

La voce arriva sempre, a tutti. Alziamola!

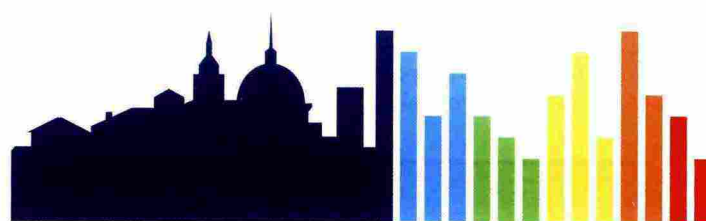
L'esperienza del Giornale Radio Sociale

di Ivano Maiorella*

E se ci facessimo media? L'abbiamo pensata più o meno così sette anni fa quando decidemmo di fondare il Giornale Radio Sociale. Era il 2011 e il titolo di uno dei primi numeri zero del notiziario quotidiano era proprio questo: i diritti alzano la voce. Uno slogan e un manifesto: i diritti hanno bisogno di volume alto, di voce e la radio è "come noi, non sta mai zitta". Idee semplici di informazione al servizio di un progetto complesso di comunicazione sociale.

Il Forum del Terzo Settore abbracciò l'idea di questo progetto e a suo modo accettò la sfida: diventare editore. La redazione nacque così, col passaparola tra organizzazioni sociali e tra persone impegnate nella loro comunicazione sociale, giornalisti e webmaster, videomaker e pionieri "social" che allora iniziavano ad articolarsi, dopo l'esordio di facebook e you tube, di qualche anno precedenti.

La radio, appunto: bassi costi di produzione, la possibilità di essere dappertutto utilizzando la rete degli operatori sociali e del terzo settore. In questi sette anni si è fatta strada l'idea che il primo media siamo noi stessi, la rete delle organizzazioni sociali e dei suoi protagonisti. Il flusso del "fare" è diventato uno stimolo ad acquisire, strada facendo, uno stile redazionale.



GIORNALE RADIO SOCIALE

Comunicare la cultura dell'operare e dell'agire sociale, dare "voce" al punto di vista del terzo settore in questi anni di crisi.

La pluralità di fare e la pluralità di identità sono diventati la cifra del nostro "pluralismo" editoriale e redazionale.

Il 1 novembre 2011 il Giornale Radio Sociale venne presentato ufficialmente nel corso del Salone dell'Editoria sociale, a Roma. Ascoltate l'edizione del 10 novembre 2011, una delle prime che vennero diffuse attraverso i vari canali: web radio, sito internet, radio in Fm. Si chiama crossmedialità e noi la stiamo sperimentando, con un baricentro preciso: la radio. Che in questi anni si è velocemente trasformata. Chi ricorda più le radioline o gli mp3?

Oggi la radio si ascolta dallo smart phone, un device che fonde e rimescola le carte. Oggi, la differenza tra ascoltare una radio in Fm o attraverso il web è questione di gusti. Così come farlo live o in podcast: scegli tu. Le tecnologie si addizionano, non si escludono. Dall'estate 2018, ad esempio, ed eravamo in epoca di Mondiali di calcio in Germania, Radio Rai ha lanciato due nuovi "canali" (si dice ancora così)? Si tratta di Radio1Sport e Radio 2 Indie, che trasmettono in DTT. Il digitale è come l'elettricità, lo avverti e non lo tocchi. L'evoluzione è infinita e si tratta di combinare i canali, adattare i contenuti alle varie fruizioni, attraversare i pubblici con offerte che non lasciano indietro niente e nessuno.

12

ARGOMENTO DEL MESE**IL CORRIERE
DEI CIECHI**

Che cosa possiamo dire oggi? Ci stiamo provando: la comunicazione sociale è fatta di tante strade e tante esperienze. La nostra redazione si alimenta e si rinnova continuamente grazie ad esperienze professionali consolidate. Si cresce insieme, ci si alimenta del confronto quotidiano e diretto intorno alle sei notizie base: società, diritti, internazionale, economia, cultura, sport. La realtà sociale è fatta di tante facce, alziamo la voce e il volume. Ci proviamo tutti insieme. Abbiamo un'edizione quotidiana unica che dura circa tre minuti ed è pronta in piattaforma alle 12. Se ne giovano 120 radio in fm in tutta Italia e circa altrettante web radio. Ma il web è anche sito internet e social, da utilizzare come canali per le dirette audio/video e per lanciare i Grs week, ovvero approfondimenti settimanali tematici della durata variabile tra i quattro e i sei minuti.

E per il futuro: che facciamo, che faremo? Non smettiamo mai di chiedercelo, collettivamente, tra economia sociale e cooperazione internazionale, tra organizzazioni sociali e reti, con il Forum

del terzo settore e i Centri di servizio del volontariato. Per cogliere l'attimo del nostro fare e trasformarlo in notizia il flusso deve essere continuo, senza interruzioni. Siamo sempre in movimento come una radio accesa: una condizione permanente, il flusso del "fare", comunicare la cultura dell'operare e dell'agire sociale, di come stiamo al mondo. Lo diciamo per noi stessi e per il nostro pubblico. Il canale è la liana da utilizzare in quel momento, si passa dall'una all'altra, si contaminano generi e linguaggi, audio e video, parola e rumore. Con caratteristiche giornalistiche da rispettare e trasmettere: ricerca della verità, pluralismo, incrocio delle fonti.

Il baricentro è il sito internet: www.giornaleradiosociale.it. È live, dirette, archivio, foto, video, interazione, articoli e notizie, speciali ed editoriali. Con particolare attenzione a due parole chiave: linguaggio e territorio. Al linguaggio abbiamo dedicato un ciclo di incontri promossi dal Giornale Radio Sociale con gli Ordini dei giornalisti del Meridione, sostenuti da [Fondazione con il Sud](#) e Forum del Terzo settore. Nella crisi dei

linguaggi e delle forme di comunicazione, il racconto, il reportage, l'inchiesta e la cronaca sono oggetto di continua ricerca della verità e del rispetto dei fatti. Il linguaggio ha bisogno di adeguarsi alla rapidità e alla sintesi che richiedono i tempi e il rispetto delle persone delle quali si parla (Manifesto di Assisi), senza banalizzare, né svilire, il significato della professione giornalistica.

Territorio è una parola chiave per il terzo settore: conoscere per raccontare, il territorio e le persone che lo abitano sono risorse preziose per la comunicazione sociale. Fatti di vita quotidiana, piccole grandi storie di dignità e di rifiuto del conformismo, di educazione alla vita sociale e di ribellione alla marginalità. Storie che affiorano attraverso il racconto del sociale, attraverso la cittadinanza attiva, lo sport sociale, le relazioni, le attività del terzo settore. Anche questo è comunicazione sociale: "la scorta mediatica", la rete permanente dei protagonisti di diritti, di solidarietà, di partecipazione, di libertà.

L'attuale crisi professionale del giornalista ci riguarda ma non ci paralizza: cerchiamo soluzioni possibili, alternative ed originali. Gli argomenti che condividiamo nella nostra redazione sono collegati alla deontologia, "all'orgoglio professionale" e alla necessità di rafforzare il collegamento tra giornalisti e reti sociali, associazioni, volontariato, economia sociale.

Negli ultimi mesi la nostra redazione si è arricchita del contributo dell'Unione Italiana dei Ciechi e degli Ipovedenti: siamo fieri di questa partecipazione perché rafforza i concetti di inclusività, pluralismo e condivisione che ci contraddistinguono.

**Direttore responsabile Giornale Radio Sociale del Forum Nazionale del Terzo Settore.*

13

