritti con la maiuscola oltre i nomi propri di persona e di animali, i cognomi, i **soprannomi** (il Magnifico, il Guercino, il Delfino) e **gli appellativi antonomastici** (il Caravaggio, il Savonarola, il Certaldese). **L'appellativo che accompagna un antroponimo** solitamente si scrive con la minuscola (l'avvocato Rossi, santa Teresa), tranne nei casi in cui **l'appellativo fa le veci del nome proprio**, allora si usa la cosiddetta "**maiuscola reverenziale**" (l'Avvocato, Il Giudice, il Profeta).

I nomi dei luoghi geografici: i nomi delle città, Firenze, Napoli, Roma; i nomi dei fiumi, Po, Tevere, Arno; i nomi dei monti, Pirenei, Alpi. Nei **toponimi accompagnati da un nome comune**, il nome comune può essere scritto sia in maiuscolo che in minuscolo: monte o Monte Bianco, corso o Corso Trieste; l'odonomo vero e proprio richiede sempre la maiuscola: via del Governo Vecchio, piazza Esedra.

I nomi delle associazioni, degli enti, delle istituzioni, dei partiti politici: La Croce Rossa, lo Stato, il Ministero delle infrastrutture e dei trasporti, l'Università degli Studi di Roma la Sapienza, la Corte dei conti, la Regione Lazio, il Partito Democratico; mentre, i nomi come stato, scuola, regione, università, repubblica, chiesa etc. sono scritti con la lettera minuscola quando sono usate in modo generico e non come nomi propri. Quindi la maiuscola va utilizzata solo nei casi in cui i nomi indicano effettivamente un'istituzione.

Sigle e abbreviazioni

Le sigle vanno scritte, in accordo con le norme UNI, in tutte lettere maiuscole e senza punti: L'Autorità per l'informatica nella pubblica amministrazione è **AIPA**, non **A.I.P.A.**, **Aipa** o **a.i.p.a.** Fanno eccezione le abbreviazioni di uso comune nei testi giuridici: **c.c.** (codice civile), **c.p.p.** (codice di procedura penale) ecc. Si usa **L.** per "legge", ma solo quando è seguita dall'indicazione numerica della legge stessa, che deve essere nel formato numero/anno per le leggi italiane e anno/numero per le direttive europee. Per esempio: **la L. 675/96** (ma **la legge sulla tutela dei dati personali**) oppure **la direttiva europea 2000/31** (o, meglio, **la direttiva 2000/31/CE**; inutile in questo caso aggiungere "europea").

Punteggiatura

i segni di interpunzione sono uniti alla parola che precede e separati da uno spazio dalla parola che segue. Questo vale anche per il punto di abbreviazione nell'indicazione di leggi o articoli: si deve scrivere **art. 1** e non **art.1**, **L. 392/78** e non **L.392/78**.

Le parentesi e le virgolette sono unite al testo che racchiudono e separate da uno spazio dal testo circostante: è corretto questo **"testo tra virgolette"**, mentre è sbagliato questo **" testo tra virgolette "**.

Il segno di interpunzione segue, di norma, la chiusura della parentesi o delle virgolette.

A differenza delle parentesi, trattini che separano gli incisi hanno lo spazio prima e dopo - **come questo** - e non sono attaccati alle parole che racchiudono **-in questo modo-**.

Si ricorda che non è necessario andare a capo ad ogni punto fermo, né saltare una riga ad ogni a capo. I salti di riga devono essere usati per dare respiro al testo, separando concetti diversi.

Parole straniere

L'ortografia italiana vuole che le parole straniere siano usate sempre al singolare. Quindi non **i providers**, ma **i provider**. Il genere dell'articolo o dell'aggettivo, per l'inglese o per le parole che nella lingua originale sono di genere neutro, è bene che siano dello stesso genere della corrispondente parola italiana. Per esempio, **il CAM** (*Common Access Module*), e non la CAM, perché "modulo" in italiano è maschile. Altrimenti si usa il genere della lingua originale. Per esempio, una citazione dal settimanale tedesco *Die Zeit* dovrà suonare come **sulla Die Zeit della settimana scorsa**, perché in tedesco *Zeit*, tempo, è femminile.

Note di stile

Evitare i "cappelli" introduttivi.

Vale sempre la vecchia regola della "fotografia" ovvero quella del giornalismo americano della "delle 5 W" nelle prime cinque righe": *Who, What, Where, When, Why*. "chi, cosa, dove, quando, perché" le cui risposte a tali interrogativi dovrebbero risiedere preferibilmente nelle prime tre righe.

Evitare le inutili descrizioni di aspetti non rilevanti ai fini del discorso: **Il convegno si è svolto in marzo a Roma** è l'informazione essenziale; invece **Il convegno si è svolto nella splendida cornice romana sotto in una bella giornata di ottobre scaldata da un tiepido sole** è un'inutile lungaggine.

All'inizio dell'articolo è auspicabile indicare le principali questioni di diritto legate al provvedimento in commento, ciò serve ad attirare l'attenzione dei lettori.

Usare frasi brevi, separate da punti fermi.

Evitare le faticose concatenazioni di frasi subordinate (tanto care agli avvocati).

Usare, per quanto sia possibile, parole del linguaggio comune.

Ricordare sempre che i testi pubblicati su *Avvocato.it* possono essere letti anche da persone non "addette ai lavori" verso le quali sono indirizzati i vostri lavori quale strategia di marketing.