



Associazione Giornalisti Cosenza

Maria Rosaria Sessa

Linee programmatiche 2010/2011

Bozza per la discussione

Cosenza - Sala Convegni Coni - Piazza Matteotti
19 giugno 2010

Gli scopi dell'Associazione



L'attenzione ai problemi interni



- favorire la crescita della categoria, anche in collaborazione con tutti coloro che esercitano la professione giornalistica;
- elaborare proposte in grado di arricchire e stimolare la fase progettuale degli Organismi istituzionali;
- avviare iniziative di formazione professionale nell'ambito della professione giornalistica;
- assicurare sostegno anche sul piano della rappresentanza a quanti, iscritti e non, volessero individuare nell'Associazione un punto di riferimento e di confronto.

L'attenzione ai problemi dello sviluppo



- affermare una presenza qualificata nella società civile, con la quale dialogare e confrontarsi;
- promuovere iniziative diverse con l'obiettivo di concorrere a favorire la crescita del territorio.



Stare al passo con i cambiamenti è necessario

Più volte abbiamo discusso sulle ragioni della crisi dell'associazionismo e sul disagio sempre più diffuso che si percepisce anche tra di noi, senza tuttavia trovare risposte adeguate.

Capita di lamentarci della nostra condizione, di scaricare le colpe sulle circostanze sfavorevoli o, peggio ancora, sugli altri!



Viene un momento nella vita di ciascuno di noi, così come in quella delle organizzazioni, in cui è necessario: Fermarci, fare il PUNTO

- capire dove ci troviamo e dove andare con esattezza;
- individuare la strada migliore;
- Che fare per creare interesse;
- fare un inventario degli strumenti a disposizione.



Fermarsi a riflettere per ripensare se stessi e il proprio modo di procedere, porre attenzione ai fermenti che condizionano la vita di ciascuno di noi, individuare le ragioni del nostro disagio, non significa essere indecisi o insicuri: è un modo corretto d'agire che permette di crescere in un mondo che cambia continuamente.

Abbiamo fatto bene, ora possiamo fare di più



E' tempo di proporci come punto di riferimento d'eccellenza, come laboratorio di idee, non già per sostituirci al Sindacato, ma per offrire allo stesso e all'Ordine elementi di riflessione, di analisi, di studio, finalizzati a migliorare le nostre condizioni di lavoro e la qualità dell'informazione.

Una scelta che, oltre a creare interesse tra gli associati, potrà certamente essere apprezzata perché porrà le nostre Rappresentanze nelle condizioni di avere maggiore forza contrattuale nel confronto con le Istituzioni, con il mondo del lavoro e dell'editoria.



Altro obiettivo riguarda l'impegno per lo sviluppo economico e culturale della nostra Regione, gravata da una crisi insostenibile che pesa su ciascuno di noi.



In particolare, l'idea progettuale è quella di promuovere iniziative di rilievo facendo "rete" con le altre Associazioni regionali, con il sistema produttivo locale, le istituzioni, le Università.

Le macro aree d'intervento



La proposta, qui rappresentata nelle linee generali, si muove su due direttici strategiche:

L'attenzione sulle iniziative e sui problemi della Categoria, con l'obiettivo di favorire la crescita professionale e culturale degli Associati

La promozione di una serie di iniziative con lo scopo di concorrere alla crescita economica e culturale della nostra regione.



L'Associazione attraverso la forza dei numeri

Prima di definire gli obiettivi, nelle tabelle che seguono, sono stati analizzati alcuni macro dati (quelli possibili) riferiti alla nostra Associazione, assumendo come quadro di riferimento la Provincia di Cosenza.

I giornalisti nella Provincia di Cosenza

Professionisti	Numero	%	Praticanti	Numero	%	Publicisti	Numero	%	Totale	%
Maschi	63	64,95	Maschi	13	61,90	Maschi	439	73,17	515	71,73
Donne	34	35,05	Donne	8	38,10	Donne	161	26,83	203	28,27
Totale Gen.	97	100,00	Totale	21	100,00	Totale	600	100,00	718	100,00

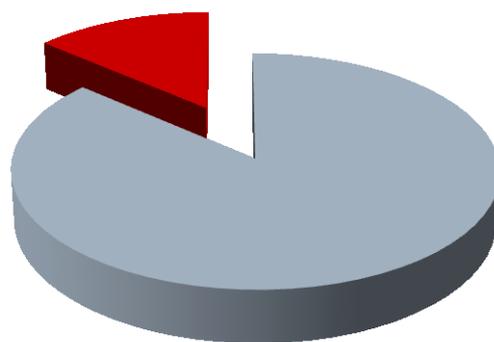
La nostra Associazione

Professionisti	Numero	%	Praticanti	Numero	%	Publicisti	Numero	%	Totale	%
Maschi	25	71,43	Maschi	0		Maschi	48	61,54	73	64,60
Donne	10	28,57	Donne	0		Donne	30	38,46	40	35,40
Totale Gen.	35	100,00	Totale	0		Totale	78	100,00	113	100,00

L'Associazione attraverso la forza dei numeri



Giornalisti Provincia Cosenza	Numero	Associazione Sessa	Numero	%
Maschi	515	Maschi	73	14,17
Donne	203	Donne	40	19,70
Totale	718		113	15,74

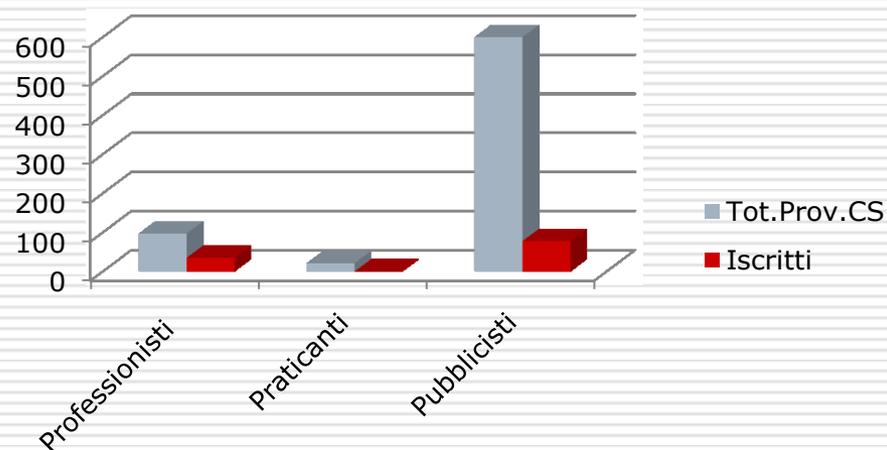


- Giornalisti Provincia Cosenza
- Associazione Sessa

L'Associazione attraverso la forza dei numeri



	Professionisti	%	Praticanti	%	Pubblicisti	%	Totale	%
Iscritti	35	36,08%	0	0,00%	78	13,00%	113	15,74%
Tot.Prov.CS	97	100,00%	21	100,00%	600	100,00%	718	100,00%



L'Associazione attraverso la forza dei numeri



Professionisti

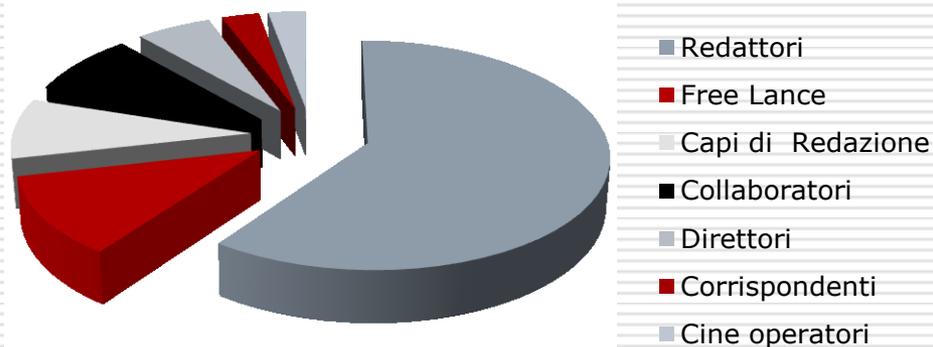
Testata	Capo Redattore	Collaboratore	Corrispondente	Direttore	Free lance	Redattore	Cineoperatore	Totale
Rai	1					8	1	10
Il Quotidiano di Calabria						8		8
Gazzetta del Sud	1					3		4
Free lance					4			4
Il Quotidiano di Basilicata				1		1		2
Ansa	1							1
Calabria Ora						1		1
Il Messaggero			1					1
Ten				1				1
Ufficio Stampa BCC		1						1
Ufficio Stampa Comune MI		1						1
Ufficio Stampa Regione Calabria		1						1
Totale complessivo	3	3	1	2	4	21	1	35

I contratti , tranne quattro , sono a tempo indeterminato

L'Associazione attraverso la forza dei numeri

Professionisti

QUALIFICA	NUMERO	%
Redattori	21	60,00
Free Lance	4	11,43
Capi di Redazione	3	8,57
Collaboratori	3	8,57
Direttori	2	5,71
Corrispondenti	1	2,86
Cine operatori	1	2,86
Totale	35	100



L'Associazione attraverso la forza dei numeri



Publicisti

Testate	Collaboratore	Free Lance	Operatore	Redattore	Totale complessivo
Free Lance		25			25
Il Quotidiano di Calabria	10				10
Gazzetta del Sud	7				7
Metrosat	4			1	5
Ten	4				4
Calabria Ora	3				3
Parola di Vita	3				3
Corriere dello Sport	2				2
Radio Saund	2				2
Rai			1	1	2
Assindustria Cosenza	1				1
Cosenza Channel.it	1				1
Edizioni Master	1				1
Forza Cosenza	1				1
Gazzetta dello Sport	1				1
Giornale di Sicilia	1				1
La Strada Web	1				1
Lastradaweb.it	1				1
Missione 2000	1				1
Porta voce Comune CS	1				1
Radio Libera Bisignano	1				1
Sport & Turismo	1				1
Ufficio Stampa Arcidiocesi CS	1				1
Ufficio Stampa Comune M.U:	1				1
Ufficio Stampa Coni	1				1
Totale complessivo	50	25	1	2	78

Il rapporto di lavoro per la quasi totalità è precario

L'Associazione attraverso la forza dei numeri



Pubblicisti

QUALIFICA	NUMERO	%
Collaboratori	50	64,10
Free Lance	25	32,05
Redattori	2	2,56
operatori	1	1,28
Totale	78	100

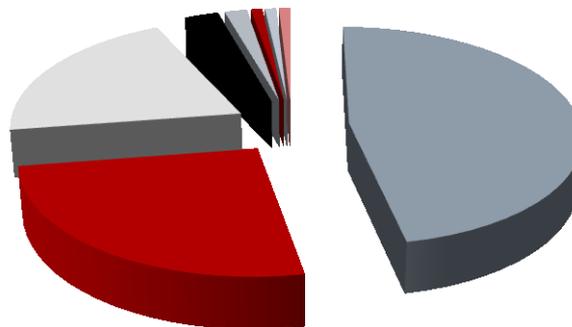


L'Associazione attraverso la forza dei numeri



Quadro riassuntivo

QUALIFICA	NUMERO	%
Collaboratori	53	46,90
Free Lance	29	25,66
Redattori	23	20,35
Capi di Redazione	3	2,65
Direttori	2	1,77
Corrispondenti	1	0,88
Operatori	1	0,88
Cine operatori	1	0,88
Totale	113	100,00



- Collaboratori
- Free Lance
- Redattori
- Capi di Redazione
- Direttori
- Corrispondenti
- Operatori
- Cine operatori

Le iniziative interne



L'Agenda



L'indagine statistica

Il raggiungimento del nostro primo obiettivo non può prescindere dalla conoscenza della realtà più complessiva all'interno della quale operiamo.
Per completezza, si rende perciò innanzitutto indispensabile effettuare una rilevazione dei macro-dati di categoria.

Categorie

Età

- Professionisti

Sesso

- Pubblicisti

Prov.

- Praticanti

Le iniziative interne



L'indagine statistica

La rilevazione dei dati per testata consentirà di incrociare i macro-dati di categoria utili per la successiva mappatura.

Testate

Tiratura
audience

- Quotidiani

Contributi

- Agenzie di Stampa

Occupati

- Televisioni

Tipologie
contratti

- Radio

Sesso

- Periodici

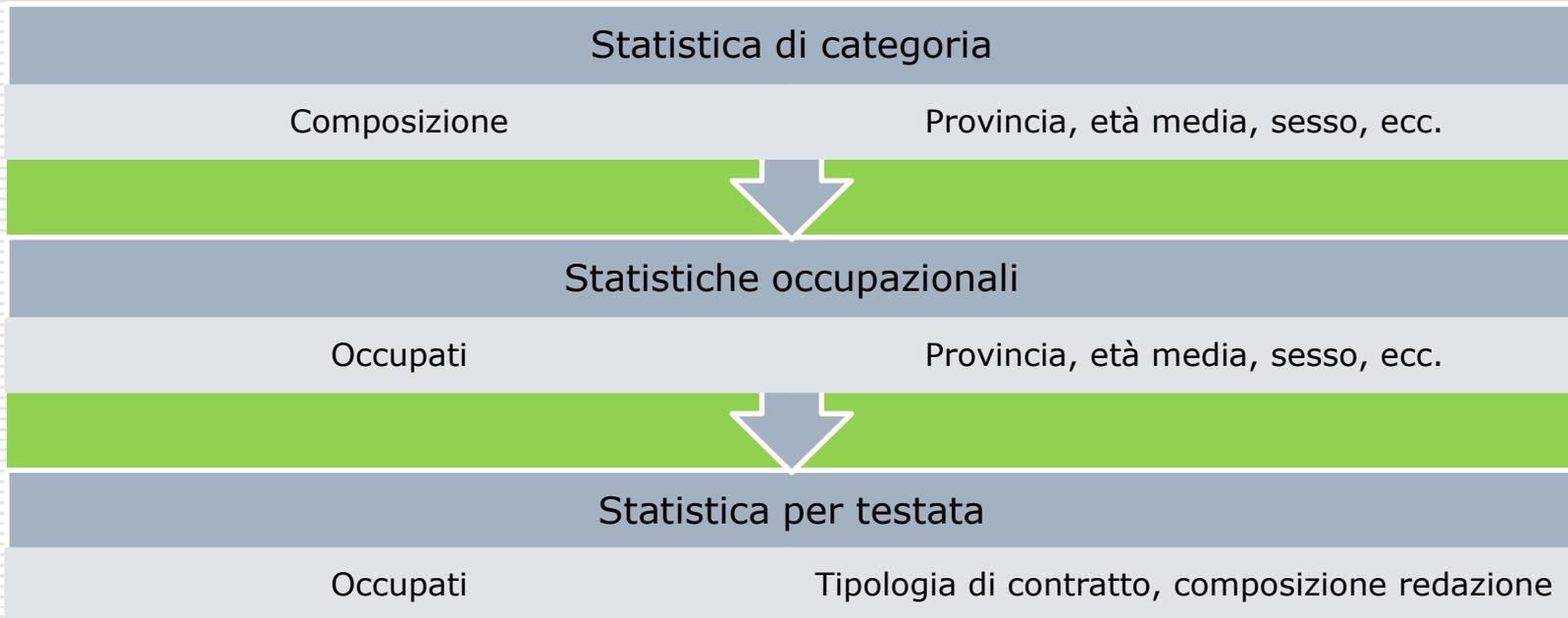
- Quotidiani on-line

Le iniziative interne

L'indagine statistica



Attraverso la rilevazione dei dati di categoria e di testata - unitamente alle risultanze di apposita indagine conoscitiva tra i soci sui maggiori fattori di criticità - sarà possibile ottenere un quadro di riferimento completo della realtà che ci riguarda.



Le iniziative interne

La formazione: strumento per crescere, cambiare, agire



I Moduli:

La Comunicazione

La leadership

Il giornalismo televisivo

L'economia in redazione



Le iniziative interne

L'arte di comunicare



- L'arte di comunicare;**
- La conduzione della riunione;**
- La leadership;**
- Il giornalismo televisivo;**
- Il giornalismo economico.**

**Non c'è mai una seconda occasione
per fare una buona impressione la
prima volta**

iniziative interne

L'arte di comunicare



Parlare in pubblico
Gli stati emotivi
?? Paura di parlare
?? Paura della gente
?? Paura del ridicolo



Le iniziative interne

L'arte di comunicare



Consapevolezza

Risorse utilizzate 20%



Mente



Corpo

Inconsapevolezza

Risorse inutilizzate 80%



Emotivo

Le iniziative interne

L'arte di comunicare



- I Principi della comunicazione autorevole
- La tecnica dell'osservazione
- Le tecniche per presentare e coinvolgere



Le iniziative interne

La conduzione della riunione



- L'arte di comunicare;
- La conduzione della riunione;**
- La leadership;
- Il giornalismo televisivo;
- L'economia in redazione.

Le iniziative interne

La conduzione della riunione



Impareremo a:

- ❑ Determinare chi farà cosa e quando
- ❑ Le tecniche riferite alla preparazione
- ❑ Le tecniche di conduzione per coinvolgere



Le iniziative interne

La leadership



- L'arte di comunicare;**
- La conduzione della riunione**
- La leadership;**
- Il giornalismo televisivo;**
- Il giornalismo economico.**

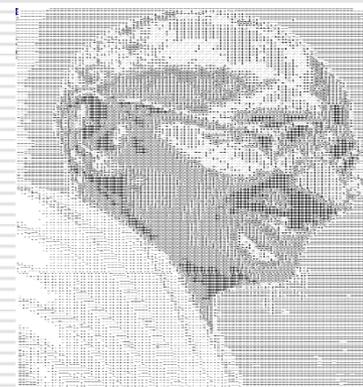
Le iniziative interne

La leadership



Comprenderemo che il Leader:

- per ogni “è” immagina un “dovrebbe” migliore;
- indica sempre nuove e più ambiziose mete da conseguire;
- vive i problemi come opportunità;
- mobilita l’energia del team e facilita la ricerca delle soluzioni;
- e’ innovatore;
- dà a se stesso e ai suoi collaboratori obiettivi concreti, misurabili, raggiungibili, sfidanti;
- si pone un obiettivo per ogni azione;
- trasmette una visione;
- sa guidare il team



Le iniziative interne

La leadership

- ❑ **La forza dell'immaginazione**
- ❑ **Pensare creativamente (la tecnica del Brainstorming e del freewheeling)**
- ❑ **La forza del silenzio**
- ❑ **Pensare positivo**
- ❑ **Il tempo amico**



Sii pronto all'ascolto e lento nella risposta

(dalla Bibbia)



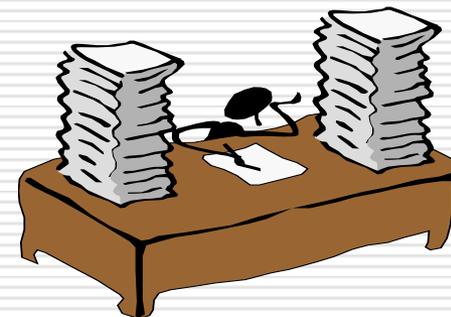
Le iniziative interne

La leadership



Impareremo come si favorisce il processo di delega

- ❑ **Investendo energie e risorse personali senza avere la certezza di una resa immediata;**
- ❑ **Accettando che altri possano essere capaci di fare e meglio di noi;**
- ❑ **Avendo fiducia e autocontrollo;**
- ❑ **trattenendosi dal fornire suggerimenti eccessivi.**



Le iniziative interne

Il giornalismo televisivo



Si tratta di un Corso per conduttore televisivo e si propone di migliorare le performance dei colleghi del settore.

I partecipanti potranno gestire e presentare situazioni televisive differenti come programmi sportivi, talk-show, tg, magazine, presentazione di servizi.

Durante il corso verranno simulati momenti di conduzione e spettacolo con lo scopo di sperimentare e mettere a punto le tecniche apprese.

Interverranno professionisti della televisione e della comunicazione per raccontare le loro esperienze nel settore.

- L'arte di comunicare;
- La conduzione della riunione
- La leadership;
- Il giornalismo televisivo;**
- L'economia in redazione.

L'economia in redazione



Obiettivo del Corso è quello di imparare a leggere un bilancio.

Si articola:

- “Il bilancio come si redige e come si legge”;
- “Il bilancio consolidato e la situazione finanziaria”;
- Il “Corporate governance, come funziona?”;
- “La valutazione del capitale economico.

- L'arte di comunicare;
- La conduzione della riunione
- La leadership;
- Il giornalismo televisivo;
- **L'economia in redazione.**



Alla riscoperta delle origini, dell'identità, del territorio



In viaggio tra
arte, tradizioni
cultura e
paesaggio

Le iniziative interne

Alla riscoperta del origini, dell'identità, del territorio

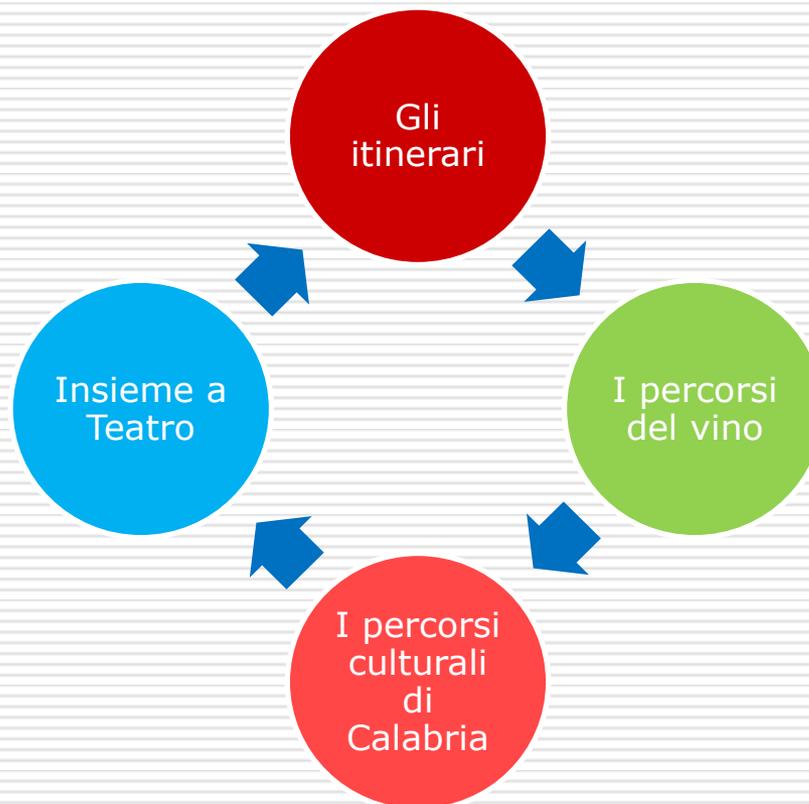


Con l'obiettivo di seguire un percorso volto ad esaltare il significato culturale ed il valore economico delle nostre risorse ambientali artistiche e storiche, si è pensato a dei percorsi che ci condurranno alla scoperta di luoghi inediti, delle tante comunità presenti, alla ricerca di nuovi ed antichi sapori, ad un rinnovato contatto con la natura, la storia e le tradizioni della nostra terra.



Le iniziative interne

Alla riscoperta del origini, dell'identità, del territorio



Le iniziative interne

Gli incontri periodici



Allo scopo di dare spazio ad iniziative d'interesse non programmate, una volta al mese, terremo degli incontri informali tra soci.



Si tratterà di serate conviviali da trascorrere con personalità del mondo della cultura per conversare su attualità, gastronomia, arte, moda, cinema, scienza, turismo, memorie personali.



Un universo variegato di temi e discipline da cui ciascuno potrà ricavare un autonomo percorso di riflessione e approfondimento, arricchito dallo scambio e dalla ricerca comune. Un'occasione culturale utile anche per conoscere e conoscersi meglio.



Le iniziative interne

Le iniziative esterne



Le linee guida



Ricerca, innovazione, formazione, scienza e tecnologia

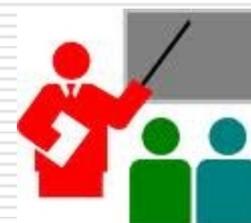
Le grandi trasformazioni in atto richiedono un impegno straordinario in favore della ricerca, dell'innovazione, della tecnologia e della formazione per fare fronte alla competizione sempre più spinta. Le iniziative proposte sono finalizzate al raggiungimento di questo obiettivo.

Economia, lavoro , informazione

Pari attenzione è stata riservata allo sviluppo della nostra economia.
Obiettivo: concorrere ad aiutare le piccole imprese alla realizzazione di un più elevato livello d'investimenti, all'introduzione di tecnologie avanzate nell'organizzazione e nella produzione.

Le iniziative sociali

Obiettivo è la raccolta di fondi da destinare ad una iniziativa sociale promossa in città , meritevole d'attenzione.



Le iniziative esterne

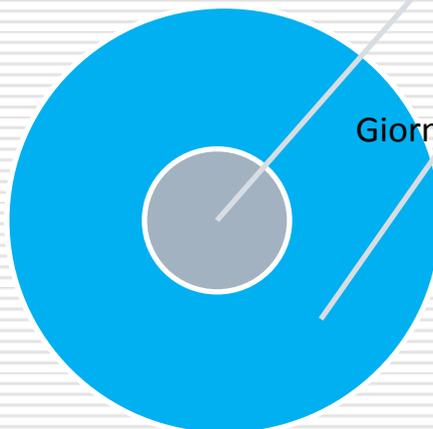




Le iniziative sociali



La partita del cuore



Giornalisti – attori (cantanti)



La stima
dei costi



Il timing