

GIORNALISMO COSTRUTTIVO

Il giornalismo costruttivo allena la speranza nel futuro

di **Assunta Corbo** - giornalista, autrice e Founder Constructive Network

Le notizie che leggiamo non solo non sono lo specchio della società in cui viviamo. Non sono nemmeno così tanto amate dalle persone. Uno studio effettuato da Engaging News nel 2014 e confermato il *follow up* eseguito nel 2015, dimostra che **le notizie con un approccio chiaro alla soluzione sono le più amate dalle persone.**

Lo studio, in particolare, evidenzia come i lettori si soffermino più a lungo sulle notizie che sono focalizzate su risposte e soluzioni rispetto al tempo speso per leggere una notizia che si limita a narrare un problema. La ricerca mette in luce, anche che **gli articoli che definiamo costruttivi sono quelli più condivisi dai lettori con piacere.** Segno che si vuole diffondere ciò che funziona.

Lo studio che vi propongo ha rilevato, in particolare, tre aspetti importanti che valgono una riflessione:

I lettori si sentono meno impotenti. Chi si imbatte in una storia di giornalismo costruttivo o delle soluzioni sviluppa un sentiment più forte nei confronti delle soluzioni e di conseguenza un senso di speranza costruttiva per il futuro. Al termine della lettura i lettori acquisiscono la consapevolezza che nel mondo c'è chi bene.

I lettori amano trascorrere più tempo sulle pagine che raccontano storie costruttive. I lettori trascorrono il 25% di tempo (più o meno 30 secondi) in più sulle pagine che hanno un contenuto che racconta soluzioni e risposte provenienti da ogni parte del mondo e rivolte a ogni tipo di problema. Pochi secondi sono già un segno importante che fa percepire la possibilità di cambiare le cose.

I lettori, dopo aver letto la storia costruttiva, ne vogliono di più. Questo è un elemento che richiede attenzione. A quanto risulta dallo studio, i media non possono limitarsi a produrre una sola storia di qualità. Risulta più utile offrire ai lettori una sorta di viaggio nelle soluzioni proponendo storie differenti: che siano risposte agli stessi problemi oppure a problemi di diversa natura.

Va da sé che il lettore che viene catturato dal *click* facile esiste ancora. Lo studio, però, ci aiuta a delineare una nuova tendenza da non sottovalutare in alcun modo. Stiamo diventando lettori critici: attenti a scegliere le nostre fonti, pronti ad abbracciare le storie costruttive e a nutrirci di informazioni utili.

La pandemia che ancora stiamo vivendo ce lo ha insegnato: non ci basta più riconoscere il problema, abbiamo la necessità di sentire che questo sia in qualche modo gestibile o risolvibile.

**Abbiamo bisogno di risposte,
di sguardi orientati a ciò che possiamo fare ora
per migliorare il futuro.**

