

SUOR ORSOLA BENINCASA

Lezioni di **Comunicazione Strategica** sulla web radio d'Ateneo

“Network è la parola in cui oggi viviamo immersi. Mi diverto a pensare che io innanzitutto devo fare network con me stessa..., mettere in rete i miei diversi ruoli”. Così esordisce la prof.ssa **Maddalena della Volpe**, quando le si chiede di parlare del suo esperimento innovativo: tenere le lezioni a *Runradio*, la web radio d'Ateneo. La docente insegna **Comunicazione Strategica** (Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione pubblica e d'impresa) ed è delegato del Rettore per i rapporti con le imprese e coordinamento stage. Ruoli che mette in rete tra loro e che fa dialogare brillantemente, ottenendo risultati di un certo spessore. Uno dei compiti del suo ruolo di delegato è curare i rapporti con le imprese per instaurare degli scambi attivi tra mondo universitario e mondo imprenditoriale e favorire la nascita di stage all'interno di aziende, in quanto lo **stage “è un momento formativo altamente qualificante”** per lo studente. *“Lo stage significa un innalzamento della qualità, è un'opportunità per gli studenti per iniziare ad esplorare il mondo del lavoro, le aziende vedono lo stage come modalità per selezionare personale. Alcuni laureandi, infatti, trovano occupazione”.* Nucleo fondamentale di questa rete sono proprio i laureandi del corso di **Comunicazione pubblica e d'impresa**: *“In questi anni il mio rapporto con gli studenti è stato caratterizzato da uno scambio di conoscenze. Mi piace stimolare i giovani su temi innovativi dopo aver trasmesso loro **metodologie rigorose**”.* Tutto quanto gli studenti apprendono in aula trova un suo continuum negli stage in azienda dove possono mettere in pratica le competenze acquisite durante i corsi: *“Il loro è un contributo creativo, hanno entusiasmo, hanno un bagaglio di conoscenze teoriche fresco”.* Questa comunicazione tra studenti e mondo imprenditoriale è alla base dell'esperimento didattico della prof.ssa della Volpe: un ciclo di lezioni strutturate attraverso la web radio, in collaborazione con **Antonio D'Amato**, direttore artistico di *Runradio*. *“Si tratta di lezioni in continuità con quelle tenute in aula”.* Al termine di ogni lezione, con cadenza settimanale, la docente, con un gruppo di tre - quattro studenti, dà luogo ad un dibattito radiofonico incentrato su temi trattati precedentemente in aula. Gli studenti alla radio, ma anche quelli in ascolto, intervengo-

no nella conversazione ponendo domande alla docente e coinvolgendo mediante un collegamento **manager d'impresa o associazioni d'imprenditori** come: Coca Cola HBC, Oleifici Mataluni, Testroom di Amburgo, Confindustria, Centromarca. *“E' stato bello scoprire, grazie a questa iniziativa, che in una delle imprese chiamate a collegarsi alla radio, la Testroom di Amburgo, lavora una ex studentessa”.* Gli studenti, destinatari e protagonisti di questa iniziativa, come spiega la docente, rispondono in modo attivo ed entusiasta all'esperimento. Chi partecipa *“è interessato all'argomento. Entra in gioco la responsabilità personale nella formazione dello studente”.* Un nuovo modo di concepire e fare didattica in cui *“il rapporto verticale docente-studente viene sovvertito: essere in rete attorno ad un tema comporta necessariamente una orizzontalità delle relazioni. Così si realizza uno scambio alla pari tra tutti coloro che entrano in relazione intorno ad un tema dal contenuto scientifico”.*

(Va. Pa.)



La prof.ssa Della Volpe

► Giornalisti e Comunicatori ◀

Un'aula virtuale di economia: la web radio del Suor Orsola

Sperimentazioni didattiche avanzate in Comunicazione d'impresa
Dalla collaborazione fra Maddalena Della Volpe e Antonio D'Amore
scaturisce un progetto che permette un filo diretto con le aziende



Antonio D'Amore



Maddalena Della Volpe

Un'idea vincente di **Antonio D'Amore**, direttore artistico di Runradio, la web radio di ateneo del Suor Orsola Benincasa e la voglia di una docente, **Maddalena Della Volpe**, associato di Economia e Gestione delle Imprese (delegato del rettore **Lucio D'Alessandro** per i rapporti con le imprese e il coordinamento stage), di innovare le sue lezioni di Comunicazione strategica, nell'ambito del corso di laurea magistrale in Comunicazione Pubblica e d'Impresa: da questa sinergia nasce una nuova esperienza didattica, più vicina ai giovani, ai loro linguaggi

e alle loro modalità percettive, che prevede l'uso dell'emittente universitaria come una sorta di aula virtuale. Il primo ciclo di corsi si è da poco concluso e si ripartirà ad ottobre.

IL METODO

“Al termine della lezione frontale - spiega Maddalena Della Volpe - , una volta a settimana, abbiamo ‘aperto una conversazione’ alla radio sui temi appena trattati in aula: impresa 2.0, long tail di Anderson, impresa rete, correlazione tra capacità innovativa di un'impresa e il suo modello organizzativo”.

Ogni intervento radiofonico prevedeva la presenza di 3-4 studenti del corso che ponevano a Maddalena Della Volpe domande, cui potevano aggiungersi anche le domande formulate dal pubblico in ascolto.

“E per ciascun intervento - spiega la docente dell'Università Suor Orsola - ci siamo collegati con manager d'impresa e con associazioni di imprenditori. E' stato il caso, per esempio, di Coca Cola Hbc, Oleifici Mataluni, Confindustria, Centromarca, Testroom di Amburgo”. Quest'ultima società opera in un segmento di business particolarmente innovativo: è specializzata infatti nell'ottimizzazione di siti web. Il team è formato da giornalisti professionisti e da programmatori.

E in Testroom lavora proprio una ex studentessa. La sua testimonianza è la conferma che una formazione orientata alle nuove realtà della rete diventa un passaporto per trasferire la preparazione teorica sul terreno pratico e

quindi garantisce buone opportunità occupazionali.

“Ho usato uno strumento fortemente innovativo di comunicazione - aggiunge Maddalena Della Volpe - per approfondire i temi delle mie lezioni, che vertevano anche sugli strumenti innovativi di comunicazione, legati alla nuova economia digitale”. Il mezzo e il messaggio che si fondono, insomma, come teorizzava già quarant'anni fa Marshall Mc Luhan.

LABORATORIO DIDATTICO

“La nostra radio di ateneo - spiega il direttore artistico Antonio D'Amore - è in pratica un laboratorio didattico dei nostri corsi di comunicazione che però, grazie anche a questa esperienza innovativa promossa con Maddalena Della Volpe, riesce a interagire anche con altre aree di studio”.

Negli ultimi cinque anni, le radio universitarie diffuse sulla rete hanno avuto un'impennata significativa, diffondendo via web i propri palinsesti e sfruttando i meccanismi “virali” propri del social network per arrivare al loro pubblico. Bridge Ratings, nota agenzia americana che monitora l'audience delle radio, nel 2011 evidenzia come i giovani fino a 24 anni prediligano le webradio.

Attualmente, quindi, si contano circa 60 milioni di utenti, che si dedicano ad un ascolto medio di circa 18 ore a settimana.

Queste strutture possono rappresentare dunque un punto di convergenza tra ricerca, didattica e informazione universitaria, proprio come conferma l'esperienza in corso al Suor Orsola.

M. R.