

Elisa Manacorda

febbraio 2024



# Vita da freelance



# Il giornalista web



Ha un alto ritmo di produzione



E' propositivo



E' in grado di progettare/fare/montare video e podcast



Conosce i sistemi di impaginazione dei giornali



Sa dove trovare le foto per le gallery (e ha chiare le leggi del copyright)

# Il giornalista web

Ha un ottimo seguito social

E' disponibile a seguire eventi (è motorizzato)

Non ha orario di lavoro

Ha un'agenda piena di nomi

Rispetta le gerarchie

...è ricco di famiglia



## La piramide del giornalismo

- Direttore responsabile, vicedirettore, caporedattore, caposervizio, redattore, praticante, collaboratore
- Ufficio centrale, inviato, segreteria di redazione, grafici, tecnici
- Il desk / la cucina
- La riunione di redazione



## Il viaggio dell'articolo

- La proposta (notizia, taglio, link, intervista). Definizione di tempi e lunghezze
- La scrittura
- Il passaggio
- La pubblicazione

# Quello che può andare storto



Tempi di consegna



L'intervistato/a



La revisione dei quote



Il taglio



Le misure



Il passaggio



Il titolo



## L'economia del freelance

- Tempi di realizzazione (4000 battute con virgolettati)
- Compensi e costi
- Costo/efficienza
- Problema: arrivare a fine mese

Compensi lordi per un articolo, secondo diverse testimonianze e informazioni raccolte:

Corriere della Sera: meno di 1.000 battute 10 euro; tra 1.000 e 2.500 battute 20 euro; tra 2.501 e 3.600 battute 35 euro; oltre 3.600 battute 50 euro. I compensi sono più alti per gli articoli pubblicati negli inserti (*Corriere Economia, Corriere Salute, Corriere Motori*, eccetera) e nella sezione di cultura, e più bassi nelle edizioni locali del giornale (circa la metà di quelli scritti sopra, nella maggior parte dei casi).

Corriere.it: 15 euro per un articolo di solo testo.

Repubblica: i compensi variano molto a seconda degli accordi presi con il singolo giornalista. Si va da 20 euro per i pezzi più brevi a 60/70 euro per quelli che superano le 3.600 battute. Come per il *Corriere*, i compensi possono essere più alti per pezzi pubblicati in alcune sezioni specifiche, come la cultura.

Repubblica.it: i compensi sono molto variabili. Due esempi più o meno agli estremi sono 10/20 euro per un articolo di sport, 50 euro per uno nella sezione salute.

La Stampa: per i collaboratori che scrivono di cronaca o sport, fino a 1.260 battute 15 euro, più di 1.260 battute 30 euro. Nella sezione cultura si arriva a 60 euro per una recensione e a 120 euro per un'intervista. Sul sito, a differenza di altri giornali, è applicato il criterio del compenso crescente sulla base della lunghezza.

Il Fatto Quotidiano: colonnini/brevi 30 euro; tagli bassi (cioè gli articoli nella parte bassa della pagina) 50 euro; articoli di apertura di una pagina 70 euro; articoli oltre le 5.000 battute 90 euro.

Ilfattoquotidiano.it: 30 euro.

Quotidiano nazionale (*Il Resto del Carlino, Il Giorno e La Nazione*): fino a 275 battute 50 centesimi; da 276 a 825 battute 2 euro; da 826 a 2.200 battute 6 euro; oltre 2.200 battute 9 euro. Se si scrivono più di 80 pezzi in un mese, dall'81esimo tutti i pezzi vengono pagati al massimo 2 euro. Una fotografia pubblicata nel pezzo viene pagata 2 euro, ma dalla 51esima fotografia pubblicata il compenso è 50 centesimi per ognuna.

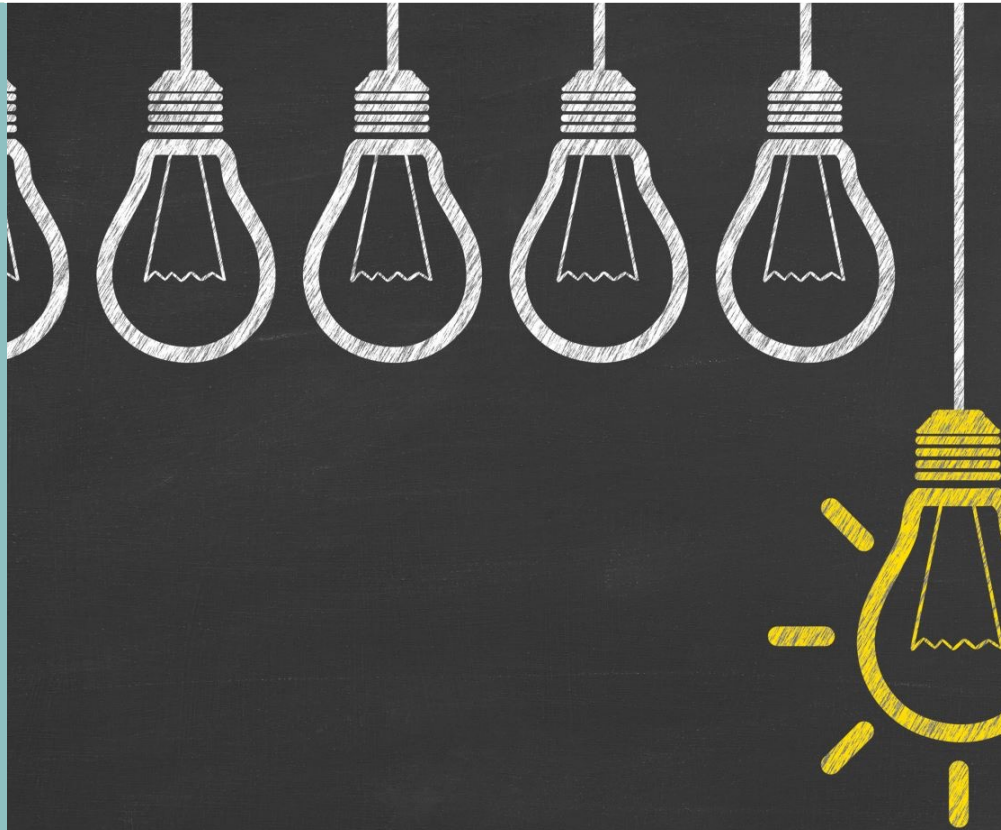
Online: da 276 a 825 battute 2 euro; da 826 a 2.200 battute 3 euro; oltre 2.200 battute 4 euro. Dopo i 40 pezzi mensili, ogni pezzo viene pagato 1 euro. Una fotografia pubblicata viene pagata 1 euro e 50, 1 euro se inserita in una fotogallery, 50 centesimi dopo la 40esima foto pubblicata.

Il Messaggero: nella sezione di moda tra 13 e 26 euro; nella sezione di sport, per pezzi oltre le 3.500 battute 20 euro sulle pagine dell'edizione locale romana, 39 euro su quelle nazionali.

Ilmessaggero.it: 7 euro.

Il Foglio: meno di 6.000 battute 60 euro; più di 6.000 battute 90 euro.





## Soluzioni

- Diversificare le testate
- Diversificare le competenze
- Unire le forze e dividere le spese

# Come integrare

- L'ufficio stampa (aziende, charities, enti di ricerca)
- L'autore (programmi televisivi, radiofonici, libri)
- Il portavoce (scienziati, medici, ricercatori)
- La divulgazione in proprio (social, web tv) – sperando negli inserzionisti
- Le moderazioni



## Il futuro

- Professionisti della comunicazione