

DA GRANDE VOGLIO FARE IL FREELANCE

VIAGGIO NEL MONDO
DEL GIORNALISMO
CHE CAMBIA

valigia **blu** ebook

This work is licensed under the Creative Commons

Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 3.0 Unported License.

To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>



Indice

[Da grande voglio fare il freelance](#) - *A. Ciccone*

[Vita da freelance](#)

[Freelance italiani di guerra](#) - *B. Schiavulli*

[Va bene l'entusiasmo e il digitale ma intanto bisogna sopravvivere](#) - *L. Eduati*

[Un'italiana freelance a Londra. E ce l'ha fatta](#) - *L. Del Bello*

[Più in là del mio naso. Pensieri da Kabul](#) - *F. Recchia*

[Elogio del freelance \(e di una struttura di sostegno\)](#) - *H. Ueckermann*

[Alla ricerca di modelli di business](#)

[Un modello di business possibile](#) - *China Files*

[Sempre meglio che lavorare \(gratis\)](#) - *Effecinque*

[Qual è il prezzo che il lettore è disposto a pagare?](#) - *Q Code Mag*

[Parola di editor](#)

[I consigli di un editor](#) - *A. Iannuzzi*

[Un freelance bravo sul mercato internazionale avrà sempre un'occasione](#) - *F. Caferri*

[Freelance oggi e domani](#)

[Il giornalista McGyver. Fisionomia del reporter presente e futuro](#) - *V. Bassan*

[Il freelance, un giornalista non ordinario](#) - *M. Mentré*

[**Link utili**](#)

Da grande voglio fare il freelance

di Arianna Ciccone

Cupi blogger, freelance rabbiosi, perfidi editor hanno dato vita in queste due settimane su Valigia Blu a un dibattito a più voci, vivace, ricco e costruttivo sul tema dei freelance e del mondo del giornalismo che cambia. L'ebook che pubblichiamo e mettiamo a disposizione gratuitamente nasce da questo confronto. Abbiamo messo insieme testimonianze, spunti di riflessione, esperienze che al tempo stesso fotografano la situazione e avanzano (timidamente) proposte.

Il dibattito, come molti di voi sapranno, si deve all'articolo di Francesca Borri [pubblicato dalla Columbia Journalism Review](#), che è stato oggetto di polemiche anche molto aspre. Alla vicenda abbiamo dedicato due post:

- [Freelance e guerra: una conversazione \(un po' animata\) fra amici](#)
- [Italian freelancer in Syria: checking @CJR fact-checking](#)

Il nostro è un blog collettivo che ha come payoff: «viaggio nel mondo del giornalismo che cambia». Non potevamo perciò non cogliere l'occasione, andando al di là delle polemiche, per affrontare la questione di fondo che emergeva dalle conversazioni sui social network: la condizione dei freelance, il giornalismo - inteso come sistema di produzione giornalistico così come lo abbiamo conosciuto fino ad oggi e il relativo business - in crisi.

La crisi dei giornali non è un dramma privato di editori e giornalisti, ma un problema della società civile. Che dovrebbe riappropriarsene.

(Enrico Pedemonte, *Morte e resurrezione dei giornali. Chi li uccide, chi li salverà*, Garzanti)

Provando ad andare oltre la denuncia o la mera fotografia del presente, speriamo nel nostro piccolo di aver contribuito a un dibattito tanto raro quanto necessario. Perché chi ha il sogno di fare il giornalista (e forse sempre più questo significherà fare il freelance) possa avere strumenti, dati, conoscenze a disposizione per provare a realizzare quel sogno.

Il nostro messaggio in fondo è un messaggio positivo: non vi diciamo di rinunciare al sogno, ma il sogno ha più possibilità di riuscita quanto più si è consapevoli del contesto e si è in contatto con la realtà. E a proposito di realtà, abbiamo voluto inquadrare il tema nel suo contesto più ampio.

Per questo segnaliamo alcuni dati significativi del mondo del giornalismo in profonda trasformazione. Con una premessa (tratta dall'ebook di Valerio Bassan *Tutta un'altra notizia*):

- 1) La crisi del giornalismo è globale e inevitabile;
- 2) Vivere di giornalismo non è mai stato così difficile;
- 3) C'è chi sta risalendo la corrente (vedi Die Zeit, Huffington Post, Business Insider, New York Times);
- 4) I lettori hanno ancora fame di buon giornalismo;
- 5) Ripartiamo da zero. Dobbiamo reinventare questo mestiere, partendo da quattro assunti fondamentali:
 - il giornalismo sopravvivrà alla sua trasformazione;
 - l'innovazione sta portando nuove interessanti opportunità;

- le persone contano più di quanto crediamo;
- errori e fallimenti sono il terreno su cui dobbiamo costruire i nuovi modelli di sostenibilità.

La situazione della stampa in Italia

Il 5 giugno 2013 la Federazione Italiana Editori Giornali ha pubblicato uno [studio sulla situazione della stampa in Italia](#) (i dati si riferiscono al biennio 2010-2012). [Qui](#) si trova una sintesi che in buona sostanza certifica la crisi profonda che stiamo vivendo:

- 1) Il 2012 è il quinto anno consecutivo con dati negativi per l'editoria. Diminuiscono le copie vendute e nel 2012 diminuiscono per la prima volta anche i lettori: le vendite sono scese del 6,6% e negli ultimi cinque anni il calo è del 22%. Più di un milione di persone ha smesso di comprare il giornale;
- 2) Cala anche la pubblicità: per la prima volta dal 2003 si è scesi sotto gli 8 miliardi di euro (-14,3% rispetto al 2011). Anche gli investimenti pubblicitari sulla tv sono diminuiti, ma in maniera meno pesante (del 20%);
- 3) Se nel 2011 su 52 imprese considerate, quelle in perdita erano state 37 e quelle in utile 15, la situazione, rileva il rapporto, ora è notevolmente peggiorata;
- 4) Il costo del lavoro incide sui bilanci: nella struttura dei conti economici delle imprese editrici di quotidiani si registra la forte ripresa dell'incidenza del costo del lavoro sul fatturato: la percentuale del costo del lavoro sul fatturato (31,6% nel 2010 e nel 2011) è considerevolmente aumentata nel corso del 2012, giungendo a rappresentare il 35,1% del fatturato;

5) L'occupazione poligrafica e quella giornalistica sono in forte flessione. Nel 2011 e nel 2012, i poligrafici sono diminuiti, rispettivamente, del 5,6% e del 6,7%. I giornalisti nel 2011 e nel 2012 sono diminuiti nel complesso, rispettivamente, dell'1,4% e del 4,2%. Nel 2012 nei quotidiani sono diminuiti del 4,6% (da 6.393 a 6.101 unità) e nei periodici dell'1,4% (da 2.912 a 2.872 unità). Ancora maggiore la contrazione dei giornalisti occupati nelle agenzie di stampa, passati da 1.034 unità nel 2011 a 935 nel 2012 (-9,6%).

Lo stato di salute degli All Digital italiani

E anche le testate All Digital non si sentono tanto bene. Come [scrive](#) Pierluca Santoro:

La [ricerca](#) effettuata da Human Highway, analizzando la fisionomia e l'immagine delle testate online nel nostro Paese, mostra con chiarezza che i newsbrand restano quelli che nascono dalla carta, mentre gli all digital, ahimè, non sfondano dopo anni da loro lancio ormai e queste criticità sono ulteriormente confermate dall'[analisi](#) svolta da Claudio Plazzotta su «Italia Oggi» di venerdì 26 scorso. Se insomma la sopravvivenza è un successo e la [stabilità un miraggio](#) il rischio che le testate pure digital italiane seguano il percorso della free press cartacea è concreto.

I siti in cifre

<i>Casa editrice</i>	<i>Fatturato 2012</i>	<i>Risultato 2012</i>
Editoriale Linkiesta	200.000	-1.000.000
News 3.0 (Lettera43)	1.300.000	-1.000.000
Il Post	247.000	-480.000
Società editrice multimediale (Blitz quotidiano)	117.249	-142.282
Dagospia	928.000	220.000

Fonte: Elaborazione ItalisOggi su bilanci 2012 o dichiarazioni dell'editore

La fabbrica dei giornalisti

A novembre 2012 Libertà di Stampa e di Informazione ha pubblicato un [rapporto sulla situazione professione giornalistica in Italia](#) (i dati sono relativi al 2011). Dati che vale la pena leggere con attenzione e che in estrema sintesi dicono che:

Sono oltre 112.000 i giornalisti in Italia (103.000 se si escludono gli iscritti all'elenco speciale e gli stranieri): il triplo che in Francia, il doppio che in Uk. Ma solo il 45% sono attivi ufficialmente e solo 1 su 5 ha un contratto di lavoro dipendente, (guadagnando però 5 volte più di un freelance e 6,4 volte più di un Co.co.co). Intanto i rapporti di lavoro subordinato continuano inesorabilmente a calare (meno 5,1% dal 2008) e l'età media degli attivi a crescere.

Il momento è caratterizzato da stato di crisi dei giornali, prepensionamenti e sostanziale blocco del turnover. I praticanti sono scesi da 1.306 del 2009 a 868, mentre dal 2007 al 2011 solo nei tre maggiori gruppi, Rcs, Espresso e Mondadori, sono stati tagliati quasi 3300 posti, il 21% circa del totale. Il quadro è complesso, difficile da decifrare, ma quello che è sicuro è che calano i contrattualizzati e invecchia progressivamente la professione.

Se da grande vuoi fare il freelance questi dati ti saranno utili, come i consigli pratici che emergono nei vari interventi raccolti nell'ebook.

Nei siti di informazione online, i «giornalisti della carta» sono soppiantati da una nuova generazione di «freelance da macello», non meno supersfruttati di quelli della carta stampata. Xavier Ternisien descrive così questi nuovi «forzati dell'informazione»: «Media dell'età: 30 anni. Il pallore dei geeks, i maniaci del computer che passano il tempo davanti al video. [...] Inanellano giornate di dodici ore, il lavoro nei weekend o la notte». Dopo aver fatto studi più lunghi della maggior parte dei loro coetanei ed aver acquisito una notevole conoscenza in materia di Internet, questi giovani giornalisti si ritrovano ridotti al rango di «operai specializzati del Web», di «galeotti della tastiera», reclutati con contratti precari e salari molto bassi. Ma hanno due convinzioni radicate: ci sono sempre stati degli «schiavi dell'informazione» e, questa volta, l'avvenire del giornalismo appartiene a loro.

(Ignacio Ramonet, *L'esplosione del giornalismo. Dai media di massa alla massa dei media*, Edizioni Intra Moenia).

”

Essere un freelance in Italia è un modo cortese per indicare uno che ha fallito nel trovare un posto fisso. Qui, in Gran Bretagna, freelance è una persona che viene scelta ogni giorno perché produce cose che altri non sanno fare, ed è rispettata per questo. Mentre se sei assunto lavori per l'azienda, se sei freelance l'azienda sei tu. Funziona.

Vita da freelance

Freelance italiani di guerra

Nel dibattito sollevato dalla denuncia di Francesca Borri interviene una collega a raccontare la sua personale esperienza. Facendo nomi e cognomi (e cifre).

di Barbara Schiavulli - giornalista freelance

Mi è stato chiesto un commento [sul pezzo scritto da Francesca Borri](#) e che ha suscitato una [montagna di polemiche](#) nel mondo giornalistico. Parla di essere freelance in Italia, di giornalismo di guerra in Italia, di dolore e rabbia. Premetto che non la conosco e non so come scriva, ma mi è stato chiesto di parlarne perché faccio il mestiere di Francesca da quasi vent'anni.

Sono una giornalista di guerra

Ho letto il suo pezzo e alcuni commenti. Srotolare un giudizio non mi importa, e non lo farò, ma il tema mi interessa perché parla anche di me. Sono una giornalista freelance di guerra. Non per scelta, ma perché nessuno mi ha mai assunto, nonostante lo volessi con tutta me stessa e abbia fatto tutto quello che, secondo me, era professionalmente possibile.

Ho avuto la presunzione di pensare che, se fossi stata abbastanza brava, prima o poi qualcuno mi avrebbe voluta. Col tempo ho scoperto che qui non funziona così. Ho scritto per quasi tutti i quotidiani italiani, ho collaborato con molte radio e Tv. Ho scritto due libri, sto per fare uscire il terzo, e ho vinto premi. Non per vantarmi, ma per dire che non sono stata con le mani in mano.

Non ho mai mollato, nonostante sia stata in equilibrio sul baratro diverse volte, invece sono ancora qui, perché amo questo lavoro. Perché non c'è niente

di più importante che sapere che si sta facendo la cosa giusta. E a chi dice che è una mia scelta, dico che non si sceglie di essere se stessi, lo si è e basta. Mi ritengo molto fortunata perché fin da piccola sapevo quale fosse la mia strada.

Detto questo, non sono una missionaria. Come ha detto qualcuno, il fatto che mi piaccia fare questo mestiere, non significa che non debba essere rispettata e trattata in modo adeguato. È un lavoro, è una professione e come tale pretendo che gli altri lo considerino. Offro un servizio, garantisco quello che il lettore legge, mettendoci sotto il mio nome. E allora partiamo dall'inizio.

Cosa significa essere freelance oggi

Il giornalismo è una professione, come fare il medico, come fare l'avvocato o l'idraulico. Non metterei mai in mano il mio lavandino a un idraulico della domenica, così come non lo farei con una notizia. Ma dobbiamo fare i conti con il paese in cui ci troviamo dove la qualità e la professionalità, ha smesso da lungo tempo di essere la priorità dei giornali e forse di qualsiasi altra cosa. Gli esteri contano sempre meno. Gli esteri non fanno vendere. Dunque, gli esteri non contano. Così come in genere la cultura.

Nessuno comprerà un giornale, a meno che non sia mia madre o mio padre, perché io ho scritto un pezzo su qualche crisi nel mondo. So che se mi occupassi di cose locali, o magari di politica o gossip, avrei vita più semplice, ma quelle non interessano a me, ci sono persone molto più brave di me che lo fanno già. L'informazione internazionale non dovrebbe essere tra le pagine dei giornali perché vende, ma perché dovrebbe essere il fiore all'occhiello di un giornale.

Perché dovrebbe essere uno dei servizi che un quotidiano offre. E non tengo informato il lettore sul mondo perché vende, ma perché fa parte del bagaglio culturale di una persona. Perché lo rendo partecipe di quello che accade, perché questo è il cuore del significato del giornalismo. Se no, avrebbero ragione tutti quelli che si accontentano dei report di Twitter, o delle agenzie

giornalistiche che fanno un lavoro santo, ma non sufficiente a spiegare quello che accade, o i bravi cittadini che comunicano quello che accade, ma non hanno filtri professionali che invece ci vogliono se vogliamo essere ben informati. Se pretendessimo di essere ben informati.

I giornali ora non hanno quasi più inviati, e quelli che sono rimasti sono frustrati quasi quanto i freelance perché non vengono mandati quasi più in giro. Quando ho cominciato io, negli anni Novanta, non esistevano molti freelance, ero una specie di mosca bianca, qualcuno pensava che fossi dei servizi, qualcun altro mi detestava perché traboccavo di energia, qualcun altro mi guardava senza ben sapere che io ero il tragico futuro del giornalismo estero. Gli americani e gli inglesi, invece, erano già da anni abituati a noi, di solito all'estero funziona come qualsiasi consulenza, si viene ingaggiati per una storia, si viene pagati, si viene assicurati e quando si finisce, tutti amici come prima. In genere, all'estero, i freelance sono grandi giornalisti, è gente che prende molto perché è in grado di offrire qualcosa che il reporter normale non fa o non può fare.

In Italia è l'esatto contrario. I freelance non hanno uno straccio di contratto, non hanno una lettera di accredito, non hanno un'assicurazione. E non hanno un tariffario, sono i giornali che decidono quanto ti pagano. All'inizio essendo un po' l'unica, sono stata molto fortunata. I giornali mi hanno pagato bene. E io scrivevo molto, visto che la guerra costa. Durante l'assedio a Sadr City, un quartiere di Baghdad, ho preso anche duemila euro da un settimanale per un reportage, più o meno, mille quando sono entrata da sola a Kandahar, in Afghanistan, per parlare con i talebani.

Quando finivo i soldi che erano sempre miei, ci sono stati colleghi e colleghe che mi hanno aiutato, alcuni mi hanno offerto un pranzo, qualcuno mi ha ospitato nella sua camera, con altri ho condiviso il traduttore o la macchina. A volte è stato umiliante perché non valevo meno dei miei colleghi, altre volte ho apprezzato l'amicizia, perché, in cambio per qualcuno, la mia presenza, conoscendo bene alcuni posti, ha fatto sì che si facesse un lavoro migliore.

Quando andavo da sola, lavoravo come una matta per scrivere il più possibile calcolando che se scrivevo cinque pezzi al giorno per i quotidiani, aggiungendo qualche radio e settimanale, potevo farcela. Di giorno lavoravo e la sera scrivevo fino alla nausea. Ma ci riuscivo. I conti tornavano. Facevo la vita di cinque giornalisti, ma la facevo. Ero fiera di me. I quotidiani, fino a qualche anno fa, pagavano tra i centocinquanta e i duecento euro, con un picco di quattrocentocinquanta per La Stampa che mi ha fatto scrivere delle paginate bellissime. La mia competizione era con i colleghi assunti e devo dire che mi piaceva. Poi le cose hanno cominciato a cambiare. Una crisi finanziaria e anche mentale dentro i giornali e nel paese.

Ora i giornali pagano poco, e se non accetti non scrivi. Questo è un fatto. Non ci sono vie d'uscita. Nessuno è indispensabile. Via uno, sotto un altro. Il giornalista è l'unico mestiere che può fare chiunque, se non si chiede un alto livello. Ammetto di avere un carattere non facile. Non sono una vittima, anche se a volte mi deprimo profondamente. Sono una stronza idealista che ama quello che fa, e accetta la giungla che la circonda fino a un certo punto.

Infatti oggi, diciamoci la verità, non scrivo quasi più. La prima collaborazione che ho perso è stata quella di Avvenire, per loro avevo scritto per tre anni seguendo tutte le zone a rischio tra il 2002 e il 2005 quando venne chiesto ai giornalisti italiani, dopo il [sequestro di Giuliana Sgrena](#) di non tornare in Iraq.

Io non accettai, per me era un dovere professionale essere in Iraq e raccontarlo insieme ai colleghi del resto del mondo, sapevo che era rischioso, sapevo che ero sola più che mai, ma sapevo che non mi sarei mai perdonata di aver abbandonato una storia perché me lo chiedeva lo Stato - la Farnesina in questo caso.

Al direttore di Avvenire venne un coccolone, suppongo gli sia stato chiesto di non farmi scrivere e mi ricordo che mi telefonava dicendomi che sarei morta e che sfidavo Dio. In realtà avevano paura che se mi fosse accaduto qualcosa, si

sarebbe ritorto contro il giornale. E io, donna orgogliosa, ho detto «va bene, per voi non scrivo e vado avanti anche se perdo la collaborazione principale». E sono andata in Iraq, in continuazione, fino a quando non sono tornati, anni dopo, anche gli altri colleghi.

Sono andata avanti, piano piano, a testa bassa, collaborando con chi mi voleva, soprattutto per L'Espresso, credendo per una volta di aver trovato il giornale che sognavo. Mi sono impegnata come non mai, nonostante alle spalle, di fatto, non avessi un giornale. Lavoravo come fossi la loro inviata, ho sputato sangue, ma ho scritto, fatto, e sono andata in posti che da pura illusa pensavo valessero l'assunzione. E invece no, io per un giornale valevo di più se restavo fuori. Ma mi andava bene lo stesso, perché scrivevo, ero nel pieno della Storia, guadagnavo ed ero riconosciuta come giornalista.

Poi è iniziata la crisi, i giornali hanno cambiato direttori, redattori, molti sono andati in prepensione e qualcosa di tremendo è successo: è mancato chi il mestiere lo avesse macinato oltre la scrivania. All'improvviso si doveva pagar meno, non importava chi e come scrivesse. Nel 2009 ho smesso di scrivere per L'Espresso perché la guerra o io non interessavamo più. Dio solo sa quanto ho pianto. Gli avrei dato il sangue e invece, non li ho mai più sentiti. L'Eco di Bergamo, dove scrivevo ogni giorno e abbiamo fatto delle storie stupende, non mi ha più chiamato, forse perché prendevo centocinquanta a pezzo e loro volevano pagare meno.

Poi ho scoperto che una mia cara amica, aveva preso il mio posto, prendendo un po' meno. Al Messaggero prendevo duecento euro, poi sono passati a centocinquanta ma si vergognavano a dirmelo e allora hanno smesso di chiamarmi, quando ho accettato quella cifra ho scritto un po' (e parlo di prime pagine e fatti di rilevanza) e poi il direttore nuovo ha spedito una lettera dicendo che dovevamo stringerci tutti intorno alla crisi e che ancora decurtavano il compenso a meno di cento euro. A quel punto ho pensato davvero a chi cavolo me lo facesse fare.

Ho scritto a quel direttore che non conoscevo, ho spiegato che non potevo garantire un buon pezzo, la sicurezza mia, quella dei miei traduttori, che lavorare in guerra è costoso. Non avrei scritto più, avrei lasciato il mio posto a chi poteva permettersi di prendere meno, perché sapevo che qualcuno ci sarebbe stato, ma non avrei ceduto di un euro. E lui ha capito e mi ha comunicato che il mio compenso sarebbe rimasto lo stesso.

Vittoria. Anche no, visto che non ho più scritto per Il Messaggero, nonostante abbia collaborato per dieci anni. E ora vengo alla peggiore collaborazione di sempre, quella col Fatto Quotidiano. Ho cominciato a scrivere dal numero zero, strappando un compenso da centocinquanta euro a pezzo, mi sono lanciata, loro credevano in un nuovo giornale e volevo crederci anche io. Dopo nove mesi e tante storie tra Afghanistan, Yemen, e vari altri posti, non mi avevano ancora pagata. Apriti cielo, non avevo neanche di che far la spesa.

Ho chiamato, scritto, litigato, poi mi hanno mandato la richiesta di fattura sbagliata. I pezzi non erano conteggiati a centocinquanta euro come d'accordo con il capo degli esteri, ma naturalmente meno. Solo a ripensarci, mi sale la rabbia. Ho ancora scritto, litigato e alla fine ho convinto Padellaro a pagarmi. E ho detto «mai più». Dopo un anno mi hanno ricontattato, mi hanno detto «eddai, non riaccadrà», non mi ricordo in che parte del mondo fossi, ma avevo bisogno e ho ceduto, ho scritto ed è ricominciato tutto da capo, ogni mese era una tragedia farsi pagare i conti giusti e ho detto «basta» di nuovo.

Ma i miei «basta» costano tanto perché io non sto scrivendo come vorrei e dovrei. Non riesco a pagare le mie spese e tanto meno a partire, a quarant'anni mi sento come chi ha perso un lavoro senza mai averlo avuto, senza alcuna agevolazione perché non ho mai avuto un contratto. I freelance sono peggio degli immigrati clandestini. Nessuno ci vede. A chi obietterà, «perché non vai a fare qualcos'altro, nessuno ti costringe», io rispondo con un sonoro «no».

Per quanto questa vita mi distrugga perché il sistema non funziona, io amo questo mestiere. So come dovrebbe essere fatto, so come potrebbe essere e

credo che la cultura sia un servizio fondamentale come mangiare, avere una casa, fa parte dei nostri diritti, ma anche doveri. Perché io? Questo non lo so, non credo di essere più brava di altri, o più portata o talentuosa, ma sfido chiunque a sapere perché vuole fare il medico o il pittore. Perché se un medico dice che vuole salvare la vita delle persone va bene? E se io dico che voglio che non si dimentichi la vita o la morte delle persone sono un'egocentrica? Sono egocentrica, dunque. Non sono perfetta, e credo che lo sia chiunque voglia qualcosa con la forza della passione e abbia il coraggio di non abbandonare.

Come dovrebbe funzionare in un mondo perfetto

E allora, no, non me ne vado, provo a cambiare il sistema, anche se il mio «no» è solitario, anche se la guerra per me è qui, e non nei paesi che racconto. Bisogna essere costruttivi e allora pongo delle questioni dove ognuno sceglierà da che parte stare. Sapere significa anche non poter più far finta di nulla.

Francesca parla di competizione sfrenata tra colleghi, io sono favorevole a questo purché si basi sulla qualità e l'onestà. Riconosco e rispetto i colleghi in gamba. E ce ne sono. E ora chiedo ai lettori: volete leggere il pezzo di una che si è letta tutto quello che era possibile leggere su un posto, che ha parlato con cani e porci, che ha vissuto in quel posto, che si è immersa in quello che accade o dell'inviata assunta perché raccomandata da un politico che piglia un sacco di soldi e si fa scrivere i pezzi magari da qualcun altro?

Temo che oggi neanche Hemingway verrebbe preso in considerazione. Figurati la Schiavulli, o la Borri che prende ottanta euro sul Fatto e che, sospetto, abbia preso il mio posto, e non la invidia per niente. La brama di scrivere e di fare il tuo mestiere ti fa toccare il fondo.

D'altra parte penso a quando ho scritto sul Messaggero un pezzo che cominciava in prima pagina e poi un amico di Venezia, mi ha detto «ti ho letto sul Gazzettino di Venezia». Io però non avevo scritto sul Gazzettino di Venezia, sul

quale non scrivo da quando mi venne fatto quindici anni un torto per me grande (è il giornale dove ho cominciato). Sono andata a controllare e ho scoperto che, quando scrivevo sul Messaggero, uscivo anche sul Gazzettino e sul Mattino di Napoli perché erano della stessa proprietà.

Nessuno mi aveva detto niente, nessuno mi dava una lira in più per uscire tre volte e non potevo neanche decidere di non uscire su un giornale sul quale non volevo uscire. C'è da mettersi le mani nei capelli. Un altro problema sono i prepensionati, che buttati fuori a cinquantasette anni con pensione e contratto di collaborazione continuano a scrivere fino a che non muoiono. Lo capisco, a cinquantasette anni sei nel fiore della tua maturità professionale, scrivere non ha età. Ma io non posso competere con uno che viene pagato per scrivere e ha pure la pensione. E come me, nessuno ancora più giovane, a meno che sia figlio di qualcuno molto ricco, io non lo sono e nemmeno molti come me.

Ora vi dico come dovrebbe essere nel mio mondo perfetto. I giornali dovrebbero avere dei collaboratori fissi, dovrebbero scegliere tra i migliori, come accadeva una volta, dovrebbero pagargli un fisso e rimborsargli delle spese quando vanno fuori. Dovrebbero pagare l'assicurazione da freelance per il tempo che stanno fuori e *bon*. Ho visto inviati di quotidiani prestigiosi farsi rimborsare la prostituta facendola passare per un traduttore e io non riesco a farmi pagare neanche un traduttore vero.

I costi per una giornata in Afghanistan oggi sono centocinquanta euro per un traduttore buono (il mio fa bene, perché lo conosco da dieci anni ed è bravissimo), un cinquanta euro al giorno per l'autista, venti euro per mangiare (ci tocca), settanta euro per un alberghetto in tempi tranquilli, duecento per andare in quelli super protetti quando i tempi sono duri. In Iraq ci sono stati momenti in cui la strada per l'aeroporto (venti minuti dall'albergo) mi è costata cinquecentocinquanta dollari perché la gente saltava come popcorn, quanti cavolo di articoli avrei dovuto scrivere per recuperare tre settimane di Baghdad?

Se no, un giornale può decidere di non fare esteri, di dimenticare i tempi

dei grandi inviati e dei grandi reportage, di pensare a un giornalismo diverso, di pensare che alla gente non interessa o non è necessario che sappia. Ma è questo il tipo di giornale che si vuole avere o dirigere? Penso a Terzani, a Robert Fisk, a Bernardo Valli, a Domenico Quirico, a Mimmo Candito, penso a pezzi di amici e di sconosciuti che ti tengono avvinghiato al mondo che ci circonda. Io non posso farne a meno, non voglio farne a meno. Dovremmo davvero leggere solo le traduzioni della rivista Internazionale per sentire parlare di esteri come si deve? Noi non siamo capaci come americani, inglesi, russi o africani?

Altro problema al quale non sono mai riuscita a dare risposta: perché se lavoro con un fotografo professionista, facciamo un reportage insieme, foto e testo, dove in genere il giornalista trova la storia, trova i contatti, si fa in quattro, lui viene pagato quattro volte di più? «Occupiamo più spazio in pagina», mi dice un collega divertito, ma che vuol dire?

Che si può fare?

Intanto i freelance dovrebbero mettersi d'accordo, come hanno fatto i traduttori a Gaza, che si fanno pagare tutti allo stesso modo, rompendo la concorrenza. Ci vuole un minimo oltre al quale il giornale non può scendere. Se vuoi una storia, la devi pagare, il giornale deve pretendere l'esclusiva e pagarla. Se avessi un giornale, vorrei storie che nessun altro abbia, invece ora ti dicono di scrivere per più contemporaneamente, proprio per pagare meno.

Ci vuole serietà, non si paga a tre, quattro, dieci mesi. Si paga a trenta giorni come ogni fattura, sennò scattano gli interessi e sennò si viene multati (sempre se ci fosse un Ordine o un sindacato). Sennò fai schifo. Sono stufa dell'omertà dei miei amici colleghi che, per paura di non scrivere, non dicono niente. Non sto parlando da vittima, ma da frustrata sì, le cose devono cambiare. E preferisco non scrivere piuttosto che vendermi. I miei articoli sono in vendita, io no.

Se avessi un giornale prenderei i pezzi con le proposte migliori e nel caso di un evento avrei il mio giornalista freelance di fiducia, e lo vorrei sempre aggiornato nel suo campo. I ragazzi dovrebbero capire che valgono quanto prendono, se consenti a qualcuno di pagarti due euro stai distruggendo te stesso e la categoria. Se tutti cominciassero a dire «no», in redazione sarebbero costretti a scriversi da soli i pezzi oppure a venire a patti, e siccome le redazioni sono sempre meno affollate non avrebbero altra scelta che chiedere a noi.

Sono stata lunga, ma l'argomento è spinoso e centrale per la vita di tutti. Non ho parlato di pericoli, di guerra, di cosa accade quando siamo in giro, perché questo è qualcosa che spetta a noi gestire. L'importante è che io la sera porti il mio pezzo a casa e lo possa mandare.

Laggiù il problema è mio e me lo gestisco io. Qui invece è di tutti, è un problema di sostanza e futuro. La vastità di internet fa credere di avere un sacco di informazioni, di cui però nessuno è sicuro, perché manca la professionalità di chi poteva garantire una notizia. Si perde la voglia di approfondire, di godersi un articolo scritto bene che ti trasporta lì dove le cose accadono, ci si nutre di politica e di pettegolezzi, ci si abitua a non pensare e a non chiedere. Ci si abitua a dimenticare e a fare finta di niente. E io e tutti quelli come me moriamo. Ci crepa l'anima.

Mi dicono che ci si deve riciclare, che bisogna essere aperti ai cambiamenti, che bisogna trovare altri modi, perché alla fine quello che conta è pagare il mutuo. Le rate della macchina non si saldano con i sogni o con l'impegno che abbiamo preso verso il mondo che vorremmo. E io sono, appunto, a quel bivio: devo continuare a credere che fare cultura sia importante anche quando nessuno la vuole, per essere quel tarlo che si insinua e rende comunque la vita più ricca, o mollare per non piangere più sui soldi che mancano sempre?

Rottamarsi da soli, riciclarsi, dimenticare. Ingoiare la pillola amara dell'ignoranza e fare finta che non ho scritto sperando che le storie tremende che ho trovato, non si ripetessero di nuovo. Dovrei essere seria. Pensare a me.

Ma sull'orlo di un paese in crisi, invece di trovarmi un lavoro concreto, vorrei fondare un giornale. Inguaribile, mi dico, come fosse un insulto. I sogni te li conficca il diavolo. E senza soldi, senza sponsor, senza nessuno che condivida un'idea, sono solo una malata terminale. Io e tutte quelle storie che potrebbero non essere mai più raccontate.

”

La vita di un freelance può essere solitaria e piuttosto isolata. Spesso si lavora a casa, trascorrendo lunghe ore con i propri portatili. Sebbene la maggior parte di noi freelance preferisca questo stile di vita e ambiente di lavoro, abbiamo bisogno, di tanto in tanto, di compagnia e di sostegno. Perciò, far parte di un'organizzazione creata su misura per i freelance è, senza dubbio, una buona idea. Ti mette in contatto con persone che la pensano come te, che capiscono la situazione in cui ti trovi, le battaglie professionali e le gioie, condividendo le proprie esperienze.

Va bene l'entusiasmo e il digitale ma intanto bisogna sopravvivere

La storia di una giornalista di trentotto anni assunta a tempo indeterminato e ora freelance di ritorno. «Lavorare molte ore, a volte giorni, per guadagnare cento euro non è sostenibile sul lungo periodo. Mi aspetterei almeno un compenso dignitoso. Ma non è così».

di Laura Eduati - giornalista freelance

Sto prendendo le ferie da un lavoro che non ho, ovvero la giornalista freelance. Non sono giovane (ho trentotto anni) e improvvisamente, dopo anni con un contratto a tempo indeterminato presso il quasi defunto quotidiano Liberazione, sto camminando nelle strettoie del giornalismo a pezzo. Sono stata dunque dentro una redazione blindata, e fuori. E soprattutto non sono all'inizio di un percorso professionale, il mio sogno non è quello di diventare una giornalista (lo sono già almeno formalmente: tesserino, Inpgi e collaboro scrivendo pezzi) e ultimamente mi sono sorpresa a pensare che potrei mollare.

Sono dunque lontana dal prototipo del giovane-cronista-in-erba-al-quale-dare-paternamente-consigli, e leggendo gli interventi apparsi su Valigia Blu sul mondo dei precari del giornalismo ho pensato che costantemente vengono elusi due problemi fondamentali: la bravura e il denaro. Comincio dalla bravura. Per diventare giornalista hai bisogno di un maestro. Un caporedattore, un direttore, un amico giornalista competente, qualcuno che pazientemente e inflessibilmente ordina di riscrivere il pezzo finché non va bene.

Il giornalismo è tecnica e riconoscere cosa può diventare notizia, è confermare se una notizia è vera, è consultare le fonti giuste, è comprendere

dove può annidarsi la notizia. Si impara con l'esperienza ma è fondamentale una guida, anche se il compito è quello di trovare notizie sfiziose e apparentemente leggere; i giornali anglosassoni traboccano di giornalismo investigativo ma anche di giornalismo di costume confezionato da redattori preparati e brillanti che raccontano meglio di chiunque altro come cambia la società.

Ricordo l'emozione quando lessi il [reportage del Washington Post](#) sui bambini dimenticati dai genitori in macchina. Una storia coinvolgente, documentata girando in lungo e in largo gli Stati Uniti, un articolo che vinse il premio Pulitzer. Eppure non occorre ambire a diventare Oriana Fallaci o Tiziano Terzani. Fare il giornalista, spesso, è raccontare piccoli pezzi di realtà, è un lavoro e non è un sogno. E la bravura deve essere prima di tutto quella di una redazione che improvvisamente coglie il talento di un collaboratore e lo mette a frutto, credendoci. Questo avviene ormai raramente, le redazioni sono striminzite e oberate di lavoro, non hanno il tempo di dare consigli e non ordinano di riscrivere l'articolo.

Non credo che questa esperienza sia sostituibile frequentando una scuola di giornalismo, da redattrice assunta ho avuto modo di osservare stagisti provenienti dalle scuole e la qualità principale di coloro che poi hanno conservato un rapporto di collaborazione era la voglia di imparare con umiltà. E ricordo anche giovani cronisti che se la prendevano perché il loro primo articolo era stato massacrato senza pietà, quando avrebbero dovuto ringraziare il giornalista che si era preso la briga di leggere quello che avevano scritto.

Succede ancora? E dove? E quando arriva il momento di guardare in faccia la realtà e pensare «forse non sono adatto a questo mestiere»? Ma questo punto delicatissimo - ne va dell'autostima di chiunque - non può essere affrontato senza parlare del secondo elemento portante dell'architrate giornalistica: il denaro.

Leggo che la bravura di un giornalista post-moderno non deve comprendere soltanto la competenza giornalistica ma anche la capacità di

«costruire e gestire la propria reputazione e affidabilità»: certamente, ma questo vale per qualunque professione. Non affideremmo mai nuovamente il riparo di una tubatura a un idraulico che la volta scorsa è arrivato due ore dopo senza avvisare, ha lavorato in fretta e male, e spesso non risponde al telefono perché dorme fino a tardi. E leggo anche il consiglio di associarsi, fondare cooperative, provare a fondare giornali online e così via.

Nella mia piccola esperienza, ho fondato nel 2009 insieme con amici e colleghi un collettivo dal nome Reportage Italia. Lo abbiamo fatto per passione, abbiamo provato il *crowdfunding*, abbiamo esplorato altre forme di finanziamento per il giornalismo web, infine abbiamo raccolto i nostri reportage - testo e foto - in un libro, *Stato d'Italia*, che include la prestigiosa prefazione di Lucia Annunziata.

Questo nome basta per farci pensare che siamo stati (forse) bravi. Ma non abbiamo guadagnato un soldo. Anzi, ci abbiamo rimesso. Ciò che mi aspetterei è, pur rimanendo freelance, un compenso dignitoso per quello che scrivo: è inutile girarci intorno. Capisco bene che i direttori abbiano una somma ristretta per pagare i collaboratori a pezzo come me, e capisco bene che l'editoria stia attraversando il deserto per approdare in un luogo del quale appena scorgiamo i contorni.

Capisco molto bene anche la mia posizione: lavorare molte ore, a volte giorni, per guadagnare cento euro non è sostenibile sul lungo periodo. Conosco molti giornalisti capaci che guadagnano le stesse cifre, e le redazioni sono piccoli atolli riforniti giornalmente da centinaia di collaboratori pagati poco ma preziosi perché occorre macinare continuamente notizie e il lavoro non manca.

Sono tutti bravi quei collaboratori? Non spetta a me dirlo. Ma finché vedremo pubblicati i nostri pezzi penseremo che ce lo siamo meritati, almeno secondo gli standard della testata alla quale abbiamo venduto il nostro tempo. E se ci riunissimo in cooperative per vendere articoli alle grandi testate, penso che guadagneremmo le stesse cifre. Esiste un limite all'entusiasmo e alla bravura, e

quel limite si chiama sopravvivenza: credo sia inutile battere i pugni sul tavolo, scrivere pezzi indignati sulla condizione dei freelance, imparare a montare filmati, parlare fluentemente l'arabo e aggiornarsi sul destino dell'editoria digitale se nel conto corrente continuano ad arrivare pochi euro per il nostro lavoro.

Le redazioni, i direttori, chi affida i pezzi dei collaboratori, in ultima analisi le testate giornalistiche decidano quali sono i giornalisti freelance indispensabili e bravi e comincino a pagarli bene (non devono assumerli). Non parliamo forse spesso di meritocrazia? Sembra però che alle redazioni servano molti collaboratori da pagare con pochi euro, altrimenti non riuscirebbero a evadere l'enorme mole di lavoro giornaliero. Troveranno sempre qualcuno che lo faccia, qualcuno che abbia il sogno di diventare giornalista.

Ma non è questo un buon modo di intendere la professione e ne va della qualità del giornalismo italiano: e, scusate, già questo si vede.

Un'italiana freelance a Londra. E ce l'ha fatta

«Qui se sei freelance non sei sfigato, sei una persona che viene scelta perché produce cose che altri non sanno fare».

Di Lou Del Bello - giornalista freelance

Qui abbiamo la Regina coi suoi capelli variopinti, e qualche settimana fa mi hanno offerto cento sterline per passare la notte appostata fuori dall'ospedale dove dovrebbe nascere il Royal Baby. Quando fai uno scherzo ci devi sempre mettere il disclaimer davanti *«now I'm gonna tell you a joke»* sennò sei cafone. Qui, se sei freelance non sei sfigato, sei un prestigiatore. Il tuo lavoro è lasciarli a bocca aperta e fare un inchino quando ti applaudono.

Cosa mi ricordo

Devo essere onesta, in Italia non lo so com'è, fare il freelance, perché non l'ho mai fatto a tempo pieno. Non mi pagavano abbastanza per vivere, quindi facevo altre cose. Però mi ricordo le regole del gioco. Per esempio mandi gli articoli commissionati senza aspettarti un feedback. Se sei fortunato te li pubblicano, se no hai perso tempo e soldi perché ovviamente non verrai pagato, e non saprai mai cosa è andato storto. La gente si pestava i piedi per venti euro. Non che mi spaventassero gli ambienti competitivi, semplicemente non vedevo il punto di abbassarsi a fare le scarpe a qualcuno per due spicci.

Ovviamente, in Italia ero un'arrogante. Mi ricordo che in Italia pensavo «il giornalismo è un hobby da ricchi». Non era vero. Ho conosciuto tanti, non necessariamente di famiglia ricca, che hanno deciso di investire nel proprio

futuro facendo una scuola di giornalismo. Troppi sono stati turlupinati dall'Ordine che ha deciso di fare affari sulla loro pelle. La scuola costava cara e i corsi rimanevano aperti nonostante la palese incapacità del mercato di far posto ai nuovi arrivati, che oggi sono disoccupati.

Come ho cambiato le carte in tavola

Anche io, nonostante il mio strombazzare contro queste scuole, «perché il mestiere si impara, non si studia», sono poi finita a fare un master in giornalismo, ma grazie a Dio non sono rimasta disoccupata. Sono andata via che ero già vecchia. Ventotto anni, troppi per cominciare da zero in Italia. Ma, mi dicevano, non per la Gran Bretagna. Così ho scelto un corso che corrispondesse almeno in parte con la mia esperienza precedente, per non buttare via proprio tutto. Mi sono sempre occupata di ambiente ed energie fossili, e Science Journalism sia.

Dal giorno in cui ho deciso che si poteva fare, però, ne ho passate parecchie. Anche se allo stesso tempo, se ripenso a tutti i colpi di fortuna che mi sono capitati, mi dico che era destino. La mia famiglia è povera e «l'esperienza all'estero» semplicemente non è mai stata un'opzione. Quindi non solo dovevo farmi ammettere in un corso di alto livello nonostante il mio inglese penoso, ma dovevo trovare i soldi per mantenermi e pagare le tasse, novemila sterline. Di quei mesi ricordo il muro della mia camera coperto di post-it su cui scrivevo le parole nuove, le attese fuori dalla banca a primavera, le lungaggini burocratiche per assicurarmi l'ultimo prestito d'onore sopravvissuto alla manovra Monti, ventimila euro. Non abbastanza per vivere tutto l'anno, ma sufficienti per partire. Me lo revocarono due settimane prima della partenza, ce l'ho fatta grazie al sostegno di un avvocato battagliero.

Più avanti ho vinto una borsa di studio dell'Inps di altri seimila euro, giusti giusti per finire l'anno. Per fortuna, qui dalla Regina sono pragmatici e il corso

dura solo dieci mesi, per metterti a lavorare prima. Studi poco sui libri e fai molta pratica, così quando finisci ti eviti il classico spaesamento post laurea. Sai già cosa fare, e il lavoro non è un miraggio. Un po' perché l'economia non è allo stremo, un po' perché se vivi in una capitale di dieci milioni di persone di lavoro ce n'è di più, un po' perché sei preparato. Da questo punto di vista un bel calcio me lo ha dato il Guardian, dove ho tenuto un blog sulle energie rinnovabili.

Non mi hanno pagato, il progetto è stato l'equivalente della mia tesi di laurea. Però accidenti, quando ti tengono un pomeriggio intero a correggere ogni singolo dettaglio, quando ti rompono le palle perché «questi numeri mi suonano strani, ricontrolla», quando ti dicono «qui vogliamo che tu faccia giornalismo, non un progetto universitario», allora sai che il tempo non è stato buttato perché hai dei nuovi attrezzi nella tua cassetta. Ovvio che se, nonostante la pedanteria britannica, finisci per fare una cappella, le prendi molto più che in Italia. L'ultimo pezzo che ho scritto conteneva un errore grossolano, i lettori se ne sono accorti immediatamente e me ne hanno dette di tutti i colori. Che dire, hanno ragione. Sicuro non farò lo stesso errore due volte e ho imparato una nuova parola: *codswallop*, immondizia.

Il bello di internet, in Italia, è che se fai un errore lo cancelli senza dire niente a nessuno. Io l'ho fatto un sacco di volte quando lavoravo per il più truce tabloid sulla piazza. Il brutto di internet, dalla Regina, è che qua non cambiano manco una virgola senza metterlo nero su bianco.

Il coniglio dal cappello

Trovare un lavoro fisso è bello, se sei specializzato non è nemmeno tanto difficile. Mandi i Cv, fai i colloqui e se sei preparato ti assumono, come per ogni altra professione. E sicuramente, quando metti la testa a posto e ti fai una famiglia essere un freelance smette di essere *so much fun*. Lavori a orari strani, i soldi sono quelli che sono e la settimana in cui non piazzhi niente è una settimana

in rosso. Ma io ancora un paio d'annetti di vita bella me li voglio prendere, perché essere un freelance è divertente.

Lavori quasi sempre sulle storie che ti scegli, e le tiri fuori dal cappello in modi sempre nuovi. Per la rivista [SciDev.Net](#) faccio *feature* multimediali, podcast e scrivo articoli su banche genetiche e su energie rinnovabili. Mi pagano trenta centesimi a parola, quattrocento sterline per un audio slideshow o un podcast. Ogni tanto giro per l'isola o prendo un aereo per andare da qualche parte a fare foto o registrare interviste di persona; ho imparato a usare tutti i software di editing e sto imparando a scrivere JavaScript che non si sa mai, un giorno ti metti a fare le infografiche interattive.

Fare il giornalista scientifico non è per niente palloso. Come un prestigiatore, fai cose sorprendenti che nessun altro sa fare. Essere un freelance in Italia è un modo cortese per indicare uno che ha fallito nel trovare un posto fisso. Qui, nell'isola dove tutto funziona al contrario, freelance è una persona che viene scelta ogni giorno perché produce cose che altri non sanno fare, ed è rispettata per questo. Mentre se sei assunto lavori per l'azienda, se sei freelance l'azienda sei tu. Funziona.

”

Se sei un freelance bravo sul mercato del giornalismo internazionale avrai un'occasione: il tuo lavoro - che comunque, anche da esterno, in America è pagato in maniera decente - verrà premiato e ti offriranno un contratto, una collaborazione, un riconoscimento. Non sarà facile, non sarà scontato, non sarà immediato: ma la possibilità arriverà. Lì però nessun impiego è a vita: quando inizierai a raccontare le rivoluzioni dal terrazzo del tuo albergo, i tuoi editor se ne accorgeranno e te ne chiederanno conto. E poi magari il tuo contratto non sarà rinnovato e qualcuno con più voglia di raccontare di te prenderà il tuo posto.

Più in là del mio naso. Pensieri da Kabul

«La guerra insegna che la vita continua. La gente nasce, muore, fa l'amore; le finestre tremano ogni volta che passa un elicottero; le bombe continuano a scoppiare. Eppure la vita continua. E io sono qui che racconto una storia».

di Francesca Recchia - giornalista freelance

Non si finisce in Afghanistan, in Libia o in Siria perché «ti ci hanno mandato». Bengasi, Kabul, Aleppo sono le destinazioni di percorsi ponderati, di scelte deliberate. Le motivazioni che conducono su queste strade sono le più disparate: l'idealismo, lo spirito di avventura, la fuga, l'ambizione, i soldi, l'autolesionismo, la curiosità, il desiderio di scoprire, conoscere, sapere; l'ansia della banalità.

Ci sono poche verità, ma da una non c'è scampo: si vive, si viaggia, si lavora in posti come questi perché è quello che si vuole, perché è quello che si è scelto. E questa, come ogni altra scelta, insieme alle soddisfazioni, ha dei costi, richiede sacrifici e compromessi; diversi nella forma e nelle sfumature, ma non nella sostanza, rispetto a quelli di chi legittimamente sceglie di vivere una vita sedentaria.

Si sacrifica la stabilità sull'altare della paura della noia; si diventa sacerdoti della ricerca (ogni tanto vien voglia di domandarsi chissà poi di cosa?) a spese della sicurezza. È una scelta di vita, una come tante. Né meglio né peggio.

Vivo a Kabul da diversi mesi. Sono una scrittrice e ricercatrice indipendente. Non scrivo di guerra, non ho il giubbotto antiproiettile sotto al letto e non vado in cerca dell'adrenalina da trincea. Mi occupo di pratiche creative e di come queste prendono forma in paesi in conflitto.

Mi interessano la creatività e la resilienza e mi interessa il ruolo che queste giocano nell'immaginare il futuro in paesi dove il presente offre solo violenza e incertezza. Sto scrivendo un libro e coordino la quarta edizione del premio di arte contemporanea per giovani artisti afgani. Sono fra i privilegiati che si svegliano la mattina e si dicono che sono fortunati perché sono dove vogliono essere e stanno facendo quello che desiderano fare.

Eppure la vita a Kabul non è semplice: sicuramente appassionante e affascinante, ma anche tanto faticosa. Ed è in questa fatica - emotiva, fisica, intellettuale, culturale - che si annida uno degli spettri che fanno parte della routine di questo genere di vita: l'autocompiacimento che è lì costantemente in agguato; un'arma a doppio taglio che protegge e acceca.

Il narcisismo spesso scherma la paura, distrae lo sguardo da tutto ciò che di spaventoso ci aspetta nel mondo fuori e lo riproietta su noi stessi, sulle nostre imprese, sul nostro coraggio, ci fa guardare allo specchio e ci fa dire: «dai dai, che stai andando bene». Ma è un meccanismo subdolo che rende ciechi lentamente e scompiglia l'ordine delle priorità. Ed è così che la macchina narrativa si concentra sempre più su noi stessi e perde di vista la sua vera ragione d'essere.

Ci inorgogliamo di dar voce a chi voce non ce l'ha, senza renderci conto del paternalismo intrinseco in un'affermazione del genere. Per fortuna che ci siamo noi a rischiare la vita, per fortuna che ci siamo noi a rivelare al mondo verità nascoste, per fortuna che ci siamo noi... E l'ego cresce e la paura della guerra viene messa a tacere - almeno per un po'. E con l'ego cresce una presunzione stile Blade Runner: «ho visto cose che voi umani...». E ci sentiamo in diritto di giudicare la piccolezza delle preoccupazioni ordinarie, le scale di valori che non coincidono con le nostre, quella che dall'alto del nostro piedistallo consideriamo mediocrità.

Precipitare in questo genere di cecità è la mia più grande paura ed è con questa che mi confronto ogni giorno. Vivere in Afghanistan mi sta insegnando

l'umiltà e la pazienza verso gli altri, ma soprattutto verso me stessa e verso i miei limiti. Sto imparando a mantenere lo sguardo fisso sulle motivazioni del mio lavoro, a mettere in discussione le ragioni di ogni parola che scrivo, ad accettare le sfumature del grigio e a ricordarmi che la mia presenza qui è transitoria e strumentale.

Io sono a Kabul perché l'ho scelto e se la situazione precipita posso sempre fare lo zaino e tornare a casa. Qui la gente resta e va avanti, con serenità o con rassegnazione, ma sempre con determinazione. La guerra insegna che la vita continua. La gente nasce, muore, fa l'amore; le finestre tremano ogni volta che passa un elicottero; le bombe continuano a scoppiare. Eppure la vita continua. E io sono qui che racconto una storia.

Kabul mi sta insegnando che le storie che racconto possono al più essere un amplificatore e che, soprattutto, il mondo va serenamente avanti anche senza di me.

”

Mi dicono che ci si deve riciclare, che bisogna essere aperti ai cambiamenti, che bisogna trovare altri modi, perché alla fine quello che conta è pagare il mutuo. Le rate della macchina non si saldano con i sogni o con l'impegno che abbiamo preso verso il mondo che vorremmo. E io sono, appunto, a quel bivio: devo continuare a credere che fare cultura sia importante anche quando nessuno la vuole, per essere quel tarlo che si insinua e rende comunque la vita più ricca, o mollare per non piangere più sui soldi che mancano sempre?

Elogio del freelance (e di una struttura di sostegno)

«Inizialmente [...], essere “là fuori”, da sola, non è stato poi così divertente, cercando di orientarmi tra compensi e assunzione di nuovi incarichi, senza sapere quanto sarebbe stato difficile. Trattare con i clienti che volevano pagare meno di quanto il mio lavoro valesse era diventata un’impresa».

di Helen Ueckermann - giornalista freelance

La vita di un freelance può essere solitaria e piuttosto isolata. Spesso si lavora a casa, trascorrendo lunghe ore con i propri portatili. Sebbene la maggior parte di noi freelance preferisca questo stile di vita e ambiente di lavoro, abbiamo bisogno, di tanto in tanto, di compagnia e di sostegno.

Perciò, far parte di un’organizzazione creata su misura per i freelance è, senza dubbio, una buona idea. Ti mette in contatto con persone che la pensano come te, che capiscono la situazione in cui ti trovi, le battaglie professionali e le gioie, condividendo le proprie esperienze.

Questo è il motivo per cui, qualche anno fa, ho aderito alla [Southern African Freelancers’ Association](#) e non me ne sono pentita.

Appartenere a un’organizzazione di freelance ha rappresentato, in realtà, l’unico passo che mi abbia aiutato a trasformare la mia attività in un’impresa di successo. Come freelance che lavora a casa, dopo aver trascorso molti anni in un giornale, ho dovuto affrontare l’isolamento e questioni relative ai compensi da chiedere, alla ricerca e al rapporto con i clienti, approcciando attività che non avevo mai svolto e di cui volevo occuparmi.

I miei nuovi amici freelance hanno dimostrato di essere persone socievoli, condividendo la propria esperienza in vari campi, entusiasti della loro carriera e

sempre incoraggianti.

Come giornalista a tempo pieno che scrive di imprenditoria e piccole imprese, già sapevo quanto i lavoratori autonomi siano in genere desiderosi di condividere esperienze e consigli. Nonostante ciò, sono rimasta piacevolmente sorpresa dalla disponibilità dei freelance più esperti.

Citando il mio collega Shaz Davis:

Safrea è una risorsa preziosa quando hai bisogno di informazioni, di una fonte o di un contatto in prossimità di una scadenza, di una persona competente per un determinato incarico, di un suggerimento su questioni legate al lavoro o semplicemente di qualcuno con cui sfogarti.

Per quanto mi riguarda, questi sono i benefici che ho tratto.

Sostegno

Lavorando a casa abbiamo necessità di discutere e condividere esperienze, dei consigli di freelance competenti, della possibilità di essere guidati, di un forum per festeggiare o di una spalla su cui piangere. A volte abbiamo bisogno di incoraggiamento e sostegno, in altri momenti siamo noi ad offrirli.

Come membro di un gruppo virtuale di persone, con la stessa mentalità, che capiscono quali siano le sfide dei lavoratori autonomi - ricerca della clientela, gestione, consigli sui compensi, contratti, tasse, trattamento dei clienti insolventi, aspetti legali, modalità con cui affrontare un sovraccarico di lavoro o periodi in cui diminuiscono gli impegni, coordinamento e crescita del proprio business - ho trovato in Safrea un supporto prezioso, imparando a comprendere l'ambiente freelance dal quale sono sempre stata incoraggiata ad insistere e ad affermarmi.

Incontri con altri membri

Partecipare a riunioni dove ho potuto socializzare mi ha permesso di costruire relazioni personali con altri freelance che hanno determinato, più di una volta, per me, un aumento consistente di lavoro. A mia volta ho fornito opportunità a chi ho avuto modo di conoscere, imparando ad avere fiducia nell'esperienza e nell'etica del lavoro altrui.

Interazione con altre organizzazioni di freelance

Mi sono stati presentati altri gruppi di freelance, che, come Safrea, fanno parte dell'Alliance of Language and Media Practitioners (Lamp), entrando così in contatto con professionisti nel campo dell'indicizzazione, della revisione e della traduzione, tra cui la South African Science Journalists' Association (Sasja), la South African Translators Institute (Sati) e l'Association of Southern Indexers and Bibliographers (Asaib).

Inizialmente, dopo i primi mesi di lavoro autonomo, essere là fuori, da sola, non è stato poi così divertente, cercando di orientarmi tra compensi e assunzione di nuovi incarichi che volevo svolgere, senza sapere quanto sarebbe stato difficile. Trattare con i clienti che volevano pagare meno di quanto il mio lavoro valesse era diventata un'impresa.

Per questo, a tutti i freelance che mi hanno aiutata e consigliata su come andare avanti nei momenti difficili voglio dire: «grazie infinite, mi avete spinto a proseguire con il vostro esempio encomiabile e la condivisione disinteressata. Adesso è importante per me offrire altrettanto sostegno ai freelance che verranno».

Vi interessa sapere che cosa hanno da dire gli altri membri di Safrea?

Per saperne di più, cliccate [questo link](#) per leggere alcune testimonianze.

”

Qual è il prezzo che ognuno di noi, come lettore, è disposto a pagare? «Siamo convinti che l'informazione sulla rete possa essere gratuita, così come siamo altrettanto convinti che un prodotto editoriale, studiato con cura, che richiede lavoro e professionalità, debba essere pagato».

Alla ricerca di modelli di business

Un modello di business possibile

Come un gruppo di giovani trentenni cerca di affrontare il mondo che cambia e la difficoltà di fare i giornalisti. Il caso di China Files.

di China Files - agenzia editoriale

Grazie a una domenica piovosa in Asia, su Twitter abbiamo vissuto una giornata di intensi scambi riguardo [l'articolo di Francesca Borri](#), di cui [si discute e si è discusso molto](#) in questi giorni. All'interno di China Files, nella nostra mailing list e a voce, ci siamo confrontati parecchio sull'uscita della Borri e abbiamo per lo più condiviso il ventaglio di sensazioni che si sono sviluppate sul web. Chi empaticamente ha solidarizzato, chi ha notato alcune incongruenze, ecc. Tutti e tutte però ci siamo bene o male ritrovati su alcuni punti: la precarietà dei freelance e - occupandoci noi di esteri - la scarsa rilevanza che viene data a quanto accade nel mondo dalle redazioni dei media.

Ora, con questo intervento gentilmente ospitato da Valigia Blu, vogliamo provare ad andare oltre le critiche a chi ha «scoperchiato il vaso di Pandora», ovvero Francesca Borri (di cui apprezzeremmo qualche risposta e la disponibilità a discutere sul web), tentando di focalizzarci su alcune problematiche e, nel nostro piccolo, offrire una soluzione, che chiaramente dipende da alcuni fattori imprescindibili. Avevamo già detto qualcosa [qui](#), dopo l'uscita [del libro di Alessandro Gazoia](#).

Partiamo, con ottimismo, dalla soluzione; poi in fondo avremo tempo di porre alcuni quesiti e considerazioni che per noi sono fondamentali. A China Files produciamo materiale giornalistico dall'Asia, principalmente da Cina, India e Giappone. Siamo nati nel 2009, fondando l'agenzia China Files e abbiamo

registrato una Ltd a Hong Kong. All'inizio sapevamo soltanto che non ci piaceva come la Cina veniva raccontata sui media italiani: storielle, stereotipi, superficialità spesso condite da errori grossolani (nomi, luoghi, eventi, storia), scopiazzature da giornali in lingua inglese, attribuzione indebita di presunti scoop.

Abbiamo cominciato a produrre contenuti per alcuni media e piano piano abbiamo conquistato altro spazio, cercando di offrire una copertura il più possibile di qualità trovando un equilibrio tra esigenze giornalistiche ed onestà, ci viene da dire, accademica: quasi tutti, a China Files, arrivano infatti da un background orientalista, una preparazione culturale e linguistica che permette di interpretare e capire i posti che raccontiamo e viviamo con una cognizione di causa che a stento riconosciamo negli inviati speciali dei grandi giornali (con lodevoli eccezioni).

Chiaramente questo equilibrio è stato trovato, faticosamente, in anni di sperimentazione e lavoro sfiancante, critiche ed autocritiche (essendo in Cina...), ma subito ponendoci sul mercato, offrendo sia la notizia, sia, soprattutto, l'approfondimento, cercando di fare rendere al massimo la nostra presenza da tempo nei posti.

A un certo punto le richieste sono diventate tante e si è trattato di allargare la squadra da quei tre o quattro che eravamo. Solo che c'era un problema: come pagare le persone se un articolo sul web viene pagato quaranta, quando non trenta euro o quando per un reportage dal Giappone post Fukushima ti pagano centocinquanta euro? Non si può, specie avendo un'azienda il cui capitale sociale è minimo, sufficiente giusto per aprirla (via Skype da Pechino, peraltro, così abbiamo anche risparmiato il viaggio).

Le cose accadono anche per caso: una sera, durante la festa della Comunità Europea a Pechino, ci siamo messi a chiacchierare con un ragazzo irlandese. Gli abbiamo spiegato cosa facevamo, quali erano i nostri obiettivi e ci siamo scambiati i biglietti da visita, un classico in Cina.

Qualche giorno dopo quel ragazzo ci ha mandato una mail. Era il responsabile della comunicazione dell'Unione Europea. Ci mandò il bando per gestire la newsletter dell'Unione Europea in Cina, lo vincemmo e conquistammo il nostro primo margine, con cui prendemmo altre due persone a tempo pieno a scrivere articoli.

Dopo sono arrivati i contratti per la gestione della comunicazione all'Expo di Shanghai nel 2010, l'ufficio stampa per la Beijing Design Week, alcune rassegne stampa per enti e istituzioni (dal cinese), servizi di clipping.

Ben presto abbiamo diviso China Files in due: da un lato una redazione composta oggi da undici persone tra latino americani, italiani e cinesi, dall'altro una struttura di comunicazione e press office, che di fatto aiuta a finanziare la parte giornalistica. Riassumendo: abbiamo in media una trentina d'anni, parliamo quasi tutti la lingua del posto dove viviamo - Cina, India, Giappone - e siamo versatili, conosciamo i social network e spaziamo dalle analisi economiche al pop, dalla cronaca alla copertura politica. Tutti pensiamo che l'Ordine dei Giornalisti vada abolito.

Ci siamo inventati un modello di business che finora funziona. Non guadagniamo molto, abbiamo tutti uno stipendio che ci permette di vivere dignitosamente ma, sicuramente, non è sinonimo di stabilità, non è abbastanza «per mettere su famiglia». Condividiamo i contatti (abbiamo dei ruoli naturalmente, ci sono dei soci dell'azienda, c'è un direttore, c'è la nostra caporedattrice che organizza il lavoro e le proposte ai media, ad esempio) e piano piano ci siamo allargati.

Non solo Cina, ma Asia, non solo articoli, ma anche audio e video reportage (per la Rai e la televisione nazionale colombiana). E ultimamente stiamo producendo in collaborazione con Il Manifesto una rivista per iPad - gratis - sull'Asia. La prima nel suo genere. Ovviamente non si tratta solo di fare il giornalista. Chi scrive ha giornate in cui ogni ora cambia frame: ricerca per un articolo, telefonate per interviste, visionare un contratto, un'offerta, incontrare

un potenziale cliente, mandare o rispondere una mail eccetera, ma è l'unica soluzione che abbiamo trovato.

Questo naturalmente, dal nostro punto di vista, è possibile perché siamo e ci occupiamo di un'area su cui c'è interesse economico (meno mediatico) e perché riteniamo che la qualità alla fine paghi, che il lettore preferisca leggere un articolo ben fatto ed interessante che gli spieghi cose che non sapeva, lo aiuti a capire dove sta andando il mondo, lo arricchisca e lo rispetti.

Questa è la nostra storia e, fino ad oggi, è stato un esperimento che funziona e ci sentiamo di proporre. Ma nel mercato all'interno del quale ci muoviamo rimangono delle problematiche serie che il pezzo di Borri ha avuto il merito di far emergere con forza, grazie a una scrittura - opinabile ma efficace - in grado di coinvolgere e riconsegnare ai lettori una questione *pop*, nel senso stretto del termine, più che un pippone da addetti ai lavori.

Discutendo online qualcuno diceva che il problema è la crisi, non ci sono soldi e bisogna tagliare. Non siamo d'accordo: i soldi sono pochi, è vero, ma è critica la scelta che si fa a priori quando si investono quei soldi, quando si decide di tagliare sui compensi ai freelance - individui evidentemente sprovvisti di apparato digerente, che possono permettersi di non mangiare in attesa che i miseri pagamenti, quando ci sono, vengano processati non prima di tre o sei mesi - ma non rivedendo politiche di sprechi imbarazzanti, pagando migliaia di euro al mese corrispondenti scadenti responsabili di un immaginario collettivo dell'Asia, in Italia, largamente stereotipato, in controtendenza col resto dell'Europa.

Sia ben chiaro: non è un discorso di grilliana memoria da «leviamo le auto blu». Ben vengano stipendi consistenti, ma a fronte di un controllo qualità stringente, dove vengano premiate le competenze e non le anzianità e dove gli scopiazzatori, una volta denunciati, vengano messi alla porta. Quindi il problema, anzi le domande che poniamo sono queste: come vengono prese le decisioni nei giornali? Si pensa al lettore o ad altro?

Perché c'è così poco interesse - dal nostro punto di vista - nei confronti degli esteri? Perché non si osa, provando anche ad affidarsi a un pool di giornalisti che anziché l'unico corrispondente - se non si ha la forza di mandarne una quindicina come il *Nyt*, il *Guardian*, *Bloomberg*, *Ft* e udite udite i media danesi... - sono in grado di coprire intere aree, una volta constatata la competenza? Questo favorirebbe anche la nascita di aziende, associazioni, collettivi di freelance che potrebbero mettersi insieme, non fare *dumping* individuale, perché ci sarebbe una responsabilità collettiva e produrre soprattutto molto di più, (anche con la caotica e insulsa linea di mettere ottocentocinquanta articoli al giorno sul sito?).

Aggiungiamo un ulteriore elemento: si dice sempre che i lettori non siano interessati a ciò che succede fuori dall'Italia. Ma gli altri mondi sono importanti, e sempre di più. Sono importanti per trovare nuovi modelli per una politica ormai incapace di fare piani a lungo termine. Sono importanti ancora di più in questo momento storico in cui gli equilibri mondiali scricchiolano e le egemonie e le alleanze non torneranno ad essere quelle a cui siamo abituati. Sono importanti per le aziende grandi e ancora di più per quelle piccole che cercano nuovi mercati a cui vendere i loro prodotti.

Sono importanti per studenti e professori che possono allargare il loro sguardo oltre confine e capire se ci sono università più interessate alle loro ricerche. Informarsi è anche una maniera per spendere meglio i propri soldi e per ottimizzare le proprie energie. E se il modello di business dell'informazione è in crisi, bisogna trovarne un altro.

La questione non si risolve concentrandosi sui fatti di casa propria, anche se coprirli costa di meno. Gli esteri sono ormai la base per capire i mercati e la società in cui viviamo. Dall'apertura di un *hub* finanziario a Shanghai alle proteste che infiammano Brasile, Egitto e Tunisia. Dalle guerre in Medio Oriente alla diplomazia dell'Artico e allo spionaggio informatico. Tutto ci fa pensare che il mondo stia cambiando.

Noi continuiamo a guardarci l'ombelico, ma se ci perdiamo il racconto di un mondo che cambia, sarà difficile trovare uno spazio dignitoso quando i giochi si fermeranno nuovamente. È più difficile e faticoso, bisogna essere attenti ai dettagli e poi mettere insieme i pezzi del puzzle. Una dichiarazione di Li Keqiang (chi è?) non dà la stessa soddisfazione dell'ultima uscita di Beppe Grillo. Ma è infinitamente più importante.

Se i lettori non sono interessati a leggere le pagine degli esteri significa che in quelle pagine tutto questo non è spiegato (e di chi è la colpa?). E questo è un'ulteriore crepa che si apre sul futuro dell'Italia.

C'è un problema che è giusto definire sistemico: l'informazione sta cambiando, i lettori stanno cambiando, e chi tiene le redini del mercato - a nostro avviso - non è ancora riuscito a reinventarsi, a rimodellarsi basandosi su tempi e modi di fare giornalismo completamente rivoluzionati dalla tecnologia. I tempi del freelance che vive del suo lavoro sono finiti, schiacciati dalla bulimia dell'informazione in Italia e dalla gara al ribasso nel mercato delle notizie.

L'ha spiegato splendidamente Valentina Avon, [in un intervento](#) ospitato dal blog di Massimo Mantellini, dove si legge:

Al di là di motivazioni e argomenti, sicuramente discutibili, della freelance Borri, che gli editori, anche e soprattutto di rango, paghino un piatto di ceci resta un fatto. Che tu sia a Aleppo o a Trebaseleghe conta poco, come conta poco molto altro (quanto hai speso per fare il pezzo interessa a nessuno). Non è un reato, ma neanche una cosa bella. Quando il discorso si sposta su questa china, parte il ritornello del libero mercato. E va bene. Ma libero mercato non vuol dire che tu paghi dei Cartier come fossero Swatch. Vuol dire che in giro ci saranno solo Swatch.

È questione di scelte: decidere di far fare un copia e incolla a uno stagista interno - gratis - piuttosto che pagare il giusto e affidarsi a un freelance competente; rifiutare proposte di pezzi di freelance perché «alla gente non interessa» pezzi che poi diventano virali pubblicati - gratis - su blog indipendenti

(macroscopico l'esempio del caso due marò, pubblicato [sul blog dei Wu Ming](#), Giap o, recentemente, le pubblicità in Tv di WeChat Italia, dove Messi promuove un client per social network cinese che da China Files proponemmo ai media italiani mesi e mesi fa, sentendoci rispondere «è troppo cinese»; come se Twitter, all'epoca, fosse stato bollato come «troppo americano»); affidarsi quasi completamente alla riformulazione di articoli pubblicati su testate anglosassoni, in Italia - erroneamente, specialmente sull'Asia - sinonimo di infallibilità, al posto che dare fiducia a un freelance italiano che non solo sta sul campo, ma conosce anche i lettori italiani ai quali si rivolge.

A China Files ci siamo messi insieme sviluppando un modello ibrido, producendo a prezzi da orologi di plastica dei fustini Dash una serie di contenuti Swatch e, sempre più spesso, anche qualche Cartier. Questa la nostra soluzione sul medio termine, in attesa che - tutti insieme - ripensiamo e cambiamo il mercato che alimentiamo ogni giorno: l'informazione italiana.

”

Per emergere, il giornalista dovrà essere multitasking, ma al contempo dovrà specializzarsi in un ambito preciso. Coltivare una conoscenza particolare nel settore delle energie rinnovabili, della geopolitica, della scienza medica o del diritto internazionale comparato, lo aiuterà a posizionarsi sul mercato. Il reporter di fatica ma privo di una conoscenza specifica, al contrario, rischierà di diventare poco appetibile da editori e testate.

Sempre meglio che lavorare (gratis)

Il mondo del giornalismo che cambia, la crisi, i social network. L'esperienza di giovani giornalisti-freelance-imprenditori-comunicatori-esperti digitali che hanno fondato l'agenzia di servizi Effecinque: «La prima cosa che si impara lavorando corpo a corpo con internet è fare rete. Ma sappiamo che la stabilità è un miraggio».

di Effecinque - agenzia giornalistica

Mi ricordo una volta un collega della carta stampata - quasi coetaneo, sveglio, non certo il pensionando dorato che ancora si lustrava la sua Lettera 22 - che un po' scherzando, un po' seriamente ci diceva: «perché noi giornalisti...», e poi, dopo un attimo di incertezza, «... e includo anche voi, dai...». E naturalmente l'accondiscendenza sull'essere giornalista e su che cosa è un giornalista non aveva a che fare coi tesserini - che per altro avevamo tutti.

Riguardava semmai il fatto che noi non lavoravamo in un giornale di carta, bensì in una strana web agency, dove si scrivevano pezzi e approfondimenti per l'online, nonché per la carta; dove si realizzavano e si gestivano portali, blog, progetti di comunicazione digitale; dove poteva capitare di avere a che fare con l'aggiornamento di un sito di notizie sull'agricoltura biologica, col portale della Pubblica Amministrazione da sistemare, o con un pezzone di esteri per una testata nazionale.

Era la Totem di Franco Carlini, erano i primi anni duemila, eravamo (ed è solo uno dei tanti meriti di Franco) quasi tutti assunti regolarmente come articolo 1, e i social media erano ancora di là da venire, così come la crisi economica. Ma c'era già tutto. C'era già la dimensione del giornalista come un

professionista della comunicazione, che, sì, deve saper scrivere un pezzo - la breve, l'analisi, e l'inchiesta, all'occorrenza - ma deve anche sapere come va gestito un sito di notizie, che sia corporate o una testata registrata. Deve avere un'idea di come far funzionare e di cosa mettere in una newsletter (allora), o una pagina Facebook (oggi). Deve sperimentare gli ultimi strumenti usciti, e prestarsi a fare lavori non prettamente legati all'idea più tradizionale di reporter, ma profondamente connessi con la rivoluzione digitale che stiamo vivendo.

Del resto Franco, che aveva contribuito a fondare Il Manifesto e per anni ne ha gestito alcune pagine, le indimenticabili Chips & Salsa, che era considerato giustamente un pioniere della Rete in Italia e il miglior divulgatore tecnologico, non disdegnava sedersi alla scrivania e sporcarsi le mani con codici, formattazioni, ma anche blog, siti, e tutto l'umile armamentario del professionista digitale.

Questo per sgombrare subito dal campo l'equivoco insopportabile del «sempre meglio che lavorare» In un momento in cui il lavoro giornalistico sembra semplicemente non esserci - non ci sono posti, in sostanza, e rischiano di essercene sempre meno - usciamo una volta per tutte dalla mitologia del lavoro che non è un lavoro. Certo che lo è, e come altri lavori qualificati richiede tempo, competenze, esperienza e dedizione, oltre che diverse specializzazioni. E in genere lo si fa per campare, così come campano perfino i luminari della medicina del proprio lavoro. O gli informatici. O gli avvocati. Altrimenti è un hobby come la barca a vela. E perfino più costoso e senza abbronzatura garantita.

Abbracciare con convinzione questa idea in verità banale e lapalissiana - invece di urlare al mondo che no, senza scrivere non possiamo vivere noi, perché siamo in missione per conto del dio Giornalismo - potrebbe servire anche ad affrontare diversamente il rapporto con gli editori e la questione della retribuzione e dei diritti. Ma servirebbe anche a focalizzare meglio il dibattito sull'identità del giornalismo oggi. È stato a partire da un simile coacervo di

riflessioni che qualche anno fa, con altri tre colleghi di Totem, abbiamo fondato un'altra agenzia giornalistica, [Effecinque](#).

È sufficiente scrivere articoli - ci siamo chiesti, mentre il contesto attorno a noi, e lo stesso web, stavano mutando rapidamente - ma anche solo gestire blog, realizzare fotogallery, twittare breaking news? Cosa altro si può fare che abbia un valore informativo, che sia interessante, utile, ma anche piacevole e con cui comunque continuare a pagarci uno stipendio a fine mese? (Qualsiasi riflessione sul giornalismo, e qualsiasi progetto editoriale, che non tengano conto di quest'ultimo aspetto sono destinati a fallire, oltre che essere decisamente ipocriti...).

E così abbiamo iniziato a sperimentare formati e forme di collaborazione nuove: video in *motion graphic* coi nostri partner di Tiwi, data journalism con gli amici di DataNinja e Wired, collaborazioni con realtà simili alla nostra come [China Files](#), timeline interattive, Storify e via dicendo. Il tutto senza dimenticare di fornire servizi più tradizionali, piani editoriali per specifici progetti, scalette giornalistiche, ma anche inchieste, reportage, approfondimenti, magari perfino per l'amata/odiata carta.

Si lavora in rete, su singoli progetti, raccogliendo le competenze specifiche e necessarie, mettendoci sempre un taglio giornalistico, cercando quando si può di innovare, e comunque di fare al meglio quel lavoro. Senza dimenticare la parte amministrativa, le fatture, il rapporto coi nostri stessi collaboratori, i problemi di cash flow. Siamo freelance, siamo imprenditori di noi stessi, siamo giornalisti, comunicatori, esperti di Rete? Boh... Forse tutte queste cose assieme, a seconda del cappello che indossiamo.

Ci diventeremo ricchi? No. Ci campiamo? Sì, ma il come dipende dai periodi (discreto il 2011, così così il 2012, buono, per ora, il 2013). Sappiamo che la stabilità è un miraggio e che da qui a diciotto mesi potremmo non essere più sul mercato. E dimenticati i fasti dell'articolo 1 di un tempo, stiamo ancora cercando di capire la giusta formula contrattuale, che ci offra garanzie ma sia

abbastanza flessibile da seguire le fluttuazioni del mercato di un'agenzia piccola come la nostra. Di sicuro crediamo che il giornalismo abbia bisogno di arricchirsi, di cambiare, di innovare, di sperimentare.

Così come ne hanno bisogno i singoli giornalisti, e soprattutto i freelance, e non perché siano da meno dei colleghi contrattualizzati, anzi. Non è facile farlo, naturalmente, perché costa tempo e denaro e gli editori (ma non solo loro) vogliono tutto, subito e a basso prezzo. Ma la prima cosa che si impara lavorando corpo a corpo con internet è proprio quella di fare rete. Tra di noi. Tra giornalisti, programmatori, grafici, esperti di social media, editori digitali. A volte è una faticaccia. A volte è un buco nell'acqua. Ma a volte vengono fuori cose davvero speciali.

Nate dal basso, da piccole realtà come le nostre, e non dai mogul dell'informazione. E magari è pure molto divertente. E sì, è «sempre meglio che lavorare (gratis)».

Ps: dall'esperienza di Totem, oltre a Effecinque, sono nate altre due società una delle quali sviluppa videogiochi. Gli ex-totems li trovi che lavorano con e nelle maggiori testate italiane. Per dire che buone idee possono finire ma se sono davvero buone seminano...

”

Si lavora in rete, su singoli progetti, raccogliendo le competenze specifiche e necessarie, mettendoci sempre un taglio giornalistico, cercando quando si può di innovare, e comunque di fare al meglio quel lavoro. Senza dimenticare la parte amministrativa, le fatture, il rapporto coi nostri stessi collaboratori, i problemi di cash flow. Siamo freelance, siamo imprenditori di noi stessi, siamo giornalisti, comunicatori, esperti di Rete? Boh... Forse tutte queste cose assieme, a seconda del cappello che indossiamo. Ci diventeremo ricchi? No. Ci campiamo? Sì, ma il come dipende dai periodi (discreto il 2011, così così il 2012, buono, per ora, il 2013). Sappiamo che la stabilità è un miraggio e che da qui a 18 mesi potremmo non essere più sul mercato.

Qual è il prezzo che il lettore è disposto a pagare?

«Siamo convinti che l'informazione sulla rete possa essere gratuita, così come siamo altrettanto convinti che un prodotto editoriale, studiato con cura, che richiede lavoro e professionalità, debba essere pagato».

Di Q Code Mag – mensile d'informazione

Siamo un gruppo di freelance. E oggi siamo editori. Siamo [Q Code Mag](#), una sito in rete e un'idea di mensile nativo per tablet. Crediamo in un giornalismo profondo, a volte anche lento, narrativo. E i nostri temi naturali sono gli esteri, la geopolitica, i diritti e la cultura. In un mese di vita, sulla rete, abbiamo già raccolto reazioni di entusiasmo, una piccola comunità di lettori, in crescita costante. Ma ci inseriamo [nel dibattito di Valigia Blu](#) per fornire un nuovo spunto che ha a che vedere con editori, professione, denaro e pubblico.

Siamo nudi, vestiti solo di un'idea: riscoprire il fascino della lettura e di argomenti ostici agli *analytics*, andando a scavare la nicchia del nostro pubblico con l'esatto contrario delle regole della divinità globale Google. I nostri articoli sono spesso lunghi, non osservano nessuna regola del Seo (Search Engine Optimization). Per noi una ripetizione fra titolo, occhiello, sommario e attacco del pezzo rimane ancora da matita rossa e non una regola per indicizzarci.

Siamo scientemente fuori mercato, ma cerchiamo di utilizzare i social media al meglio per creare comunità. Non abbiamo budget: l'idea è nata dopo un licenziamento collettivo a E - Il Mensile, PeaceReporter un anno fa. Siamo rimasti a casa in una ventina. Unica prospettiva il sussidio, la cassaintegrazione, un mercato morto, impossibile vivere di collaborazioni a pezzo e nello stesso tempo proseguire sulla strada del nostro interesse per un giornalismo che

verifica, che scava, che racconta. Ed è quello che un drappello di ex colleghi ha iniziato a immaginare. Non abbiamo una redazione fisica.

Qualcuno può sorridere di questo. Eppure ci manca, perché la redazione è il luogo del dibattito del giornale, la stanza si ferma, le opinioni si scontrano, si scherza, si litiga. Non abbiamo un modello di sviluppo che ci lasci sereni sull'esito di questa impresa: saremo associazione, gireremo nelle comunità di riferimento, sui social media nel *crowdfunding*, fisicamente nelle città, stiamo studiando una collana di ebook, stiamo disegnando strategie per arrivare al demo del mensile per tablet, quindi al denaro necessario per tradurre i nostri articoli in inglese e spagnolo e finalmente provarci, come editori, sul mercato del download o del *revenue sharing*.

Noi non ci paghiamo. E a chi vuole collaborare, i messaggi sono molti e continuano ad arrivare, rispondiamo con una mail: «grazie della tua proposta. Non abbiamo un budget, per ora. Ti consigliamo di provare a vendere questa tua idea sul mercato prima di pubblicarla su Q Code. Se ritiri la proposta saremo i primi a capirti». Perché questa dinamica si propone innanzi tutto a noi che lo abbiamo fondato, il giornale. Una questione di normale sopravvivenza. Ma le risposte che riceviamo ci dicono alcune cose: molti collaboratori (parliamo anche di corrispondenti brizzolati o colleghi che occupano funzioni di comando in altre testate) vogliono scrivere su Q Code Mag. E accettano la gratuità in nome del fatto che molti argomenti, così come lo stile di scrittura, non trova patria in gran parte dei soggetti che fanno il mercato oggi.

Invertire una tendenza consolidata senza una corazzata economica alle spalle equivale a farsi dare del Don Quijote. Abbiamo ricevuto alcune critiche, in verità poche, che ci accusavano di aver creato l'ennesimo prodotto editoriale in cui non si onora il lavoro con una somma di denaro, facendo leva solo sulla gratuità. È così vero che i primi a non percepire denaro sono gli editori, che sono redattori, che sottraggono il tempo alla notte, perché di giorno - per fare il giornale - si deve badare al primo lavoro.

L'utopia, che contrariamente al senso comune non è mai impossibile, è crescere insieme ai lettori e ai collaboratori per arrivare a sperimentarci sul mercato. Non siamo ingenui: abbiamo tentato bandi, cercato di farci aiutare dagli esperti di startup - molto in voga nei mesi scorsi. Ma il punto centrale rimane sempre quello: se non puoi levarti una parte del Tfr, o del sussidio per chi ce l'ha, o una quota percentuale del salario di chi ha trovato altri lavori per costruire un capitale iniziale dovresti rinunciare a tentare l'impresa? Per noi no.

Non è solo una questione personale, che appaga e vogliamo dirlo perché vedere lo slancio e la ricchezza di argomenti che ci vengono proposti è emozionante, è una questione che attiene i lettori. Una parte di questi viene bersagliata dall'informazione mordi e fuggi, dallo stimolo del click, finisce nelle trappole delle colonnine a destra dei big, quelle del castoro che piange, il delfino parlante e l'ultima sfilata di *lingerie* al Polo. Il mercato è dopato: quella massa di click che raccogli attraverso un giornale e che riguardano temi non giornalistici - altro che caldi! - drogano costantemente il mercato e spingono le asticelle e le classifiche dei più cliccati in una dimensione di evidente e globale menzogna. Togliete le colonne a destra, parlate di esteri e cultura, oltre che del gossip di palazzo, levate le tette e le vip in spiaggia, inserite del vero *entertainment*, vera multimedialità e misuriamoci su quello che siamo chiamati, per mestiere, vocazione o dovere, a fare davvero: informare.

Senza essere esterofili, fatevi un giro su The Guardian, Le Monde, El Pais. Siamo su altri standard. Ma torniamo a Q Code Mag. Se non fossimo in rete a queste condizioni, non avremmo nulla da far vedere a chi vorrà investire su di noi. Non avremmo iniziato il corteggiamento dei futuri lettori, avremmo perso tutta la ricchezza di pensiero e idee che si sta srotolando quotidianamente nelle mail, nei troppi caffè al bar, nelle chat notturne con altre latitudini. Questa esperienza nasce da una drammatica chiusura di un giornale, quindi non da una spinta emotiva fresca di un gruppo di professionisti a mente sgombra, ma dalla cupa impotenza di chi si ritrova a cercar lavoro e per di più senza un luogo che

sia piattaforma per esprimersi, per scrivere, per partecipare a creare consapevolezza sulle cose del mondo.

Crediamo, senza particolare vanto, che sia anche questa nostra condizione a invogliare i nostri collaboratori, quest'ansia di spazi aperti, di libertà e di una curiosità che riguarda il futuro: sapremo essere sostenibili? Infine: la grande battaglia culturale che ci riguarda, tutti. Siamo convinti che l'informazione sulla rete possa essere gratuita, così come siamo altrettanto convinti che un prodotto editoriale, studiato con cura, che richiede lavoro e professionalità, debba essere pagato. Scontiamo l'essere italiani.

Un panorama asfittico e concentrato nelle mani di pochi, di sostanziale monopolio, una visione miope sugli investimenti per la Rete, vecchie dinamiche di finanziamento, appiccicose aderenze fra il sottobosco di chi comanda ed editori che ascoltano la Borsa e il marketing non per investire sul prodotto, ma per replicare modelli di massa, al ribasso, che portino altro denaro. Scontiamo, nel gotha dei direttori che giocano ai quattro cantoni, lo scarso coraggio di provare a bestemmiare il marketing. Di questa battaglia culturale noi, come altri che sono già presenti in Rete, possiamo essere ambasciatori.

Gli esempi fulgidi che ci vengono da tante esperienze internazionali non riguardano solo le condizioni di mercato, ma anche la sobrietà e la forma che il medium sceglie, per rivendicare autorevolezza. Siamo un giornale che non dovrebbe esistere. Ma che c'è. La scommessa, a questo punto, non riguarda solo i nostri destini redazionali, ma anche una domanda che ci piacerebbe rimanesse a dibattito: qual è il prezzo che ognuno di noi, come lettore, è disposto a pagare? Da lì, per una editoria come la nostra, discende la dignità di quello che si potrà offrire ai collaboratori, a noi stessi.

”

Il giornalista di oggi non deve solo tecnologizzarsi, è costretto a farlo. Chi non si adatta è perduto. Le sue competenze tecniche devono ampliarsi a dismisura, arrivando a toccare tutti gli ambiti del digitale.

Parola di editor

I consigli di un editor

Digitale, multimediale, disposto a lavorare in team, capace di costruire e gestire la propria reputazione e affidabilità, agente di se stesso: ecco perché a un giornalista indipendente oggi non basta leggere e imitare Terzani.

*di Andrea Iannuzzi - direttore Agl, agenzia nazionale dei quotidiani gruppo
Espresso*

Caro Freelance,

Io sono un editor (che poi sarebbe un direttore *pro tempore*, nel caso specifico, insomma il suo primo e ultimo referente dentro al sistema dei media). Uno di quelli che lei probabilmente mette tra i cattivi, quindi non garantisco obiettività in ciò che sto per scrivere, ma nemmeno una difesa d'ufficio dei miei colleghi editor. Parlo per me - e già qui infrango una regola aurea del giornalismo per come lo intendo io: al lettore/utente non deve fregare niente di noi, deve interessargli ciò che raccontiamo e per questo è buona norma non usare la prima persona - e mi permetto di darle qualche consiglio, semmai un giorno le nostre strade dovessero incrociarsi (ma penso che valga anche se ciò non dovesse accadere).

Perché lo faccio? Innanzitutto perché me lo ha chiesto Valigia Blu, un luogo nel quale si pratica l'ecologia dell'informazione, nell'ambito di un dibattito che ogni giorno si arricchisce di contributi e spunti. In secondo luogo perché io ho avuto buoni consigli dagli editor con i quali ho avuto la fortuna di lavorare e credo che questo sia ancora uno dei modi più efficaci per tramandare virtù e conoscenza.

Poi perché vorrei dare un altro punto di vista - mi auguro altrettanto dignitoso quanto quello dei freelance - sulle dinamiche in corso nel mondo dell'editoria e dell'editoria italiana in particolare. Infine perché ho seguito fin dal primo giorno il dibattito suscitato dal pezzo scritto da Francesca Borri [per la Columbia Journalism Review](#), tradotto, pubblicato e condiviso in almeno 4 lingue (oltre alle versioni inglese e [italiana](#) ne ho incrociate una in spagnolo e una in tedesco [sulla Welt](#)). Se il suo scopo era suscitare un dibattito, mi pare sia stato ampiamente centrato. E allora, se ne ha voglia, colga anche lei questi miei spunti di riflessione non richiesti come una possibilità di dialogare, pubblicamente e virtualmente, su un tema caro a entrambi.

Punto primo. Aggiorni i suoi modelli di riferimento. Terzani, Kapuściński hanno scritto pagine incantevoli per ciascuno di noi. Ma oggi il mondo - anche quello dei media - non è più il mondo di Terzani e Kapuściński. Scrivere ciò che si vede è un punto di partenza, ma non basta, soprattutto se si pensa che il frutto della nostra fatica, della nostra passione, possa e debba avere un valore commerciale. Dico una cosa scontata, ma oggi un giornalista o è digitale o non è. E quando dico digitale, [parlo innanzitutto di cultura](#). Ma parlo anche, necessariamente, di tecniche, strumenti e prodotto, come altri prima di me hanno già fatto notare proprio [qui](#).

Se io oggi dovessi stanziare un budget per una corrispondenza dall'estero - non rientra tra le mie incombenze, posso e devo accontentarmi delle agenzie per il tipo di target al quale mi rivolgo, che sono i lettori dei quotidiani locali, ma le dinamiche non sono molto diverse - dovrei immaginare una cifra complessiva per articolo, foto, possibilmente video e tutto ciò che serve per uno *storytelling* multimediale e multiplatforma.

E non posso ignorare che la realizzazione di un video ha dei costi vivi superiori alla scrittura di un pezzo. Lei mi offre un articolo scritto, un reportage, mentre preferisce appoggiarsi alla professionalità di qualcun altro per le immagini (e suppongo valga lo stesso ragionamento per eventuali video). Scelta

legittima, a patto che lei sappia che il budget complessivo sempre quello è.

Quindi se non vuole fornire il prodotto completo - perché le competenze sono diverse - il mio consiglio è di mettersi in società con fotografi e videomaker e contrattare il prezzo del servizio complessivo: starà poi a voi decidere come dividervi il compenso. In questo modo agevolate anche il mio, di lavoro, in quanto posso rivolgermi a un solo fornitore, gestire la trattativa una volta sola, sapendo di aver acquistato un prodotto che nasce già multimediale nel *concept*, anziché essere assemblato successivamente (la differenza mi pare sostanziale).

Quello che invece non può esulare dai suoi compiti è la copertura live e digitale dell'evento, attraverso tweet e/o blog, così come il lavoro di *curation* sul campo, attraverso la selezione e la scrematura delle fonti sui social network. A proposito di social network. Non trascuri la sua [presenza attiva su Twitter e Facebook](#). Se ancora non ce l'ha apra una sua pagina nella quale un editor possa vedere i suoi lavori precedenti, ma soprattutto si costruisca una rete sempre più solida e ampia, perché la forza di quella rete avrà sempre più un valore economico.

Se devo valutare quanto pagarle un servizio, mi preoccuperò di capire qual è il suo potere di condivisione, quanto il pezzo può girare su Twitter e Facebook grazie ai suoi contatti personali. Inoltre, vorrò valutare la sua capacità di gestire gli sviluppi della notizia, sia nel circuito mainstream ma soprattutto all'interno dei social network, fornendo delucidazioni, accogliendo suggerimenti, integrazioni, creando insomma un rapporto paritario con l'utente/lettore, senza supponenza. Come si fa a quantificare questo lavoro supplementare? Non lo so, ma so che è e sarà sempre più indispensabile. Più in generale, sono d'accordo con lei quando invoca maggiore solidarietà e collaborazione tra freelance.

E mi spingo più in là, immaginando un modello economico che oggi in Italia non esiste o è solo abbozzato, ma verso il quale si va inevitabilmente a parare: l'utilizzo di service da parte delle aziende editoriali. Unitevi, create delle società, delle cooperative, studiate forme di co-working: vi servirà ad abbattere i

costi, ad avere più potere contrattuale e a offrire prodotti più competitivi, magari non a un solo cliente, come ci raccontano i colleghi di China Files. Certo, è un mestiere che già svolgono le agenzie, ma uno dei pochi vantaggi della concorrenza innescata dalle (nuove?) tecnologie è che tutti i rapporti - anche quelli di forza - possono essere ridisegnati. Soprattutto, dovete imparare a diventare agenti di voi stessi.

Non è questione - solo - di concorrenza al ribasso, di guerra tra poveri. È che oggi, purtroppo o per fortuna, le notizie in sé si usano definire *commodities*, cioè beni fungibili. Quindi sta a voi convincermi del valore aggiunto della vostra offerta, del motivo per il quale io dovrei pagare proprio a voi ciò che posso [trovare anche altrove](#). Senza vendere fumo, nella consapevolezza che tra di noi si instaura un rapporto di fiducia, per cui ciò che mi proponete dev'essere a prova di errore, anche se la verifica finale spetta a me.

Siate dunque affidabili: nel giornalismo, checché ne dica De Gregori, si giudica anche e soprattutto dai particolari. Perché se voi mi date una bufala e io la do in pasto ai lettori, il primo a risponderne è il sottoscritto. Quindi un dettaglio gonfiato, inventato, romanzato rischia di rovinare un buon servizio. E badate bene che il giudice non è il sottoscritto, come il prof che corregge i compiti a scuola. Il giudice, il vostro unico riferimento, è e sarà sempre il lettore, l'utente. A lui dovete, dobbiamo, rispondere delle vostre/nostre imprecisioni. Sempre.

Un altro consiglio, caro freelance che ha avuto la pazienza di leggere fino a qui: se ama questa professione e ha capito che le aziende editoriali non hanno abbastanza risorse, voglia, coraggio per finanziare la sua passione, cerchi una strada alternativa. Qualcuno ci ha provato, qualcuno ci è anche parzialmente riuscito. Una possibilità è quella del *crowdfunding*: se lei è convinta di avere un pubblico interessato ai suoi reportage, chieda a questo pubblico di sostenerla economicamente. Un'altra strada sono i contributi istituzionali a fondo perduto. Cominci a bussare alle porte di tutte le fondazioni, degli enti pubblici e privati

che potrebbero essere interessati ai suoi progetti. Non è facile, me ne rendo conto, ma è un'alternativa all'essere in balia degli editor e della loro crudeltà.

Infine l'ultimo ma più importante consiglio. [Non smetta mai di studiare](#), questa professione (ma sarebbe meglio chiamarla [funzione](#), perché la professione giornalistica potrà anche morire, ma la funzione quella no, mai) richiede aggiornamento costante e continuo. Guai a credere di essere esperti di qualcosa, guai a cercare di ingannare il lettore: la si può passare liscia una o due volte, ma là fuori qualcuno che ne sa più di noi, o che è più attento degli altri, lo si trova sempre.

Good night, and good luck.

”

Esiste un limite all'entusiasmo e alla bravura, e quel limite si chiama sopravvivenza: credo sia inutile battere i pugni sul tavolo, scrivere pezzi indignati sulla condizione dei freelance, imparare a montare filmati, parlare fluentemente l'arabo e aggiornarsi sul destino dell'editoria digitale se nel conto corrente continuano ad arrivare pochi euro per il nostro lavoro. Le redazioni, i direttori, chi affida i pezzi dei collaboratori, in ultima analisi le testate giornalistiche decidano quali sono i giornalisti freelance indispensabili e bravi e comincino a pagarli bene (non devono assumerli).

Un freelance bravo sul mercato internazionale avrà sempre un'occasione

«Non credo alla contrapposizione tra freelance e editor. Ci sono solo giornalisti bravi e giornalisti non bravi. È questa la distinzione che mi piacerebbe iniziasse a contare davvero qui in Italia».

Di Francesca Caferrì – La Repubblica

Mi sveglio tutte le mattine a fianco a un freelance. Non scrivo per questo, ma lo voglio dire subito, perché il [dibattito sul mondo dei freelance che Valigia Blu](#) ha lanciato in queste settimane a casa mia è un discorso quotidiano. Il mio compagno è un giornalista che lavora prevalentemente per le televisioni americane. Io lavoro in un grande giornale italiano e da più di dieci anni mi occupo di zone difficili, prevalentemente di Medio Oriente: da qualche tempo sono stata promossa a editor, poi è nato mio figlio e dunque i miei viaggi sono diminuiti, ma non si sono fermati. Negli ultimi sei mesi sono stata in Nigeria, sulle tracce degli estremisti musulmani di Boko Haram e in Arabia Saudita, paese non proprio semplice per una donna.

In ognuno di questi posti, come mi era successo in Iraq, in Afghanistan, in Libano, in Israele o in Pakistan, ho incontrato freelance e spesso ho lavorato con loro. Sarà per questo che alla contrapposizione fra freelance e editor, o comunque giornalisti con un contratto fisso, io non credo. La mia, di contrapposizione, è una sola. Ci sono i giornalisti bravi e quelli non bravi. Quelli che hanno voglia di consumare le suole e raccontare e quelli che restano in albergo. È questa la distinzione che mi piacerebbe iniziasse a contare davvero qui in Italia: nel mondo del mio compagno, che è americano, conta moltissimo.

Non voglio idealizzare quello che accade all'estero, ma gli anni passati accanto a lui e l'osservazione da vicino del mercato del lavoro in cui lui e i suoi colleghi si muovono mi ha portato a concludere che se sei un freelance bravo sul mercato del giornalismo internazionale avrai un'occasione: il tuo lavoro - che comunque, anche da esterno, in America è pagato in maniera decente - verrà premiato e ti offriranno un contratto, una collaborazione, un riconoscimento. Non sarà facile, non sarà scontato, non sarà immediato: ma la possibilità arriverà.

Lì però nessun impiego è a vita: quando inizierai a raccontare le rivoluzioni dal terrazzo del tuo albergo, i tuoi editor se ne accorgeranno e te ne chiederanno conto. E poi magari il tuo contratto non sarà rinnovato e qualcuno con più voglia di raccontare di te prenderà il tuo posto. C'è poi un'altra contrapposizione a cui non credo: quella fra il reporter che corre alla ricerca di storie sul campo e l'editor cinico in redazione. Nessun editor - e io sono fra loro - chiude gli occhi di fronte a una buona storia che arriva da un freelance: tende a usare prima i suoi redattori, questo è normale, ma non si lascia sfuggire una proposta.

La verifica, controlla chi sia la persona che la invia, la riscrive se è necessario: ma la prende in considerazione. Chi però, da freelance, invia proposte, non può sentirsi frustrato dal sistema cattivo se non riceve la risposta che si aspettava: quante volte ho letto proposte di interviste esclusive a scrittori con cui, dalla redazione, possiamo parlare quando vogliamo? O di storie già verificate e scartate per vari motivi? E quante volte, editor meno severi di me o dei miei colleghi hanno accettato storie che si rivelavano piene di errori e stereotipi?

Non basta essere lì fuori per essere fra quelli che hanno sempre ragione, non basta essere uno che va nei posti per essere bravo: la presenza sul luogo non giustifica sciatteria, mancanza di preparazione, superficialità. Che vengano da un freelance o da un giornalista assunto a tempo indeterminato. Di qui la mia

proposta: guardiamo alla luna, non al dito che la indica. Non è della contrapposizione fra chi è dentro e chi è fuori che si dovrebbe discutere, ma del come si entra, del come offrire possibilità a chi bussa alle porte dei giornali: della bravura e del denaro, come bene ha detto Laura Eduati, ma anche delle regole. È dell'aria asfittica che troppo spesso si respira nel giornalismo italiano che sarebbe bello parlare: sul senso di avere un Ordine dei Giornalisti nell'anno 2013. A molte cose, ne sono certa, è utile: ma in altre, mi permetto di sostenere, non fa che danni, lasciando alla porta tanti talenti e tollerando cose che in altri paesi sono inconcepibili.

Non voglio entrare nel merito dell'articolo che ha [suscitato questo dibattito, dico](#) solo che sono felice oggi che un dibattito ci sia. Spero che serva per discutere di dove sta andando l'informazione italiana oggi. Andrea Iannuzzi, giustamente, [ha già allargato il discorso](#): il tema oggi dovrebbe essere dove va il mondo dei media e cosa deve fare chi ci vive dentro per continuare a raccontare una storia al meglio, secondo il modello dei grandi maestri ma anche sposando le nuove tecnologie. Ben venga la discussione sui freelance, ma parliamo di occasioni, di bravura e di denaro: non di fuori contro dentro o passione versus cinismo.

Chi è alla giusta e disperata ricerca di guadagno spesso si getta nelle situazioni senza pensare, prende rischi inutili e non fa un favore a nessuno: non è facendosi sparare addosso che si racconta una storia, non è diventandone il protagonista. È cancellandosi, trasmettendo le storie delle persone che ce la raccontano. Allo stesso tempo, non si può accettare che un giornalista prenda rischi enormi e poi pagare la sua storia pochi euro, ricattandolo con un «prendere o lasciare»: è ingiusto, immorale e distrugge il futuro di questo mestiere. Infine, cancelliamo le etichette: a me non piace parlare di giornalismo «di guerra», come se ci fosse qualcuno specializzato nel correre dove sparano, come se ogni guerra fosse uguale alle altre, come se per raccontare una crisi non occorresse aver studiato il paese, la sua storia, i suoi equilibri: Haiti non è Beirut

e non è Bamako.

Io non mi vergogno a dire che in certe realtà farei molta fatica a orientarmi: occorre leggere prima di scrivere, pena venir fuori con un pezzo di *bum-bum* che non serve al lettore per capire né alle persone coinvolte per far conoscere la loro storia. Ci sono le storie difficili e c'è chi le vuole raccontare: in Medio Oriente come nell'Italia della mafia e della camorra. È di come farlo al meglio che mi piacerebbe continuare a discutere.

”

L'informazione sta cambiando, i lettori stanno cambiando, e chi tiene le redini del mercato non è ancora riuscito a reinventarsi, a rimodellarsi basandosi su tempi e modi di fare giornalismo completamente rivoluzionati dalla tecnologia. I tempi del freelance che vive del suo lavoro sono finiti, schiacciati dalla bulimia dell'informazione in Italia e dalla gara al ribasso nel mercato delle notizie.

Freelance oggi e domani

Il giornalista McGyver. Fisionomia del reporter presente e futuro

«Il giornalista di oggi non deve solo tecnologizzarsi, è costretto a farlo. Chi non si adatta è perduto. Le sue competenze tecniche devono ampliarsi a dismisura, arrivando a toccare tutti gli ambiti del digitale».

Di Valerio Bassan – giornalista freelance e direttore del Mitte

Giugno 2014. Kenya. Nelle strade del paese africano, da qualche giorno, sta montando una protesta popolare contro il nuovo governo e alcune misure emanate nei primi giorni del mandato. I cittadini sono in subbuglio; si sono radunati in piazza e sfileranno davanti al parlamento con cartelli e striscioni. Qualcuno lancia pietre, di minuto in minuto i cori si levano sempre più forti. La polizia circonda la manifestazione, determinata a impedire lo svolgimento del corteo. La tensione cresce, è probabile che di lì a breve si verifichino scontri violenti.

Il giornalista John Crave, del New York Times, cammina a lato della manifestazione. Indossa pantaloncini cachi, scarpe comode, una maglietta chiara e un paio di occhiali colorati dalla linea moderna. Mentre prosegue il suo percorso, non perde di vista quello che accade davanti a lui. Qualcuno lo nota, stupito dal suo strano atteggiamento. Parla, in inglese, cercando di scandire bene le parole. Al suo fianco, però, non c'è nessun interlocutore. Nelle mani non stringe uno smartphone. Nelle orecchie non ha un auricolare bluetooth.

Con chi (o cosa) sta dunque comunicando, Crave? Con lo sguardo filma, con la voce racconta: in una redazione a migliaia di chilometri di distanza, in tempo reale, il materiale che Crave sta raccogliendo sbatte in prima pagina,

davanti agli occhi di milioni di lettori. I suoi occhiali sono lo strumento che gli permette di documentare la situazione, in modo semplice e immediato. E senza l'utilizzo delle mani.

Fantascienza? Tutt'altro: all'inizio del 2014, i Google Glass sbarcheranno sul mercato americano, contribuendo a cambiare una volta di più la professione giornalistica. Leggeri e moderni, gli occhiali di Big G integreranno una videocamera, una connessione internet, un processore, un microfono in grado di ricevere ordini vocali e trasformarli in azioni concrete. John Crave non esiste, chiaro. E le proteste in Kenya sono soltanto un'ipotesi. Ma cambiando scenario, la sostanza rimane immutata.

Pensiamo a un G8, una guerra, un fatto di cronaca, un festival cinematografico, una manifestazione sportiva: nel presente e nell'immediato futuro, in ogni aspetto della realtà, una serie di grandi innovazioni tecnologiche - molte delle quali ancora di là da venire - contribuirà a modificare il lavoro dei reporter, facilitando ancora di più la trasmissione e la realizzazione d'immagini e notizie.

Il reporter bionico

Con un'iperbole tutt'altro che inverosimile, potremmo definire il giornalista dei prossimi anni come un *reporter bionico*. Fornito di occhiali in grado di scattare fotografie, girare filmati, registrare un *voice over* e inviare il materiale, praticamente in tempo reale, alla redazione del giornale, tramite una rapida connessione internet. In possesso di orologi da polso intelligenti che gli permetteranno di sorvegliare senza sforzo la mail e i social network, in qualsiasi momento. Di telefoni cellulari all'avanguardia. Di fogli elettronici arrotolabili in grado di unire completezza e maneggevolezza, leggibilità e portabilità.

Nei prossimi anni, la tecnologia s'integrerà perfettamente con la persona, rendendo sempre di più i *device* prolungamenti naturali dei cinque sensi. A un

lustrò da oggi, guarderemo ai reportage di guerra realizzati con lo smartphone, una delle grandi rivoluzioni dell'ultimo quinquennio, come a un cimelio appartenente a un'epoca lontana. Il giornalista di oggi non deve solo tecnologizzarsi, è costretto a farlo. Chi non si adatta è perduto. Le sue competenze tecniche devono ampliarsi a dismisura, arrivando a toccare tutti gli ambiti del digitale. Saper utilizzare un sistema editoriale WordPress non basta più: bisogna imparare ad utilizzare una videocamera, a montare una clip, a registrare un podcast, bisogna conoscere i fondamentali del Seo, le strategie dei social media, la scrittura di un codice informatico.

Non si può essere solo mediatori dell'informazione, è necessario diventare programmatori dell'informazione. Riuscire ad affrontare e risolvere le problematiche tecniche, oltre a quelle narrative.

La tecnologia come integrazione della professionalità

Tutto questo, ovviamente, non intaccherà le basi della professione. Il giornalista avrà sempre e comunque la necessità (e il dovere) di mediare la realtà con professionalità e intelligenza. L'arte di raccontare una storia, di condurre un'intervista, di costruirsi un network di fonti, di procacciare una notizia, di approfondire gli eventi, resterà un requisito cruciale. Anzi, sarà sempre più importante, perché permetterà di distinguere il giornalista da un qualunque altro cittadino. Nell'era in cui tutti - dal ragazzino delle medie al pensionato - avranno i mezzi tecnici per documentare la realtà, le *skills* del reporter dovranno diventare sempre più solide e differenziate. Informare diventerà più immediato, ma non per questo più semplice.

Le ipotesi più disfattiste, oggi, vorrebbero il giornalista relegato al ruolo di scribacchino da cubicolo, destinato a costruire gli articoli attingendo le notizie da internet, intento a trasformare in frasi e parole i contributi dei lettori e rimpastando le notizie fornite dai comunicati stampa. In realtà, il futuro

riserverà - a mio avviso - qualche sorpresa. La riduzione fisiologica delle redazioni costringerà il giornalista a tornare nel suo habitat naturale: la strada. In un mercato costituito soprattutto da freelance e collaboratori, i giornali (online e non) verranno costruiti perlopiù dall'esterno.

Le sedi dei grandi quotidiani, dove oggi si produce ancora la maggior parte del lavoro editoriale, diventeranno luoghi di coordinamento simili a una centrale operativa della polizia. Al di sotto del corpo direzionale un ristretto nucleo di professionisti smisterà, organizzerà, impaginerà. Ma gli articoli arriveranno soprattutto da fuori.

Tra multitasking e differenziazione

Il giornalista, in uno scenario estremamente concorrenziale, dovrà essere in grado di costruirsi e strutturarsi autonomamente un proprio palcoscenico. Per sopravvivere, collaborerà con testate diverse, mettendo le proprie capacità al servizio di differenti canali d'informazione. Ogni reporter esisterà come persona digitale ancor prima che come persona fisica e dovrà, dotandosi di una vetrina che lo possa mettere in risalto, costruirsi una credibilità online ancor prima che offline. Disporre di un profilo Twitter molto seguito o di un blog personale molto letto diventerà, sempre di più, il biglietto da visita del giornalista di successo. Per emergere, il giornalista dovrà essere multitasking, ma al contempo dovrà specializzarsi in un ambito preciso. Coltivare una conoscenza particolare nel settore delle energie rinnovabili, della geopolitica, della scienza medica o del diritto internazionale comparato, lo aiuterà a posizionarsi sul mercato.

Il reporter di fatica ma privo di una conoscenza specifica, al contrario, rischierà di diventare poco appetibile da editori e testate. Nell'era post-industriale, in cui l'informazione si sposta verso un processo di automatizzazione e standardizzazione, il giornalista dovrà essere in grado di

fornire un proprio valore aggiunto alle notizie, mettendo a frutto quelle capacità che solo il capitale umano è in grado di offrire.

[...]

Alcuni strumenti utili

Mentre il mondo dell'informazione si ramifica e diversifica, il giornalista deve sapersi orientare al meglio tra le opportunità e i nuovi strumenti che il web è in grado di offrirgli.

Ogni settimana, nascono decine di *tools* digitali pensati appositamente per agevolare la professione: applicazioni, software e siti che, se utilizzati nel modo corretto, possono davvero aiutarci nel lavoro quotidiano. Ve ne sono decine meritevoli di essere menzionati: Storify, che ci permette di creare e pubblicare storie e narrazioni raccogliendo le voci più rilevanti del mondo social; Timeline, che ci aiuta a creare le sequenze temporali di una notizia in un formato graficamente accattivante; Infogram, che dispone i nostri dati in semplici (ma belle) infografiche. Ma anche DocumentCloud, una «nuvola» attraverso cui possiamo raccogliere e condividere i documenti con il nostro team, già utilizzato da oltre seicento redazioni; Zeega, che ci aiuta a costruire brevi documentari mescolando audio, video e fotografie; Ushahidi, un sistema di *crowdsourcing* che può essere utilizzato da grandi gruppi di persone per la mappatura e il racconto di un evento; Video Notebook, che trascrive automaticamente lunghi video e audio, permettendoci di archiviare il materiale, di trovare ciò che cerchiamo all'interno di un lungo discorso elettorale e di sincronizzare il filmato con i tweet.

Tra i tanti strumenti e plug-in in grado di aiutarci a gestire la nostra rassegna stampa quotidiana, Instapaper risulta uno dei più validi e funzionali. Nel vasto oceano dei *tools*, perdersi è facile: due buoni siti per mantenere la rotta sono Journalist's Toolbox e Journalism.org.

News change, craft doesn't: un decalogo per il nuovo giornalista

Come direttore del quotidiano di una grande città, ho imparato la psicologia del giornalismo. Potrei chiamare un mio reporter nel mezzo della notte, dirgli che c'è un incendio e che non importa il suo grado in carriera: deve lasciare tutto e andare. Imprecherà un po', forse, ma non discuterà. Le notizie accadono, semplicemente. Bisogna rassegnarsi.

Immaginiamo adesso quello stesso vecchio giornalista, tornato in redazione dopo l'incendio. Se gli dicessi di lasciare la sua scrivania e di scrivere il suo articolo dall'altra parte della redazione, scatenerebbe l'inferno. «Questo è il MIO posto», grugnirebbe. Aggiungendo, probabilmente, un bel po' di imprecazioni. Questa è psicologia del giornalismo. Se le news cambiano ogni secondo, va bene. Se invece dobbiamo cambiare il modo in cui facciamo il nostro lavoro, è un problema. Le notizie cambiano, il mestiere no.

(Eric Newton, per anni direttore responsabile dell'Oakland Tribune)

In realtà il giornalista, oggi, deve saper cambiare. L'adattamento è diventato una prerogativa essenziale per la sopravvivenza. È nelle scuole di giornalismo, ormai la via d'accesso alla professione più utilizzata, che la professionalità deve essere costruita mattone dopo mattone. Tenendo bene a mente dieci aspetti fondamentali. Questi.

Il giornalista deve:

1. Tecnologizzarsi
2. Ampliare le proprie conoscenze
3. Costruirsi credibilità e seguito online
4. Diventare editore di se stesso
5. Essere sempre più scrupoloso
6. Prepararsi ad un lavoro più fluido

7. Specializzarsi
8. Recepire gli input dei lettori (feedback utenti e citizen journalism)
9. Mantenersi aggiornato
10. Essere coraggioso, sperimentare

Tratto dal settimo capitolo del libro Tutta un'altra notizia di Valerio Bassan ([Ed. goWare, 2013](#)), per gentile concessione dell'autore.

”

Unitevi, create delle società, delle cooperative, studiate forme di co-working: vi servirà ad abbattere i costi, ad avere più potere contrattuale e ad offrire prodotti più competitivi, magari non a un solo cliente.

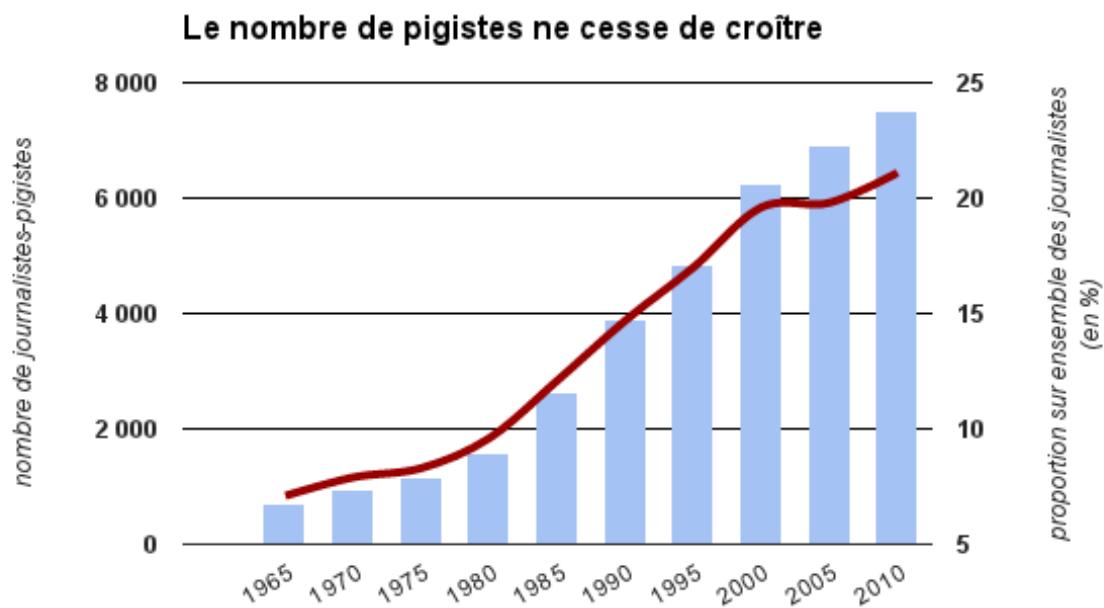
Il freelance, un giornalista non ordinario

L'analisi di Mentré è ampiamente debitrice della ricerca svolta dal giovane sociologo Olivier Pilmis e pubblicata nel volume [L'intermittance au travail](#). Al netto delle [differenze](#), che pure esistono, rispetto alla situazione francese, dall'articolo emergono almeno due punti che in parte si ritrovano nel dibattito nostrano.

Di Marc Mentré

sintesi a cura di Andrea Paracchini [per Lsdi](#)

I freelance sono dei lavoratori atipici rispetto al diritto del lavoro [...]. All'assunzione, processo normato e inquadrato, si sostituiscono forme di negoziato che non riguardano soltanto la loro sola «forza lavoro» ma soprattutto un «prodotto» (articolo, contenuto multimedia...). Il rapporto di forza non è più così intrinsecamente svantaggioso come per il dipendente «classico», per il quale esiste un nesso di subordinazione rispetto al datore di lavoro. [...]



«Nuovi proletari» vs «giornalisti liberi»

Secondo Olivier Pilmis, due opposte interpretazioni di questa situazione si contrappongono. La prima tende a fare dei freelance una delle figure emblematiche degli «intellettuali precari», vittime di una «proletarizzazione» che, nell’ambito del giornalismo, conduce a una forte degradazione della qualità dell’informazione. La seconda invece corrisponde a quella portata avanti da alcune organizzazioni di freelance, come ad esempio [Profession pigistes](#).

La crescita costante del numero di freelance può essere il preludio a un rinnovamento del mestiere attraverso, ad esempio, la ridefinizione della maniera legittima di esercitarlo. [...] Il giornalismo freelance libera il lavoratore dai gravami del giornalismo più *antico*, nel quale il legame permanente con una redazione rovina la creatività individuale e lo spirito d’iniziativa

Un’opposizione classica, che rimanda ai dibattiti che hanno accompagnato nel tempo la costruzione della professione.

Il freelance, un giornalista legittimo?

Se oggi nessuno sembra mettere in discussione l'appartenenza dei freelance alla professione, è bene ricordare che la legge Brachard del 1935 che ha fissato lo statuto della professione [...] escludeva i freelance, questi mercenari dalle «molteplici collaborazioni», dal suo campo di applicazione. Il [rapporto](#) da cui scaturì la legge è esplicito in proposito:

I principi d'azione del giornalista sono il gusto che per il suo mestiere, l'attaccamento al giornale considerato come persona morale, l'emulazione. Condurlo a disperdersi, fare del giornale una cassetta delle lettere dove depositare i suoi articoli, significa non soltanto obbligarlo a un lavoro frettoloso, abituarlo ad accontentarsi del superficiale e a dispensarsi della riflessione, ma anche a sottrargli una delle fonti del suo entusiasmo.

«Ogni testata, scrive Olivier Pilmis, mantiene allora un mercato interno, occupato da giornalisti “permanentissimi” e un mercato esterno, sul quale operano i freelance». La difesa della condizione economica e professionale dei primi implica che ci si debba proteggere dalla concorrenza che possono esercitare i secondi.

Risultato: è soltanto nel 1963 che i freelance accedono al sistema previdenziale generale, distinguendosi così dai semplici «amatori», e il 1974 perché la legge Cresson ne faccia dei giornalisti come gli altri. Con questa legge, secondo Olivier Pilmis, la nozione di salariato evolve. [...] La situazione dei freelance «è più simile a quella dei subappaltatori». La relazione che si stabilisce fra un freelance e il suo datore di lavoro è dunque piuttosto una forma di «dipendenza economica».

La formazione di coppie

I freelance entrano così in una zona grigia fra salariato, indipendenza (certi preferiscono parlare di «autonomia») e imprenditoria. La contraddizione è totale. La novità della ricerca di Olivier Pilmis sta nell'approfondire la comprensione della relazione complessa che si crea fra freelance e datore di lavoro. Mostrando anzitutto che la teoria che vorrebbe i freelance «fare affari» su una sorta di «mercato» aperto non ha alcun fondamento.

Certo, esistono freelance che lavorano per molteplici redazioni per periodi molto brevi, ma esiste anche una forma di stabilità. In effetti, un quarto dei freelance lavorano per un solo datore di lavoro e più della metà (55%) ne hanno meno di tre.

Più interessante ancora, una volta che la relazione è stabilita, le «coppie» freelance/datore di lavoro sono relativamente durature. «Passato il primo anno, la relazione ha più chances di proseguire che di essere interrotta e oltre il terzo anno, la probabilità di continuare è sempre due volte maggiore di quella di provi fine». Si costituiscono cioè attorno a un capo redattore o un capo servizio delle «mini-redazioni» o dei *pool* di freelance.

Esiste cioè uno spazio fra il giornalista permanente e il freelance in balia del mercato occupato da freelance che sono a diverso grado integrati nelle redazioni, addirittura in qualità di «freelance permanenti» o tramite contratti a durata, precondizione per un'assunzione.

Difficoltà: come entrare nel «cerchio magico» che sfocia in un impiego stabile? I freelance non hanno a tal proposito una strategia coerente e fissa. Olivier Pilmis è colpito dal fatto che i suoi interlocutori evocano sempre «il caso» per spiegare come è partita una data collaborazione, sia essa duratura o meno. Per il sociologo in realtà è questione di fattori[2] e di scelte che tuttavia non derivano da una strategia cosciente e volontaria, ma che si compiono di fronte alle opportunità.

Una strana relazione

La relazione fra freelance e datore di lavoro è, secondo Olivier Pilmis, «strana», per non dire «incerta» dal momento che non è chiaro se si scambia lavoro o un prodotto. Il freelance si trova quindi all'intersezione di due mercati: quello del lavoro e quello del prodotto. Una condizione che sfocia sulla questione del «giornalismo di progetto».

Una tecnica come il «piazzamento di un pezzo», tipica dell'attività del freelance, è centrale perché dà il via agli scambi commerciali [...] Essa ricorda che l'attività di freelance è costituita in gran parte da un lavoro di creazione di posti d'impiego [il loro, ndr]. [...] Per questo motivo, la loro attività appare più simile a quella dell'imprenditore. Anche la distanza rispetto alla nozione di 'disoccupazione' si può spiegare in parte con la possibilità che i freelance hanno di dare una finalità al loro tempo: quando non sono su una collaborazione, si dedicano generalmente alla ricerca di collaborazioni future.

Il freelance si trova quindi in una situazione singolare. È alla testa di un'impresa quando si tratta di condurre «progetti», è anche un dipendente. Atipico però perché sciolto dal legame di subordinazione col datore di lavoro cui è legato da un contratto tacito. Contratto che consiste nel realizzare il progetto di cui il giornalista è spesso l'iniziatore.

”

Scrivere ciò che si vede è un punto di partenza, ma non basta, soprattutto se si pensa che il frutto della nostra fatica, della nostra passione, possa e debba avere un valore commerciale. Dico una cosa scontata, ma oggi un giornalista o è digitale o non è.

Link utili

[Sulla professione dei freelance](#) - *Cristiano Tinazzi*

[Adda passà 'a nuttata](#) - *Amedeo Ricucci*

[La fabbrica dei giornalisti](#) - *Pino Rea*

[Il digitale è una cultura, non una tecnica: il giornalismo e le dieci leggi dell'universo digitale](#) - *Mario Tedeschini Lalli*

[Freelance e dintorni, spunti sul giornalismo che \(non?\) verrà](#) - *Andrea Iannuzzi*

[Shooting the messengers](#) - *Ed Caesar*

[My Kenote for student media leaders: You will shape journalism's future](#) - *Steve Buttry*

[A foreign correspondent must be both hunter and gatherer](#) - *Jeff Israely*

www.valigiablu.it