

GIORNALISMI

Il giornalismo che cambia nella *Cultura* in trasformazione

La rivoluzione digitale ha creato una situazione paradossale; da una parte ha reso i servizi culturali più accessibili, facendo del consumatore anche un produttore e curatore di contenuti culturali- il *prosumer*, ma dall'altra parte ha fatto crollare il valore unitario di molti contenuti. Questo da un punto di vista degli addetti al settore (compreso quello del giornalismo) significa che il valore immateriale del prodotto culturale sta aumentando, ma la capacità di produrre reddito attraverso questi tipi di prodotti è diminuito drasticamente. Per questo c'è bisogno di immaginare nuove formule di progettazione, organizzazione, finanziamento e distribuzione della cultura, in cui rientra anche l'editoria, oggi in forte e costante trasformazione.

La cultura in trasformazione. L'innovazione e i suoi processi, nel libro curato da associazione *cheFare* e pubblicato da *Minimum fax* nel 2016, con otto voci autorevoli (Alessandro Bollo, Roberto Casati, Paola Dubini, Vincenzo Latronico, Gianfranco Marrone, Ivana Pais, Christian Raimo e Jacopo Tondelli, con un'introduzione di Marco Liberatore e Bertram Niessen) che riflettono sul tema dell'*innovazione culturale*, su come cambia il fare cultura e su quale orizzonte è possibile muoversi perché la *cultura* non sia solo intrattenimento ma vero e proprio elemento di coinvolgimento della cittadinanza e leva della partecipazione alla vita democratica. In quest'ottica, quella della *cultura* per cambiare le cose e alimentare la democrazia, si

inserisce il lavoro giornalistico, investito da grandi cambiamenti e in fase di trasformazione. Il giornalista Jacopo Tondelli ci accompagna in un *excursus* storico nella professione del giornalista, ne delinea il quadro futuro e, fra tinte fosche (la morte delle redazioni, il crollo di vendite dei media tradizionali, il proliferare di fonti di informazioni, fino al giornalista tutto fare e solitario) intravede delle opportunità per innovarsi. Dai finanziamenti e *crowdfunding* su singoli progetti e inchieste fino agli esperimenti cooperativi o *simil* cooperativi fra giornalisti che cedono ancora nella redazione come modello, con nuovi e necessari modelli di business. In definitiva, nel giornalismo in trasformazione, il futuro di questo lavoro e della sua capacità di fare la differenza "è affidato alla volontà dei cittadini lettori: se lo vorranno, noi dovremo esistere. Senza di loro, non c'è posto per noi. O viceversa?".

cheFare è un'associazione formatasi nel 2012 con lo scopo di promuovere l'omonimo bando da 100 mila euro per progetti culturali innovativi. Dal 2014 è diventata un'organizzazione indipendente che si occupa di produrre e aggregare pratiche concrete e riflessioni teoriche sui mutamenti culturali in corso. Il libro nasce dopo 5 anni di lavoro: 3 bandi nazionali, 1.800 partecipanti e 170.000 votanti da tutta Italia, 350.000 euro di premi alle organizzazioni culturali innovative, centinaia di articoli pubblicati su *www.che-fare.com* e altrettante incontri con realtà grandi e piccole che producono cultura sui territori.

