

## Corso di riqualificazione professionale per giornalisti promosso dall'Associazione Lombarda e IG Samsic Hr

---

Il progetto didattico è finalizzato alla riqualificazione professionale di giornalisti disoccupati, innocuati, cassintegrati o sottooccupati (reddito inferiore a 5000 euro) per favorirne la ricollocazione e viene realizzato in collaborazione con **IG Samsic Hr**. IG Samsic Hr è un'agenzia per il lavoro, accreditata anche alla formazione e lavoro in Regione Lombardia. Opera nel supporto e l'erogazione di servizi di politiche attive per persone disoccupate sui vari fondi e progetti Regionali, organizzando percorsi formativi e individuali più idonei alle esigenze di riqualificazione professionale della persona, con l'obiettivo dell'inserimento o reinserimento nel mercato del lavoro. **Tutti i servizi sono gratuiti.**

Il progetto si sviluppa in una parte individuale di 18 ore dedicate ad attività di tutoraggio mirato per lo sviluppo degli aspetti più legati alle dinamiche di riproposizione sul mercato del lavoro del singolo professionista e allo sviluppo delle operazioni riguardanti la fiscalità e l'amministrazione di una figura libero professionale della professione giornalistica, e in una parte in aula con classi di 10 partecipanti della durata complessiva di circa 100 ore nell'arco di otto settimane.

---

### Obiettivi didattici

Il corso si propone di costruire una nuova figura del giornalista che sappia interpretare le esigenze del suo mercato del lavoro e le capacità di proporsi in modo auto imprenditoriale per cogliere le opportunità professionali che gli assicurino un rapido approdo a una condizione professionale protesa verso risultati economici consoni e difesa sotto il profilo dei diritti e delle garanzie del lavoro in epoca moderna.

Il progetto è orientato al libero esercizio della professione giornalistica perché questo è quello che chiede il mercato. Le discipline che saranno erogate e le competenze che verranno maturate dai discenti, tuttavia, saranno quelle ogni giornalista moderno dovrà possedere per affrontare qualsiasi incarico di lavoro. Saranno importanti, quindi, anche per coloro che vorranno puntate a una ricollocazione professionale da lavoratore dipendente. In sintesi un percorso per creare la figura del giornalista di oggi e di domani, quale che sia la configurazione del rapporto di lavoro.

Il corso verrà sviluppato nelle modalità più moderne, sia in presenza sia online. Avrà fasi di laboratorio e strumenti didattici multimediali per lo studio.

---

## Programma didattico

**1. INTRODUZIONE AL CORSO E SUOI OBIETTIVI.** Breve introduzione al corso e agli obiettivi che intende raggiungere. Instaurazione delle dinamiche di lavoro di gruppo con allestimento di adeguati strumenti di supporto, conoscenza specifica delle esperienze e delle professionalità di ogni partecipante, introduzione alle materie che si svilupperanno (mobile content creation video e audio, progettazione di contenuti e comunicazione per il web e le piattaforme sociali, inbound marketing, personal branding, auto imprenditorialità giornalistica, elementi di strategia commerciale e di sviluppo del business). 4 ore

**2. INTRODUZIONE AL MOBILE JOURNALISM.** Storia e contesto della materia. Concetti fondamentali ed esempi di potenzialità della produzione e del linguaggio mobile. Strumenti tecnici per il lavoro in mobilità. Tecniche di ripresa immagini e applicativi per la ripresa delle immagini di qualità professionale. Fondamentali di grammatica visuale. 4 ore

**3. EDITING VISUALE NEL MOBILE JOURNALISM.** Elementi di montaggio video. Operazioni di montaggio video. Applicativi professionali a pagamento e gratuiti per la realizzazione di video “finiti” con controllo totale su tutte le operazioni di montaggio. Verranno forniti i fondamentali d’uso su Luma Fusion, VN editor, Capcut, iMovie e Da Vinci Resolve per iPad. Informazioni e competenze sui diritti d’uso di immagini e audio per il rispetto della proprietà intellettuale. Elementi tecnici per la creazione di grafiche e sottotitoli necessari alla chiusura dei video. 4 ore

**4. LABORATORIO DI MONTAGGIO VIDEO.** Modulo dedicato alla realizzazione completa di un prodotto video di carattere informativo. Il percorso sarà sviluppato dalla scrittura e dall’organizzazione di un video, fino alla sua realizzazione attraverso il montaggio finalizzato alla piattaforma e al pubblico di destinazione del proprio lavoro. 4 ore

**5. IL PODCASTING E L’AUDIO IN MOBILITA’.** Il modulo sarà incentrato sul mondo del mobile podcasting e della creazione di audio professionali. Dalla storia alla costruzione di un podcast, dall’individuazione degli elementi del podcast alle comunità di destinazione. Dal mondo dei social audio all’uso della voce come strumento editoriale e di creazione di un rapporto intenso con il pubblico. Verranno esaminati i principali applicativi mobile di creazione dei podcast e sarà utilizzata una piattaforma per costruire una puntata di un podcast come esercizio di laboratorio. 4 ore

**6. INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER IL CONTENUTO GIORNALISTICO.** Il modulo approfondirà l'innovazione dell'intelligenza artificiale e i suoi strumenti. Si esamineranno i principi d'uso e il ruolo del giornalista nella costruzione del contenuto "potenziato" dall'utilizzo degli strumenti di intelligenza artificiale. Si valuteranno gli applicativi di intelligenza artificiale divisi per settore di media (video, audio, testi, foto) e si stabilirà la nuova "posizione" del giornalista nella produzione del contenuto per l'informazione aiutata dall'AI. Accenno alla materia dell'ingegneria dei prompt. 4 ore

**7. ELEMENTI DEL CONTENUTO PER IL MARKETING.** Rivedremo la struttura degli elementi etici e deontologici della professione giornalistica per poter creare contenuti per l'informazione rispettando il patto di trasparenza con il pubblico e l'osservanza delle direttive della professione. Definiremo l'inbound marketing e le dinamiche di creazione del contenuto come prodotto per la comunicazione rilevante non solo per l'industria dei media, ma anche per altri tipi di committenza. 4 ore

**8. FONDAMENTI DI PERSONAL BRANDING.** La professione giornalistica, sia essa libera o vincolata da contratto di dipendenza, è indissolubilmente legata alla costruzione di un brand personale. In questo modulo ci addentreremo nei fondamenti della materia e svilupperemo le operazioni di costruzione del brand personale. Svilupperemo la conoscenza della strategia economica dell'Oceano Blu per la creazione di nuovi mercati del lavoro e di nuove opportunità professionali. 4 ore

**9. LE PIATTAFORME SOCIAL/1.** Introdurremo l'uso efficace (attraverso la produzione di contenuti) delle principali piattaforme social che stanno diventando sempre di più strumenti di relazione con il proprio pubblico e con lo sviluppo del brand personale. In questa prima parte vedremo LinkedIn, Facebook e Instagram. 4 ore

**10. LE PIATTAFORME SOCIAL/2.** Vedremo le altre principali piattaforme adatte allo sviluppo del contenuto giornalistico e di informazione sul proprio lavoro. Twitter, Youtube e le piattaforme social del pubblico giovanile come Tiktok e Snapchat. Tutti questi strumenti verranno esaminati sia dalla parte della creazione del contenuto adatto all'informazione, sia dalla parte della creazione della strategia di contenuti legati allo sviluppo delle dinamiche di posizionamento del proprio brand personale nel mercato del lavoro giornalistico. 4 ore.

**11. LABORATORIO DI STRATEGIA SOCIAL.** Creeremo dei documenti e dei piani editoriali (con ipotesi di calendario) per lo sviluppo della strategia digitale e social del proprio brand personale. Svilupperemo dinamiche legate alla produzione di idee di contenuti e loro proposizione a seconda delle

“target personas” e degli obiettivi che ci poniamo come quello del posizionamento del proprio brand all’interno di un pubblico di potenziali decisori che ci possono dare occasioni lavorative. 4 ore.

**12. IL SITO PROFESSIONALE E LA SCRITTURA DIGITALE.** Merita l’approfondimento di un modulo la necessità importante, per la carriera di un giornalista, di creare e sviluppare un proprio sito professionale. In questa parte ci addentreremo nei fondamenti di una strategia web del giornalista e in quelli della scrittura digitale e SEO oriented per creare i giusti contenuti da pubblicare sul proprio sito, da sempre elemento centrale della propria immagine digitale di professionista dei media e della comunicazione. 4 ore.

**13. LA COSTRUZIONE DI UNA CARRIERA AUTO IMPRENDITORIALE.** Costruirsi una carriera auto imprenditoriale nel mondo del giornalismo è un percorso lungo e basato su un fondamentale cambio di mentalità adatto a interpretare le nuove tendenze del mercato. In questo primo modulo dedicato all’argomento ci addentreremo nel cambiamento del mindset per affrontare il nuovo percorso e nel riequilibrio di tutte le dinamiche professionali e i modelli professionali finalizzato a questa evoluzione. 4 ore.

**14. LA RISORSA PIU’ IMPORTANTE: IL TEMPO.** In questo modulo studieremo gli elementi di gestione del tempo lavorativo e gli applicativi necessari alla valutazione dell’efficiente allocazione della risorsa più importante che è a disposizione del nuovo professionista dei media. Gestire il tempo aiuterà il professionista a creare una corretta valutazione economica del suo lavoro e lo spingerà a rifondare il rapporto con la committenza. 4 ore

**15. PRODOTTI E SERVIZI.** L’individuazione di un mercato in cui proporre la propria proposta unica di vendita della professionalità sarà il primo punto di questo modulo. Parleremo di USP (Unique Selling Proposition, termine cui i giornalisti sono ben poco avvezzi, ma determinante per capire la nuova professionalità da creare), ma parleremo anche della creazione di un portafoglio di prodotti e servizi giornalistici da proporre a nuovi mercati introducendo nuove dinamiche di relazione con la nuova committenza. 4 ore.

**16. IL GIORNALISMO D’IMPRESA.** Studieremo, in questo modulo, i principi, i fondamenti e le tipologie del giornalismo d’impresa, fenomeno che cambia i rapporti con nuove committente, ma non incide sui principi della professione. 4 ore

**17. TROVARE NUOVI CLIENTI.** Un altro concetto da mutuare dal mondo commerciale è quello delle “target personas”. Sono gli obiettivi del nostro lavoro di creazione di una nuova figura

professionale. Lo sono se noi vogliamo ricollocarci come dipendenti nel mondo dei media (anche le eventuali aziende che ci assumono sono clienti), lo sono se vogliamo interpretare la libera professione, lo sono se vogliamo diventare “editori di noi stessi” creando prodotti giornalistici che vanno verso il pubblico. Individuate queste comunità vanno conosciuti alcuni fondamenti di “metodologia della ricerca sociale” per creare le interviste necessarie a verificare nuovi mercati. Con essi anche gli applicativi necessari a sviluppare indagini di mercato e questionari. 4 ore

**18. LA RELAZIONE CON IL CLIENTE.** Conoscere gli elementi di rapporto con il cliente è necessario. Vedremo le tecniche di redazione di un preventivo, gli elementi di costruzione del contratto di lavoro (inteso come compito a svolgere in autonomia l’obbligazione di mezzi rappresentata dalla creazione di opera dell’ingegno). Affronteremo le tematiche di instaurazione del corretto rapporto per ricavare le informazioni necessarie a eseguire il contenuto, nell’ambito dell’autonomia decisionale insita nella professione. 4 ore

**19. GESTIRE L’AZIENDA ME CORPORATION.** Affronteremo in questa fase la creazione di tutti gli strumenti necessari per la gestione economico finanziaria dell’azienda e di tutte le necessità di applicativi. Valuteremo le fonti di ricavo e l’efficienza delle stesse. Parleremo del bilancio consuntivo (per valutare i mercati saturi e quelli da far crescere) e il bilancio di previsione. Parleremo delle tecniche commerciali per tenersi i clienti nel tempo e per ampliare il mercato. 4 ore.

**20. EDITORE DI TE STESSO.** In questo modulo valuteremo tutte le operazioni e tutti i principali strumenti necessari a sviluppare una carriera da “editori di se stessi”. Dalla creazione del contenuto fino alle piattaforme di pagamento e alla loro gestione sotto il profilo contabile. 4 ore

**21. CAMBIARE.** Dedicheremo questo ultimo modulo della fase di costruzione della figura professionale auto imprenditoriale al momento del cambiamento. L’evoluzione rapidissima del mondo dei media e della comunicazione in generale impongono di possedere la chimica del cambiamento nel proprio bagaglio di competenze. Valuteremo questi aspetti e ci doteremo degli strumenti necessari per porre in atto i cambiamenti di carriera da interpretare anche prima che arrivino sul mercato del lavoro. 4 ore

# Lineamenti di diritto del lavoro giornalistico, orientarsi tra le regole.

---

## Premessa

I giornalisti vivono in un mondo caratterizzato da leggi, anche di rilevanza costituzionale, contratti e regolamenti del tutto peculiari nel mondo delle professioni ordinistiche. Anche l'insieme degli Enti di categoria ha delle caratteristiche del tutto particolari. Questa varietà offre tutele, pone obblighi e deve essere conosciuta per potersi muovere coerentemente nell'esercizio della professione.

---

## Programma didattico

Il corso sarà sviluppato secondo il seguente schema, diviso in moduli.

- 1. Introduzione storica al sistema degli enti professionali e alla contrattazione Panoramica sul giornalismo e le sue forme associative, le Associazioni di stampa dell'800, la Fnsi, l'Inpgi, l'Ordine, la Casagit, il Fondo di previdenza complementare, il Contratto con la Fieg, e panoramica sulla contrattazione (il contratto con Aeranticorrallo, la contrattazione nel pubblico impiego, il contratto con Anso-Fisc). 4 ore**
- 2. Il lavoro autonomo del giornalista. Previsioni contrattuali, previsioni di legge, inquadramento previdenziale e assistenziale, la distinzione tra lavoratore autonomo e precario, la distinzione tra lavoratore autonomo e abusivo. 4 ore.**
- 3. Le leggi sulla stampa, la responsabilità del giornalista, la diffamazione, le querele. 2 ore.**
- 4. La proprietà intellettuale, il diritto d'autore, il copyright. Come difendere la propria opera e rispettare l'opera altrui. Il materiale di pubblico dominio. 2 ore.**
- 5. L'Inpgi, adempimenti, contribuzione, prestazioni. 2 ore.**
- 6. Casagit e Fondo, adempimenti, contribuzione, prestazioni. 2 ore.**
- 7. L'Ordine, obblighi di legge, obblighi deontologici, la formazione. Servizi per gli iscritti. 2 ore.**
- 8. Il Sindacato, funzioni e servizi. 3 ore.**

## **9. Il sistema di rappresentanza dei giornalisti, i sistemi elettorali, gli organismi. 1 ora.**

---

Tutte le durate sono indicative.

Tutti i moduli prevedono spazio per domande, approfondimenti, chiarimenti.

Le domande di iscrizione devono essere indirizzate a [corsiAlg@assogiornalisti.it](mailto:corsiAlg@assogiornalisti.it) entro venerdì 26 maggio prossimo.

Il corso si svolgerà nei mesi di giugno e luglio 2023, articolato su tre mezze giornate alla settimana.

Il panel completo dei docenti verrà definito nei prossimi giorni.