

# IL CONTRIBUTO DEI NEW MEDIA: L'ESPERIENZA DELLA WEB RADIO ONTHEMOVE

Gabriele Beltrami<sup>1</sup>

*«Usate dunque la rete per condividere un racconto positivo delle vostre esperienze di incontro con i nostri fratelli nel mondo, raccontate e condividete le buone pratiche e innescate un circolo virtuoso»  
(Papa Francesco, IV Giornata Mondiale di Preghiera e Riflessione contro la tratta di persone, 12 febbraio 2018)*

## Introduzione

L'Agenzia Scalabriniana per la Cooperazione allo Sviluppo – Ascs Onlus ha lanciato nel giugno 2015, la struttura CasaScalabrini634 che ha come obiettivo la promozione della cultura dell'accoglienza e dell'integrazione tra rifugiati, migranti e comunità locale. *“Dare il benvenuto all'integrazione”* è la parola d'ordine nella casa di accoglienza dei missionari Scalabriniani, strutturata su tre palazzine fra i quartieri di Tor Pignattara e Centocelle.

*Web-Radio On The Move* è un progetto dei tanti attivi nella casa e ambisce a fornire una formazione professionale per giovani rifugiati e per disoccupati italiani mirata all'inserimento nel mercato del lavoro. L'iniziativa, che mette al centro le storie delle persone cercando di essere strumento di intrattenimento, ma anche di sensibilizzazione sul fenomeno della mobilità umana, affonda le sue radici nell'esperienza realizzata a Roma a “Casa Scalabrini 634”, ispirata a sua volta a quanto già fatto in Sud America.

## 1. Il mondo dei giovani e i new media

Mons. D. Pompili, ora vescovo di Rieti, nella veste precedente di direttore dell'Ufficio Nazionale per le comunicazioni sociali suggeriva che due fossero le vie che la Chiesa percorre quando si avvicina e si immerge nel mondo dei new media (vedi foto n° 1): quella del mutamento di cornice e quello della percezione delle caratteristiche, un'evoluzione, tuttora in atto, nell'approccio di conoscenza e coabitazione di Chiesa e media.

<sup>1</sup> Gabriele BELTRAMI, Missionario scalabriniano, Roma.

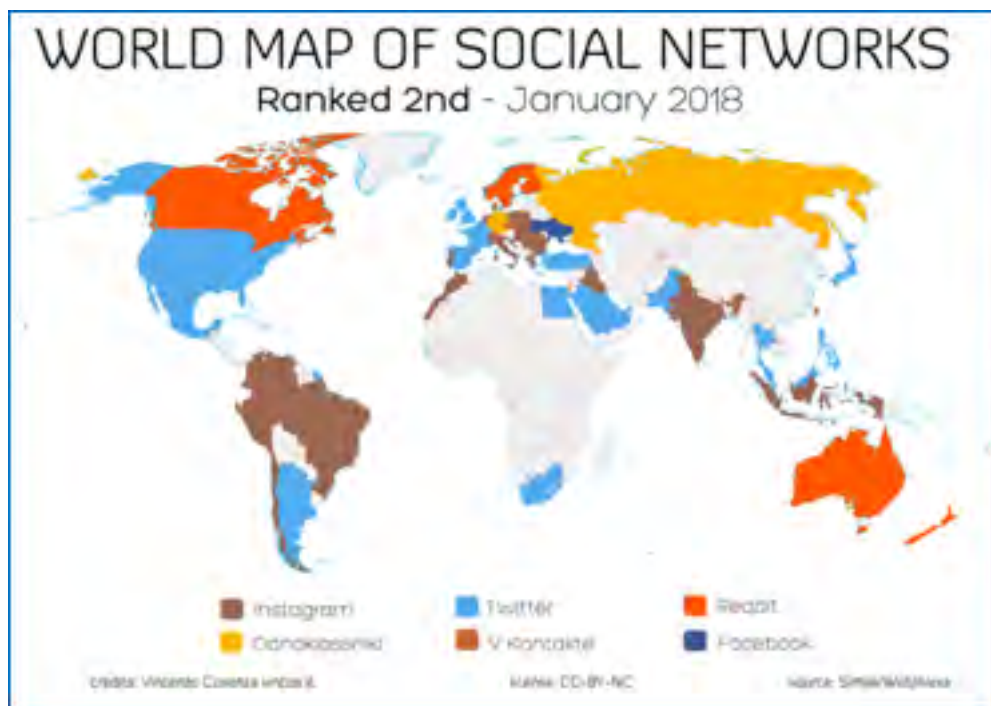


Foto n. 1. *Mappa mondiale dei Social Networks 2018 (cfr. [www.vincos.it](http://www.vincos.it))*

Il primo elemento si riferisce al passaggio da una concezione dei media come strumenti da utilizzare all'idea di convergenza e di crossmedialità: è l'assottigliarsi pressoché totale dei confini tra i media e con l'ambiente ridefinito come ipermediale in una condizione più generale "post-mediale".

La seconda via sulla quale riflettere mostra un mutamento nella comprensione di caratteristiche, rischi ed opportunità connessi con "la rete", ambiente sempre più al centro della nostra vita: da un atteggiamento critico verso il virtuale perché ritenuto totalmente altro da sé, si è maturata la concezione di virtuale come potenziale,<sup>2</sup> da un ambiente che impone se stesso ad una possibilità di arricchimento e estensione delle possibilità dell'uomo, della sua azione e capacità di relazione.<sup>3</sup>

<sup>2</sup> Anche Pierre Lévy, filosofo e docente universitario, ha tentato una risposta: «La parola virtuale proviene dal latino medievale *virtualis*, derivato, a sua volta, da *virtus*, forza, potenza. Nella filosofia scolastica virtuale è ciò che esiste in potenza e non in atto. Il virtuale tende ad attualizzarsi, senza essere tuttavia passato a una concretizzazione effettiva o formale. L'albero è virtualmente presente nel seme. Volendosi attenere rigorosamente al ragionamento filosofico, il virtuale non si contrappone al reale, ma all'attuale: virtualità e attualità sono solo due diversi modi di essere». Cfr. P. LÉVY, *Il virtuale*, Raffaello Cortina, Milano 1997, 5.

<sup>3</sup> Cfr. D. POMPILI, *Il nuovo nell'antico. Comunicazione e testimonianza nell'era digitale*, San Paolo, Cinisello Balsamo (Mi) 2011, 17.

Henry Jenkins<sup>4</sup> definisce l'era in cui viviamo come "era della convergenza", intendendo lo stretto intreccio dei media tra loro e tra fattori mediali ed extramediali, che costringe ad abbandonare un approccio concentrato sui singoli strumenti. La rete, in particolare, essendo il "meta-medium" che connette e include tutti gli altri è ormai una realtà imprescindibile: essa riduce le distanze e permette di raggiungere le persone più diverse, per età, provenienza geografica, appartenenza, status, nei loro contesti.

Questo porta a considerare i media più come un mondo che non come un mondo che non come dei meri strumenti: essi inducono un nuovo modo di pensare, sono produttori di nuova socialità che, però, nasconde anche nuove forme di solitudine.<sup>5</sup>

Riprendendo in prestito le parole di Mons. D. Pompili, tre potrebbero essere le loro caratteristiche significative. Innanzitutto, i media chiedono che si apprenda la lingua propria della loro cultura, riconoscendone la positività, quale condizione per poter vivere da cittadini nel nuovo ambiente e non solo da spettatori meravigliati o, peggio, inebetiti. Il IV Convegno ecclesiale di Verona, al termine della Nota dopo Verona ha lasciato in consegna un "alfabeto" che dovrebbe aiutare in questo processo di inculturazione e acquisizione di cittadinanza. Termini come affettività, lavoro e tempo libero, fragilità, tradizione e cittadinanza sono a ben vedere gli snodi fondamentali e imprescindibili per incarnare con credibilità l'annuncio del Vangelo nel mondo mediatizzato. Nello specifico Mons. D. Pompili suggerisce ai media cattolici un esame di coscienza per verificare quanto abbiano intrapreso effettivamente questo cammino di immersione nella cultura mediatica.<sup>6</sup>

I rischi di sbagliare strada ci sono e il direttore dell'Ufficio Nazionale per le comunicazioni sociali ne indica cinque:<sup>7</sup>

- l'autoreferenzialità, che oltre a non lasciar parlare l'altro, svela un mancato slancio missionario;
- il perdersi nel mero desiderio di esprimersi, cosa diversa dal comunicare, che implica il cogliere le domande altrui, arrivando a conoscere il proprio interlocutore;
- il sottovalutare l'importanza di informare, non facendo parlare i fatti, mancando di dati significativi, di confronti costruttivi con punti di vista diversi;
- il sottovalutare le regole della comunicazione, e in particolare quelle competenze che non possono essere eluse;
- il non mettere a fuoco il nostro specifico, il quid che rende originale il dato offerto, la sua peculiarità: dovrebbe essere questo, avverte Mons. D. Pompili, il campanello d'allarme per farci riflettere su come noi cristiani ci stiamo muovendo nella cultura odierna.

<sup>4</sup> Henry Jenkins, massmediologo nordamericano, è stato docente nel passato del MIT (Massachusetts Institute of Technology), oggi in forza presso la University of Southern California.

<sup>5</sup> Cfr. D. POMPILI, *Il nuovo nell'antico*, cit., 27.

<sup>6</sup> Cfr. D. POMPILI, *Il nuovo nell'antico*, cit., 28.

<sup>7</sup> Cfr. D. POMPILI, *Il nuovo nell'antico*, cit., 31-32.

## 2. Ricoprire la *comunicazione come cultura*

La comunicazione non è un semplice insieme di tecnologie, ma è la trasformazione di tutta la cultura in formato digitale. Il nostro mondo globale ha costruito spazi per la comunicazione, ha fuso in un non luogo infinito circolazione e consumo di beni; ha abolito gli antichi confini e i luoghi tradizionali corrono il rischio non solo di cessare di esistere, ma anche di avere significato.

L'attrattiva degli ambienti digitali da parte dei più giovani, però, non può e non dovrebbe essere concepita come un *problema*: la questione da porsi, piuttosto, è nella capacità di compiere scelte, essere consapevoli dell'uso che se ne fa, nella responsabilità di un'interazione matura e non improvvisata.

I giovani vivono combinando, senza soluzione di continuità, il loro quotidiano vissuto in ambienti reali (la propria famiglia, la scuola, il gruppo sportivo o quello religioso) a luoghi frutto invece di mescolanze di realtà che vagano tra la verosimiglianza e la finzione. Da ciò deriva che non si tratterebbe di mancanza di propensione alla partecipazione da parte delle nuove generazioni, ma bensì di una certa difficoltà a percepire il senso di quanto si sta vivendo e lo scopo del "viaggio intrapreso".

È urgente, perciò, trovare un modo efficace di confrontarsi con la nuova cultura maturando una mentalità critica e creativa nei confronti dei messaggi, dei linguaggi, degli atteggiamenti e comportamenti tipici delle reti sociali.

Emerge, perciò, dalle ricerche l'urgenza di offrire una guida e un orientamento teorico e pratico agli insegnanti, ai formatori, agli educatori e ai genitori per costruire quel qualcosa che ancora manca, *ordinariamente*, nello spazio pubblico attuale: una *cultura del digitale*.

Cultura del digitale dice:

- la volontà e la capacità di saper costruire un rapporto sano, libero, consapevole ed equilibrato con gli strumenti tecnologici che sono ormai diventati delle vere e proprie estensioni artificiali del nostro corpo;

- sapere quando è il momento opportuno per spegnere l'iPad o lo smartphone, disconnettersi o saper più semplicemente discernere i messaggi positivi e negativi di ciò che si vede, a cui si prende parte.

## 3. Perché usare una *WebRadio e... OnTheMove?*

L'idea del progetto Web-Radio *OnTheMove* nasce da molto lontano, ispirata da una delle tante attività svolte dalla ASCS Onlus ([www.ascsonlus.org](http://www.ascsonlus.org)) nel progetto *Fronteras Solidarias*, alle frontiere del Sud America. Con una piccola radio nata in frontiera tra Bolivia e Argentina, alcune giovani ragazze vittime di tratta riuscivano a raccontare le loro storie e i loro drammi grazie al senso di protezione e serenità che solo questo strumento riusciva a dare.

Da questa esperienza è nata la voglia di sviluppare un progetto più ampio anche in Italia, e in Europa, all'interno di Casa Scalabrini 634 ([www.scalabrini634.it](http://www.scalabrini634.it)), realtà di "terza accoglienza" per rifugiati nata nel 2015 a Roma, anche ispirati dall'e-

sperienza e dalle competenze delle altre Web-Radio Migrantes della Congregazione Scalabriniana.

*OnTheMove* attraverso una sua giovane e multietnica redazione (foto n. 2) mette al centro le storie delle persone e vuole essere strumento di intrattenimento, formazione e sensibilizzazione sul fenomeno della mobilità umana.

Da un punto di vista educativo, uno degli obiettivi nel mettere in piedi una realtà come *OnTheMove* è stato quello di provare ad interagire con questa nuova cultura, e con i suoi primi giovani protagonisti, trasformando la loro inconsapevolezza o a volte un certo smarrimento frenetico in capacità riflessiva, in maggior attenzione e, ci auguriamo, in senso critico. Queste le finalità più importanti per promuovere un modo più attento di “vedere il mondo” e di “saper stare al mondo”, un’opportunità che i nuovi strumenti digitali offre.

Togliamoci dalla testa che i contatti basati sulle nuove tecnologie siano “freddi” e, di conseguenza, lo siano anche le relazioni e le scelte veicolate da questi. In verità la situazione è assai più complessa poiché la “temperatura” di una relazione, se così si può dire, la si “misura” anche con la creatività, la qualità dei messaggi, la capacità immaginativa, il potere delle attese, delle aspettative e della condivisione.

Fare radio, dunque, attraverso il canale multiforme del WEB fornisce una serie di elementi creativi e interattivi, un nuovo luogo in cui si gioca la natura umana dei nativi digitali, i loro sentimenti, affetti, i vissuti di ogni individuo. Lungi dal limitare le relazioni tra le persone, la dinamica instauratasi a CasaScalabrini634 si rivela un’opportunità straordinaria, un “territorio” poco esplorato che consente incontri e relazioni, in presenza e non, ma che non scadono nella mera virtualità, anzi approfittano delle scorciatoie offerte dal nuovo strumento.



Foto n. 2. Una parte della redazione nella sede della Radio

Entrare gradatamente dentro la complessità educativa dei “luoghi digitali”, attraverso la cosiddetta media education, apre orizzonti e modalità differenti di avvicinare l’altro da sé, nel nostro caso il mondo della mobilità umana.

Occorre coltivare, ed è questo un “must” di *CasaScalabrini634*, in forma parallela, ed incrementare il network di collaborazioni formali e informali sul territorio, rinforzare il legame tra ricerca delle notizie meno raccontate e la loro produzione radiofonica, condividendo il tutto con attori locali, produttori di media mainstream e società civile.

#### **4. Quattro passi costitutivi per maturare... e scegliere**

##### *4.1. Incontrare*

La “logica” sottesa a *OnTheMove*, come ad ogni iniziativa sorta all’interno di Casa Scalabrini 634, mira a fornire uno spazio di incontro tra gli ospiti e il territorio umano circostante, a promuovere occasioni variegata nelle quali si faccia esperienza della diversità come ricchezza e a divenire con il tempo una “buona” pratica, replicabile da chiunque.

##### *4.2. Conoscere*

*OnTheMove* nasce però al fine di portare alla superficie il vissuto da tanti fratelli e sorelle nel lungo e a tratti logorante viaggio verso la meta di libertà e realizzazione di sé, le culture diverse possano prima di tutto arricchire chi ne viene a conoscenza, la capacità di mettere in gioco tutte le proprie potenzialità anche in tempi di “crisi”. Conoscere si declina perciò nel porsi all’ascolto dell’altro per poi tentare di raccontarlo. Conoscere diviene l’indispensabile chiave di accesso nel mondo dell’Altro.

##### *4.3. Fare gruppo*

*OnTheMove* ha mosso, dopo una fase iniziale di assestamento tecnico e di ricerca di personale adeguato allo scopo, i primi passi verso la formazione di un gruppo fisso di lavoro formato da giovani interessati a dare del tempo nel campo della comunicazione radiofonica.

La “redazione” attuale è composta da una decina di giovani di varie provenienze culturali e religiose, accomunati dalla voglia di incontrare, conoscere e fare squadra per il fine comune del racconto/servizio/contributo previsto.

#### 4.4. Raccontare

*OnTheMove* ha, però, una radice forte, instillata nel suo DNA: la missione di non fermarsi ai risultati visibili, ma andare “oltre”. È questo il trampolino di lancio, anche spirituale, che i professionisti della comunicazione impiegati nel progetto trasmettono a chi è loro affidato, nella continua e appassionante sfida dell’intercultura e del dialogo aperto tra religioni. Si può leggere in questo senso il proliferare di progetti ad extra che la giovane redazione propone e l’interesse sempre nuovo per quanto si sta vivendo.

#### 5. Cosa intravediamo di positivo...

Nei nostri giovani la Web Radio può potenziare:

- la comunicazione per scambiare pareri sulle problematiche del quotidiano;
- la condivisione per attingere a risorse comuni;
- la collaborazione per lavorare a progetti comuni;
- la cooperazione, che comporta la suddivisione di compiti che, una volta svolti, formeranno il grande progetto comune *OnTheMove*.



Foto n. 3. Rappresentazione del circolo di azioni tra i partecipanti a *OnTheMove*

Si tratta di una circolarità di diverse azioni/reazioni (vedi foto n°3): gli utenti/redattori vivono l’ambiente fisico della radio come occasione di incontro dei scambio/crescita, mentre gli utenti/fruitori e protagonisti delle narrazioni trovano spazio di accoglienza nel medium stesso; le collaborazioni che via via accrescono il corpo

vivente di *OnTheMove* moltiplicano la buona pratica; le tematiche sono il “sale” che da sapore al lavoro comune; il protagonismo è servizio per promuovere ogni storia e ogni persona; le aspettative divengono patrimonio del gruppo di lavoro e non solo del singolo redattore in un flusso di comunione/comunicazione; infine, le motivazioni “condivise” rafforzano e integrano ogni attore del progetto spingendo sempre più in avanti e “oltre” le ricchezze/fragilità di ciascuno verso obiettivi altrimenti irraggiungibili.

Come afferma il filosofo E. Morin, la complessità attuale richiede uno sforzo maggiore nell’azione educativa, tale da porre l’esperienza al centro del processo di apprendimento.

Insegnare a vivere significa andare oltre la trasmissione della conoscenza, cercando di contenere il rischio dell’errore, della parzialità, dell’illusione e porre l’etica del dialogo come prassi educativa.

L’esperienza di *OnTheMove* ci dice che l’incontro tra le persone avviene, ed è reso possibile, per mezzo di una esperienza di condivisione materiale, di un “fare” che ha la funzione di sperimentare concretamente l’incontro con l’altro, “vis-à-vis”.

I giovani (vedi foto n. 4) hanno in sé “*l’energia di convinzioni più alte*” e così l’esperienza di *OnTheMove* sta insinuando la percezione di un comune destino, attraverso l’esperienza di un comune lavoro di interpretazione della storia, scegliendo un comune percorso di costruzione di una società “rinnovata”, della quale essere tutti parte attiva.



*Foto n. 4. La redazione davanti al murales simbolo di CasaScalabrini634*



## Bibliografia

- ALBAREA R., *Narrazione e circolarità dei linguaggi nella società dei media: prospettive pedagogiche*. Relazione presentata al convegno *Crescere e insegnare nella società dei media*, Università degli Studi di Udine, 12-13 ottobre 2012.
- ARDIZZONE P., RIVOLTELLA P.C., *Media e tecnologie per la didattica*, Vita e Pensiero, Milano 2008.
- GAGLIARDI C., *Teorie ed effetti sociali dei media. Paradigmi, funzioni, campi d'indagine*, LAS, Roma 2017.
- LÉVY P., *Il virtuale*, Raffaello Cortina, Milano 1997.
- POMPILI D., *Il nuovo nell'antico. Comunicazione e testimonianza nell'era digitale*, San Paolo, Cinisello Balsamo (Mi) 2011.
- RIVOLTELLA P.C., *Media Education. Modelli, esperienze, profilo disciplinare*, Carocci, Roma 2006.
- ZANCHINI G., *La radio nella rete. La conversazione e l'arte dell'ascolto nel tempo della disattenzione*, Saggine, Donzelli Editore, Roma 2017.
- ZINANT L., *Migrazioni e nuove tecnologie come "segni dei tempi" per l'educazione*, in ALBAREA R. (ed.), *Democrazia, tecnologie e testimonianza educativa*, Imprimatur, Padova 2012, 169-177.