



Giornalisti al Microfono

E-mail: redazione@gornalistialmicrofono.it

gornalistialmicrofono.it

COME DIVENTARE GIORNALISTA FREELANCE (E PROPORRE UN ARTICOLO A UNA RIVISTA)

Indice, in ordine alfabetico

Alex Alija Čizmić	2
Gianluca Dotti	3
Gianluca Lo Nostro	6
Cristiana Mastronicola	10
Alice Oliveri	14
Alessio Perrone	17
Arianna Poletti	22
Angelo Zinna	26

Alex Alija Čizmić

Raccontaci del primo pitch andato a buon fine e del percorso fatto per riuscire a raggiungere quel primo obiettivo. Quali sono state le mosse vincenti secondo te? C'è qualcosa che hai dovuto cambiare o perfezionare nel tempo per ottenere l'attenzione delle testate?

Il primo pitch in assoluto andato a buon fine riguarda un reportage sulla finale di Champions League africana del 2019 proposto a una testata digitale di nome QuattroTreTre. In quel caso fu sufficiente mandare una mail con un riassunto dell'articolo che avevo in mente al direttore della testata. Era maggio del 2019, QuattroTreTre era nato da qualche mese e il direttore è una persona molto disponibile che è sempre a caccia di storie interessanti a cui i media mainstream danno meno spazio.

Il pitch andato a buon fine a cui tengo di più, però, è quello proposto ad Avvenire nell'ottobre 2019, per le circostanze in cui è avvenuto. Ho la fortuna di vivere a circa 30 km da Macerata, luogo in cui ogni anno transitano le migliori firme del giornalismo sportivo italiano per partecipare all'Overtime Festival. Lo reputo un ottimo luogo in cui sviluppare la propria rete di contatti, che ogni anno tento di allargare. Nell'edizione 2019 il primo incontro riguardava la presentazione di un libro di Massimiliano Castellani, caporedattore dello sport di Avvenire. Gli avevo mandato un paio di mail prima di partire per l'Egitto per andare a seguire la Coppa d'Africa nell'estate precedente a cui non aveva mai risposto. Così decisi di andare a incontrarlo di persona. Lo fermai dopo la presentazione e con una battuta gli dissi che aveva ignorato le mie mail. Si mostrò sorpreso, mi chiese scusa e mi offrì di proporgli una serie di articoli perché voleva allargare il bacino di freelance che collaborano con Avvenire. Sono legato a questo pitch, se così possiamo definirlo, perché credo che racchiuda tutte le azioni

che dovrebbe compiere un freelance per farsi largo nel mondo del giornalismo: muoversi (di casa), mostrarsi, buttarsi e chiedere. Se ottiene un sì, ottimo. Se ottiene un no, busserà alla prossima porta. Poi nel tempo, con l'esperienza acquisita, ho chiaramente perfezionato il modo di proporre gli articoli alle testate e il fatto di poter menzionare le esperienze con The Guardian e Avvenire ha sicuramente aiutato nell'attirare l'attenzione di nuovi interlocutori.

A quali tipologie di riviste invii le tue proposte e sulla base di cosa le scegli?

Invio le mie proposte a testate con cui condivido valori e visione politica o che non sono distanti dal mio modo di intendere la vita. Testate che rispettano i loro lettori e il lavoro altrui. Se vengo a conoscenza che una testata non paga, paga costantemente in ritardo senza fornire spiegazioni o paga una miseria, non mi propongo. O se ho iniziato una collaborazione con una testata del genere smetto di collaborare. E ciò a prescindere dal prestigio che può vantare la testata, perché la dignità personale viene prima di tutto. Motivo per cui non ho mai proposto un articolo a Rivista Undici, che dovrebbe essere un punto di riferimento per un giornalista sportivo italiano o aspirante tale.

Sottolineo il rispetto del lavoro altrui, perché i freelance galleggiano in un mare di incertezze e non possono permettersi di svendere il loro tempo a testate e persone che arricchiscono i propri contenuti con gli articoli che noi scriviamo per loro.

Detesto anche lavorare con editor che se ne fregano del tuo lavoro e attendono semplicemente il prodotto finito per poi pubblicarlo (spesso) senza attenta revisione. Al momento, per motivi economici, non posso permettermi di eliminare anche queste testate dal mio giro di collaborazioni, ma non appena avrò raggiunto maggiore stabilità lo farò. Redigere un articolo

dovrebbe essere un lavoro di squadra, bisognerebbe metterci attenzione, passione e alimentare una conversazione proficua tra editor e freelance per ottenere il miglior risultato possibile.

Come presenti la tua proposta di solito? Ci sono soluzioni che funzionano più di altre?

Devo dire che le testate italiane con cui ho avuto a che fare non sono particolarmente interessate alla forma, motivo per cui se ho qualcosa da proporre contatto direttamente i caporedattori responsabili (anche al telefono per dire) ed espongo le mie proposte. Quando interagisco con l'estero (parlo di Spagna, Regno Unito e Sudafrica, ma non solo), invece, sono sempre molto attento alla confezione: tendenzialmente riassumo l'idea in poche righe, do un titolo provvisorio, sottolineo l'importanza che l'articolo può avere nel contesto di riferimento e indirettamente per la testata stessa, menziono i possibili intervistati o le interviste già ottenute e, se esistono, eventuali soluzioni al problema che affronto nell'articolo. Sono convinto che siano due gli elementi imprescindibili, oltre al senso della notizia/storia: la chiarezza espositiva e lo studio della filosofia della testata a cui si propone l'articolo per poter trovare il miglior taglio possibile alla storia.

Ti è successo di ricevere rifiuti da testate alle quali hai proposto i tuoi pezzi o le tue idee e come li hai gestiti? Se hai mai ricevuto dei feedback ti sono stati utili per migliorare e colmare eventuali lacune?

Sì, mi è successo e semplicemente vado avanti: propongo le mie idee ad altre testate o esploro altri temi. Per quanto riguarda i feedback, sono un tasto dolente del mondo del giornalismo. Non ne ho praticamente mai ricevuti se non dopo esplicita e

insistente richiesta da parte mia. Torniamo al rapporto tra editor e freelance: se non c'è comunicazione e dialogo, non c'è miglioramento e il risultato finale ne risente. Ultimamente ho espressamente richiesto un feedback all'editor di New Frame: l'ho ottenuto e finalmente ho potuto riflettere sui miei errori.

Di solito alleggi alcuni tuoi lavori precedenti (portfolio o altro)? Se sì, come li presenti? Quale soluzione proporresti in alternativa per chi è agli inizi e non ha ancora dei lavori da mostrare?

Se è la prima volta che contatto una testata sì, allego i lavori che reputo più riusciti o quelli che potrebbero essere maggiormente vicini alla linea editoriale della testata in questione. In alternativa, propongo semplicemente di buttarsi (tanto via email quanto di persona) e proporre idee finché non si ottiene risposta. Ovviamente, se per lungo tempo non si ottiene risposta, è utile fermarsi a riflettere su quali potrebbero essere le cause e rivedere il proprio modo di approcciare le testate e i caporedattori e/o di proporre gli articoli.

Il tema dei pagamenti è tra i più spinosi nel mondo del giornalismo, com'è stata fin qui la tua esperienza in merito? Fare il solo il giornalista freelance è sostenibile sul lungo termine o fai altri lavori?

La mia esperienza fin qui è stata positiva, anche perché mi rifiuto categoricamente di collaborare con testate che non pagano, che pagano in ritardo o che pagano una miseria (e magari anche in ritardo). L'anno scorso un tizio mi chiese di scrivere un capitolo di un libro di cui sarebbe stato il curatore (senza menzionare eventuali compensi come nella maggior parte dei casi in Italia ahimè). Gli chiesi quanto mi avrebbero

pagato. Mi disse che non c'era budget per pagarmi. Lo ringraziai e rifiutai. Tornò da me offrendomi 100 euro. Allora il budget c'era gli chiesi? Disse che avrebbe tirato fuori i 100 euro di tasca sua. Accettai e successivamente rifiutai perché scoprii che aveva fatto lo stesso giochino con altri colleghi, tra cui un caro amico. Il tizio sfruttava il timore che le persone hanno quando si tratta di chiedere soldi. Parlare di soldi è ancora percepito come un grande tabù, ma in realtà è un nostro sacrosanto diritto chiederli e pretenderli quando stiamo offrendo un servizio.

Divido in due la seconda parte della domanda:

- Fare il giornalista freelance scrivendo solo in italiano è sostenibile se sei capace di costruirti una nicchia solida che ti permette di declinare il tuo lavoro in molteplici forme che poi ti porteranno a ottenere introiti da diverse fonti (articoli scritti, podcast, video, corsi, ecc.). In sostanza, dunque, è come fare altri lavori.
- Fare il giornalista freelance scrivendo in più lingue è sostenibile ed è ciò che sto provando a fare. Ti permette di proporre lo stesso articolo a più testate. Prendiamo l'esempio del mio ultimo lavoro: dopo la morte di Maradona sono andato 3 giorni a Napoli e ho proposto un reportage a testate di vari paesi in tre lingue differenti. In 3 giorni ho coperto le mie spese di 2 mesi.

Ti è capitato di accettare di lavorare gratis? Ci sono occasioni in cui ha senso farlo?

Sì, mi è capitato perché ci sono occasioni in cui ha senso farlo. Ossia, quando a chiedertelo è un amico/a o quando vieni coinvolto in un progetto che rispecchia i tuoi principi, le tue idee e le tue ambizioni e i cui promotori mettono le cose in chiaro sin dall'inizio. A marzo 2020 ho iniziato una collaborazione gratuita con un'associazione che ha raggruppato vari giornalisti/redattori/traduttori per lanciare una nuova rivista

mensile che ha l'obiettivo di tradurre in italiano i migliori articoli calcistici del mondo. Abbiamo prodotto gratuitamente i primi 5 numeri. Ho dato e restituito valore per un progetto nobile che penso possa migliorare il mondo del giornalismo per come lo intendo io e magari, in futuro, diventare una fonte di reddito. Se voi me lo chiedeste, farei lo stesso, perché mi sento allineato e vicino a voi. Diffidare sempre, invece, da chi ti propone di scrivere gratis e in cambio ti offre visibilità. La visibilità non ti copre le spese dell'affitto e non ti compra il pane.

Gianluca Dotti

Raccontaci del primo pitch andato a buon fine e del percorso fatto per riuscire a raggiungere quel primo obiettivo. Quali sono state le mosse vincenti secondo te? C'è qualcosa che hai dovuto cambiare o perfezionare nel tempo per ottenere l'attenzione delle testate?

Andiamo indietro di molti anni, e i ricordi si fanno un po' offuscati. Vincente è stata la presentazione onesta della mia inesperienza da principiante, associata però alla proposta di un taglio interessante e originale, che non era stato proposto o pubblicato da altri nemmeno su altre riviste. Nel tempo le proposte si sono fatte più sintetiche, soprattutto quando rivolte a redazioni con cui si è creato un rapporto di fiducia. In generale credo che i 'trucchetti' contino poco, anche perché chi sta nelle redazioni si confronta ogni giorno con decine o centinaia di proposte: quello che fa la differenza è la sostanza.

A quali tipologie di riviste invii le tue proposte e sulla base di cosa le scegli?

Non invio le proposte a mille riviste diverse, ma a poche riviste scelte in base a criteri di argomento e pubblico, ma anche di qualità editoriale e di 'reputazione'. Credo sia importante non solo che la redazione scelga le proposte e i giornalisti con cui lavorare, ma anche che il giornalista stesso sia 'selettivo' nei confronti delle testate.

Come presenti la tua proposta di solito? Ci sono soluzioni che funzionano più di altre?

Pochissima presentazione di me stesso (inserisco al più un link a fondo email), e tutto il focus centrato sulla notizia, sul taglio, su

quanto di originale posso inserire e su quali possibilità concrete ho di realizzazione il pezzo. La proposta deve andare dritta al punto ed essere leggibile in pochi secondi: che la riceve ha in generale pochissimo tempo da perdere. Uno o due link possono essere d'aiuto, mentre non metto allegati se non per eccezioni specifiche.

Ti è successo di ricevere rifiuti da testate alle quali hai proposto i tuoi pezzi o le tue idee e come li hai gestiti? Se hai mai ricevuto dei feedback ti sono stati utili per migliorare e colmare eventuali lacune?

I rifiuti sono frequentissimi, ma fanno parte del gioco. Ci sono mille motivi per cui una proposta può essere rifiutata (o più spesso ignorata), ma il rifiuto non è della persona che l'ha fatta, bensì del contenuto della proposta stessa. E' abbastanza raro ricevere un feedback dalle redazioni in caso di proposte rifiutate, ma se lo si riceve è fondamentale farne tesoro.

Di solito alleggi alcuni tuoi lavori precedenti (portfolio o altro)? Se sì, come li presenti? Quale soluzione proporresti in alternativa per chi è agli inizi e non ha ancora dei lavori da mostrare?

No, la proposta di un articolo non è un colloquio di lavoro, non è necessario mostrare un portfolio. Credo possa aiutare molto essere 'trovabili' con una ricerca online o sui social, perché se si tratta di un primo contatto è probabile che qualcuno farà una ricerca su di te. Meno si è conosciuti, meno si è presenti online, più è importante presentare una proposta forte e convincente. Se a un primo contatto ci si vuole presentare, meglio sintetizzare tutto in una riga o al limite indicare un link, niente CV o allegati.

Il tema dei pagamenti è tra i più spinosi nel mondo del giornalismo, com'è stata fin qui la tua esperienza in merito? Fare il solo il giornalista freelance è sostenibile sul lungo termine o fai altri lavori?

La mia esperienza è stata positiva. Un piccolo trucco che utilizzo è quello di verificare che tutto vada a buon fine (con tanto di bonifico accreditato sul conto corrente) dopo una piccola mole di lavoro. Se il giornale non paga e ci si è lavorato 10 ore in tutto, non è un gran problema. Se invece ci si sta lavorando da mesi, può diventare un problema. Credo che fare il giornalista freelance sia in generale un mestiere sostenibile, se fatto con competenza e qualità, anche se io per scelta da sempre faccio anche altre cose oltre a quelle strettamente giornalistiche.

Ti è capitato di accettare di lavorare gratis? Ci sono occasioni in cui ha senso farlo?

Sì, mi è capitato e continua a capitare. Credo abbia senso se è un'occasione non tanto di visibilità, ma per conoscere nuove persone, avvicinarsi a una realtà o semplicemente perché è un argomento su cui si ha piacere di lavorare. L'importante, a mio parere, è che la gratuità del lavoro sia concordata a priori, e non sia una brutta sorpresa alla fine. Chiedere gentilmente delucidazione sul compenso prima di iniziare a lavorare è sempre legittimo, e anche segno di professionalità da parte di entrambe le parti.

Gianluca Lo Nostro

Raccontaci del primo pitch andato a buon fine e del percorso fatto per riuscire a raggiungere quel primo obiettivo. Quali sono state le mosse vincenti secondo te? C'è qualcosa che hai dovuto cambiare o perfezionare nel tempo per ottenere l'attenzione delle testate?

La prima volta che mi è stato accettato un articolo non era la prima volta che contattavo una testata per una collaborazione. Era per un magazine online di politica molto rinomato e non sapevo come strutturare bene la proposta, allora sono andato per punti. Ho cercato di includere nel pitch tutte le parti essenziali, ma in realtà è stato un salto nel buio, perché, come vedremo dopo, è vero che dipende dal modo in cui le idee vengono presentate, però è vero anche che il pitch va preparato a seconda del giornale o della rivista. Quindi, il consiglio che mi sento di dare è di fare un lavoro antecedente alla redazione della proposta che consiste nello studio delle testate. I caporedattori o più in generale le redazioni ricevono decine di proposte alla settimana e ciascuno di essi ha delle preferenze a cui può fare comodo attenersi. Conoscere il modus operandi di chi ti legge è fondamentale per la buona riuscita di un pitch.

A quali tipologie di riviste invii le tue proposte e sulla base di cosa le scegli?

Raramente mi occupo di qualcosa che non sia inerente alla mia area di interessi, per cui so già a chi inviare e a chi no una proposta, ma ridurre la propria "bolla" a una cerchia ristretta di collaborazioni può essere limitante. Numerose sono infatti le testate che trattano, ad esempio, di moda, musica, cultura o più in generale di attualità che hanno però carenze nelle sezioni di politica ed esteri, principalmente perché non è il loro target, ma soprattutto a causa della bassa propensione degli articolisti a inviare le loro proposte. Non bisogna escludere nessuno perché nessuno parte col presupposto di

escluderti. Sono tempi difficili per l'editoria e per la nostra realtà professionale, ma la maggior parte delle volte i sacrifici portano soltanto a cose buone.

Come presenti la tua proposta di solito? Ci sono soluzioni che funzionano più di altre?

Come dicevo prima, premessa necessaria per un pitch deve essere la conoscenza della testata con cui si vuole collaborare. Molti chiedono solitamente un riassunto dell'articolo, alcuni preferiscono articoli completi, altri hanno addirittura un vademecum per dividere in paragrafi il pitch. Ci sono degli elementi spesso sopravvalutati che in buona parte dei casi sono ininfluenti, per esempio il titolo. Conosco direttori di riviste online che si accontentano di pitch o pezzi interi, ma che si occupano personalmente del titolo. È vero anche il contrario, e cioè che qualcuno richieda tassativamente un titolo. Io raccomando sempre di aggiungere alle email più idee, quindi più pitch, sintetizzate nella maniera più efficace possibile (il rischio che chi ti risponde smetta di leggerti alla terza riga c'è sempre). Il pitch va pensato, scritto e mandato su misura. Ad ogni modo, ribadisco l'importanza della conoscenza pregressa della testata, perché oltre a denotare un certo interesse e una certa motivazione, può convincere la persona che si prende in carico la tua collaborazione di avere a che fare con un collaboratore costante e affidabile.

Ti è successo di ricevere rifiuti da testate alle quali hai proposto i tuoi pezzi o le tue idee e come li hai gestiti? Se hai mai ricevuto dei feedback ti sono stati utili per migliorare e colmare eventuali lacune?

Nella mia finora breve carriera ho ricevuto parecchi rifiuti, soprattutto dai grandi quotidiani che devono già fare fronte a molteplici collaborazioni esterne e si ritrovano costretti a rifiutare a priori per una semplice mancanza di fondi. Purtroppo a volte può capitare di

non ricevere nemmeno una risposta (che nel 99% dei casi equivale a un rifiuto e non a una mail non recapitata correttamente). Mi è successo in passato di spedire la stessa proposta a più testate in seguito a un rifiuto. Non è una cosa che suggerisco di fare come regola fissa, ma se vedi bene un articolo o un reportage su più riviste stai semplicemente cercando di vendere il tuo prodotto intellettuale, che per quanto costruito e preparato su misura, deve essere versatile perché deve piacere a tutti i lettori, più o meno informati.

Di solito alleggi alcuni tuoi lavori precedenti (portfolio o altro)? Se sì, come li presenti? Quale soluzione proporresti in alternativa per chi è agli inizi e non ha ancora dei lavori da mostrare?

Sì, più che altro perché credo che il vero biglietto da visita non sia il background professionale o il curriculum, quanto i precedenti lavori accessibili su internet che vanno messi all'inizio della mail con dei link in uscita. La prima cosa da fare quando si invia un pitch è dire chi sei e cosa fai. La seconda cosa da fare è condensare quelle informazioni in massimo due frasi, perché, ripeto, chi deve valutare la proposta è inizialmente interessato solo a quella. Per chi è agli inizi - e io lo sono stato fino a pochissimo tempo fa - questo lavoro di presentazione è difficilissimo, ma non bisogna concentrarsi su quello. Per molti caporedattori è solo un nome come tanti altri, all'inizio. La buona riuscita di un pitch dipende solamente dal pitch.

Il tema dei pagamenti è tra i più spinosi nel mondo del giornalismo, com'è stata fin qui la tua esperienza in merito? Fare il solo il giornalista freelance è sostenibile sul lungo termine o fai altri lavori?

Mi considero abbastanza fortunato, nel senso che sono riuscito a trovare più di qualche collaborazione retribuita. Conosco bene quelle realtà dove il prodotto giornalistico è sottopagato, perché io stesso

ho vissuto esperienze lavorative tutt'altro che felici. Esistono editor che purtroppo non danno il giusto valore a quello che chiedono e, non riuscendo a chiudere in positivo i bilanci con le sole pubblicità, capita di ritrovarsi offerte di lavoro da fame o, nel caso dei freelance, articoli pagati 5-10€. Come ho già anticipato prima, mi rendo conto delle difficoltà dei quotidiani a riempire i borderò per via dei bassi introiti. Il mercato del giornalismo è un mercato saturo dove la domanda è inversamente proporzionale all'offerta. I tempi sono cambiati e il settore deve rinnovarsi. Per alcuni freelance è sinonimo di precario. Per me significa libertà. Libertà professionale e di pianificazione. Libertà di crescere e anche libertà d'espressione. Personalmente, non è nei miei piani continuare a fare il freelance per tutta la vita perché ho in programma di diventare professionista, ma è una tappa a mio avviso imprescindibile per chi crede ancora nel mestiere del giornalista come artigiano.

Ti è capitato di accettare di lavorare gratis? Ci sono occasioni in cui ha senso farlo?

Io lavoro tuttora gratis. Il mio podcast è un'autoproduzione, per giunta amatoriale. La passione ti porta sempre a fare delle cose che non sono appaganti al 100%. È un sacrificio per cui vale la pena perdere tempo ed energie, ma non nel lungo periodo. Chi vuole svolgere questa professione ha in testa l'obiettivo primario di diventare professionista o pubblicista. Per arrivare al livello massimo di realizzazione personale serve prima di tutto curare sé stessi e la propria immagine pubblico-professionale. In questo i social non sono mai stati utili come lo sono oggi. Tutto quello che scrivo, registro, pubblico e produco passa dai miei profili attraverso post o storie. La credibilità deve essere la priorità di chi vuole fare il giornalista. E non importa se per raggiungerla si incontra qualche incidente di percorso o si è disposti a lavorare gratuitamente. Un giorno se ne raccoglieranno i frutti.

Cristiana Mastronicola

Raccontaci del primo pitch andato a buon fine e del percorso fatto per riuscire a raggiungere quel primo obiettivo. Quali sono state le mosse vincenti secondo te? C'è qualcosa che hai dovuto cambiare o perfezionare nel tempo per ottenere l'attenzione delle testate?

Inizio col dire che la mia posizione di freelance presenta, ad oggi, una anomalia. La mia anomalia è quella di essere una freelance in un gruppo di freelance, questo significa avere la facilità di creare pitch insieme e, soprattutto, di proporli in modo collettivo. La mia prima proposta, prima di formare il collettivo con cui lavoro, è stato comunque insieme a due colleghi della scuola di giornalismo che frequentavo al tempo. Sulla base di una intuizione, abbiamo iniziato a lavorare a una inchiesta sulla fecondazione assistita, più particolare sui donatori di seme. La presentazione del pitch di per sé non è stata particolarmente faticosa, più faticoso è stato produrre il tutto affacciandosi al mondo del lavoro partendo da un'inchiesta (senza troppi strumenti). La mossa vincente è stata puntare tutto su una notizia così poco trattata dalle testate, scavarci dentro e trovare qualcosa di nuovo che non fosse stato raccontato. Da quel giorno di pitch ne ho scritti parecchi, ma devo dire che la difficoltà di attirare l'attenzione del mio/nostro interlocutore resta alta. Quello che ho capito è che bisogna puntare molto sulla specificità della notizia, sull'originalità. Per una testata è importante (purtroppo) arrivare prima: saper conciliare questa "necessità" dell'interlocutore con la nostra (più o meno) naturale propensione alla curiosità può essere una mossa vincente. Nel tempo ho imparato a smussare la lunghezza dei pitch, a saper andare al punto della proposta in modo veloce ed efficace.

A quali tipologie di riviste invii le tue proposte e sulla base di cosa le scegli?

Le mie proposte, ad oggi, vengono discusse e vagliate dal resto dei componenti del collettivo di cui faccio parte, Lorem Ipsum. Di solito, proprio in virtù del nostro essere collettivo, la proposta arriva da più persone. Viene confezionata e, in base al format del prodotto - pezzo scritto, podcast, video - e alla sua natura - reportage, inchiesta - scegliamo a chi inviarla. Quindi gli interlocutori possono essere settimanali, come quotidiani o trasmissioni tv o testate online, passando anche per piattaforme audio.

Come presenti la tua proposta di solito? Ci sono soluzioni che funzionano più di altre?

La proposta viene presentata sotto forma di un testo piuttosto conciso (massimo 5-6 righe), in cui da subito viene resa nota la notizia. Solo dopo si dà spazio ai protagonisti e agli elementi secondari. Non ci sono formule magiche per attirare l'attenzione del mio interlocutore, purtroppo. Bisogna essere bravi nell'intercettare gli interessi della testata in questione per poter modellare la proposta sullo stile dell'interlocutore.

Ti è successo di ricevere rifiuti da testate alle quali hai proposto i tuoi pezzi o le tue idee e come li hai gestiti? Se hai mai ricevuto dei feedback ti sono stati utili per migliorare e colmare eventuali lacune?

Ho lavorato per quattro anni complessivi in giornali online, in cui non esisteva l'idea di "rifiuto" di una proposta per lo più (perché pezzi commissionati dall'alto). Quando ho iniziato a fare la freelance è stato molto difficile gestire i rifiuti, perché la vita del freelance è per lo più fatta di "no". La libertà ha un prezzo e per un freelance il prezzo (alto, soprattutto quando i "no" riguardano le idee) è proprio il rifiuto. Per gestirlo serve la lucidità di comprendere che il mercato del lavoro non è plasmato sulle nostre idee, spesso, né sulle nostre idee di

giornalismo. Questo significa che i "no" che riceviamo spesso non sono bocciature di idee che possono essere geniali e originali, ma sono figli di un mercato che pretende altro. La parte più dolorosa dei "no" è il fatto che spesso quei pitch inviati a decine di indirizzi mail non riceveranno mai una risposta. Il rifiuto sarà silente e dentro quel silenzio si cela la sconfitta del giornalismo: nessun feedback, nessuna spiegazione, nessuna possibilità di crescita di alcun tipo. Solo un "no" nei fatti.

Di solito alleggi alcuni tuoi lavori precedenti (portfolio o altro)? Se sì, come li presenti? Quale soluzione proporresti in alternativa per chi è agli inizi e non ha ancora dei lavori da mostrare?

Non mi è capitato spesso di allegare miei lavori nella proposta di un pitch. Mi è successo di farlo nel propormi per una collaborazione, quello sì. Nel caso in cui si fosse alle primissime esperienze, quello che posso consigliare è di rendersi disponibili a un qualsiasi tipo di prova che metta in risalto le capacità del giornalista (questo sempre rispetto al proporsi per un posto di lavoro). L'ideale, in ogni caso, è di creare uno spazio proprio (un blog, per esempio) in cui sviluppare i tanti "no" che ci si sentirà dire. In questo caso si avrà la possibilità di allegare i prodotti senza la necessità di aver pubblicato su testate.

Il tema dei pagamenti è tra i più spinosi nel mondo del giornalismo, com'è stata fin qui la tua esperienza in merito? Fare il solo il giornalista freelance è sostenibile sul lungo termine o fai altri lavori?

Il tema dei pagamenti è la motivazione per cui si ha pochissima libertà di fare i freelance in Italia. Tutto dipende dal tipo di collaborazione che si stipula e con quale testata. Sembrerà una banalità, ma avere una collaborazione con una televisione permette di fare il freelance con una certa libertà: la paga è innegabilmente più alta, anche per il lavoro (di tipo tecnico) che si produce. Faccio il mio esempio personale: lavoro per una rete televisiva come freelance e

allo stesso tempo ho modo e libertà di produrre lavori miei con il collettivo (spesso sottopagati).

Ti è capitato di accettare di lavorare gratis? Ci sono occasioni in cui ha senso farlo?

Mi è capitato di accettare lavori sottopagati, sì. Mi è capitato - spesso - di lavorare molto e su tematiche molto spinose per pochissimo. È l'esempio dell'inchiesta, in Italia particolarmente svalutata. E così mi sono ritrovata in più occasioni a vendere lavori di inchieste durati giorni, anche settimane, a poche centinaia di euro. Perché si accetta? Perché bisogna campare, in qualche modo; perché la visibilità - soprattutto in una prima fase - è importante per potersi permettere di dire dei "no" in futuro; perché ho venduto al miglior offerente qualcosa che volevo venisse fuori. Lavorare gratis è sempre la peggior risposta alla crescita dell'informazione: è un circolo vizioso che va interrotto. Non c'è mai una buona occasione per lavorare gratis. Quello è un'altra cosa, si chiama volontariato e lo facciamo fuori dal lavoro. Magari mettendo a disposizione le nostre competenze.

Alice Oliveri

Raccontaci del primo pitch andato a buon fine e del percorso fatto per riuscire a raggiungere quel primo obiettivo. Quali sono state le mosse vincenti secondo te? C'è qualcosa che hai dovuto cambiare o perfezionare nel tempo per ottenere l'attenzione delle testate?

La cosa fondamentale per i primi pitch secondo me è scegliere qualcosa che si conosce molto bene e di cui si ha molta voglia di scrivere. Poi è fondamentale capire il taglio e le richieste della testata a cui si manda, senza fare di testa propria ma seguendo attentamente le linee editoriali.

A quali tipologie di riviste invii le tue proposte e sulla base di cosa le scegli?

Di solito cerco di capire quali riviste trattano temi che mi interessano e soprattutto lo stile in cui lo fanno, capita però spesso che siano anche le testate stesse a chiederti di collaborare se qualcuno nota che il tuo modo di scrivere è compatibile quindi non diversificare troppo ma specializzarsi su temi e stili. Mi piace il giornalismo di approfondimento quindi tendo a scegliere sempre testate che facciano longform e mai semplici news brevi.

Come presenti la tua proposta di solito? Ci sono soluzioni che funzionano più di altre?

La proposta tendo a calibrarla sempre in base all'interlocutore, anche secondo il grado di confidenza che c'è tra il collaboratore e il committente. In generale secondo me è bene non andare mai oltre le 1k battute per una proposta, usando un titolo che sia già forte e chiaro e che indichi chiaramente quale sarà il focus del pezzo, direi che il rapporto tra titolo e proposta in sé vale 50/50.

Ti è successo di ricevere rifiuti da testate alle quali hai proposto i tuoi pezzi o le tue idee e come li hai gestiti? Se hai mai ricevuto dei feedback ti sono stati utili per migliorare e colmare eventuali lacune?

Ho avuto molti rifiuti, ma se penso che un'idea è buona la propongo ad altri e di solito viene accettata. Si impara con il tempo ad affinare questa tecnica e a capire bene cosa è adatto a una testata e cosa non lo è. Capita spesso di avere feedback sterili, senza un suggerimento costruttivo, ma mi è capitato anche di avere davanti qualcuno che mi abbia spiegato bene cosa stavo sbagliando. In generale secondo me è giusto appuntarsi sempre tutte le idee, magari una proposta non va bene oggi ma dopo qualche mese sì, non buttarle nel cestino subito.

Di solito alleggi alcuni tuoi lavori precedenti (portfolio o altro)? Se sì, come li presenti? Quale soluzione proporresti in alternativa per chi è agli inizi e non ha ancora dei lavori da mostrare?

Lavorando perlopiù online, tutto il mio portfolio è già a disposizione di chi vuole collaborare con me. Ho però anche un curriculum molto snello e facile da leggere per chi volesse un resoconto più dettagliato. Chi non ha ancora un lavoro da mostrare, può aprire un blog su Medium per esempio e scrivere qualcosa di testa sua su un tema che gli interessa in modo da poterla fornire come prima prova di scrittura.

Il tema dei pagamenti è tra i più spinosi nel mondo del giornalismo, com'è stata fin qui la tua esperienza in merito? Fare il solo il giornalista freelance è sostenibile sul lungo termine o fai altri lavori?

I primi tempi non era il mio lavoro principale, dal momento che ero ancora studentessa, quindi i guadagni anche se piccoli mi bastavano. La mia prima esperienza in una redazione è durata un anno e mi è bastato per capire che per quanto mi riguarda, il lavoro da dipendente non è compatibile con la mia parte creativa. Fare la

freelance ha significato anche impegnarmi a trovare altre fonti di guadagno, sempre nel campo dell'editoria, che nonostante la precarietà mi hanno stimolato molto di più: non tornerei mai al lavoro d'ufficio. Bisogna pensare che la scrittura, una volta acquisita una tecnica, può servire in tantissimi altri ambiti, dalla pubblicità al contenuto web, io per esempio sto esplorando il mondo autoriale televisivo. Ma credo che per un giornalista giovane la cosa più divertente sia quella di fare tanti lavori piccoli piuttosto che uno solo fisso.

Ti è capitato di accettare di lavorare gratis? Ci sono occasioni in cui ha senso farlo?

Lavorare gratis ha senso solo se si è in un contesto di coetanei: se sei molto giovane, ancora studente, e vuoi cominciare, ha senso farlo gratis in un giornale universitario per esempio, a una radio in streaming con amici, a un podcast tra colleghi. Lavorare gratis per chi invece ha un ufficio o una redazione strutturata, con dipendenti e stagisti, è sbagliato oltre che ingiusto. Consiglio a tutti quelli che possono cominciare a sperimentare gratuitamente in un ambiente in cui nessuno viene pagato e si fa solo per passione di non avere nessun timore e buttarsi sempre, io ho cominciato così, con una rivista in cui eravamo tutti amici, non c'erano soldi ma era uno spazio che ci consentiva di imparare e di farci notare.

Alessio Perrone

Raccontaci del primo pitch andato a buon fine e del percorso fatto per riuscire a raggiungere quel primo obiettivo. Quali sono state le mosse vincenti secondo te? C'è qualcosa che hai dovuto cambiare o perfezionare nel tempo per ottenere l'attenzione delle testate?

Il mio primo pitch andato a buon fine è stato per una rivista/start-up di calcio online che da un paio d'anni ha smesso di pubblicare – si chiamava MondoFutbol. Avevo appena finito un master di Magazine Journalism alla Cardiff University e proprio quell'anno il Galles, che tradizionalmente è terra di rugby, partecipava a un torneo di calcio internazionale per la prima volta in decenni – gli Europei. Il calcio era molto in crescita sull'onda del successo della nazionale e di alcuni dei suoi giocatori, e per la prima volta sembrava avvicinarsi alla popolarità del rugby gallese.

Ho pensato di proporre un pezzo e reportage fotografico sul campo per ritrarre il momento, e dopo aver ricevuto qualche rifiuto (anzi, per essere precisi dopo che diverse proposte non hanno mai ricevuto una risposta), l'ho proposto a MondoFutbol che l'ha pubblicato. Poi io l'ho realizzato usando un po' quello che avevo studiato durante l'anno, anche se forse sono stato un po' lento.

Non so se ci sono state delle mosse vincenti da parte mia – avevo ricevuto altri rifiuti da qualche testata per delle altre proposte, ma guardando indietro non credo che avessi capito cosa stavo sbagliando e avessi imparato dai miei errori. Credo di essere semplicemente stato fortunato a essere nel posto giusto al momento giusto, e dell'aver trovato una rivista che fosse interessata a un argomento che per il giornalismo sportivo poteva essere un po' di nicchia.

Anche sull'ultima parte della domanda: penso di aver usato più o meno la stessa proposta per tutte le redazioni a cui avevo proposto

l'articolo. Oggi forse qualcosa lo farei diversamente, ma allora era andata così!

A quali tipologie di riviste invii le tue proposte e sulla base di cosa le scegli?

In genere ho un elenco di riviste e di editor con cui mi piacerebbe lavorare, ma quasi sempre la destinazione delle mie proposte dipende dalla storia che penso di fare. Quindi mentre progetto la storia mi faccio già qualche idea su chi potrebbe essere interessato a pubblicarla. Per fare un esempio un po' teorico – ci sono testate che magari pubblicano di più sull'ambiente; altre sono più interessate a storie di human interest; altre all'evoluzione del giornalismo, e così via. Quindi se tra le mani ho una storia che "chiama" più un certo tipo di outlet, vado con quello. E generalmente cerco di farmi un'idea precisa su cosa sta pubblicando e cosa sta cercando la testata a cui voglio proporre il pezzo. Spesso cerco anche di avere almeno due testate in mente, così se la prima rifiuta c'è un piano B, C eccetera.

In rarissimi casi ho provato a partire prima dal desiderio di pubblicare con una testata, e poi ho cercato la storia da proporgli. Devo dire che non sono mai stato particolarmente bravo o fortunato in questo approccio.

Come presenti la tua proposta di solito? Ci sono soluzioni che funzionano più di altre?

In realtà non ho una formula o un modo standard: parto sempre con una brevissima presentazione, poi come continuo dipende molto dipende dal tipo di storia e dove la sto proponendo. Se è un giornale, cerco di tenere la proposta molto breve – poche frasi – visto che i ritmi sono intensi e gli editor sempre molto occupati. Non oltre le 300 parole. Quindi non c'è spazio per dettagli o per dilungarsi molto. Se invece sto proponendo un articolo lungo a una rivista allora invio

una proposta un po' più lunga in cui cerco di far vedere come scrivo e di convincere chi legge che sono in grado di scrivere l'articolo che propongo.

Ti è successo di ricevere rifiuti da testate alle quali hai proposto i tuoi pezzi o le tue idee e come li hai gestiti? Se hai mai ricevuto dei feedback ti sono stati utili per migliorare e colmare eventuali lacune?

Hai voglia! Rifiuti su rifiuti su rifiuti. Per darti un'idea, ho un foglio di Excel in cui cerco di tenere traccia delle proposte che mando e nel 2020 ho ricevuto circa 60 tra rifiuti e nessuna risposta – più di uno a settimana e a volte diversi nella stessa settimana – mentre non penso di aver piazzato più di 20 proposte.

All'inizio facevo molta fatica a gestire i rifiuti. Ne risentivo a livello economico, ma anche a livello personale la mia autostima ne risentiva tanto. Ho avuto dei periodi di difficoltà a livello psicologico. Le mancate risposte sono ancora peggio perché ti lasciano appeso, lasciano spazio a una persona insicura per farsi mille domande, e nulla di tutto ciò fa bene. In genere provo a prenderla meno sul personale e di ricordarmi che gli editor sono persone impegnate che fanno un lavoro difficile e possono rifiutare un pezzo per decine di motivi diversi – per ragioni di budget, perché hanno già commissionato una storia simile, perché non rientra nei loro interessi, perché hanno esaurito lo spazio e il tempo per poter commissionare e correggere un'altra storia.

Di solito alleggi alcuni tuoi lavori precedenti (portfolio o altro)? Se sì, come li presenti? Quale soluzione proporresti in alternativa per chi è agli inizi e non ha ancora dei lavori da mostrare?

Cerco sempre di allegare tre link agli ultimi pezzi che ho scritto – o quelli che mi piacciono di più, o quelli più rilevanti per la storia che

sto proponendo. Allego semplicemente un link, scrivendo "ho scritto per XXX (col link)", senza molte informazioni riguardo al pezzo. So che ci sono persone che non fanno così – alcuni si presentano in fondo alla mail, dopo aver finito la proposta; altri magari danno un po' più di informazioni sui pezzi. Non so quale sia meglio onestamente, e faccio così più per abitudine che per una decisione strategica. Raramente parlo della mia esperienza lavorativa, in modo da tenere la mail più corta possibile, e non mi è mai capitato che qualcuno mi facesse delle domande a riguardo.

Senza un portfolio o qualche pezzo pubblicato da portare come esempio, forse cercherei di sottolineare altri motivi per cui potrei essere la persona più indicata e competente per scrivere l'articolo. Se questo è difficile, allora mi concentrerei molto sulla proposta in sé, cercando di renderla più forte possibile, sperando che metta in secondo piano ogni altra questione.

Il tema dei pagamenti è tra i più spinosi nel mondo del giornalismo, com'è stata fin qui la tua esperienza in merito? Fare il solo il giornalista freelance è sostenibile sul lungo termine o fai altri lavori?

Confermo che è un tasto dolente, e non sono sicuro di aver trovato la quadra – forse delle persone più esperte possono essere più utili. Qualche anno fa sono capitato sul sito del columnist del Guardian, George Monbiot, che ha anche una pagina dedicata a "career advice". Fondamentalmente dice senza mezzi termini che il giornalismo non paga e almeno all'inizio bisogna essere preparati a essere molto poveri.

Conosco persone che riescono a vivere di giornalismo freelance. Io quando ci ho provato non ho guadagnato molto. Molti altri hanno un secondo lavoretto che li aiuta a pagare affitti e spese varie. Io sto provando a fare questo perché farei fatica permettermi un affitto a Milano solo col giornalismo che faccio. Ho cominciato a fare

traduzioni e qualche turno da reporter da remoto all'Independent, per cui avevo lavorato a Londra. È un po' presto per tirare le somme.

Penso che questo sia un tasto dolente per tutti. In altri paesi la questione della retribuzione per i giornalisti freelance è molto meno nascosto sotto il tappeto. Gli articoli sono troppo spesso pagati davvero troppo poco. Questo crea una grande pressione che rischia di peggiorare il giornalismo di tutti.

Ti è capitato di accettare di lavorare gratis? Ci sono occasioni in cui ha senso farlo?

Ho scritto due articoli gratis all'inizio, subito dopo il mio master. Non lo consiglierei a nessuno: ho lavorato duramente ma non ci ho guadagnato nulla nemmeno in termini di visibilità. (Che reputazione ha chi ti chiede di lavorare gratis, e di conseguenza che visibilità ti può dare?) È molto svilente: cercavo di acquisire esperienza professionale ma paradossalmente non essere stato pagato ha creato l'effetto opposto – l'impressione in me stesso e negli altri che quello che facevo non avesse niente professionale.

Da un punto di vista collettivo, accettare mai di lavorare gratis è un errore. Ideologicamente perché "Lavoro" e "gratis" non possono stare nella stessa frase, o è lavoro, e allora ha una dignità e va retribuito in modo adeguato, o è gratis e allora è un'altra cosa – nel caso peggiore sfruttamento, nel migliore un passatempo. Ma anche da un punto di vista pratico, una persona che scrive gratis fa un danno a tutta una categoria perché abbassa gli standard per tutti.

Da un punto di vista più pratico, capisco che qualcuno cerchi di ritagliarsi spazi in un mondo difficile anche così – la colpa non è certo sua ma di chi non li paga. Proporrei però a chi sta pensando di scrivere gratis di valutare se ne vale la pena. Chi non paga raramente gode una gran reputazione presso le persone che potrebbero darvi un lavoro in futuro. L'esperienza vi dà abbastanza

in termini di esposizione, contatti o altro? Se pensate di sì, allora forse per un breve periodo può essere accettabile. Ma cercate sempre le testate che potrebbero dare spazio a chi è all'inizio – un po' ce ne sono, e pubblicare un articolo lì probabilmente farebbe meglio alla vostra carriera di cento articoli scritti gratuitamente.

Arianna Poletti

Raccontaci del primo pitch andato a buon fine e del percorso fatto per riuscire a raggiungere quel primo obiettivo. Quali sono state le mosse vincenti secondo te? C'è qualcosa che hai dovuto cambiare o perfezionare nel tempo per ottenere l'attenzione delle testate?

Il mio primo pitch andato a buon fine lo ricordo come qualcosa di assolutamente inaspettato. Durante il master in giornalismo, ho cominciato a inviare qualche proposta dopo un viaggio in Palestina. Ho ricevuto una risposta positiva dal sito inglese Middle East Eye, che ha accettato un mio reportage su una famiglia di rifugiati che ha deciso di aprire un Airbnb in un campo profughi. Rileggendo quel pitch oggi cambierei quasi tutto perché lo trovo molto ingenuo, però ha funzionato proprio perché quella storia - che mi è capitata sotto mano per puro caso in un caffè dove sedevo accanto alla famiglia in questione - non l'aveva scritta nessun altro. Sicuramente l'originalità del reportage conta moltissimo. In quel caso ho presentato anche molte foto che avevo scattato per l'occasione, e questo è stato apprezzato. Ho capito che mandare qualche immagine in allegato insieme al pitch può essere utile, anche perché spesso il valore aggiunto di chi propone un articolo è proprio quello di essere sul posto e bisogna dimostrarlo. Con il tempo, anche di fronte a moltissimi no, ho iniziato a capire che cosa ci si aspettava dall'altra parte: un riassunto molto condensato contenente le idee principali da sviluppare solo successivamente durante la stesura dell'articolo. Io non mando mai più di tre paragrafi, concludo con la lista delle persone intervistate/da intervistare e cerco sempre di allegare qualche fotografia. Poi ovviamente dipende dal media con cui si sta lavorando. Più conosco questo milieu, più cerco di adattarmi in base a chi ho di fronte.

A quali tipologie di riviste invii le tue proposte e sulla base di cosa le scegli?

Io tendo a proporre a magazine/settimanali, anche se mi capita di lavorare anche con dei quotidiani o più che altro siti di quotidiani, ma preferisco i lunghi formati. Valuto sempre la rivista in base all'idea che ho e al formato che scelgo.

Tendenzialmente ci sono collaborazioni che funzionano, e quindi provo a portarle avanti, ma cerco comunque sempre di aprirmi le porte di nuove redazioni provando a variare. È comunque molto difficile, specialmente all'inizio quando chi hai di fronte non ti conosce né ha mai sentito il tuo nome. Una volta che si stringe un rapporto con una redazione e che il tuo nome comincia a circolare è più semplice. Ci sono tante redazioni che semplicemente non accettano collaborazioni esterne, quindi evito di "fissarmi" con un media in particolare insistendo e insistendo. Al contrario, invio a due o tre redazioni nello stesso momento o passo rapidamente ad altri se nessuno risponde. Mi è capitato di inviare una proposta anche a quindici redazioni diverse fino a quando qualcuno non mi ha detto di sì. Lavoro spesso con l'estero (in particolare con la Francia, dove mi sono laureata), anche perché in Italia è oggettivamente più molto complicato.

Come presenti la tua proposta di solito? Ci sono soluzioni che funzionano più di altre?

Io mi presento brevemente e vado dritta al punto: ho trovato questa cosa, la svilupperei così, ho intervistato queste persone e invio in allegato qualche foto. Ho capito che non bisogna dilungarsi troppo. Conta anche il titolo della mail, che deve attirare l'attenzione o rischia di perdersi in mezzo alle altre. Nella firma lascio il numero di telefono e invito a richiamare se interessati. Ho capito che se una redazione vuole l'articolo/video tendenzialmente risponde rapidamente,

altrimenti non aspetto più di qualche giorno e passo ad altri. Penso che la chiave sia specializzarsi su una zona/tema, focalizzandosi su lavori diversi ma coerenti, in modo da potersi presentare come "il giornalista che fa quello" e soprattutto sentirsi legittimato a trattare un tema.

Ti è successo di ricevere rifiuti da testate alle quali hai proposto i tuoi pezzi o le tue idee e come li hai gestiti? Se hai mai ricevuto dei feedback ti sono stati utili per migliorare e colmare eventuali lacune?

Certo, e continuo a ricevere rifiuti. La maggior parte delle redazioni che non sono interessate semplicemente non rispondono, e continuano ad essere la maggior parte, specialmente in Italia. Mi è capitato di ricevere un rifiuto anche dopo un sì iniziale, così un lavoro pronto e già inviato non è mai stato pubblicato né pagato. Mi sono ripromessa di non lavorare più con quella redazione. Ci va molta pazienza, troppa. Anche per questo molti freelance passano ad altro: vendere il proprio lavoro posso garantire che è la parte più stancante ed esasperante. Per evitare troppi rifiuti, che indubbiamente demoralizzano, bisogna cercare di stringere rapporti più o meno fissi e consolidati con alcune redazioni ben disposte e pensare il lavoro anche in base a quello che una redazione cerca. Ad un certo punto capita che sono le redazioni stesse a cercarti. Io ho imparato a non proporre sempre alle solite tre o quattro grandi redazioni di quotidiani su cui tutti vogliono pubblicare, ma ad andare a cercare magazine o siti meno conosciuti, che spesso sono invece piccoli progetti interessanti e cercano collaboratori per poter crescere. Più che il grande nome del giornale, per me conta che mi paghi e mi rispetti. Riguardo ai feedback, è raro riceverne. Quando capita mi scrivo le correzioni e le applico la volta successiva.

Di solito alleggi alcuni tuoi lavori precedenti (portfolio o altro)? Se sì, come li presenti? Quale soluzione proporresti in alternativa per chi è agli inizi e non ha ancora dei lavori da mostrare?

No, tendenzialmente non lo faccio. Se lo faccio è proprio per legittimarmi e far capire che sì, posso trattare quel tema. Mi presento in una frase o due, non di più, spiegando di cosa mi occupo e eventualmente lasciando un link verso il mio sito personale se la redazione non mi conosce. Prima di lavorare come freelance ho iniziato in una redazione francese e ricordo chiaramente quali pitch venivano accettati e quali no, e penso che parlare troppo di sé stessi non sia mai una buona idea. Quello che deve colpire è la storia, il tema trattato, le fotografie, non il giornalista in sé. Agli inizi non avevo lavori da mostrare ma avevo qualche stage alle spalle e facevo riferimento a quelli, oppure riassumevo semplicemente così: "sono XXX, giornalista freelance, e mi occupo di XXX". Quello che conta è la proposta.

Il tema dei pagamenti è tra i più spinosi nel mondo del giornalismo, com'è stata fin qui la tua esperienza in merito? Fare il solo il giornalista freelance è sostenibile sul lungo termine o fai altri lavori?

Il lavoro da freelance è difficilmente sostenibile sul lungo termine, a meno che non si trovino collaborazioni più o meno regolari o che si lavori con media esteri. Saper sfruttare un'altra lingua è stata la mia salvezza economicamente parlando, perché riesco a sopravvivere grazie ai lavori che pubblico in Francia. Cerco di scrivere un numero fisso di articoli al mese per la redazione con cui lavoravo precedentemente, così sono certa di avere una sorta di entrata fissa. Quello che pubblico in italiano è un plus. I pagamenti arrivano tendenzialmente due o tre mesi dopo la realizzazione del proprio lavoro. Dopo la pubblicazione, io mando una mail per chiedere subito il pagamento. Per me è fondamentale non lavorare gratis, anche se si tratta di guadagnare trenta euro per un articolo. Se non mi vengono

inviati li richiedo. Riesco a mantenermi perché vivo in un paese in cui il costo della vita è basso (sono di base a Tunisi), altrimenti non sarebbe sostenibile. Scrivere paga poco, bisogna concentrarsi su nuovi formati. Il video paga molto meglio, per esempio. C'è anche da dire che con il tempo pian piano si ingrana e si inizia a scegliere con chi lavorare soprattutto in base al pagamento, non al nome. Spesso i freelance lavorano con ONG o fanno ricerca per alcuni istituti, anche se per ora non è il mio caso. Inoltre, tengo d'occhio i premi o i bandi per finanziamenti che permettono di realizzare lavori senza spendere tutto prima.

Ti è capitato di accettare di lavorare gratis? Ci sono occasioni in cui ha senso farlo?

No, mi impongo di non lavorare gratis. L'ho fatto durante alcuni stage o agli inizi, quando scrivevo più che altro su piccoli siti militanti o su blog. Mi capita di lavorare per 30-50 euro, quello sì, ma calibro i miei sforzi anche in base al pagamento. Certamente non vendo un'inchiesta o un reportage per 30 euro. Quando si inizia a lavorare come freelance credo sia fondamentale ad un certo punto imporsi di lavorare solo a pagamento, a meno che non si faccia un altro lavoro accanto. Non è il mio caso, anche se molte volte ho pensato di cambiare mestiere e pubblicare qualche pezzo solo per passione, ma per ora resisto, e per resistere pretendo di essere pagata e controllo sempre di ricevere la cifra concordata.

Angelo Zinna

Raccontaci del primo pitch andato a buon fine e del percorso fatto per riuscire a raggiungere quel primo obiettivo. Quali sono state le mosse vincenti secondo te? C'è qualcosa che hai dovuto cambiare o perfezionare nel tempo per ottenere l'attenzione delle testate?

Il mio percorso nel mondo della scrittura è un po' contorto, guardando indietro mi sembra di aver fatto tutto al contrario. Nel 2016 ho pubblicato un libro, *Un Altro Bicchiere di Arak*, nato dopo diversi anni di viaggio tra Asia e Oceania. Da qualche anno mi chiedevo se fosse possibile fare del raccontare storie un lavoro e i primi contatti con il mondo editoriale mi hanno motivato a prendere la cosa sul serio. Mi sono trasferito a Amsterdam e ho cominciato a studiare lettere. Poco dopo ho cominciato a lavorare nella redazione di una rivista di fotografia e, insieme ad altre persone, ho fondato una piccola rivista di scrittura creativa.

Quando, nel 2017, ho deciso di diventare freelance a tempo pieno mi sono reso conto che se avessi voluto essere pagato per scrivere dei temi che mi interessavano avrei dovuto farlo in inglese. Per essere considerato dagli editor sapevo di aver bisogno di un portfolio, così ho cominciato a mandare in giro un paio di pezzi che avevo scritto, mentre mi mantenevo facendo il traduttore. Il primo pitch andato a buon fine è stato la storia della tipografia clandestina di Tbilisi in cui Stalin aveva stampato propaganda a inizio novecento. Il pezzo, venduto a Matador Network, ha finito per vincere una medaglia d'argento ai NATJA Awards, il premio dell'Associazione Nordamericana dei Giornalisti di Viaggio.

Avevo mandato l'articolo a una decina di pubblicazioni prima che venisse accettato. Non potendo dimostrare di essere in grado di scrivere non inviavo un pitch, ma l'articolo già completo, insieme a

qualche nota biografica che cercava di dare un senso alle mie esperienze frammentate. In realtà, anche il percorso verso la pubblicazione non è stato così diretto: tramite la mia proposta, la editor di Matador Network è arrivata al mio profilo Instagram e vedendo dove ero stato mi ha commissionato un pezzo sull'Iran per cui erano alla ricerca di uno scrittore. Il mio primo pitch andato a buon fine, quello su Stalin, è stato quindi il secondo ad essere pubblicato. Da lì è nata una collaborazione a lungo termine che è andata avanti per un anno circa.

Mosse vincenti: di quel posto era stato scritto poco, ma credo che il vero valore aggiunto fosse la fotografia. La parte visuale è molto importante per questo genere di riviste e fornire un "pacchetto completo" aiuta sicuramente ad attirare l'attenzione. Con il tempo, comunque, ho capito anche che le storie in prima persona come quella del mio primo pitch, non funzionano così bene. Per una voce emergente è difficile proporre un pezzo di giornalismo narrativo, nonostante vada di moda nel mondo anglosassone. Quindi sì, credo di avere più coscienza oggi di quelle che sono le possibilità e provo ad adattarmi di conseguenza.

A quali tipologie di riviste invii le tue proposte e sulla base di cosa le scegli?

Mi occupo principalmente di viaggi e di fotografia, ma mi è capitato di scrivere anche di libri e argomenti attuali. Cerco di individuare riviste in linea con la mia idea. Di solito parto da un Google Sheet che contiene una lista di pubblicazioni divise per categoria, che aggiorni continuamente. Contatto prima quelle che leggo regolarmente e con cui mi piacerebbe collaborare e se queste non rispondono - come avviene nella maggior parte dei casi - passo alle altre. Ovviamente ci deve essere un'affinità tra l'argomento trattato e la linea editoriale, ma nessun pitch è fine a se stesso: considero anche quanto una

rivista possa aggiungere valore al mio portfolio (e quindi aprire le porte a lavori futuri).

Poi, non sempre mando proposte del niente. Capita anche di rispondere a annunci o open call, dove è chiaro in anticipo cosa gli editor cercano.

Come presenti la tua proposta di solito? Ci sono soluzioni che funzionano più di altre?

Se non ci sono linee guida da seguire, cerco di essere il più diretto possibile. Ci sono editor che ricevono decine di proposte ogni giorno, quindi è utile essere pragmatici. Di solito provo a riassumere l'idea in un paragrafo singolo, presentando subito le cinque W: "Who," "What," "When," "Where," and "Why". Dopo aver descritto l'idea, riassumo in due o tre righe chi sono includendo riferimenti ai miei lavori precedenti.

La cosa che aiuta di più è l'attualità di un argomento. Spesso la qualità non basta e giustificare perché è importante pubblicare un articolo oggi può fare la differenza. Non occupandomi di notizie questo non è sempre possibile (e non è sempre richiesto), ma se posso cerco sempre di trovare un collegamento col presente. Si può trattare di un anniversario importante o di una situazione odierna che rispecchia il passato, ad esempio.

Ti è successo di ricevere rifiuti da testate alle quali hai proposto i tuoi pezzi o le tue idee e come li hai gestiti? Se hai mai ricevuto dei feedback ti sono stati utili per migliorare e colmare eventuali lacune?

La maggior parte dei pitch che mando vengono rifiutati. È parte del lavoro, non me la prendo. Anzi, in parte trovo un stimolo proprio nel fatto che sia difficile. Se ricevo feedback di solito è sui pezzi accettati, dove magari piace l'idea ma sono necessarie modifiche al testo

perché sia in linea con la pubblicazione. Dal processo di editing si imparano molte cose e per quanto, a volte, possa risultare frustrante, nella mia esperienza ha sempre reso il testo migliore. In generale bisogna mettere da parte l'ego, scrivere è un atto collaborativo nella maggior parte dei casi. Non ricordo di aver mai ricevuto feedback su pezzi rifiutati, è improbabile che un redattore perda tempo su una storia che non pubblicherà.

Di solito alleggi alcuni tuoi lavori precedenti (portfolio o altro)? Se sì, come li presenti? Quale soluzione proporresti in alternativa per chi è agli inizi e non ha ancora dei lavori da mostrare?

No, di solito non allego lavori precedenti. Semplicemente riassumo in tre righe chi sono, per chi ho scritto e la nicchia di cui mi occupo. Sotto la firma, poi, aggiungo un link al mio portfolio, dove si trovano buona parte dei miei lavori, se qualcuno li volesse consultare. Metto la mia biografia alla fine del pitch, in quanto credo sia secondaria rispetto all'idea. Più che mostrare quello che ho scritto in passato, cerco di far capire che svolgo questo lavoro a livello professionale, che ho un minimo di autorità in merito all'argomento che tratto e che sono in grado di portare a termine quello che prometto.

Un esempio:

Mi chiamo Angelo Zinna e sono un giornalista freelance con base a Amsterdam. Nel mio lavoro mi occupo principalmente di viaggi, fotografia, architettura e curiosità culturali dello spazio post-sovietico. In passato ho avuto l'opportunità di collaborare con Lonely Planet, Are We Europe, GUP, Matador Network, oltre ad aver partecipato a eventi come TEDx e il Festival della Letteratura di Viaggio di Roma. Vincitore di un NATJA Award e co-autore del podcast Cemento, sono autore del libro Un Altro Bicchiere di Arak (Villaggio Maori Edizioni, 2016).

In mancanza di un portfolio, consiglieri di inviare articoli già completi con una mail di presentazione convincente che contestualizzi l'idea e magari il percorso che ha portato a studiare un determinato argomento. In alternativa, una possibilità è cercare lavori di scrittura su piattaforme per freelancer come UpWork - non troverete annunci del New York Times, ma può essere uno strumento utile per trovare collaborazioni e aggiungere progetti al proprio portfolio.

Il tema dei pagamenti è tra i più spinosi nel mondo del giornalismo, com'è stata fin qui la tua esperienza in merito? Fare solo il giornalista freelance è sostenibile sul lungo termine o fai altri lavori?

Per quanto riguarda l'Italia non credo sia spinoso, anzi, è abbastanza limpido: non ne vale la pena. A chiunque decida di avvicinarsi al giornalismo da freelancer, consiglio di farlo con un piano B in mente. Non conosco nessuno con un affitto da pagare che lo fa. All'estero la situazione è poco migliore: ci sono testate che pagano bene, ma arrivarci è difficile e la competizione molto più alta. Journo Resources è un buon punto di partenza per capire quel che il mercato offre.

Le cifre per un articolo in inglese, nella mia esperienza, variano tra i 70 e i 300 euro. La media è di 100. In Italia, sempre nella mia esperienza, la media è abbastanza vicina allo zero. In entrambi i casi fare il freelancer "puro" è difficilmente sostenibile senza collaborazioni continuative. Oltre al giornalismo io mi occupo di comunicazione per aziende, sempre da libero professionista.

Ti è capitato di accettare di lavorare gratis? Ci sono occasioni in cui ha senso farlo?

Sì, è capitato e capiterà di nuovo. In passato ero contrario, ma con il tempo ho cambiato idea. Credo ci sia qualcosa di nobile nel provare a resistere alle logiche di mercato che conosciamo. Detto ciò, non è

giusto essere sfruttati e non credo a promesse di visibilità, quindi, se si tratta di operazioni commerciali, accetto di lavorare gratis solo se penso che associare il mio nome a una testata possa portare un vantaggio futuro o se l'impegno richiesto è minimo (ad esempio pubblicando la traduzione di un testo già scritto).