

SOGGETTO RICHIEDENTE

Associazione Sonora Social Club

AMBITO DISTRETTUALE DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Unione dei Comuni della Bassa Romagna

TITOLO PROGETTO

Stay Tuned Storytelling

ANALISI DI CONTESTO E OBIETTIVI

Radio Sonora dal 2008 ad oggi si è configurata, come la Community Web Radio di tutti i cittadini della Bassa Romagna e si è sviluppata come spazio per la sperimentazione di nuovi linguaggi e media.

Il progetto è partito con lo scopo di dare spazio alle idee comuni e allo sviluppo della creatività di giovani, adulti e appassionati di musica ed arte in generale, senza darsi limitazioni di alcun tipo.

La redazione principale di Radio Sonora ha sede a Bagnacavallo ma conta componenti in ognuno dei Comuni dell'Unione Bassa Romagna; in alcuni è stata creata anche una redazione locale in cui sono attivi gli speaker e i collaboratori radiofonici.

L'Associazione Sonora Social Club, che attualmente ha in gestione le attività della redazione è attiva dal 2012 ed è composta principalmente da speaker e da collaboratori attivi che realizzano attività legate alla radio e agli eventi musicali e culturali. Nel corso degli anni, Radio Sonora ha organizzato e partecipato ad attività legate all'aggregazione, alla formazione e al mondo della comunicazione più in generale. Nel 2011 la redazione ha partecipato all'evento Social Media Week come unica radio web italiana, in seguito ha organizzato workshop con dj professionisti e concerti "storytelling" con musicisti italiani come Samuele Bersani, Modena City Ramblers, Niccolò Fabi. Durante il 2014 sono state attivate collaborazioni con iniziative legate al mondo imprenditoriale, come il progetto "impresa creativa: Missione Possibile" che si inserisce nel quadro dell'iniziativa Azione ProvincEgiovani, promossa da UPI e finanziata dal Dipartimento della Gioventù della Presidenza del Consiglio di formazione per favorire la nascita di start-up. Il progetto a cui hanno collaborato le Associazioni di categoria, le scuole Secondarie di Secondo Grado, denominato "Eroi d'Impresa" e l'incubatore d'impresa "Innovami". Nell'ottobre 2014 la radio è stata media partner e ospite dell'evento Repubblica Next: La Repubblica delle idee a Ravenna. Nel 2015 la radio è stata invitata come unica radio istituzionale al Festival italiano delle radio "Radio City Milano" come ospiti della trasmissione Caterpillar di Radio Rai 2.

Radio Sonora nel corso degli anni si è consolidata come un punto di riferimento per le giovani generazioni dell'Unione dei Comuni della Bassa Romagna, le redazioni sono cresciute e si sono consolidate, fino a divenire il motore e cuore pulsante delle politiche giovanili distrettuali.

Radio Sonora ha sviluppato un meccanismo partecipativo che è andato ben oltre le aspettative: dall'idea che i ragazzi interessati, coinvolti principalmente tramite i centri e i luoghi dell'aggregazione giovanile dei Comuni della Bassa Romagna, contribuissero alla creazione di contenuti grazie al coordinamento di operatori appositamente formati, ci si è trovati di fronte ad una crescente domanda di ideazione, progettazione, sviluppo di programmi e iniziative sempre nuove. Le richieste di ideare nuovi programmi sono arrivate spontaneamente non solo dai ragazzi, ma anche da enti e associazioni, vicini ai giovani e alle loro problematiche, come Ausl, Sert, Centri per l'impiego, che hanno visto in *RadioSonora* un'opportunità per parlare di temi importanti come il lavoro, la sessualità, le tecniche di primo soccorso, la promozione di stili di vita e divertimento sano e molto altro ancora.

Anno di nascita: 2009

Programmi Trasmessi: 60

Persone Coinvolte: 150

Ascolti in streaming: 300 al giorno (10.000 al mese)

Podcast scaricati: 500 al giorno (15.000 al mese)

ARTICOLAZIONE DEL PROGETTO

Il progetto vuole favorire un concorso radiofonico che parte da un percorso formativo rivolto ai ragazzi di età compresa tra gli 14 i 19 anni che frequentano le Scuole Secondarie Superiori di secondo grado dell'Unione dell'Unione della Bassa Romagna.

Il progetto consiste nel realizzare momenti formativi che avranno come obiettivo la volontà non di concentrarsi esclusivamente sul software o sull'hardware, ma di stimolare un pensiero critico attraverso il confronto continuo con l'esterno, e di accrescere un'appropriazione responsabile della tecnologia, producendo contenuti. In tal modo tutti i partecipanti saranno messi in condizione di contribuire attivamente e da protagonisti alla vita della radio, progettando programmi culturali e didattici, installando la propria musica, oltre ad ascoltare e visionare audio, video e trasmissioni.

La formazione sarà finalizzata, oltre alla realizzazione di un progetto radiofonico che apra una finestra in più nel mondo delle opportunità giovanili e che utilizzi i nuovi linguaggi di comunicazione, nel promuovere il dialogo interculturale ed intergenerazionale, favorire una conoscenza del territorio e delle opportunità per i giovani.

Il percorso formativo vuole essere un momento decisivo per l'integrazione tra tutti i giovani partecipanti, la radio vuole essere uno strumento che vuole sviluppare le capacità di agire, favorendo una situazione dove si possono esprimere tutte le intelligenze, e consentono ai ragazzi di sviluppare la capacità di collocare le loro preferenze.

Il concorso radiofonico vuole essere la voce dei giovani, favorire lo sviluppo di azioni volte a promuovere consapevolezza e rispetto della cultura della legalità, anche grazie al coinvolgimento attivo in termini educativi e di partecipazione dei ragazzi alle attività di animazione degli spazi pubblici e degli eventi culturali dei Comuni dell'Unione, favorendo interventi di inclusione sociale e prevenzione di condotte a rischio.

I format saranno realizzati nelle redazioni di Radio Sonora e nelle sedi radio create nelle scuole superiori della Bassa Romagna, a seconda degli orari di registrazione.

Sarà assegnata una menzione ai migliori programmi radiofonici realizzati, durante l'organizzazione di un evento dedicato ai giovani, inoltre tutti i progetti realizzati saranno inseriti nel palinsesto complessivo di radio Sonora.

Obiettivi generali:

1. Promuovere la partecipazione dei giovani, favorendo la diffusione dei centri d'interesse.
2. Progettare azioni dove i giovani possono lasciare la loro impronta nello sviluppo socio-educativo-culturale del territorio.
2. Incrementare il percorso dedicato alla promozione e alla valorizzazione della partecipazione giovanile.
3. Sviluppare e condividere le esperienze e le passioni dei giovani, valorizzare i luoghi in cui vivono, migliorare i rapporti con gli altri, ideare percorsi didattici e artistici in maniera creativa.
4. Creare una rete di conoscenza tra i giovani, in modo che in ciascuno possa crescere la consapevolezza delle varie abilità, delle conoscenze e delle proposte che il territorio offre.

Obiettivi specifici:

1. I giovani e il luogo in cui vivono – raccontare se stessi e creare un legame tra i ragazzi e il territorio di appartenenza;
2. I giovani e gli altri – scambio culturale, interculturale e condivisione dei contenuti tra i giovani;
3. I giovani e i nuovi modi di stare insieme – socializzazione tra i giovani attraverso percorsi sociali e creativi;
4. I giovani e la voglia di crescere e di partecipare la contesto sociale di riferimento

STAY TUNED, prevede 3 categorie che indicano le linee generali dei format radiofonici, utilizzando la tecnica comunicativa dello storytelling. La chiave per l'utilizzo di questo tipo di narrazione è il racconto di una storia, legando gli elementi finzionali o di vita reale alla continuità tipica del racconto.

Declinabile e adattabile ad ogni argomento che si intende diffondere, l'intento di questa scelta è il coinvolgere l'interlocutore, all'interno di una storia, che allenti la distanza tra il protagonista della narrazione e il destinatario. Comunicare in questo modo favorisce la socialità tra giovani, target del progetto, e agevola la partecipazione allargata della cittadinanza, in senso più allargato.

La potenza di questo metodo di comunicazione è riconosciuto a livello istituzionale soprattutto per la sua funzione "pedagogica". Spiegare concetti anche complessi attraverso il racconto di storie, aiuta l'interlocutore a fissarli nella memoria e a coniugarli in contesti quotidiani. Risulta a questo punto lampante quanto l'apprendimento di questo metodo di comunicare sui mezzi digitali faccia parte di un percorso formativo ad alto potenziale su cui investire. Lo dimostra il fatto che all'attivo sono presenti corsi di formazione superiori dedicati all'argomento, utilizzabili sia all'interno di contesti istituzionali sia commerciali. In conclusione, al di là delle finalità terze del padroneggiare lo storytelling, imparare a raccontare storie e a comunicare con un pubblico ampio è uno strumento altamente potente per migliorare la capacità comunicativa di ogni singolo individuo, favorendo la comprensibilità, lo scambio di contenuti e la percezione di se stessi.

A cosa servono le storie:

- a comprendere il mondo e il nostro stesso modo di pensare;
- a riconoscere il perché delle nostre azioni;
- a condividere passioni e significati

Tipologie di format radiofonici:

- "TALK" storytelling sulla vita quotidiana, società, attualità

I racconti dovranno nascere da fatti reali, o da esperienze realmente vissute dai protagonisti (gli speaker).

- "FICTION" storie di finzione, racconti immaginati

Il programma si basa su elementi finzionali o su storie inventate, create per intrattenere il pubblico attraverso la comicità o la recitazione.

- "MUSIC" raccontare se stessi attraverso la musica

format focalizzato sulla selezione musicale, con la quale è possibile descrivere stati d'animo o situazioni, che faranno da collante nel racconto di una storia.

- "DOC" raccontare la realtà che ci circonda

Documentario radiofonico integrato con i suoni dell'ambiente nel contesto in cui viene registrata la trasmissione, interviste e contributi che testimoniano il messaggio che si vuole dare.

LA FORMAZIONE

Le formazioni avranno luogo nelle scuole di appartenenza dei ragazzi e nelle sedi di Radio Sonora.

I ragazzi verranno formati nello sviluppo di un'idea che abbia come obiettivo la realizzazione di un progetto radiofonico.

Inoltre verranno organizzati incontri volti ad analizzare le tecniche dello Storytelling.

La formazione prevederà un breve step indirizzato all'educazione digitale rispetto all'uso di programmi per la registrazione e l'editing audio.

Il progetto si svilupperà nell'arco di otto mesi, da novembre 2015 a giugno 2016.

LUOGHI DI REALIZZAZIONE DELLE DIFFERENTI AZIONI

Le scuole secondarie superiori di secondo grado dei Comuni dell'Unione della Bassa Romagna, la redazione di Radio Sonora di Bagnacavallo e Lugo. Inoltre verranno realizzati momenti conclusivi del percorso, nei Comuni dell'Unione: Bagnacavallo, Lugo, Alfonsine, Cotignola, Bagnara di Romagna, Fusignano, Massa Lombarda, Conselice.

NUMERO POTENZIALE DESTINATARI DELL'INTERVENTO (diretti e indiretti) E RISULTATI PREVISTI

Con il Progetto Stay Tuned si intende raggiungere potenzialmente la popolazione giovanile dell'Unione dei Comuni della Bassa Romagna di età compresa tra i 14 e i 19 anni (complessivamente circa 3500 ragazzi)

DATA PER L'AVVIO DEL PROGETTO

novembre 2015

TERMINE DI CONCLUSIONE DEL PROGETTO (entro il 31/12/2016 SENZA POSSIBILITÀ DI PROROGA)

Giugno 2016

CRONOPROGRAMMA

	2015						2016												
	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	Dic	Gen	Feb	Mar	Apr	Mag	Giu	Lug	Ago	Set	Ott	Nov	dic	
AZIONI																			
1 formazione nelle scuole																			
2 registrazioni format																			
3 Diffusione risultati																			
4																			
5																			

EVENTUALI FORME DI MONITORAGGIO PREVISTE:

Il monitoraggio e la valutazione del progetto avverrà attraverso il conteggio delle trasmissioni pervenute e del numero di ragazzi coinvolti. L'Associazione Sonora Social Club somministrerà ai partecipanti dei questionari di valutazione rispetto alla formazione .

(A+B) SPESA PREVISTA PER LA REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

(dettagliare per tipologia di spesa)

Euro 4.500,00 (Formazione nelle scuole sulla conduzione radiofonica, registrazione e montaggio audio)

Euro 2.000,00 (Formazione specifica rispetto ai format da realizzare)

Euro 1.500,00 (Comunicazione e gestione dei contenuti sul sito radiosonora.it)

Euro 650,00 (Stampe locandine, manifesti e affissioni)

Euro 685,00(Progettazione grafica)

Euro 1.965,00 (Gestione della redazioni di Lugo , Bagnacavallo e all'interno delle scuole superiori)
Euro 500,00 (produzione, distribuzione, analisi dei questionari)
Euro 1.200,00 (progettazione e coordinamento progetto)
Euro 13.000 (TOTALE SPESA PROGETTO)

A) CONTRIBUTO RICHIESTO ALLA REGIONE Euro 6.500,00
(massimo il 50% del costo del progetto)

B) COPERTURA DELLA SPESA RESIDUA (indicare la/e quota/e a carico del/dei soggetto/i finanziatore/i):

Soggetto proponente: Ass. Sonora Social Club Euro 6.000,00

Altri cofinanziatori del progetto (indicare quali e
il concorso finanziario di ciascuno di essi):

Unione dei Comuni della Bassa Romagna Euro 500,00

_____ Euro _____

TOTALE Euro 6.500,00