

Narrare le povertà con l'approccio costruttivo

Assunta Corbo

Giornalista, Autrice e Fondatrice del Constructive Network



GRAZIE!

Sono giornalista, autrice e fondatrice del Constructive Network, rete di professionisti impegnati nella divulgazione del giornalismo costruttivo in Italia.

Sono Lede Fellow e Trainer Certificata del Solutions Journalism Network.

Ho scritto «Empatia Digitale», saggio sulla comunicazione, «Inversione a U» con Mariagrazia Villa e co autrice di «Il giornalismo come relazione» con Mariagrazia Villa e Vincenzo Varagona

Sono direttrice responsabile di News48, il primo magazine italiano di giornalismo costruttivo e delle soluzioni.

DOVE?

SOLUTIONS JOURNALISM

Nasce negli Stati Uniti (A New York) con la fondazione del Solutions Journalism Network da parte di David Bornstein e Tina Rosenberg (Premio Pulitzer) entrambi giornalisti del New York Times

CONSTRUCTIVE JOURNALISM

Nasce in Danimarca grazie alla giornalista Catherine Gyldensted e poi si sviluppa con il lavoro del Constructive Institute di Urlik Haagerup



COS'È IL GIORNALISMO COSTRUTTIVO E DELLE SOLUZIONI?

- Racconta una risposta a un problema e come questa è stata elaborata.
- Offre evidenze chiare sull'impatto della risposta sulla comunità e sulla sua effettiva efficacia. Non racconta intenzioni!
 - *Dati qualitativi o quantitativi*
 - *Ci sono evidenze che raccontano come la risposta non sia efficace?*
- Produce elementi che possono essere utili ad altri per trovare una risposta allo stesso problema. Scalabilità.
- Evidenzia i limiti o i campanelli di allarme della soluzione raccontata

VECCHIO PENSIERO

Raccontando le soluzioni
potremmo compromettere la
nostra professionalità.

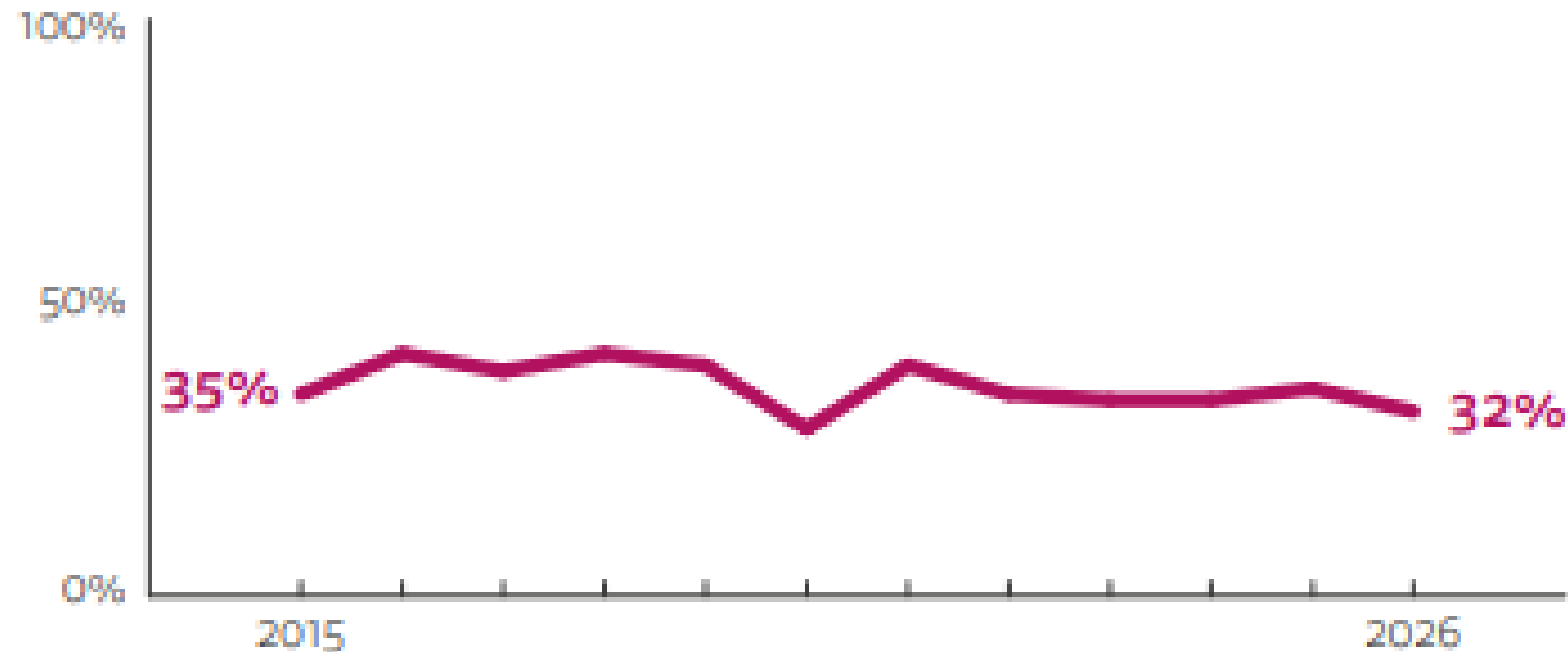


NUOVO PENSIERO

Se non raccontiamo le soluzioni
rischiamo di compromettere la nostra
professionalità

SIAMO IN DEFICIT DI FIDUCIA

OVERALL TRUST IN NEWS 2015-26



Proportion that trusts 'most news most of the time'

OVERALL TRUST
32% (-4)
GLOBAL AVERAGE 37%

Autenticità: la fiducia è costruita su interazioni che fanno parte di una relazione costruita lentamente nel tempo. E come in ogni relazione, l'autenticità è una componente chiave. Condivisione di ciò che sappiamo e spiegazione di ciò che non facciamo o sappiamo.

Trasparenza: senza una comprensione più approfondita delle scelte che fanno i giornalisti e del perché le fanno. Quali scelte facciamo e perché? Hanno bisogno di comprendere come funziona il giornalismo.

Coerenza: Le relazioni sono il fondamento della fiducia e sono costruite su una serie di piccole interazioni di routine che creano un senso di affidabilità col tempo. Essere coerenti può aiutare a coltivare la fiducia.

I SEI CRITERI DELLA FIDUCIA

32 Percent Project at the Agora Journalism
Center Oregon University

Positività: una narrazione costantemente negativa erode la fiducia, soprattutto se quella narrazione non trova riflesso in ciò che viviamo nella vita di tutti i giorni.

Diversità: si perde fiducia quando non si presta un'attenzione sincera alla diversità.

Missione condivisa: c'è un forte desiderio di interagire con testate giornalistiche che condividono gli obiettivi e le aspirazioni delle persone per la comunità. Un tempo il giornalismo specchio e portavoce della comunità. Questo legame si è indebolito. Le persone non sentono che i giornalisti lavorano per loro, con loro.

I SEI CRITERI DELLA FIDUCIA

32 Percent Project at the Agora Journalism Center Oregon University

COME FARE GIORNALISMO DELLE SOLUZIONI E COSTRUTTIVO

1 Identifica **il problema o il bisogno** di soluzione



2 Chediti **cosa manca** nel dibattito pubblico sul tema

Chiediti **cosa manca** nel dibattito pubblico

C'è
consapevolezza
sul problema?

NO

Allora è forse più adatto a un giornalismo focalizzato sulla definizione di un problema

Sì

C'è consapevolezza sul

Sì

Fai pressione sulle istituzioni affinché si attivino

NO

Prendi in considerazione il **giornalismo delle soluzioni**

1 Identifica **il problema o bisogno** di soluzione

2 Chiedi **cosa manca** nel dibattito pubblico

3 Inizia a cercare **candidati** per le tue storie di soluzione

I PRINCIPI BASE DELLA NARRAZIONE COSTRUTTIVA

Le nuove domande della narrazione costruttiva



Paragrafi 1-3: un accenno alla risposta e un breve sommario degli aspetti del problema a cui risponde

Paragrafi 4-6: Evidenza (dati!) sul problema e la risposta nella comunità, nel Paese, nel continente

Paragrafo 7-9: Virgolettati da chi ha ideato la risposta o da autorità e istituzioni

Paragrafi 10-12: Limiti e altre evidenze sui risultati (dati, beneficiari,...)

Paragrafi 13-15: Virgolettati da altre voci esperte (un secondo protagonista del progetto, critici, esperti...)

Paragrafi 16-18: riferimenti alle lezioni imparate dalla soluzione narrate

Paragrafi 19-20: un rapido sguardo sui possibili scenari future della soluzione: magari un virgolettato di chi l'ha ideata

**Solutions
Journalism in
800 PAROLE e
20 paragrafi?**

Paragrafo 1: un accenno alla risposta e un breve sommario degli aspetti del problema a cui risponde

Paragrafo 2: Evidenza (dati!) sul problema e la risposta nella comunità, nel Paese, nel continente

Paragrafo 3: Virgolettati da chi ha ideato la risposta o da autorità e istituzioni

Paragrafi 4-5: Limiti e altre evidenze sui risultati (dati, beneficiari,...)

Paragrafi 6-7: Virgolettati da altre voci esperte (un secondo protagonista del progetto, critici, esperti...)

Paragrafi 8-9: riferimenti alle lezioni imparate dalla soluzione narrate

Paragrafo 10: un rapido sguardo sui possibili scenari future della soluzione: magari un virgolettato di chi l'ha ideata

**Solutions
Journalism in
500 PAROLE e
10 paragrafi?**

Sample formula for a TV solutions story in 2 minutes:

Start with a person's story

* Soundbite from person

20 seconds

15 seconds

Describe problem

* Soundbite from expert

15 seconds

10 seconds

Describe solution

* Soundbite from beneficiary

20 seconds

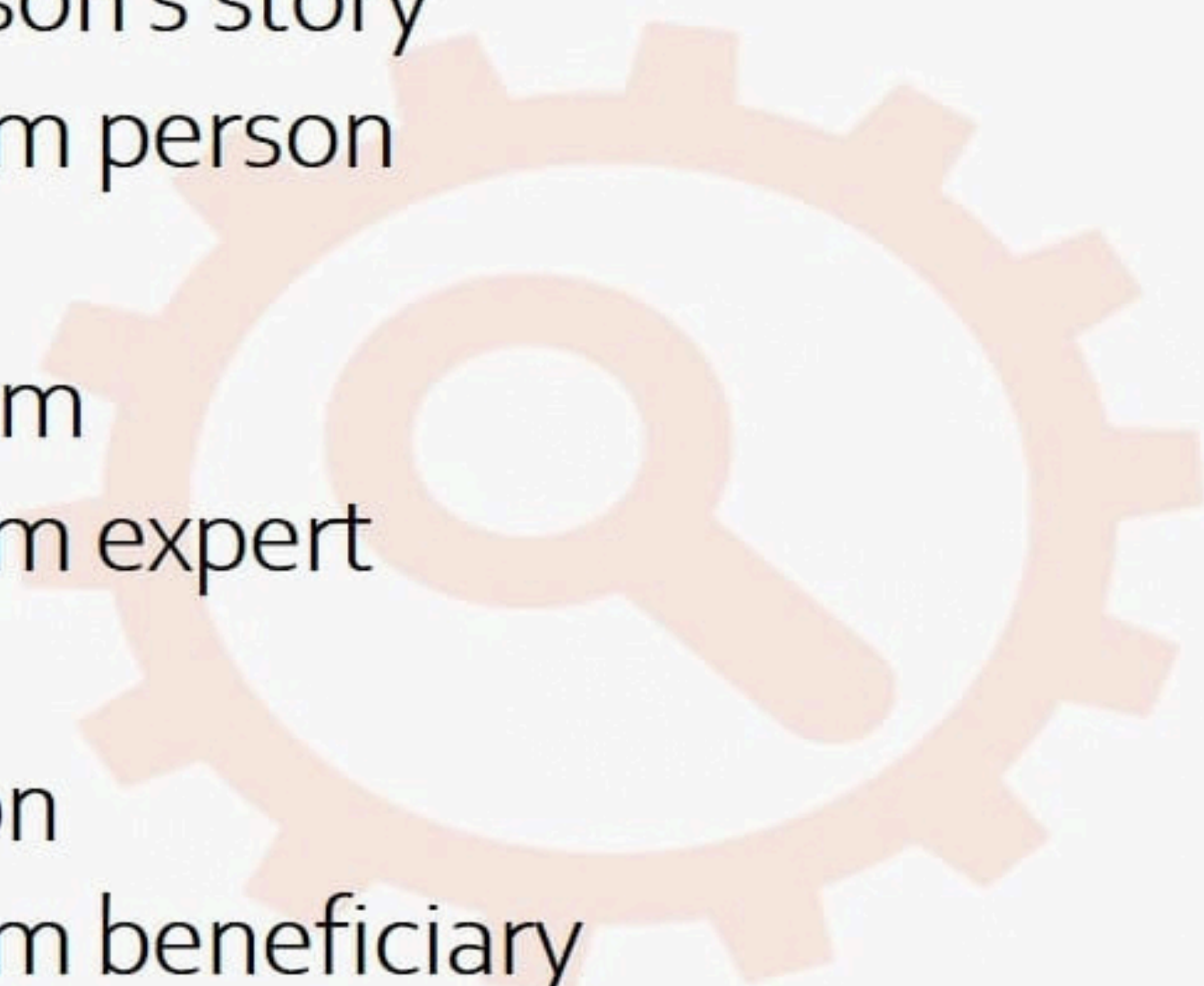
15 seconds

Some evidence of success (maybe a graphic)

15 seconds

A few limitations

10 seconds



**PROPORRE UNA STORIA
COSTRUTTIVA**



The Op-Ed Project hanno riassunto al meglio come comportarsi.

Ogni buona proposta deve rispondere a tre domande fondamentali:

COSA?

In che modo questa particolare storia si può modificare il dibattito pubblico?

In che modo influisce sulla vita del lettore?

Qual è la visione più ampia?

PERCHÈ ORA?

Qual è il pretesto per proporre la notizia? Perché questa storia dovrebbe essere scritta e pubblicata ora rispetto alla scorsa settimana o tra un anno?

Pensa ad anniversari, vacanze, tendenze, eventi attuali, ecc.

PERCHÉ TU?

Qual è il tuo background personale che ti rende particolarmente adatto a scrivere questa storia? Stabilisci la tua credibilità e fallo velocemente.

3 DOMANDE A CUI RISPONDERE

Presentare una storia orientata alle soluzioni è molto più complesso perché le soluzioni sono ancora sospette per alcuni direttori e capo redattori.

Se stai proponendo una storia orientata alla soluzione, ecco alcune cose che devi segnalare molto chiaramente nella tua corrispondenza concisa e chiara:

- Gli elementi che hai già identificato per determinare che questa è una storia da approfondire. Pensa a **dati concreti, a più fonti credibili**, a cose che aiutano il capo redattore a comprendere rapidamente che sei impegnato in un'indagine rigorosa.
- Qualsiasi potenziale **limite della soluzione che hai già rilevato**. Questo aiuterà il capo redattore a capire che non hai intenzione di scrivere un pezzo banale.
- Un **breve elenco di esperti rispettabili e credibili** che potresti intervistare per l'articolo. Pensa a studiosi, persone che hanno lavorato in prima linea per anni, clienti che utilizzano un prodotto e altro ancora. Questo aiuta il capo redattore a capire che, nel tuo lavoro, tieni molto ai tuoi contatti personali e alle buone relazioni: non hai intenzione di intervistare solo i benefattori e basta.

SUGGERIMENTI

Identificare storie di successo meno note nella vostra comunità:

Invitateli a considerare sia le storie di successo già evidenti che quelle meno conosciute, offrendo una voce ai protagonisti che spesso passano inosservati.

Esplorare nuovi modi di coinvolgere i lettori:

Utilizzate approcci interattivi, come sondaggi, questionari o spazi dedicati ai commenti, per coinvolgere i lettori nelle storie che raccontate.

Considerate l'utilizzo dei social media o di piattaforme online per promuovere la conversazione e creare un dialogo con i lettori.

SUGGERIMENTI

Sviluppare un approccio investigativo orientato alle soluzioni:

Investigate anche le sfide e gli ostacoli che potrebbero ostacolare l'attuazione di queste soluzioni e a fornire spunti su come superarli.

Sperimentare nuovi formati:

Nuovi formati di narrazione, come video, podcast o reportage interattivi, per coinvolgere in modo più efficace il pubblico e rendere le storie più accessibili e coinvolgenti.

Pensate in modo creativo e a sperimentare con nuovi strumenti digitali e tecnologie che possono arricchire la presentazione delle storie.

SUGGERIMENTI

- **Perché vale la pena riportare su questa soluzione?**
(Ci sono lezioni utili?)
- **Possiamo coinvolgere persone direttamente colpite?**
(Testimonianze)
- **Quali sono gli ostacoli per il pieno successo di questa soluzione?**
(Intrinseci o Esterni)
- **A quale parte del problema risponde questa soluzione?**
(Crea un puzzle)

SUGGERIMENTI

RACCONTARE LE POVERTA' - ESEMPI DALLA CRONACA



I titoli a cui ci siamo abituati

MADRI SOLE

«Il dramma di mamma e figlio: "Da 7 mesi senza una casa"»

— **Torino Cronaca**

"Dramma" trasforma una condizione strutturale (casa introvabile, welfare insufficiente) in una tragedia individuale da compatire

POVERTÀ SOCIALE

«Barboni, invisibili, clochard: si piange nei film in tv, ci si volta dall'altra parte in strada»

— **Giornale La Voce**

Linguaggio classista ("barboni", "clochard") e cornice pietistica dentro lo stesso titolo

POVERTÀ ECONOMICA

«In povertà assoluta 5,7 milioni di persone, in gran parte stranieri»

— **ANSA, 14 ottobre 2025 (dati Istat)**

Il dato reale diventa notizia sulla nazionalità, non sulle cause strutturali della povertà

Tre storie diverse, la stessa scorciatoia: la persona (o il gruppo) sostituisce l'analisi

Cosa hanno in comune

La persona ridotta alla condizione

"Il povero", "il barbone", "la mamma disperata": l'etichetta occupa lo spazio che dovrebbe raccontare una persona con una storia, non solo una categoria

Il dato senza struttura

Un numero (5,7 milioni) o un'origine (straniero) sostituiscono la domanda vera: quali politiche abitative, di lavoro, di welfare mancano

Il problema depoliticizzato

La sociologa Daniela Leonardi, osserva che questo linguaggio "depoliticizza" la povertà: sposta il focus dalle politiche inadeguate alla responsabilità individuale

RACCONTARE LE POVERTA' - ESEMPI COSTRUTTIVI



Raccontare la povertà oltre la cronaca del disagio

Il caso Good Laundry - FlintBeat - <https://www.flintbeat.com/community/flint-pastor-builds-laundromat-to-help-families-experiencing-hygiene-poverty-0c66e4c3/>

1 · Response

2 · Evidence

3 · Insights

4 · Limitations

Obiettivo: superare il giornalismo della sola denuncia per imparare ad analizzare le risposte ai problemi sociali complessi

IL PROBLEMA

La "povertà igienica" a North Flint

Nessuna lavanderia vicina

La lavanderia più vicina alla Good Church dista circa 3,5-4 miglia. Oltre il 75% dei residenti dipende dai mezzi pubblici: il bucato diventa un'attività che assorbe quasi un'intera giornata.

Effetto sui ragazzi

La mancanza di abiti puliti genera bullismo, bassa autostima e assenteismo scolastico cronico.

I sussidi non coprono l'igiene

I buoni alimentari SNAP non coprono i prodotti per l'igiene: le famiglie sono costrette a scegliere tra cibo e detersivi.

«Le persone sono davvero costrette a scegliere tra vestiti puliti e bisogni primari.»

— Leo Robinson II, pastore della Good Church

Metodo: identificare con rigore la causa radice prima di valutare la risposta

Come funziona la soluzione?

La risposta

Good Laundry: una lavanderia a prezzi sociali nel seminterrato della Good Church, 1034 East Holbrook Ave.

Modello operativo

Non punta al profitto ma al pareggio di bilancio, con un margine del 7% per coprire utenze e gli stipendi di 2-3 lavoratori locali.

Valore aggiunto

Uno spazio di aggregazione che offre orientamento, ripetizioni e supporto educativo, laico e privo di condizionamenti religiosi.

«Io voglio solo aprire una lavanderia per aiutare le persone. Qual è il modo più economico per farlo?»

«Se a fine giornata vado in pareggio, per me va bene. Non è il modello di business standard, ma è quello che stiamo facendo.»

— **Leo Robinson II, pastore della Good Church**

Quali dati supportano l'impatto?

-10% / -60%

Detroit, 2018

L'installazione di lavatrici in una scuola pubblica ha portato a un calo del 10% dell'assenteismo cronico e del 60% delle sospensioni.

90%

Whirlpool "Care Counts"

Attivo in 134 scuole di 34 stati: nel primo anno il 90% degli studenti monitorati ha migliorato la frequenza scolastica.

SBEV · Flint

"Wash and Dry", dal 2018

Il programma del Sylvester Broome Empowerment Village, avviato con lavatrici donate, ha mostrato un impatto immediato su autostima e partecipazione degli studenti-atleti.

Nota: il Solutions Journalism richiede prove quantitative e qualitative

Cosa possiamo imparare da questo modello?

Ascolto della comunità

Dal cibo all'igiene personale: durante la distribuzione pasti nel periodo COVID, i residenti dicevano:

«Il cibo è prezioso, ma quello di cui abbiamo davvero bisogno è un posto dove lavare i vestiti.»

Professionalizzazione del terzo settore

Trasformare un'azione caritativa spontanea in un'impresa sociale organizzata, studiando le logiche del settore lavanderie.

Timing e fiducia

Aprire 1-2 mesi prima dell'inizio delle scuole, per costruire una routine:

«Se vogliamo avere l'impatto che desideriamo sulle scuole... dobbiamo aprire prima che la scuola entri nel vivo, così da avere il tempo di costruire quella relazione, quella fiducia.»

Aiuto senza predicare

Bisogni primari prima del proselitismo spirituale:

«Non deve essere sempre tutto "da chiesa".»

Quali sono i punti deboli e i rischi?

Capacità ridotta

Otto macchine coprono il fabbisogno di poco più di 100 famiglie a settimana, una frazione ridotta rispetto al bisogno reale del quartiere.

«Sappiamo già che le otto macchine che metteremo qui non basteranno.»

Gestione dei turni

Serve un sistema di prenotazione per garantire equità nell'utilizzo ed evitare sovraffollamenti.

Sostenibilità economica

Difficoltà a fissare una tariffa definitiva prima dell'avvio, bilanciando costi variabili di acqua ed energia con gli stipendi del personale.

Isolamento del settore

Nessuna rete di supporto per lavanderie a scopo sociale, in un settore orientato al massimo profitto privato.

«Per poco non mi hanno tagliato fuori dalla conferenza sulle lavanderie, perché ero l'unico lì che non cercava di fare enormi profitti.»

Le domande che possiamo farci

- ✓ L'articolo spiega in dettaglio il meccanismo della risposta?
- ✓ Sono presenti dati o confronti con altri contesti?
- ✓ Vengono condivisi insegnamenti pratici o scalabili?
- ✓ Vengono ammessi con trasparenza i limiti della soluzione?

Le quattro domande corrispondono ai quattro pilastri: Response, Evidence, Insights, Limitations

Tecnologia ed economia informale: il caso dei distributori automatici a Nairobi

<https://www.bbc.com/news/business-59517551>

1 · Response

2 · Evidence

3 · Insights

4 · Limitations

IL CONTESTO - PROBLEMA

La trappola dei costi d'imballaggio

Kibera, Nairobi

Centinaia di migliaia di persone vivono negli insediamenti informali della capitale keniana, e molte sopravvivono con meno di un dollaro al giorno.

Le confezioni standard escludono

Comprare alimenti o combustibile in confezioni standard è proibitivo per chi vive con liquidità giornaliera limitata.

La "tassa sulla povertà"

Nei piccoli negozi di quartiere i prezzi al dettaglio sono paradossalmente più alti che nei grandi supermercati, per i costi di confezionamento, logistica e IVA.

«Con questo distributore posso spendere quello che voglio, anche solo 10 scellini, in base ai soldi che ho in tasca.»

— Caroline Atieno, cliente a Kibera

«I prezzi al dettaglio degli alimenti sono più alti nei piccoli negozi di quartiere che perfino nei grandi supermercati di Nairobi» — Sagun Saxena, KOKO Kenya

Dati e impatto socio-economico

-41%

Prezzo del latte

65 scellini al litro dal distributore, contro i 110 scellini al litro del latte UHT confezionato.

6.000

Scellini a settimana

Il profitto netto di Jackson Opati vendendo 150-300 litri di latte al giorno (circa 53 dollari a settimana).

750+

Distributori KOKO

Distributori di bioetanolo installati a Nairobi dal 2019, in espansione verso altri paesi dell'Africa orientale.

«I distributori ci aiutano anche ad aprire quell'80% del mercato che le grandi aziende regolamentate non hanno mai raggiunto» —
Graham Benton, Zaidi Technologies

Lezioni replicabili per la povertà urbana

Vendere in micro-dosi

Ridisegnare l'offerta sulle reali disponibilità di cassa di chi guadagna giorno per giorno:

«Con questo distributore posso spendere quello che voglio, anche solo 10 scellini.»

Zero plastica

Ridurre la povertà e l'impatto ambientale nello stesso gesto: niente imballaggio monouso, niente rifiuti.

«Con il distributore evitiamo di creare montagne di rifiuti di bottiglie di plastica.»

Nuova imprenditoria

I distributori abbassano la soglia d'ingresso per avviare un'attività:

«Con i nostri risparmi volevamo avviare un'attività, e questi distributori sembravano piuttosto accessibili.»

Risparmio collettivo

Il gruppo giovanile di Vivian Kenyatta mette da parte i profitti per le emergenze:

«Guadagniamo circa 400 scellini al giorno, che mettiamo su un conto in banca per le emergenze.»

Limiti e criticità, senza nasconderli

Igiene e infrastrutture

Macchine economiche non idonee, scarsa manutenzione o spegnimento a vuoto fanno deteriorare i residui di latte o olio. Le frequenti interruzioni di corrente bloccano l'erogazione.

Rischio di manomissione

Alcuni negozianti poco onesti hanno tentato di annacquare il latte prima di venderlo.

Le risposte tecniche

Zaidi sta introducendo sigilli a chiave affidati agli autisti e sensori remoti che mettono la macchina offline se lo sportello viene forzato o la temperatura supera la soglia di sicurezza.

«I sistemi saranno automatizzati, così potremo vedere se lo sportello viene forzato o se il latte supera le nostre soglie di temperatura, e mettere la macchina offline finché un tecnico non arriva.»

Le domande che possiamo farci

- ✓ L'articolo analizza la causa della "tassa sulla povertà"?
- ✓ Ci sono cifre concrete a confronto tra modello tradizionale e innovativo?
- ✓ Vengono esplicitati i rischi igienici e logistici senza nasconderli?

Le tre domande corrispondono ai quattro pilastri: causa (Response), dati (Evidence), limiti (Limitations)

SOLUTIONS JOURNALISM · I QUATTRO PILASTRI

Dal carcere: l'auto-etnografia per riflettere sulla sopravvivenza

Response

Evidence

Insights

Limitations

Fonte: Francesco Ciampa, «Dal carcere: l'auto-etnografia per riflettere sulla sopravvivenza», News48, 28 giugno 2021

IL PROBLEMA

Rieducazione possibile, in un clima che la disincentiva

«È il populismo penale del "buttare via la chiave"... è il giustizialismo in cui siamo profondamente immersi.»

— Charlie Barnao, sociologo, Università "Magna Graecia" di Catanzaro

Le carceri italiane sono «tra le peggiori nel contesto europeo», secondo Barnao — e il diritto allo studio «non è garantito alla stessa maniera in tutte le carceri»

L'ergastolo ostativo — pena senza possibilità di libertà condizionale se non a condizioni molto strette — è definito da Barnao «espressione incostituzionale e disumana»

Il problema non è solo individuale: è anche l'accesso diseguale agli strumenti di riflessione e cambiamento

PILLAR 1 · RESPONSE

L'auto-etnografia: raccontarsi senza giudizio morale

«Con l'etnografia il ricercatore si avvicina all'oggetto di ricerca per studiare le "culture altre"... mentre con l'auto-etnografia il ricercatore fa parte lui stesso della cultura che vuole studiare.»

— Charlie Barnao, relatore delle due tesi

Chi

Salvatore Curatolo e Sergio Ferraro, entrambi condannati all'ergastolo, laureati in sociologia con tesi auto-biografiche

Come

Scrivere di sé per capire le proprie strategie di adattamento, sospendendo il giudizio morale sul proprio passato

Dove

Carcere di Catanzaro, in collaborazione con l'Università "Magna Graecia"

«Ho dovuto chiedere ai miei tesisti di seguire un approccio il più possibile non giudicante» — Barnao

PILLAR 2 · EVIDENCE

Cosa è cambiato, raccontato da più voci

«L'auto-etnografia ti trascina fuori dal tunnel, ti rende più libero intellettualmente e il racconto diventa catarsi.»

— Salvatore Curatolo, ergastolano, oggi detenuto a Sulmona

Primo tutor alla pari in Italia

Sergio Ferraro è diventato "tutor alla pari" per altri detenuti-studenti — ruolo che l'ateneo di Catanzaro è stato il primo in Italia a istituire formalmente

Due libri pubblicati

Curatolo (2022) e Ferraro (2023), editore Rubbettino, hanno dato origine a una collana dedicata all'auto-etnografia

Osservazione clinica

Per la psicologa Manola Albanese, il percorso «restituisce la dignità persa socialmente»

L'evidenza qui è qualitativa e su due casi seguiti da vicino, non un dato statistico su larga scala — un limite da tenere presente

PILLAR 3 · INSIGHTS

Cosa si può imparare — e replicare

«Le stesse qualità carismatiche di leader affidabile... sono le stesse qualità che lo valorizzano per le varie attività in carcere.»

— Charlie Barnao, su Sergio Ferraro

Riconvertire, non cancellare

Le competenze che hanno costruito una "carriera criminale" possono essere le stesse che oggi permettono di sopravvivere e aiutare altri, con finalità diverse

Un segnale di replicabilità reale

Il Tribunale per i minorenni di Trento ha mostrato interesse a usare lo stesso approccio in un percorso di "messa alla prova" per un neomaggiorenne

Il ruolo di chi ascolta

«Il mio obiettivo di professore è quello di educare», non di rieducare — un dettaglio che sposta la responsabilità dal detenuto a chi crea le condizioni

L'insight non è "il carcere funziona": è che sospendere il giudizio morale, in un contesto strutturato, apre spazi di cambiamento altrove chiusi

PILLAR 4 · LIMITATIONS

Un articolo che i propri limiti li nomina da sé

Non è per tutti

«Impensabile seguire più di due o tre tesi l'anno» — Barnao. Il metodo richiede incontri quasi settimanali, per anni

Accesso diseguale

«Il diritto allo studio non è garantito alla stessa maniera in tutte le carceri» — fino a poco fa Catanzaro era il polo universitario più a sud d'Italia

Cosa succede senza

Bruno Pizzata, trasferito nonostante una tesi avviata sui pastori calabresi, è morto di Covid dopo il trasferimento poi revocato

Il clima non aiuta

Il "giustizialismo" e il populismo penale, secondo Barnao, remano contro ogni percorso rieducativo su scala più ampia

L'articolo dedica un intero paragrafo — «Punti di forza e limiti» — a questo bilancio: un modello da imitare in ogni intervista di solutions journalism

DEBRIEF

Come rileggere qualunque storia di soluzioni

R **Response** — C'è una risposta chiara al problema, descritta nel dettaglio e non solo evocata?

E **Evidence** — Le prove sono verificabili, e ne conosciamo la natura (dato numerico, testimonianza, osservazione)?

I **Insights** — Cosa possiamo davvero imparare o replicare altrove, al netto del contesto specifico?

L **Limitations** — L'articolo nomina da sé i propri limiti, o tocca a chi legge trovarli?

Applicato qui a un articolo che fa scuola proprio su questo ultimo punto: un intero paragrafo dedicato ai limiti, nelle parole delle stesse fonti

SUGGERIMENTI PRATICI

Prima di scrivere di povertà

I fatti sono già accertati?

Un'accusa non è una condanna, una segnalazione non è una prova. Prima di usare un'etichetta mi chiedo: sto riportando un fatto verificato, o il giudizio di qualcun altro?

Chi manca da questa storia?

Se l'unica fonte è un comunicato istituzionale, la storia è forse a metà. Chi altro dovrebbe parlare qui — e ho davvero provato a raggiungerlo?

Un caso, o una tendenza?

Un caso singolo racconta una persona, non necessariamente un fenomeno. Quante persone nella stessa condizione sono davvero coinvolte, e su quale base è costruito quel numero?

Dove porta questa storia?

Un'inchiesta, una promessa politica, una misura annunciata: mi sono segnata quando arriverà l'esito? Raccontare l'inizio è un impegno anche verso la fine.

SUGGERIMENTI PRATICI

Le parole che pesano

Evita

Etichette come "furbetti", "barboni", "parassiti" — sostituiscono l'analisi con il giudizio morale

Metafore che equiparano la povertà a un vizio o una malattia (es. "metadone di Stato")

Elenchi che mescolano situazioni molto diverse nella stessa categoria

Descrizioni pietistiche che riducono una persona alla sua condizione ("il povero", "la famiglia disperata")

Preferisci

Il nome della condizione reale, non l'etichetta ("persona sotto la soglia di povertà", non "il povero")

Dati con fonte e contesto, non solo il numero isolato

La distinzione esplicita tra accusa, verifica e fatto accertato, a ogni passaggio

Le parole di chi vive la situazione raccontata, non solo quelle di chi la giudica o la assiste

SUGGERIMENTI PRATICI

Ascoltare oltre lo stereotipo

Chi non ho mai ascoltato?

L'ascolto che allarga lo sguardo va oltre i canali abituali, le fonti istituzionali, gli esperti, chi sa già parlare ai media. In questa storia, chi non ho ancora raggiunto, e perché?

Una storia sola, o tante storie?

Raccontare sempre la stessa faccia della povertà rischia di diventare l'unica storia possibile. C'è un'angolazione, un dettaglio, una voce che non rientra nello schema che mi aspettavo?

Cosa mi aspettavo di sentire?

Prima di un'intervista porto già con me un'idea di risposta. Quella persona mi ha sorpreso o ho sentito solo quello che pensavo di dover sentire?

**PERCHÈ FARE
GIORNALISMO
COSTRUTTIVO OGGI?**



ELEVA IL DIBATTITO PUBBLICO

Cambia la narrazione,
cambiano i temi, cambiano i
dibattiti



CI TOGLIE DA UNA PERCEZIONE DI IMPOTENZA

Se conosciamo soluzioni
possibili ci sentiamo meno
piccoli e inutili

Il giornalismo costruttivo richiede un impegno costante e un cambio di mentalità importante.

Ci invita a spostare l'attenzione dai problemi alle risposte, dall'indignazione all'ispirazione, dall'apatia all'azione.

Ci ricorda che ognuno di noi ha il potere di fare la differenza, che le idee e le iniziative possono crescere e moltiplicarsi se solo le coltiviamo con cura.

È un faro che ci guida verso un futuro migliore.

Siate i custodi di questo faro e insieme creiamo un mondo in cui le soluzioni prendono il sopravvento.

Il potere è nelle nostre mani.

Carta etica del giornalismo costruttivo – Carta di Bologna

Redazione a cura di Mariagrazia Villa, Presidentessa Comitato Etico Constructive Network

1. Il Constructive Network crede che l'informazione sia l'apertura di uno spazio comune di relazione tra chi informa e il pubblico, per favorire uno scambio nella prospettiva di una collaborazione.
2. L'approccio costruttivo dei professionisti che fanno parte del network risponde ai principi dell'etica della comunicazione.
3. Si sostiene la buona natura comunicativa delle persone.
4. Si afferma l'importanza di dialogare con la comunità.
5. Si difende il rispetto dei contesti interno ed esterno della notizia.
6. Si favorisce il perseguimento di un utile sociale attraverso l'attività giornalistica e di comunicazione.
7. Si appoggia l'appartenenza a una comunità in cui lo stesso agire comunicativo sia definibile come etico.
8. Il giornalismo costruttivo può riportare l'informazione alle istanze morali che lo caratterizzano, nel suo fondamentale ruolo di servizio pubblico.

<https://constructivenetwork.it/carta-etica-del-giornalismo-costruttivo/>

Bibliografia – Sitografia

- Corbo Assunta e Villa Mariagrazia, Inversione a U. Come il giornalismo costruttivo può cambiare la società, Do It Human Editore, Milano, 2023
- Corbo Assunta, Varagona Vincenzo e Villa Mariagrazia, «Il giornalismo come relazione», Pacini Editore, 2025
- Gyldensted Cathrine , From Mirror to Movers. Five Elements of Positive Psychology in Constructive Journalism, CreateSpace Independent Publishing Platform, Amsterdam, 2015
- Haagerup Urlik, *Constructive News: How to save the media and democracy with journalism of tomorrow*, Aarhus Universitetsforlag, Aarhus 2017
- Rosling Hans, Factfulness, Rizzoli, Milano, 2018
- EconomiaCircolare.org, Speciale Giornalismo Costruttivo, <https://economiecircolare.com/speciale-giornalismo-costruttivo/>
- Solutions Journalism Network, sito www.solutionsjournalism.org

*Le persone non cambiano semplicemente perché qualcuno gli fa notare i problemi.
Cambiano se sanno che il cambiamento è possibile e se conoscono i modelli da seguire.*



DAVID BORNSTEIN
CO-FOUNDER SOLUTIONS
JOURNALISM NETWORK



GRAZIE!

assunta@constructivenetwork.it

