

AD ATENE È NATA LA RETE EUROPEA DELLE TESTATE ALTERNATIVE. 10 PAESI E 20 IMPRESE. C'È ANCHE "AE"

Redazioni libere d'Europa. Ecco chi pratica ancora l'informazione indipendente

Testo di Jason Nardi

La redazione di "El Salto", testata spagnola che pubblica una rivista mensile su carta con sei edizioni regionali e una tiratura di 20mila copie. Conta 19 lavoratori, di cui 6 in redazione





In basso, la redazione di *Alternativas Economicas*, rivista mensile spagnola pubblicata dal 2003 da una cooperativa di giornalisti collegata all'omologa francese *Alternatives Economiques*. La cooperativa conta sette soci lavoratori e 65 soci collaboratori

“L'indipendenza ha un costo: unisciti alla cooperativa per la libertà d'informazione!”. Questo è lo slogan di TAZ (www.taz.de), il più grande giornale cooperativo europeo -oltre 200mila lettori, 50mila soci, 250 collaboratori e un capitale sociale di 15 milioni di euro- ma è ben più di un invito pubblicitario. La realtà dell'informazione in Europa oggi è drammatica, se si considera che gli editori puri e i media indipendenti sono sempre meno e devono “competere” con grandi testate commerciali, che fanno capo a gruppi finanziari o imprese multinazionali e spesso, più che informazione, vendono pubblicità e una selezione de-contestualizzata e funzionale di notizie redatte da giornalisti sottopagati e collaboratori “a nero”. Il caso di TAZ è particolare -la testata ha oltre 30 anni- ma non è l'unico in Europa. Un quadro in cui i mezzi d'informazione tradizionali stanno perdendo terreno. Un sondaggio condotto nel 2016 per conto della Commissione europea ha evidenziato infatti che

il 38 per cento dei cittadini ha un livello di fiducia basso o nullo nei media, il 41 per cento tende a fidarsi “mediamente” e solo il 21 per cento ha un'alta fiducia nell'informazione.

Una delle risposte della società civile è stata l'Iniziativa europea per i media (EMI, mediainitiative.eu), partita da 200mila firme e volta alla creazione di una coalizione di cittadini e organizzazioni per il pluralismo mediatico. “Le media corporation hanno bilanci più grandi di alcuni Stati -riporta il database dell'Institute of Media and Communications Policy-. Come agenti e moderatori della globalizzazione hanno il potere economico e di influenza sull'opinione pubblica. Hanno a che fare con la sfida contemporanea di combinare segmenti di *business* che appartengono alla ‘vecchia economia’ con quelli della ‘nuova economia’, attraverso l'alleanza o fusione con agenzie pubblicitarie o piattaforme di social media”. L'Italia non è da meno: l'oligopolio dell'informazione e comunicazione si è andato concentrando sempre più negli ultimi anni, e a farne le spese non sono solo i cittadini ma anche i giornalisti. “Otto giornalisti su dieci hanno un reddito sotto la soglia di povertà”, ha dichiarato Nicola Marini, presidente dell'Ordine. “La situazione dell'editoria è devastante, con la chiusura di nuove redazioni: ormai il 65% degli iscritti è precario o disoccupato”. In questo panorama desolante stanno sorgendo iniziative in contro-tendenza, che cercano di fare rete tra media indipendenti, cooperativi e “alter-economici”, come Altreconomia.

Durante il quarto Congresso di economia sociale solidale europeo (Universse 2017) tenutosi ad Atene nel giugno scorso e organizzato dalla rete “Ripess Europa”, si è svolto il primo *meeting* europeo di media alternativi, indipendenti e cooperativi. Ha riunito i rappresentanti di circa 20 imprese editoriali da 10 Paesi europei (dalla Grecia al Portogallo) e persone che operano nelle reti e organizzazioni dell'economia solidale. Tipologia d'impresa e approccio sono differenti: si va da giornali e riviste cartacee a portali *online*, da redazioni professionali a collettivi di media attivisti. Il punto comune è una linea editoriale diversa rispetto a quella dei media corporativi, concentrata sul racconto delle soluzioni positive alla crisi economica, finanziaria ed ecologica, promosse da cittadini e imprese collettive o cooperative. L'incontro in Grecia era organizzato da un'altro quotidiano indipendente, Efsyn (www.efsyn.gr), The Journalist's Journal, ovvero il giornale dei giornalisti, una cooperativa editoriale che dal novembre 2012, in piena austerità e mentre nel



In Grecia, politici, banchieri e uomini d'affari hanno rilevato i media per promuovere i loro interessi. Con la crisi hanno smesso di pagare i dipendenti. I giornalisti hanno pagato un conto salatissimo

Paese chiudevano decine di testate e venivano licenziati migliaia di giornalisti, ha cominciato a pubblicare e distribuire in tutte le edicole greche: 18mila lettori e abbonati, 10-15 supplementi e tra 5 e 10 libri pubblicati all'anno. La cooperativa ha 122 soci lavoratori, 35 collaboratori e molti contributi volontari esterni. "Non cuciniamo notizie -spiegano- offriamo cibo per il pensiero. I nostri unici i datori di lavoro sono i nostri lettori". "Il nostro è il solo giornale a livello nazionale che non abbia preso un centesimo in prestiti -afferma il direttore Nikolas Voulelis- e non deve niente a nessuno (tasse, contributi agli enti previdenziali, fornitori, ecc); mentre praticamente tutte le edizioni stampate hanno visto un calo enorme nelle loro vendite, Efysn è l'unico che ha avuto un aumento del 18% in media all'anno". "La maggior parte dei media greci appartengono a gruppi imprenditoriali riferiti a finanziari,

armatori, costruttori di opere pubbliche, magnati di turismo e ora anche il proprietario di una squadra di calcio e sono altamente in debito. Sono un buon esempio dell'interconnessione tra politici, banchieri e uomini d'affari, che comprano media per promuovere i loro interessi. La maggior parte di loro non hanno pagato i loro dipendenti per mesi. I giornalisti sono tra i professionisti che più hanno sofferto la crisi".

Uno dei Paesi più vivaci per lo sviluppo di media alternativi è la Spagna. La forza propulsiva dell'economia solidale si esprime anche nell'emersione di una nuova forma cooperativa di media, una formula che nel Paese era praticamente inesistente prima della crisi. Quattro di esse erano presenti all'incontro di Atene dov'è nata la rete di "media alter-economici": si tratta di Alternativas economicas (www.alternativaseconomicas.coop), El Salto (www.elsaltodiario.com), La Directa (www.directa.cat) e Setembre (www.elsetembre.cat).

Alternativas economicas è una rivista mensile pubblicata da una cooperativa di giornalisti e collegata all'omologa Alternatives Economiques, cooperativa francese con quattro decenni di vita. "Siamo usciti nel 2013 grazie alla solidarietà dei nostri amici francesi, che ci hanno permesso di utilizzare i loro contenuti -spiega Pere Rusiñol, uno dei quattro redattori principali-. Noi li abbiamo integrati con altre informazioni, →



A novembre Altreconomia compie gli anni. Diciotto, per l'esattezza. Un traguardo storico per la testata indipendente dell'economia solidale e dei diritti edita da una cooperativa editoriale (Altra Economia Soc. Coop). I soci sono 658. Per abbonarsi, rinnovare l'abbonamento o regalarlo www.altreconomia.it/abbonati



A sinistra, i lavoratori di ZMAG. La testata croata è stata fondata nel 2002 da un gruppo di attivisti impegnati nella tutela dell'ambiente

Osservatorio Balcani e Caucaso - Transeuropa è un portale che nasce nel 2000 come *think tank* che si occupa di Sud-Est Europa, Turchia e Caucaso ed esplora le trasformazioni sociali, politiche e culturali di sei Paesi membri dell'Unione europea, di sette Paesi che partecipano al processo di allargamento europeo e di buona parte dell'Europa post-sovietica coinvolta nella politica europea di vicinato. Lavorando in modo crossmediale, multilingue e transnazionale OBC Transeuropa facilita l'interazione e lo scambio a livello europeo tra i suoi lettori e utenti, che comprendono: organizzazioni della società civile, giornalisti, ricercatori e studenti, *policy makers*, operatori economici; migranti, curiosi. In collaborazione con oltre 40 corrispondenti dal campo -giornalisti, ricercatori, attivisti- OBC Transeuropa



→ riguardanti soprattutto Spagna e America Latina". La cooperativa conta sette soci lavoratori e 65 soci collaboratori. I primi hanno il 70% dei voti nell'Assemblea generale e i collaboratori sono equivalenti agli investitori: hanno messo 4.000 euro ciascuno e in tutto raggiungono il 30% dei voti nell'Assemblea. La redazione è esperta: il direttore, Andreu Missé, fu vicedirettore di El País e corrispondente da Bruxelles. Lo stesso Rusiñol ha diretto El País.

"Abbiamo 2.000 abbonati ma ne occorrono il doppio per essere sostenibili -riflette Rusiñol-. Nel 2016, abbiamo avuto un fatturato di circa 200mila euro e perdite per 21mila. La nostra decisione di fondare la versione spagnola di Alternative Economiques ha a che fare proprio con l'evoluzione dei media *mainstream*, dai quali proveniamo: tra 2010 e 2011 le banche spagnole hanno infatti acquisito i principali organi di informazione, rendendo così impossibile l'indipendenza giornalistica. È per questo che abbiamo deciso di creare una cooperativa autonoma". "Una rete di appassionati alla rivista contribuisce finanziariamente attraverso un abbonamento (49 euro all'anno) o con donazioni che vanno da 65 a 250 euro all'anno. Vogliamo pagare salari decenti e abbiamo bisogno di trovare nuove forme di reddito oltre alle sottoscrizioni. La grande sfida che rimane è quella di accedere alla pubblicità o a finanziamenti istituzionali, in nome del

pluralismo, caratteristica essenziale della democrazia. Siamo parte delle organizzazioni che raggruppano le cooperative catalane (Fctc) e la rete dell'economia solidale (Xes)".

Pablo Elorduy è uno dei redattori di El Salto, una nuova rivista che a partire da precedenti esperienze come quella storica di Diagonal, ha lanciato una proposta ambiziosa: fare un "salto di qualità" professionale per l'informazione alternativa. "I media in Spagna sono dominati da tre gruppi principali -spiega Elorduy-, due televisivi che hanno legami con gruppi aziendali in Italia (Mediaset) e Germania (Atresmedia) e uno che ha più radio e testate influenti della stampa (Grupo Prisa), la Cadena Ser della radio e il quotidiano El País. Questi gruppi hanno tra i proprietari le principali multinazionali e banche spagnole". "La nostra attenzione è rivolta ai 'perdenti della crisi'. Nei nostri primi mesi di vita siamo riusciti a raggiungere quasi 7mila iscritti e pubblicare una rivista mensile su carta con sei edizioni regionali e una tiratura di 20mila copie".

"Al momento contiamo su 19 lavoratori, di cui 6 impegnati in redazione. Disponiamo poi di un collettivo di quasi 100 collaboratori distribuiti in tutto lo Stato. Inoltre, collaboriamo con altri mezzi di comunicazione indipendenti per realizzare insieme reportage. Il nostro modello è decentratizzato, organizzato intorno a nodi autonomi territoriali che sono coordinati tra loro. Legalmente



Josep Comajoan e Sara Blázquez, promotori di "Setembre"



La redazione della polacca Political Critique

segue 26 Paesi, Regioni, Stati de facto e pubblica quotidianamente notizie, analisi, multimedia sulla sua testata *online*. Il suo portale raggiunge 150mila *page-views* mensili e mette a disposizione un archivio gratuito di 12mila approfondimenti. Tutelare la libertà di stampa e promuovere il dibattito pubblico transnazionale sulle violazioni registrate nell'Unione europea, nei Paesi dell'allargamento e del partenariato orientale sono gli obiettivi del progetto **European Centre for Press and Media Freedom** (ECPMF, www.ecpmf.eu), promosso dall'Osservatorio Balcani e Caucaso, che nel 2017 è entrato nel suo terzo anno di attività grazie al rinnovato sostegno della Commissione europea. ECPMF ha curato 3 dossier scaricabili dal sito (balcanicaucaso.org): "La proprietà dei media", "Accesso alle informazioni" e "Journalism for social change" nel Sud-Est Europa

siamo una cooperativa, poiché crediamo che i media dovrebbe essere di proprietà dei dipendenti, collaboratori e lettori regolari".

Molte delle imprese editoriali esistenti non riescono a sopravvivere, specialmente quando si concentrano *online*. È il caso di Settembre, pubblicazione digitale a cura della cooperativa di comunicazione catalana Dies d'agost promossa dai giornalisti Sara Blázquez e Josep Comajoan. Attraverso un giornalismo "lento, senza barriere, né fisiche né mentali", Settembre dà visibilità ai punti di vista e temi che di solito non compaiono su altri media. "Il nostro formato è innovativo. Offriamo servizi di comunicazione ad altre cooperative e progetti di economia sociale solidale e altre imprese e istituzioni -afferma Comojoan-. La cooperativa è l'editore di Settembre, che può essere inteso come un servizio in più offerto dalla cooperativa, soprattutto per i 285 sottoscrittori della pubblicazione. Non abbiamo un numero fisso di collaboratori, ma finora 28 persone hanno collaborato. Siamo parte della Federazione delle cooperative della Catalogna (www.cooperative-streball.coop) e della rete catalana di economia solidale (www.xes.cat)".

Decolliamo dalla Spagna e atterriamo nel Regno Unito: qui esistono molti media indipendenti storici, da Big Issue (www.bigissue.com, giornale di strada che vende oltre 80mila copie a settimana) all'Ecologist (www.theecologist.org), passando per nuove riviste come Stir to Action ([\[stirtoaction.com\]\(http://stirtoaction.com\)\). All'incontro di Atene ha partecipato un'altra rivista storica, Red Pepper \(\[www.redpepper.org.uk\]\(http://www.redpepper.org.uk\)\). "Red Pepper Magazine ha funzionato per oltre 20 anni come uno spazio di media alternativo, femminista, socialista, ecologico e indipendente -racconta Jenny Nelson-. Mettiamo a disposizione uno spazio per diversi filoni di un movimento plurale per imparare gli uni dagli altri. Abbiamo due collaboratori a tempo parziale, mentre redattori e scrittori sono volontari. Pubblichiamo una rivista di carta stampata una volta ogni due mesi e abbiamo un sito che viene aggiornato quotidianamente. La rivista ha un pubblico di circa 10mila lettori \(tra abbonati, vendite in edicola e copie promozionali distribuite in occasione di eventi\). Recentemente abbiamo investito più energia e risorse nel sito e stiamo raggiungendo oltre 100mila visitatori al mese".](http://www.</p>
</div>
<div data-bbox=)

Nel Regno Unito, la distanza tra media tradizionali e realtà ha raggiunto l'apice nel "caso" del socialista Jeremy Corbyn, forte di un consenso sfuggito agli osservatori. "Alle ultime elezioni i media alternativi hanno guadagnato un seguito più ampio -spiega Nelson-. Di fatto, la stampa era contro Corbyn e lo ha attaccato senza sosta, eppure ha superato tutte le aspettative, mostrando che il potere dei grandi media è in calo. Recentemente abbiamo organizzato un evento di raccolta fondi e condotto una campagna di *crowdfunding* per raccogliere 3mila sterline in modo da impiegare un redattore su temi razziali. Finora questo →



La redazione di A2Larm, fondato in Repubblica Ceca nel settembre 2013. Conta tra i 5 e i 10mila lettori

→ progetto ha avuto molto successo e il nuovo redattore, Ashish Ghadiali, ha ospitato una serie di incontri collettivi editoriali per il Black Journalism Fund. Da allora abbiamo pubblicato un numero speciale della rivista in cui tutti i collaboratori hanno scritto dal punto di vista delle minoranze. È un progetto sperimentale, primo del genere nel Regno Unito: potrebbe diventare indipendente da Red Pepper e sembra avere in ogni caso un buon potenziale di crescita”.

Anche a Est l'informazione indipendente è minacciata da populismi e politiche autoritarie. È il caso della Croazia. “I media croati sono per lo più imprese controllati dallo Stato o da gruppi economici, tranne in pochi casi -spiega Antonia Banovic, di ZMAG, Rete ambientalista di gruppi di attivisti fondata nel 2002-. Le organizzazioni di media indipendenti non hanno molto potere di influenza sull'opinione pubblica. Nel 2014, il governo ha iniziato un programma grazie al quale una Commissione indipendente avrebbe dovuto distribuire una quota dei proventi della lotteria di Stato ai media senza scopo di lucro. Nel suo primo anno di funzionamento, la Commissione ha assegnato 20 sovvenzioni per 3 milioni di kune, ovvero 300mila euro”. L'anno scorso l'ex ministro della Cultura ha cancellato il programma, portando così alla chiusura di gran parte dei media indipendenti beneficiari. Nonostante tutto, ZMAG (www.zmag.hr) continua a funzionare come un piccolo editore indipendente, finanziando le sue pubblicazioni attraverso progetti o con il sostegno da parte di alcune fondazioni culturali.

“In Repubblica Ceca -come racconta Markéta Vinkelhoferová, che collabora con A2Larm- il settore dell'informazione si scontra con problemi

simili a molti altri Paesi: i media *mainstream* (oltre a TV e radio di proprietà statale) sono nelle mani di pochi oligarchi (MF Dnes, Lidové noviny, Reflex). Sono comparsi nuovi giornali *online* conservatori (echo24.cz, parlamentnilisty.cz), finanziati da magnati che esaltano le politiche neoliberaliste e giocano sulla crisi dei rifugiati. La controparte è rappresentata da riviste e siti web progressisti, di cui quelli con un impatto più significativo sembrano essere A2Larm e A2 (strettamente collegati al polacco Political Critique) e Sedmá generace (Settima generazione)”.

A2Larm (www.a2larm.cz) è stato fondato nel settembre 2013. I lettori quotidiani oscillano tra 5 e 10mila, e in redazione lavorano sei giornalisti. Copre una vasta gamma di temi, da quelli sociali ed economici alle disuguaglianze di genere, del lavoro e le questioni ambientali, dai problemi nell'Unione europea e nei Paesi dell'est europeo, alla crisi dei rifugiati, l'economia sociale solidale. Dal 2005 edita anche A2 magazine, rivista bimestimaneale cartacea e un sito, www.advojka.cz (con redazioni separate, 11 redattori e oltre un centinaio di collaboratori volontari). Affronta questioni di cultura da una prospettiva più ampia, compresa l'attualità e la politica, con l'obiettivo di creare un'alternativa. Ci scrivono giornalisti, accademici, scrittori, poeti, artisti, musicisti e personalità note della Repubblica Ceca, nonché attivisti e studenti.

Sedmá generace (Settima generazione), invece, è una rivista bimestrale cartacea e un sito web, pubblicata fin dal 1991 dall'associazione “Gli Amici della Terra Repubblica Ceca”, centrata sulla società e su questioni ambientali, nonché sui contesti politici, economici e culturali e il loro impatto. Originariamente chiamato “Generazione finale”, è stato rinominato ispirandosi agli Irochesi nativi americani.

In Polonia, dove la dimensione europea è marginale nel dibattito pubblico nazionale, c'è un importante luogo di discussione indipendente assicurato da media come Krytyka Polityczna: “Critica politica”, un'associazione che impiega 35 persone in redazione e può contare su 200 collaboratori. “È una rivista *online* (www.politicalcritique.org) per la democrazia, l'uguaglianza e la cultura oltre lo Stato-nazione -spiega il caporedattore Dawid Krawczyk-. Tra le altre cose pubblica una selezione di articoli dalle sue riviste partner con traduzioni nelle principali lingue europee”. Temi: frontiere, cittadinanza e immigrazione, femminismo e genere, limiti e contraddizioni dell'Unione europea, municipalità e beni comuni. ➔