

DOPPIOZERO

Il giornalismo cooperativo

[Francesca Musiani](#)

20 Settembre 2013

Cos'ha di speciale un albero di fico detto "Baniano", tra tutti gli alberi che popolano il nostro pianeta? Come il World Wide Web, si sviluppa dove e quanto la fertilità del terreno lo permetta, limitato solo dal suo proprio DNA: è la ragione per cui il giornalista e imprenditore americano [Tom Stites](#) ha dato il nome di [Banyan Project](#) al suo progetto di giornalismo comunitario, inaugurato nel 2010. La metafora, secondo il creatore del progetto, è un'ottima maniera di ricordarci costantemente che il business model di *Banyan* deve adattarsi perfettamente al Web: ogni divergenza ne limiterebbe la crescita.

Elaborato durante il suo soggiorno al [Berkman Center for Internet and Society](#) dell'università di Harvard, nel 2010 e 2011, il progetto di Stites consiste nel creare un insieme di cooperative di giornalismo, i cui azionisti e membri sono gli stessi lettori. Per mezzo dei loro contributi diretti al finanziamento del giornale, i lettori ne assicurano l'integrità e l'indipendenza rispetto ai grandi attori del mercato e della politica.



Tom Stites

Gli editori e i redattori mantengono il potere decisionale sulla scelta degli argomenti di attualit  da trattare, ma si dimostrano molto attenti agli argomenti che interessano il loro lettorato; questi sono identificati tramite il feedback dei lettori, ottenuto tramite un programma informatico dedicato specificamente a tale scopo. Nonostante gli articoli siano accessibili gratuitamente, online, per tutti, i lettori hanno un interesse duplice a divenire membri paganti della cooperativa.

Se da un lato possono cos  continuare ad assicurarsi che argomenti poco o non trattati dalla stampa generalista e dai mezzi d'informazione *mainstream* continuino ad essere seguiti e pubblicati, possono d'altro canto esprimere i loro suggerimenti, bisogni, e preferenze, con l'assicurazione che questi saranno effettivamente presi in considerazione e posti al centro delle attivit  della cooperativa.

Per questo modello, Tom Stites ha tratto ispirazione dalle sperimentazioni di cooperative nel settore del giornalismo che vengono dall'Italia, dalla Germania, dal Messico - adattandole alle specificit  americane. Un esempio   l'italiano *Il Manifesto*: gestito da un collettivo di giornalisti, questo giornale non distingue tra proprietari, redattori e editori. I dipendenti sono tutti soci e membri della cooperativa, compreso il personale tecnico, e percepiscono lo stesso salario.



Il manifesto

Nell'attuale congiuntura economica e sociale, in cui il giornalismo classico Ã, come impresa - e come ogni altro mestiere dell'editoria - messo alla prova dal digitale, numerose sperimentazioni di giornalismo comunitario e cooperativo hanno luogo in pi¹ parti del mondo. Sovente, possono contare sul Web come principale strumento d'organizzazione, raccolta, disseminazione di notizie - e sfuggono per la maggior parte ai circuiti *mainstream* dell'informazione e del giornalismo. Come spiega il sociologo francese [Sylvain Parasié](#), l'innovazione Ã stata in massima parte condotta al di fuori della stampa tradizionale (?! , Ã) all'interno di strutture relativamente modeste che i giornalisti hanno innovato, cercando al tempo stesso dei nuovi business model.â•

Se pu² essere relativamente semplice cominciare un'attività nel campo del giornalismo comunitario, grazie alle deboli barriere all'entrata proposte dal Web, Ã per² meno facile rimanervi, e ancora meno prosperarvi. Dopo che l'interesse per il giornalismo comunitario ha passato, alcuni anni fa, lo stadio di qualche piccola impresa pioniera, la ricerca di business model sostenibili e riproducibili Ã ormai sempre pi¹ diffusa. Con un successo limitato: come spiega Jan Schaeffer, il primo autore di [un rapporto](#) su 46 start-up di giornalismo sul Web presentato nel 2010 dall'*American University*, i siti comunitari di giornalismo non sono ancora un affare.â•

Ci² che Ã particolarmente interessante nel caso del *Banyan Project* Ã per l'appunto che il suo creatore mette l'accento sulla necessit² di un modello economico sostenibile per garantire il suo successo. Al di l² dei suoi aspetti pi¹ esplicitamente politici - l'empowerment tramite l'informazione, e una pi¹ grande qualit² del coinvolgimento del cittadino nella vita democratica, entrambi ben presenti nella visione di Stites - Ã dunque l'esplorazione di business model per l'informazione futura a costituire la vera

novità e il punto d'interesse centrale del progetto. Dan Gillmor, giornalista e imprenditore ben conosciuto negli Stati Uniti per le sue esplorazioni alla frontiera tra edizione e digitale, nonché mentore per il Banyan Project, ha pochi dubbi sull'interesse del progetto: «se il futuro dell'informazione comunitaria vi interessa, ([questo progetto](#)) è davvero importante.»

In un settore profondamente scosso dai nuovi usi dell'informazione e dalle [nuove pratiche professionali](#), il giornalismo cooperativo rivisita un modello economico che sta dando buoni risultati in diversi altri campi, dalle cooperative di credito che appartengono a chi deposita danaro, alle cooperative alimentari appartenenti a chi acquista. Un potenziale innovativo che non è peraltro sfuggito alle Nazioni Unite, le quali hanno proclamato il 2012 l'anno internazionale delle cooperative per rendere il pubblico cosciente dei preziosi contributi delle imprese a modello cooperativo nell'ambito della riduzione della povertà, della creazione di posti di lavoro, e dell'integrazione sociale (sottolineando) i punti di forza della cooperativa come business model, modo alternativo di far parte del mercato, e servire la causa dello [sviluppo socio-economico](#).

In cosa consiste, dunque, il modello economico proposto dal *Banyan Project* per le cooperative d'informazione comunitarie e appartenenti ai lettori? Per Tom Stites, due aspetti sono fondamentali: la stabilità nel tempo e la replicabilità su scala più ampia, comunità dopo comunità. Il fatto che l'impresa appartenga ai suoi lettori garantisce l'integrità degli editori *Banyan*, e rende loro più facile tenere in considerazione prima di tutto le esigenze del lettorato piuttosto che quelle degli inserzionisti o degli investitori poco investiti. Stites fa affidamento sulla rilevanza, l'affidabilità e il valore civico del giornalismo che risultano da [tale modello](#), proposto alla comunità Web in maniera gratuita, per convincere un numero importante di lettori fedeli e sufficientemente coinvolti per aderire alla cooperativa come membri/co-proprietari, nonostante la pubblicazione delle notizie abbia luogo in maniera gratuita per la totalità del pubblico.

Le [cooperative Banyan](#) sono destinate a essere finanziate principalmente grazie ai regolari contributi dei lettori/membri. Questi contributi sono di un ammontare modesto, perciò necessario raggiungere una massa critica di lettori per assicurarne la durata nel tempo. A ciò si aggiungono altre fonti di reddito secondarie, come la pubblicità, i contributi degli «Amici di *Banyan*» (degli attori militanti per il rafforzamento della democrazia e interessati al giornalismo alternativo), il *crowdfunding*, delle donazioni provenienti da diverse fondazioni, eccetera.

La città di Haverhill, nel Massachusetts, Stati Uniti, sessantamila abitanti, è stata scelta come luogo del progetto pilota grazie al suo forte potenziale cooperativo: a seguito del declassamento del suo solo giornale quotidiano a un settimanale insufficientemente finanziato, e della chiusura della sua unica stazione radio, Haverhill è diventata ciò che Tom Stites chiama un [deserto di notizie](#). La sua vita civica quotidiana potrebbe dunque beneficiare molto di reportage dettagliati e attenti alla dimensione locale; inoltre, rappresenta un terreno fertile per il reclutamento di membri/lettori/proprietari agguerriti e inclini alla sperimentazione.

Nel giornalismo, così come in altri settori, le cooperative portano una risposta dal basso alle nuove pratiche dei lettori e dei professionisti dell'informazione, nel momento stesso in cui le grandi imprese

esitano spesso a rinnovarsi al ritmo sostenuto da loro imposto. La necessit  di una pluralit  di fonti d'informazione di qualit  , rapide e rilevanti âa livello localeâ da un lato, e la possibilit  di condividere e pubblicare queste informazioni in maniera quasi istantanea sul Web, dall'altro: ecco ci  che potrebbe, nella congiuntura economica attuale, rendere la cooperativa un modello duraturo e flessibile per il giornalismo.

Il presente articolo   apparso in francese su [Labs Hadopi](#) (  Le journalisme coop ratif: un modèle économique durable pour les futures sources d'information? )

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio   grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto. Torna presto a leggerci e [SOSTIENI DOPPIOZERO](#)

