



[Il digital storytelling nella pratica]

MANUALE DI FORMAZIONE PER I WORKSHOP



[IL DIGITAL STORYTELLING NELLA PRATICA]

Manuale di formazione per i workshop sul digital storytelling

Scritto da Dávid Bán e Balázs Nagy (Anthropolis Association)

Tradotto da Cristina Peddis

Con il contributo di Jason Ward e Andrea Bullivant (LWC), Paolo Brusa e

Federica Cadeddu (Diciannove)



Questo materiale per l'apprendimento è stato prodotto all'interno del progetto "i-DIGital Stories – Stories Educational Learning Facilities", finanziato dalla Commissione Europea.



Questo materiale è concesso con la licenza Creative Commons 2016.

Ciò significa che si è liberi di copiare, distribuire e mostrare parti di testo e immagini o la versione completa, a condizione che venga esplicitamente dato credito a Dávid Bán, Balázs Nagy e al progetto "i-DIGital Stories – Stories Educational Learning Facilities". Tuttavia, se si intendesse distribuire una versione modificata del nostro materiale, prima di farlo deve comunque essere chiesta l'autorizzazione e il lavoro risultante deve essere distribuito con la medesima licenza o una simile a questa, certamente non a scopi commerciali.



Questo progetto è stato finanziato con il supporto della Commissione europea. Questa pubblicazione rispecchia solo le opinioni dell'autore e la Commissione Europea non può essere ritenuta responsabile di alcun utilizzo che possa essere fatto delle informazioni contenute al suo interno.

N°	Image	Storyteller	Voice
1	by David Bán	This photo shows a very modest pine tree, but that one was my father's tree ever	
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			

Digital Storytelling Storyboard (SAMPLE)



DIGITAL STORYTELLING WORKSHOP

0030 6936497398 0030 6947029205	04.10. (17-30)	04.03. (var)	04.03. (var)	04.03. (var)
------------------------------------	----------------	--------------	--------------	--------------

Name	Organization	Signature
Paolo Brusa	Dicannove Società Cooperativa	<i>Paolo Brusa</i>
Anna Ponte	Dicannove Società Cooperativa	<i>Anna Ponte</i>
Cristina Peddis	Dicannove Società Cooperativa	<i>Cristina Peddis</i>
Malgorzata Miklosz	Danmar Computers sp z o.o.	
Krzysztof Ciapala	Danmar Computers sp z o.o.	
Lukasz Klapa	Danmar Computers sp z o.o.	
Jason Ward	Verpool World	
Jennie Geddes	Verpool World	
Stephanie McSherry	Verpool World	
Silvia Benvenuti	Verpool World	
Graziella Bonaguidi	Verpool World	
Samuela Raffaelli	Verpool World	
Eugenia Kolias	Verpool World	
Karmelina Darzenta	Verpool World	
Christelle Louitch	Verpool World	
Balázs Nagy	Verpool World	
Dávid Bán	Verpool World	
Nóra Ungár	Verpool World	
Viktória Székelyi	Verpool World	
Cansu Sizen	Verpool World	



anthropolis

History
see in the given book
a history (oral history)
cult. stories to discover the
50-60' power of personal narrative
→ 70' theoretical experience
→ 90' Don't know our Don't know
with the spirit of art. Film first
first DIT workshop

1. Sette miliardi di digital stories	6
2. Lo storytelling nella cultura	10
3. Le origini del Digital Storytelling	14
3.1 la fase iniziale americana	
3.2 il digital-storytelling in Europa	
4. Aree di utilizzo	20
4.1 il digital-storytelling nell'educazione	
4.2 il digital-storytelling al museo	
4.3 il digital-storytelling nei media	
5. Casi particolari: Il digital storytelling e i suoi effetti	24
5.1 il digital-storytelling nel recupero da trauma	
5.2 il digital-storytelling nelle comunità educative	
5.3 il digital-storytelling nella costruzione della comunità	
5.4 il digital-storytelling sul tema del lavoro e dell'occupazione	
5.5 il miglioramento dell'immagine di sé in caso di problemi di comunicazione e/o di espressione della propria personalità	
6. Il digital storytelling nella pratica	34
6.1 Il ruolo del formatore	
6.2 I partecipanti	
6.3 La struttura della formazione sul digital storytelling	
6.4 Il workshop sul digital storytelling passo per passo	
ALLEGATO 1 – Testo e Storyboard (ESEMPIO)	58
ALLEGATO 2 – Piano di Lavoro per il Workshop di DS di 24 ore o per la sessione di tre giorni	64
ALLEGATO 3 – Link per i riferimenti sul digital storytelling e i riferimenti bibliografici	68
ALLEGATO 4 – Liberatoria	74

1. “Sette miliardi di digital stories”

Sette miliardi di persone sono nate dopo il 1980. Sono nati in un mondo dove la tecnologia è parte integrante della vita quotidiana. Sono nati in un mondo dove la tecnologia è parte integrante della vita quotidiana.

Sette miliardi di persone sono nate dopo il 1980. Sono nati in un mondo dove la tecnologia è parte integrante della vita quotidiana. Sono nati in un mondo dove la tecnologia è parte integrante della vita quotidiana.

Sette miliardi di persone sono nate dopo il 1980. Sono nati in un mondo dove la tecnologia è parte integrante della vita quotidiana. Sono nati in un mondo dove la tecnologia è parte integrante della vita quotidiana.

Sette miliardi di persone sono nate dopo il 1980. Sono nati in un mondo dove la tecnologia è parte integrante della vita quotidiana. Sono nati in un mondo dove la tecnologia è parte integrante della vita quotidiana.



Se vogliamo cogliere l'essenza del digital storytelling, le parole sono probabilmente il mezzo meno efficace. Il digital storytelling (DST) viene compreso meglio dopo averlo visto e sperimentato: questo è il modo più pratico per realizzare il potere e il potenziale di questo metodo, così come i suoi effetti su noi stessi e sugli altri. Alle persone piacciono le storie e tutti vogliamo lasciare delle tracce di noi stessi per il futuro. Il fatto è che tutti abbiamo una storia nascosta, non raccontata dentro di noi. Con l'aiuto del digital storytelling chiunque può riuscire a trovare quella voce speciale e quella storia dentro di sé che sono uniche per loro. Non esiste una storia che sia banale o brutta; ogni persona ha le proprie avvincenti storie che, per un motivo o per l'altro, sono importanti per loro. Il digital storytelling è "solo" un metodo che ci aiuta a trovare e a svelare queste storie importanti, che tuttavia sono celate dentro di noi, così da poterle condividere con il mondo o anche solo raccontarle ad alta voce per noi stessi.

Il raccontare storie è un'esigenza fondamentale dell'uomo, antica tanto quanto il genere umano. Dopo molti millenni, l'aggettivo "digitale" è stato aggiunto a questo concetto, che per molte persone può sembrare strano o difficile da definire. Il digital storytelling si focalizza sulla storia personale di un individuo e, sotto questo punto di vista, non è diverso dal modo in cui qualsiasi altra storia veniva raccontata in passato. E' come quando, ad esempio, i nostri antenati si raccontavano le loro storie di caccia più avvincenti, o quando alle rimpatriate di classe condividiamo con i nostri ex compagni di scuola gli eventi più importanti della nostra vita adulta. Ma negli ultimi due decenni un metodo che è in grado di aiutarci a dirigere o "incanalare" le nostre storie verso il cuore del messaggio, con l'aiuto di diversi strumenti e con lo scopo di produrre uno specifico cortometraggio alla fine di questo processo, ha preso forma. Queste storie vengono poi raccontate con la nostra stessa voce e illustrate con le nostre foto. Dopo essere state registrate digitalmente, vengono rese disponibili al pubblico. Ovviamente queste possono essere salvate digitalmente in modo da conservarle per i nostri fini e per i posteri.

Per riassumere l'essenza del metodo in poche parole: il digital storytelling (DST) ci aiuta a concentrarci su noi stessi e sulle nostre storie, esprimerle a parole, drammatizzarle e raccontarle ad altri con l'aiuto di foto o altri strumenti visivi. Durante questo processo i narratori o "*storyteller*" elaborano e raccontano le loro storie personali, illustrandole con foto personali, oggetti, disegni, ecc. Il risultato conterà di un cortometraggio lungo circa due minuti, raccontato dallo storyteller e basato su foto personali.

Il potere del digital storytelling risiede proprio nel suo carattere molto personale e onesto, ovvero nel processo stesso attraverso cui troviamo ed articoliamo la nostra storia, così come ascoltiamo e guardiamo quelle degli altri. Il metodo, praticamente, verte sul viaggio che intraprendiamo durante la realizzazione dei cortometraggi – sulla difficoltà di trovare la nostra storia e darle forma. Il risultato finale sarà importante non solo per noi, ma potrà avere effetto anche sulle vite degli altri. Condividiamo foto personali e storie tutti i giorni attraverso i social media, ma con l'aiuto del digital storytelling saremo in grado di sviluppare nuove competenze attraverso cui potremo dare un significato più profondo e genuino al nostro messaggio.

Il presente manuale è stato prodotto all'interno del progetto "i-DIGital Stories – Stories Educational Learning Facilities", con il supporto finanziario del programma Erasmus+ della Commissione Europea, con lo scopo di presentare il metodo,

i campi di utilizzo, i risultati, l'applicabilità e gli effetti del digital storytelling.

Come molti manuali, anche questo non è esauriente. E' designato per offrire un quadro generale della metodologia che è intrinseca ad un primo approccio al modello del digital storytelling. Le linee guida metodologiche, teoretiche, etiche e pratiche devono andare di pari passo con l'esperienza personale e con una conoscenza completa dell'intero processo, che noi raccomandiamo vivamente.

Questa pubblicazione fornisce assistenza nell'organizzare e svolgere le sessioni di formazione sul digital storytelling, grazie a una descrizione passo per passo dell'intero processo.

Poi può essere realizzato in un ambiente educativo sia formale che informale, in un workshop di gruppo o lavorando in maniera individuale. Tale manuale si basa su un metodo sviluppato da Daniel Meadows e dal team di Capture Wales.

Questo manuale ambisce ad andare oltre l'approccio essenzialmente metodologico delle pubblicazioni simili a questa, facendo una panoramica sulle origini del digital storytelling, il suo impatto sociale e psicologico e le opzioni per affrontare situazioni non convenzionali, fuori dall'ordinario e le opportunità che offre per affrontare una molteplicità di condizioni umane.

Lo staff di Anthonopolis Association ha iniziato ad organizzare i workshop sul digital storytelling sotto la guida personale di Steve Bellis, attingendo tanto dall'esperienza di Joe Lambert – persone chiave nello sviluppo del digital storytelling. Gli autori di questo volume hanno preso dimestichezza con il metodo del digital storytelling e hanno fatto i loro primi filmati nel 2011.

Da allora hanno formato molti gruppi ungheresi ed internazionali e aiutato a dare forma a diverse centinaia di “storie digitali” o *digital stories* (DS). La nostra pluriennale esperienza e le diverse formazioni che abbiamo organizzato hanno provato che il metodo sia apprezzato, utile ed efficace nell'aiutare le persone.

Questa guida metodologica è un tentativo per aumentare i potenziali campi di utilizzo del digital storytelling. Come dice Joe Lambert, “Ci sono sette miliardi di persone sulla terra. Se ognuno di loro creasse la propria storia digitale, io sarei soddisfatto”.¹ Allo stesso tempo gli autori del metodo hanno realizzato che, nonostante le formazioni seguano alcune regole rigorose e che la struttura fondamentale delle storie che si sviluppano e dei cortometraggi sia fissa, la corretta valutazione della situazione, la flessibilità e l'adattabilità a circostanze impreviste sono sempre molto importanti per i formatori. Sebbene nel manuale non vi siano precise linee guida per questo tipo di situazioni, esse vengono esaminate e vengono dati dei consigli pratici basati sulle nostre esperienze pregresse.

1 Hétmilliárd digitális történet. Beszélgetés Joe Lamberttel [Sette miliardi di digital stories. Intervista con Joe Lambert]. Anthonopolis 7.1 (2012).

Digital Storytelling – What is it?

definition:

A DST film is a narrated story, written and told by the owner of the story, illustrated with his/her personal images, created and shared through digital technology



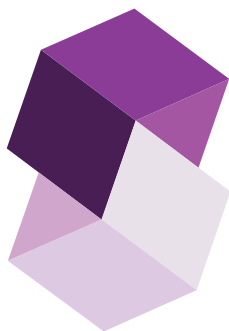
2. Lo storytelling nella cultura

Il **storytelling** è una forma di comunicazione che utilizza la narrazione per trasmettere informazioni, emozioni e valori. È una pratica antica e universale, presente in tutte le culture e in tutte le epoche.

Il **storytelling** è una forma di comunicazione che utilizza la narrazione per trasmettere informazioni, emozioni e valori. È una pratica antica e universale, presente in tutte le culture e in tutte le epoche.

Il **storytelling** è una forma di comunicazione che utilizza la narrazione per trasmettere informazioni, emozioni e valori. È una pratica antica e universale, presente in tutte le culture e in tutte le epoche.

Il **storytelling** è una forma di comunicazione che utilizza la narrazione per trasmettere informazioni, emozioni e valori. È una pratica antica e universale, presente in tutte le culture e in tutte le epoche.



Lo *storytelling*, o narrazione, è una pratica antica tanto quanto la storia dell'umanità stessa. In quanto pietra miliare della cultura dei primi uomini che si organizzarono in una società, lo *storytelling* era importante e ben documentato nella vita della comunità, molto prima che la scrittura comparisse – sebbene oggi il suo ruolo sia oggetto di dibattito. Non sappiamo con certezza perché le scene di caccia e delle prede siano state raffigurate sui muri delle caverne dell'uomo antico circa 30.000 anni fa, ma sappiamo per esempio che i disegni nel soffitto delle grotte di Lascaux non sono meramente delle pitture casuali ma sono connesse – sono probabilmente delle raffigurazioni visive di qualche mito. In altre parole, sono degli antichi storyboard.

Oltre al loro significato pratico tuttavia, le raffigurazioni dipinte, disegnate o intagliate sui muri delle grotte dimostrano una caratteristica che appartiene solamente al genere umano: la necessità e il desiderio di lasciare una propria traccia.

Lo scopo dei disegni nelle caverne all'interno del sistema di credenze e magia della comunità è controverso, ma il loro ruolo nel trasmettere il sapere comune è indiscutibile. La medesima cosa vale per le presentazioni verbali delle leggende e storie allora emergenti, così come vale per i loro narratori. Coloro che presentano le storie si distinguono dalla comunità e detengono un ruolo privilegiato perché donano un aspetto unico e individuale al tesoro comune della società, la storia. Questo è il momento in cui nascono i narratori o *storyteller* e il loro pubblico. Gli *storyteller* sviluppavano uno stile personale – giocavano con la loro voce, le parole, le mani e il corpo. Ogni cantastorie interpretava la stessa storia in modo diverso e la accompagnava con dei gesti e in seguito con la musica e la danza. La prassi divenne parte essenziale dei riti religiosi e delle arti performative e, grazie a questo, delle arti rappresentative. Gli *storyteller* venivano aiutati dai simboli individuali intagliati nella pietra o nel legno, da cui derivarono i dipinti nelle caverne e in seguito le storie raffigurate su vasi e ceramiche. (Un esempio straordinariamente bello della visualizzazione dello *storytelling* è un arazzo dell'undicesimo secolo creato in Inghilterra e ora in mostra a Bayeux in Francia. L'arazzo originale ricamato, lungo oltre settanta metri, racconta in modo simile a un fumetto la conquista dell'Inghilterra da parte dei Normanni del 1066).

La narrazione verbale rimase indispensabile anche dopo la comparsa della scrittura e l'utilizzo dei documenti scritti – da una parte grazie agli strati illetterati delle società, che includevano la maggior parte della popolazione e, dall'altra parte, grazie alla forza del suo carattere personale. In passato erano i messaggeri e i girovaghi che portavano le notizie da luoghi lontani del mondo alle comunità che erano principalmente stanziali o parzialmente nomadi. Spesso raccontavano storie abbellite sulle prodezze di nobili e re lontani, su imprese eroiche, battaglie ed eventi straordinari. Gli *storyteller* giocarono un ruolo importante nella creazione, conservazione e diffusione delle leggende, dei miti e dei racconti radicati nella tradizione locale, che assumevano i tratti caratteristici della comunità in senso più ampio e della regione geografica. Anche i menestrelli erranti o le compagnie teatrali, il cui unico obbiettivo era l'intrattenimento, facevano affidamento su queste storie. I racconti popolari, i miti e le leggende venivano personalizzati e trasmessi contribuendo in questo modo allo sviluppo e al rafforzamento dell'identità della comunità e conservando contemporaneamente il loro ruolo nella trasmissione dei valori culturali e sociali.

Le storie hanno sempre avuto un ruolo cruciale nel trasferimento del sapere, non solo all'alba della civilizzazione. Come ogni racconto, anche la storia della cultura ha i suoi eroi e le sue eroine. La storia di ogni "impresa" scientifica, di ogni scoperta o la creazione di un'opera fondamentale diventa parte del sapere comune dell'umanità sotto forma aneddotica. La storia della mela che cade sulla testa di Newton è molto più divertente e memorabile di una formula complicata o di una definizione. Inoltre trasmette semplicemente il quantitativo di sapere su un fenomeno di fisica e la sua scoperta – nonché sulla storia della scienza – che i non addetti ai lavori possono assorbire e di cui possono necessitare nella quotidianità. Trasmettere la conoscenza in maniera piacevole, attraverso le storie, è diventato ormai un genere indipendente. Ci sono diversi rappresentanti eccellenti dell'informazione-spettacolarizzata in diversi campi della scienza – sarà sufficiente menzionare David Attenborough, Bill Bryson e Umberto Eco. Tuttavia, molti altri casi possono essere citati riguardo alla rilevanza e all'efficacia del trasformare i ricordi personali in racconti, come ad esempio i contributi da parte di Margaret Mead, Anne Schützenberger, Françoise Dolto, Gregory Bateson, solo per citarne alcuni².

Il potenziale delle storie nel modellare la cultura è particolarmente evidente in riferimento alle religioni. Con la comparsa della scrittura e l'utilizzo di documenti scritti è nato un nuovo ed efficace mezzo allo scopo di trasmettere le storie. Ciò facilitò considerevolmente il diffondersi di storie canonizzate delle religioni e di conseguenza il diffondersi delle religioni stesse. Le traduzioni autenticate cercavano di garantire che le storie di grande importanza potessero essere diffuse senza essere distorte, conquistando i confini linguistici, geografici e temporali. (La fedeltà delle traduzioni viene messa in dubbio costantemente e gli errori di traduzione e interpretazione hanno una propria storia).

Le religioni hanno conquistato nuovi territori anche attraverso le loro storie. C'è una variazione considerevole nella lunghezza delle storie all'interno delle stesse religioni, ma anche le storie incredibilmente corte sono in grado di portare il messaggio e trasmettere gli insegnamenti principali. I koan del buddismo Zen o le parabole sono degli esempi eccellenti di come introdurre una persona ai misteri religiosi anche attraverso una storia raccontata con poche parole. Un altro esempio è la Passione di Cristo, che è chiaramente più lunga di un koan, ma coglie gli insegnamenti di base del cristianesimo attraverso una simile stringatezza. Grazie alla descrizione della Via Crucis, il messaggio principale – una storia personale di salvezza raccontata in 14 immagini- diventa facile da comprendere e prende vita anche per le persone illetterate.

Le storie detengono un ruolo centrale non solo nell'evoluzione dell'umanità, ma anche in quella dell'individuo. I racconti entrano nelle nostre vite fin dalla prima infanzia e hanno un'influenza fondamentale nello sviluppo della nostra personalità. E' stato provato dalla genetica che siamo predisposti ai racconti e alle storie: nasciamo con una fame precodificata per le storie - i nostri cervelli sono collegati in modo da capirle e imparare da esse. Attraverso i racconti possiamo conoscere non solo il mondo delle fiabe ma anche il mondo reale. Oltre ad una guida morale, possiamo anche scoprire in esse le regole di base e le interrelazioni della vita sociale. I racconti influenzano la nostra visione del mondo ed è possibile che

2 ulteriori riferimenti sull'efficacia dei racconti in diversi campi sono disponibili nella bibliografia

anche le nostre distorsioni cognitive più fondamentali – ad esempio, la nostra convinzione in un mondo giusto – siano basate sulle storie. Oltre agli effetti sull'intelletto, anche la loro utilità in psicologia è molto notevole. Possono aiutarci a sciogliere le nostre tensioni e a calmarci, mentre inducono uno stato speciale di consapevolezza. La terapia del racconto, per esempio, usa il potere curante dei racconti e lo applica sui bambini.

Le storie hanno un effetto formativo sulla nostra visione del mondo in maniera fondamentale. Cominciano a formare la nostra personalità dall'inizio della sua evoluzione, in parallelo allo sviluppo della coscienza. Poi ci accompagnano per tutta la nostra vita in un modo che, a posteriori, la vita dell'individuo stesso darà forma ad una storia ricca di avventure, a partire dal momento della nascita fino alla morte.

Anche i nostri genitori erano soliti sedersi sui nostri letti per farci addormentare con una fiaba, nel frattempo noi imparavamo un'antica modalità d'azione: lo storytelling. La maggior parte di noi non pensa mai intenzionalmente a ciò che rende bella una storia o a come svilupparne una sistematicamente, ma impariamo le basi della creazione di una storia in giovane età, come se imparassimo un libro di ricette a memoria. Gli ingredienti per una storia semplice sono i seguenti: l'epoca, il luogo, l'eroina, la vicenda (il conflitto) e la soluzione. Saremo in grado di utilizzare queste conoscenze in qualsiasi momento - o perlomeno quando diventiamo noi stessi genitori e cominciamo a raccontare le fiabe ai nostri bambini, così come i nostri genitori hanno fatto con noi. Lo storytelling è una capacità naturale come respirare.

In un certo senso ogni storia è inventata, ma la personalità umana è influenzata non solo da storie immaginarie come le fiabe. Quando riflettiamo su noi stessi o costruiamo il nostro ego, lo facciamo con l'aiuto delle storie, creando nel frattempo una nostra realtà. Immaginiamo noi stessi in un sistema di cause ed effetti correlati; la nostra identità è in parte costruita di storie. Le storie della nostra vita e i miti personali hanno origine da un'intricata rete fatta della nostra conoscenza personale tessuta sul nostro passato. Queste storie sull'io garantiscono la continuità tra il passato e il futuro, questa successione di ricordi crea la nostra identità personale (vedi Schachter³). Le cose che viviamo – ossia la nostra vita intera – sono coperte di significato attraverso i racconti e le storie. Non siamo solo noi che creiamo le storie – le storie creano noi in ugual maniera.

3 Daniel L. Schacter: Emlékeink nyomában. Az agy az elme és a múlt. Budapest, 1998, Háttér Kiadó. [Cercando la Memoria: Il Cervello, la Mente e il Passato, 1996.]

3. Le origini del Digital Storytelling



Negli anni 1950 e '60, la storiografia cominciò a rivolgere la sua attenzione verso le fonti non scritte precedentemente ignorate. Troviamo come precursore la Scuola francese di storiografia delle Annales, fondata e sviluppata nella prima metà del ventesimo secolo e fiorente dopo la seconda guerra mondiale. Oltre alle fonti “tradizionali”, la Scuola delle Annales era disposta a trattare anche documenti della vita di tutti i giorni – manifesti, diari, lettere, ecc.- al fine di studiare le questioni sociali, economiche e politiche a lungo termine. Adattando i metodi della ricerca etnografica, la cosiddetta “storia orale” è stata sviluppata in Gran Bretagna all’inizio degli anni '70 e registrava i racconti di persone e famiglie comuni, prima concentrandosi sullo scenario dei grandi eventi storici e poi su avvenimenti della quotidianità.

Contemporaneamente lo storytelling tradizionale ha continuato a vivere fino ad oggi come un mezzo di trasmissione della conoscenza, dell'esperienza, della storia della comunità o personale e dei ricordi familiari. Questo perché lo storytelling non è un'attività egocentrica, ma una condivisione di conoscenze e ricordi che è tanto importante per il ricevitore della storia quanto lo è per lo storyteller. Le storie degli uomini sono solitamente universali, quindi possono facilmente fungere da ponte tra differenti gruppi, culture o generazioni. Mentre in certe culture il raccontare storie oralmente davanti a un gruppo di persone è rimasta una tradizione giunta fino ai giorni nostri, in altre società questa tradizione sta apparentemente perdendo terreno. Sebbene diverse nuove tecniche e forme di espressione siano recentemente diventate disponibili, l'intera umanità ha bisogno di questo tipo di espressione e di questo modo di lasciare una traccia di sé anche oggi.

3.1 La fase iniziale Americana

La tradizione dello storytelling è stata mantenuta in vita nei paesi anglofoni e ha messo in moto l'immaginazione di diversi creativi, artisti sperimentali. Gli artisti figurativi e visivi cominciarono a sperimentare differenti forme di espressione basate sullo storytelling. Durante gli anni '70 e '80 vennero introdotti molti progetti e iniziative, sia in Gran Bretagna che negli Stati Uniti, che possono essere considerati come dei prototipi del digital storytelling. Essi includevano ad esempio le tournée di spettacoli in cui le storie raccontate dagli storyteller su un palco ad hoc venivano accompagnate da effetti visivi creati localmente, ossia dalla proiezione di diapositive.

Nello stesso periodo alcuni artisti praticanti la professione, in collaborazione con alcuni docenti, cominciarono ad associare i programmi d'arte con l'educazione, lasciandosi il santuario dell'arte alle spalle e cercando di coinvolgere più persone possibile nell'interpretazione e nella pratica degli approcci artistici. Uno degli strumenti consisteva nell'associare lo storytelling con le arti visive che, oltre all'auto-realizzazione, puntava a identificare i problemi sociali e i conflitti e a trovare una soluzione ad essi. La definizione, in senso ampio, del metodo del digital storytelling è stata utilizzata da molti artisti e produttori per collegare ciò che loro fanno con le tradizioni dello storytelling orale e, spesso, per distinguere il loro lavoro da progetti ingegnosi o commerciali, focalizzandosi sulla paternità letteraria e sul contenuto umanistico o emotivamente provocatorio.

Questa era anche un'epoca in cui stavano avendo luogo enormi cambiamenti nel consumo mediatico e visivo. La televisione divenne parte della quotidianità in una misura senza precedenti fino a quel momento e la TV fu trasferita nel soggiorno. Le serie televisive basate sulle cosiddette famiglie medie divennero molto popolari, così come i programmi in cui la gente comune poteva diventare il centro dell'attenzione – ad esempio nei quiz televisivi -, anche se per un breve periodo. Molte

persone cominciarono a sentire di potersi identificare sempre di più con i programmi televisivi, anche se i media erano unilaterali e controllati dall'alto: le emittenti televisive e i produttori concepivano, testavano e producevano i programmi e gli spettatori ricevevano un prodotto preconfezionato. Sebbene le produzioni televisive fossero modellate e modificate tenendo in considerazione gli indici d'ascolto e le proiezioni di prova, la storia in sé non aveva niente a che fare con gli spettatori. Però condizionava davvero tanto le loro vite, considerato il fatto che avessero davvero poca influenza sul contenuto dei programmi. Molti artisti ed educatori specializzati in questo campo spingevano verso un uso più democratico dei media che era ancora difficile, ma non impossibile da realizzare con la tecnologia allora disponibile. La comparsa dei videoregistratori e delle videocamere è stata una pietra miliare nel processo di democratizzazione dei media, che si realizzò completamente con la diffusione dei computer, della tecnologia digitale, di internet e dei social media.

I primi digital storyteller sono stati Ken Burns, Dana Atchley, Joe Lambert e Daniel Meadows. Ken Burns usava il metodo più che altro per la documentazione, come ad esempio per il suo film "The Civil War – La Guerra Civile" del 1990. Questa popolarissima serie di nove episodi, per un totale di 10 ore, è stata creata con un'enorme quantità di documenti personali – lettere, diari e foto –, basata su un nuovo approccio mai usato prima che coinvolgeva gli spettatori nell'interpretazione degli eventi storici in maniera romanzata.

Nello sviluppo del metodo del digital storytelling, l'artista americano multidisciplinare e produttore mediatico, Dana Atchley, ha senza dubbio svolto il ruolo di pioniere attraverso il racconto di storie personali, talvolta davanti a un pubblico dal vivo. È stato Atchley ad insegnare lo storytelling ai workshop e a lavorare con aziende come Coca-Cola, Apple Computer, Adobe o Pinnacle Systems. Atchley aiutava gli alti dirigenti a creare delle conversazioni emozionanti e coinvolgenti con l'utilizzo delle ultimissime tecnologie per creare delle digital stories, che connettevano e attraevano il pubblico in una maniera più viscerale, visiva, emotiva e reale.

"Il digital storytelling unisce il meglio di due mondi: il 'nuovo mondo' del video digitalizzato, della fotografia e dell'arte e il 'vecchio mondo' del raccontare storie. Ciò significa che il 'vecchio mondo' delle slide di PowerPoint piene di affermazioni in elenchi puntati sarà rimpiazzato da un 'nuovo mondo' di esempi per mezzo di storie accompagnate da immagini e suoni evocativi".

Le idee di Dana Atchley sulla tecnologia e sullo storytelling stavano iniziando a smuovere le cose negli anni '90. In questo periodo anche molti altri stavano cercando di creare qualcosa di nuovo nel campo dell'arte mediatica, ma Atchley rimase fedele alla realizzazione di storie personali. Così facendo lavorò con archivi di famiglia e diari visivi già esistenti o creati a tal fine:

Home Movies: <https://www.youtube.com/watch?v=bKuGpBaWqQk>

Readheads: <https://www.youtube.com/watch?v=njwiKJkWUys>

Horse-Cow: <https://www.youtube.com/watch?v=IWU5SaGDnU>

Elaine Woo scrisse quanto segue su Atchley nelle colonne del Los Angeles Times, dopo la sua morte prematura nel Dicembre

del 2000: “Un autodefinito vecchio hippie che un tempo girava il paese come artista performativo sotto il nome di Ace, Atchley univa l’amore per la storia familiare con le sue competenze nei nuovi media al fine di creare uno spettacolo autobiografico chiamato ‘Next Exit- La Prossima Uscita’, che lui rappresentava ai festival cinematografici in giro per il mondo. (...) Nei primi anni ‘80 diventò un produttore di video indipendente. In questo periodo acquistò anche un computer Macintosh, che divenne lo strumento essenziale nella creazione della sua prima storia digitale. ‘Next Exit’, che fu rappresentato per la prima volta nel 1991, attingeva ad archivi familiari datati a partire dal tardo 1800 così come alle migliaia di foto scattate da Atchley sin da quando ricevette la sua prima macchina fotografica all’età di 7 anni. I critici e i fan lo paragonavano alla versione dell’era digitale di Garrison Keillor – o una via di mezzo tra Mark Twain e Jack Kerouac,” ha affermato Peter Bergman del FiresignTheater.”⁴. Negli anni ‘90, dopo numerosi esperimenti mediatici, Joe Lambert, che era un produttore teatrale in quel momento, stava lavorando alla democratizzazione della scena culturale e visiva con diversi suoi colleghi, con l’obiettivo di dare “voce alle potenti storie di danneggiamento, guarigione e speranza nel mezzo del conflitto sociale e politico.” Durante le sessioni di formazione che organizzarono con Dana Atchley, si resero conto che gli storyteller erano in grado di fare dei cortometraggi personali molto profondi, anche quando gli mancavano le più rudimentali capacità mediatiche. Il primo di questi corsi formativi, che puntava a fare dei corti basati su storie personali, è stato realizzato con il sostegno attivo dell’American Film Institute. Poi nel 1994 Atchley e Lambert, insieme a Nina Mullen, fondarono il San Francisco Digital MediaCenter. Nei diversi anni a seguire, il gruppo affinò un programma che divenne la base per un workshop comunitario chiamato “digital storytelling.” Il Centro è diventato un luogo di formazione professionale e il suo staff di dieci formatori ha le competenze per realizzare dei corsi formativi sul digital storytelling e dei workshop tematici applicabili in qualsiasi campo, principalmente per lo stato, le autorità locali o aziende ovunque negli Stati Uniti. Con il metodo del digital storytelling erano in grado di migliorare e realizzare significativi cambiamenti nell’approccio a organizzazioni educative, sanitarie, sociali e anche imprenditoriali. Il Centro per il Digital Storytelling, che dal 2015 continua a lavorare semplicemente sotto il nome di Story Center, ha lavorato con quasi un migliaio di organizzazioni provenienti da tutto il mondo e formato più di 15000 persone in centinaia di workshop per condividere le storie della loro vita.

3.2 Il digital storytelling in Europa

Uno degli obiettivi dello Story Center di Berkley in California è diffondere questo genere nel mondo tra il più grande pubblico possibile. E’ stato Daniel Meadows, un fotografo e insegnante che, mentre faceva ricerche per la Scuola di Giornalismo, Media e Studi Culturali all’Università di Cardiff, entrò in contatto con il lavoro dell’istituto americano e imparò il metodo del digital storytelling da loro. Pensava che fosse possibile interrompere il monopolio dell’industria mediatica controllata dall’alto con questa tecnica che racconta storie comuni in forma personale. Nel 2001 ha aiutato a concludere un accordo tra l’Università di Cardiff e il canale TV regionale BBC Galles, riguardante un progetto a lungo termine sul digital storytelling intitolato Capture Wales-Immortalare il Galles. L’obiettivo del programma era aprire le onde radio ad un’ampia gamma

di nuovi utenti, dando voce a quelle persone che, fino ad allora, erano state a malapena considerate come membri del pubblico. Il progetto è andato avanti fino al 2008, durante tutto questo periodo furono tenuti mensilmente dei workshop con 10 persone che partecipavano da tutto il Galles. Nella selezione dei partecipanti l'unico criterio era che i primi 10 ad arrivare venivano ammessi ad ogni workshop, dice Meadows. In questi workshop le persone erano in grado di narrare e produrre i loro cortometraggi personali di circa due minuti, che venivano poi mandati in onda durante la prima serata del canale. Durante tutta la durata del programma diverse migliaia di persone hanno messo insieme e raccontato le proprie storie, le hanno registrate con la propria voce e nel frattempo hanno imparato come scrivere un testo, creare uno storyboard dalle proprie foto di famiglia e produrre il proprio cortometraggio con l'aiuto dello staff del canale TV.

E' stato sempre Daniel Meadows – insieme a Joe Lambert e allo staff della BBC – che, basandosi sull'esperienza acquisita in California, è riuscito a far funzionare la metodologia apparentemente rigida. Essa limita a 180-320 parole la lunghezza di una storia, che può essere illustrata con 15-25 foto e raccontata in approssimativamente 2 minuti, senza usare, possibilmente, alcun effetto cinematografico, musica o rumori. La struttura del workshop di digital storytelling utilizzata da molte scuole e istituzioni - e presentata in questo manuale – è basata sui medesimi principi.

Inizialmente la scuola europea – così come alcune altre scuole intorno al mondo – interpretava il metodo in maniera differente rispetto alle loro controparti americane. L'approccio americano si focalizza più sul processo di creazione del video, contrariamente all'approccio europeo che si concentra sul prodotto finale del processo, immaginandosi un prodotto multimediale commerciabile, che possa essere trasmesso in TV. Dopo che alcune istituzioni educative e alcune organizzazioni non governative hanno cominciato ad utilizzare il digital storytelling – di cui il Yale College di Wrexham, in Galles, è diventato uno dei principali centri e Steve Bellis, che si autodefinisce un “digital storyteller professionale”, è diventato uno dei suoi principali sostenitori -, le sue implicazioni psicologiche sono diventate evidenti e l'attenzione si è spostata sempre di più verso il processo interiore dell'elaborazione delle storie personali. “Prima del Yale College, ho lavorato per anni nella produzione TV come cameraman, tecnico del suono e video editor e stavo cercando di creare dei ‘media spontanei’. In molti casi ciò è in contraddizione con l'atteggiamento di base dei media e con il fatto che mandano continuamente messaggi agli spettatori, che poi li ricevono passivamente. Volevo cambiare questa situazione. Non dovremmo pensare che lo spettatore può solo rilassarsi davanti allo schermo della TV. Dovremmo incoraggiarli a mostrare se stessi – chi sono, come vivono. Questa potrebbe sembrare un'idea audace, ma sono convinto che il digital storytelling la possa rendere possibile” - dice Steve Bellis in un'intervista rilasciata ad *Anthropolis*.⁵

Da allora il digital storytelling e gli altri metodi simili sono diventati conosciuti in molti paesi; molte istituzioni lo stanno impiegando utilizzando diversi approcci, tecniche e individuando differenti tipi di pubblico. Ma le diverse metodologie sono fondate sull'aspetto personale e l'uso di tecnologie digitali ovunque. Negli ultimi anni l'importanza del digital storytelling è cresciuta ulteriormente con il rapido sviluppo e la più agevole disponibilità delle nuove tecnologie. Nonostante i media

5 Foglalkozása: digitális történetmesélő. Beszélgetés Steve Bellis-szel. [Professione: Digital Storyteller. Un'intervista con Steve Bellis.] *Anthropolis* 7.1 (2012)

siano diventati più facilmente accessibili e l'utilizzo di Facebook, Youtube, Instagram e Twitter sia sempre più diffuso, l'acquisizione delle necessarie competenze digitali non è ovvia. Il digital storytelling può essere d'aiuto in questo senso. Invece di un uso superficiale di queste tecnologie, questo metodo offre un utile strumento che trae vantaggio dallo sviluppo tecnologico, ma si concentra anche sulla ricerca e la promozione di reali vicende umane personali e di valori sociali che sono diventati sempre più nascosti. Invece dell'incontrollabile ossessione per la comunicazione, ci aiuta a concentrarci sull'essenza, sul messaggio reale.

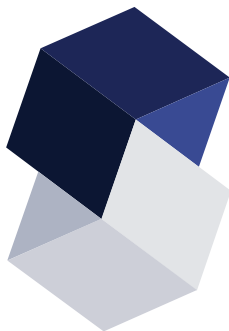
L'avanzamento tecnologico è stato molto d'aiuto nel rendere il metodo del digital storytelling disponibile e applicabile nella pratica per una vasta gamma di istituzioni scolastiche, non governative e a organizzazioni caritatevoli. In passato la creazione di cortometraggi richiedeva un enorme equipaggiamento tecnico molto costoso, spesso l'ambiente di uno studio televisivo completo (uno studio di registrazione, una sala di montaggio, materiale di ripresa, ecc.), mentre oggi la tecnologia necessaria (computer, macchina fotografica digitale, smartphone, tablet) è disponibile quasi per tutti.

A partire dagli anni 2000, approfittando di questa nuova possibilità, molte organizzazioni hanno imparato il metodo del digital storytelling e lo hanno adattato ai propri bisogni. Hanno avuto l'opportunità di cercare delle soluzioni applicabili praticamente e con il loro aiuto i gruppi e gli individui con diversi background (che essi fossero svantaggiati, incolti, giovani, in difficoltà per via di barriere linguistiche o problemi di comunicazione) hanno potuto raccontare adeguatamente e produrre le proprie storie in un modo in cui – tra gli altri – le loro competenze linguistiche, comunicative, visive o anche informatiche o l'adattabilità sociale potessero essere migliorate. (Alcuni di questi esempi saranno presentati nel Capitolo 7).

Così il primo passo nella democratizzazione dei media è stato fatto. Adesso la responsabilità di provvedere ai corsi formativi e di organizzare dei workshop che siano adeguati alla tecnologia e in grado di scoprire delle storie e dei contenuti genuini e personali, favorendo nel mentre lo sviluppo psicologico e sociale del gruppo e dell'individuo, è delle organizzazioni che utilizzano il metodo.

Lo scambio di idee e la condivisione dell'esperienza tra le organizzazioni che lavorano con il metodo del digital storytelling – e naturalmente la presentazione dei film – sono facilitati da internet, ma gli incontri di persona sono ancora importanti. Ci sono molti festival di digital storytelling organizzati regolarmente in tutto il mondo, tra cui in California dal 1995 e in Galles nell'ultimo decennio. Oltre a questi festival, altri grandi eventi vengono organizzati con regolarità principalmente da università americane e britanniche e, di tanto in tanto, vengono tenute in diverse parti del mondo delle conferenze internazionali sul digital storytelling interpretato nel più ampio senso possibile.

4. Aree di utilizzo



Il digital storytelling può essere applicato in ogni settore in cui si presenti la necessità di creare e raccontare storie individuali o collettive per ragioni o fini differenti. Gli esempi fatti in questo capitolo non sono esaurienti – la natura del genere rende impossibile coprire tutti le aree di utilizzo del digital storytelling. Ma il metodo è abbastanza aperto da permettere ai suoi professionisti di applicare il digital storytelling in qualsiasi campo gli sembri legittimato o funzionale. Lasciate che ci avviciniamo al metodo come avremmo fatto con un continente appena scoperto, in cui enormi territori integri stanno solo aspettando degli esploratori.

Gli effetti del digital storytelling sui partecipanti al processo non sono indipendenti dalla composizione del gruppo di riferimento con cui lavoriamo e dallo scopo e dalla struttura del workshop. In questo capitolo riassumeremo primariamente gli effetti che riguardano i partecipanti ai workshop “tradizionali”, simili alla forma di base, che realizzano i loro cortometraggi individuali basati su storie personali.

Dalla natura della tecnica ne deriva che la realizzazione delle digital stories richieda un arco temporale particolare. Chiaramente, possiamo dedicare più tempo ed energia nel creare una storia ben progettata e attentamente organizzata, anche se è presentata oralmente o pubblicata per iscritto. Ma per raccontare una digital story c'è bisogno di foto personali, il che richiede più preparazione e un po' di ricerca. Di questo non si può fare a meno ed è meglio che non lo si faccia. Tuttavia anche prima che il workshop cominci, mentre si esamina la storia che vale la pena raccontare e si guardano vecchie fotografie, i partecipanti cominciano a sperimentare quei processi emotivi che matureranno durante e dopo il workshop.

Di seguito il lettore troverà esempi provenienti dalle aree in cui gli autori hanno acquisito dell'esperienza pratica.

4.1 Il digital storytelling nell'educazione

Il digital storytelling può essere utilizzato in tutti campi dell'educazione (nell'apprendimento formale e informale), dopo essere stato adattato alla determinata situazione di apprendimento. Nell'adattamento generalmente si deve rispondere alle seguenti domande: gli storyteller (gli studenti) creeranno storie individuali o collettive, reali o immaginarie? La risposta dipende dalle persone con cui il formatore (l'insegnante) vuole usare il metodo del digital storytelling e dallo scopo della formazione.

Nel caso di gruppi di giovane età (dai 6 ai 10 anni) potrebbe essere appropriato lavorare con storie e racconti di fantasia creati insieme ed elaborarli digitalmente in sessioni di gruppo, ma questo non è in alcun modo obbligatorio. Noi facciamo in questo modo per non costringere il bambino a parlare in modo personale di sé stesso, ma in alcuni casi il bambino potrebbe desiderare di creare una storia personale. Le digital stories individuali e personali possono essere fatte anche con i bambini e gli adulti possono a loro volta inventare una storia insieme da cui poi realizzare un cortometraggio (vedi Capitolo 7).

L'Unione Europea e conseguentemente gli stati membri hanno definito le aree-chiave e le competenze che devono essere sviluppate in quanto forniscono le basi per l'adattabilità dell'individuo. Queste competenze devono essere acquisite da tutti gli studenti entro la fine della scuola dell'obbligo e costantemente migliorate durante il loro lifelong learning (o apprendimento permanente). Il digital storytelling è in grado di sviluppare le seguenti competenze: competenze informatiche(ICT), di

apprendimento e sociali, abilità nella madrelingua, nella comunicazione in lingua straniera, la sensibilità culturale, la capacità di espressione, la cittadinanza attiva, così come l'immagine e la consapevolezza di sé.

Durante la realizzazione delle digital stories, non sono solo gli studenti che entrano in contatto con sé stessi e approfondiscono la loro auto-comprensione. Pure gli insegnanti riescono a conoscere i loro studenti da una nuova prospettiva scoprendo in loro nuove capacità e competenze, mentre anche la relazione tra insegnante e studente viene promossa ad un nuovo livello.

Il metodo del digital storytelling può essere integrato in qualsiasi materia, a seconda della creatività dell'insegnante. La scelta più ovvia però sembra essere la materia che ha già la parola "storia" nel suo nome – la Storia. In verità qualsiasi periodo storico può essere studiato con questo metodo, ma vale la pena scegliere un argomento che offra agli studenti l'opportunità di scoprire la relazione che loro hanno personalmente con il tema o il soggetto scelto e di approfondirla. In un progetto dell'associazione Anthropolis, intitolato "Tales from the china-closet – Family narratives of the Shoah (Racconti dalla vetrinetta delle porcellane – Storie di famiglia sulla Shoah)", degli studenti delle scuole superiori hanno approfondito il tema dell'olocausto attraverso dei cimeli relativi ad esso e si sono avvicinati alla comprensione di un evento storico molto più di quanto sarebbero riusciti apprendendo tramite un approccio educativo più tradizionale.

Come abbiamo detto prima, la complessità del mondo intorno a noi è più facile da comprendere attraverso le storie. Siamo costantemente bombardati da storie preconfezionate che sono intese ad aiutarci nell'interpretare il mondo grazie alla tecnologia dell'informazione e della comunicazione, in ogni momento e in ogni luogo. Da questo fiume di informazioni i riceventi devono selezionare ciò che loro ritengono vero e autentico. Il compito sta mettendo alla prova l'abilità di ognuno di interpretare e processare i messaggi, indipendentemente dall'età. E' dunque estremamente importante sviluppare la competenza della lettura critica e acquisire un occhio critico con cui poter vedere il mondo in cui viviamo più chiaramente. Questo è l'unico modo per evitare le trappole della manipolazione – sia essa calcolata o accidentale – dei mass media e dei social media. Il digital storytelling potrebbe avere un ruolo chiave in questo. Non importa che lo storyteller crei una storia personale o d'immaginazione, egli può comprendere che ogni storia è per definizione costruita. Anche una storia che narra ricordi vissuti personalmente è fatta da una serie di eventi selezionati a caso dalla catena infinita di eventi e riorganizzati all'interno di un sistema di cause ed effetti. Attraverso una bella storia, lo storyteller rievoca intenzionalmente certe emozioni nel ricevente, che egli canalizza in considerazione del raggiungimento di un determinato obiettivo con l'aiuto di strumenti visivi e verbali. In altre parole, anche lo storyteller manipola. Attraverso l'acquisizione del digital storytelling gli studenti imparano a capire ed utilizzare gli strumenti visivi, cinematografici e drammaturgici che sono fatti per manipolare emotivamente i riceventi e rendere la narrazione il più efficace possibile. Questa manipolazione potrebbe essere utile al fine di comprendere, esplorare e cogliere meglio qualcosa, ma potrebbe anche essere d'aiuto nel pubblicizzare e diffondere un prodotto intellettuale o commerciale o un'ideologia. Quando gli studenti imparano ad usare gli strumenti linguistici e visivi della comunicazione efficace attraverso il digital storytelling, essi imparano anche a riconoscere questi stessi strumenti quando li incontrano come riceventi. La visione critica e il pensiero critico li aiutano a capire le intenzioni dell'oratore e a esplorare le strutture di potere che caratterizzano il contesto del testo – non sempre scritto-. Non è mai troppo presto per cominciare a imparare e a praticare il pensiero critico.

4.2 Il digital storytelling al museo

Le storie che sono autentiche per via del loro carattere personale diventano sempre più apprezzate in tutti i campi della vita. Anche i musei non fanno eccezione al riguardo. Con l'aiuto di questo metodo le digital stories possono essere create in relazione a determinati articoli della collezione del museo, rendendoli in questo modo più familiari per i visitatori attraverso le storie personali. Gli oggetti compariranno allora non solo in un contesto storico-scientifico appropriato ad un museo, ma in un contesto più personale. Gli oggetti esaminati in questo modo possono prendere vita e potrebbero offrire una maggiore opportunità di coinvolgimento emotivo arricchendo i visitatori con una nuova esperienza.

Quando si parla del metodo del digital storytelling, generalmente ne sottolineiamo il processo. La sua applicazione in un ambiente museale è l'eccezione, tuttavia, quando la avviciniamo preferibilmente dalla prospettiva del risultato finale, ossia il film che viene creato. Ciò non significa che il formatore non debba essere attento in una formazione rivolta ai musei tanto quanto in qualsiasi altra ambientazione del digital storytelling. Ricordi traumatizzanti possono affiorare in uno storyteller anche se la storia è stata creata riguardo a un oggetto del museo con lo scopo di presentarlo ai suoi visitatori. Pertanto i formatori devono assicurarsi che gli storyteller abbiano la stessa sicurezza psicologico-emotiva che avrebbero in qualsiasi altro momento. Ciò nonostante, l'obiettivo è differente: lo storyteller crea una storia che è mirata ad un gruppo specifico fin dall'inizio – i visitatori del museo (e il pubblico in generale). Nonostante questo, dopo aver visto il risultato finale lo storyteller può sempre decidere se vuole condividere il filmato finito con il pubblico.

4.3 Il digital storytelling nei media

Il risultato finale del processo di digital storytelling – il film lungo 1.5-2 minuti – può trovare facilmente il suo “habitat” naturale nei social media. In questo caso è esclusivamente l'autore del filmato che decide con che tipo di pubblico o piattaforma voglia condividere il suo cortometraggio. Però le storie basate su una collezione di foto personali hanno rilevanza anche nei media ufficiali (canali TV statali o commerciali). Ne è la prova vivente il progetto della BBC chiamato 'Capture Wales', in cui le digital stories collezionate a livello nazionale sono state trasmesse in prima serata sulla BBC Galles (vedi capitolo 3). Sarebbe bello se sempre più canali pubblici riconoscessero le opportunità che questo metodo offre per esprimere l'identità comunitaria e l'immagine di sé.

Lo storytelling attraverso una o più foto ha una tradizione consolidata nel giornalismo in cui il digital storytelling si inserisce perfettamente. Nella stampa cartacea e online molti giornalisti utilizzano storie costruite intorno a una o più foto nel loro lavoro (o anche come hobby). Queste storie si differenziano molto poco – o per niente – dai film di DST (Digital Storytelling) che aderiscono rigorosamente alle caratteristiche del genere. I filmati raccontati con la propria voce e che traggono il massimo vantaggio dalle possibilità offerte dai software di editing potrebbero inondare i media online. Questi film soddisfano i criteri del digital storytelling sottolineati in questo manuale e, contemporaneamente, soddisfano la richiesta di storie personali da parte del pubblico.

5. Casi speciali

5.1. Caso speciale



Questo manuale offre un approccio particolare al metodo flessibile e polivalente del digital storytelling. Il modello di laboratorio sul digital storytelling presentato nel Capitolo 5 potrebbe dover essere modificato a seconda delle circostanze. Questi fattori condizionanti possono essere, tra gli altri, la quantità di tempo disponibile, il gruppo di riferimento e l'argomento dei filmati.

Il formatore e l'organizzatore del workshop devono accertarsi già nella fase organizzativa che la forma e la struttura presentate in questo manuale siano adatte a determinate circostanze, oppure dovranno essere effettuate delle modifiche nel percorso e nella natura della formazione. Possono però emergere delle situazioni inaspettate anche durante la formazione, dunque i formatori dovranno essere flessibili e improvvisare, se necessario, in qualsiasi momento del processo.

In questo capitolo ci occuperemo di alcune di queste situazioni e circostanze inaspettate e fuori dall'ordinario.

5.1 Il digital storytelling nel recupero da trauma e negli ambiti terapeutici

Noi sottolineiamo chiaramente che il digital storytelling non sia una pratica terapeutica, sebbene potrebbe avere un effetto terapeutico sui partecipanti. Guardando delle vecchie fotografie, potrebbero emergere dei ricordi traumatici. Se fosse necessario affrontarli, può essere utilizzato anche il metodo del digital storytelling. Può anche essere di supporto nel processo di cordoglio e rendere il lutto per la perdita di una persona amata più sopportabile.

Il digital storytelling sembra valido come strumento nel percorso terapeutico, ad esempio in terapie che mirano al recupero di persone che hanno subito un trauma, in collaborazione con uno psicoterapeuta qualificato. Potrebbe essere d'aiuto nel trasformare i racconti in storie e condividerle in diversi campi: sperimentando l'aumento dell'empatia (con sé stessi), lo sviluppo dell'auto-riflessione, il sentimento dell'essere accettato attraverso la condivisione e l'apprendimento tecnico come legittimazione.⁶

Ci sono sostanzialmente due casi:

- quando il digital-storytelling viene utilizzato in una sessione normale potrebbe avere un effetto benefico sui partecipanti e il conduttore può essere non qualificato, però deve essere cauto nel gestire i problemi personali collegati a un trauma, un lutto, una malattia di particolare rilevanza...

⁶ Dénes Szemán: A digitális történetmesélés (DST) alkalmazási lehetőségei a modernkori rabszolgaság következtében traumatizált emberekkel folytatott segítői munka keretein belül. [Settori di applicazione del digital storytelling (DST) nell'aiutare persone traumatizzate a causa della schiavitù contemporanea.] Manuscript. Anthropolis Association, 2015.

- quando il digital-storytelling viene utilizzato come parte di un percorso terapeutico, il conduttore deve essere uno psicologo e/o psicoterapeuta qualificato

Il digital-storytelling nel superamento di un'esperienza traumatica

L'obiettivo fondamentale nel superamento di un'esperienza traumatica è ottenere il controllo sui ricordi traumatici.

Nel caso in cui non si fosse uno psicologo e/o psicoterapeuta qualificato, deve essere molto chiaro fin dall'inizio delle sessioni, per informare il gruppo, che il DST potrebbe avere un effetto benefico, ma non è un contesto terapeutico.

L'effetto benefico e terapeutico del digital storytelling sta nel fatto che potrebbe aiutare i partecipanti a gestire e a riprendersi da un'esperienza traumatica, che era nascosta fino a quel momento, non raccontata o conservata in una sorta di "sospensione post traumatica". Come abbiamo visto, da un punto di vista emotivo, la realizzazione dei filmati comincia prima dell'inizio effettivo del laboratorio, durante la fase preparatoria. Durante la realizzazione del proprio film, lo storyteller identifica e articola, conformemente alle rigide regole del digital storytelling, i ricordi dolorosi che causano ansia e ne parla apertamente davanti al gruppo.

Attraverso la costruzione di una storia da un evento traumatico, lo storyteller rende più semplice gestire il trauma e gli trova un posto nella propria vita. Raccontandolo a voce alta, prende il controllo del ricordo che è venuto a galla e lo rende parte della propria identità. Se il contenuto, che precedentemente era nascosto agli altri o tenuto segreto o che causava angoscia, diventa parte integrante della loro personalità, perde il suo effetto traumatizzante

E' normale nel genere del digital storytelling che a volte, durante il workshop, in certi partecipanti possa venire a galla un trauma che può essere gestito solo con l'aiuto di uno psicologo qualificato. Il formatore deve capire se è quello il caso e consigliare privatamente al partecipante di cercare un aiuto esterno. Il formatore non può fare da terapeuta, però il metodo del digital storytelling potrebbe avere un effetto terapeutico sui partecipanti, che il formatore può incoraggiare con la necessaria empatia e attenzione.

Il digital-storytelling come parte di un processo terapeutico.

Deve essere molto chiaro il caso in cui uno psicologo e/o psicoterapeuta qualificato decide di utilizzare il digital storytelling come parte del suo lavoro.

In tal caso, deve essere chiarito che il digital storytelling non ha uno scopo terapeutico, anche se potrebbe avere degli effetti benefici. Questo perché il gruppo stesso diventa cliente e partecipante ad un processo terapeutico, pertanto ulteriori misure di sicurezza devono essere adottate.

In questo caso specifico, le azioni obbligatorie da mettere in pratica in qualsiasi processo di DST/terapeutico devono essere incluse, quali:

- il conduttore deve essere uno psicologo o psicoterapeuta qualificato che ha ricevuto una formazione specifica nel lavoro di gruppo
- tutti i partecipanti devono firmare un consenso informato e un accordo di riservatezza
- vengono applicate tutte le regole dei gruppi psicologici e psicoterapeutici, come la privacy, la discrezione, la riservatezza
- il partecipante ha in qualsiasi momento il diritto di ritirare la sua storia dall'essere mostrata (anche subito prima della presentazione)

Lo psicologo/psicoterapeuta potrebbe utilizzare il DST per indagare il mondo emozionale interiore dei partecipanti. Il processo di recupero da un lutto rimarrà un processo psicologico di cui il conduttore è totalmente responsabile

Questi punti richiedono di essere chiaramente sottolineati:

- una formazione che applica esclusivamente il metodo del digital storytelling non può essere organizzata a scopo terapeutico se il conduttore non è uno psicologo o psicoterapeuta qualificato
- se il formatore del digital storytelling non è uno psicoterapeuta, non è consentito che vengano intrapresi scopi terapeutici
- se il conduttore nota che un partecipante non riesce a gestire un problema da solo durante una sessione terapeutica non specificamente contratta, ad esempio durante la formazione, è responsabilità del conduttore consigliare il partecipante di chiamare un esperto esterno.

Lo strumento del DST potrebbe essere usato durante diversi processi di recupero, durante le sessioni di lavoro di gruppo che sono finalizzate a studiare e potenziare la dimensione del sé. Il processo di trasformazione dei racconti in digital stories e l'atto di condividerle all'interno dei gruppi potrebbe diventare uno strumento interessante: specialmente per i partecipanti più giovani, che sono nativi dell'era digitale, il processo di lavorare insieme e condividere un obiettivo comune è un modo dinamico di superare le resistenze intenzionali e la censura. Tuttavia, la gestione di un processo che comprende l'indagine di elementi così profondi dell'identità di un individuo è sempre un processo che richiede una particolare attenzione e delle qualifiche specifiche.

In ogni caso, sia che la sessione di gruppo sia generica, sia che sia specificamente mirata a determinati argomenti (come un trauma, un lutto, una malattia di particolare rilevanza...), il primo passo è che il gruppo riceva una spiegazione molto

chiara ed esplicita su quale sia l'obiettivo da raggiungere.

In determinati casi, ad esempio quando il gruppo è focalizzato specificamente sul lutto, deve essere evidente che il DST da solo non costituisce una soluzione o una ripresa dal dolore, ma uno strumento che il terapeuta qualificato può utilizzare.

Non appena il gruppo capisce chiaramente e condivide lo stesso obiettivo, il conduttore può passare a spiegare sia il "cosa fare" che il "come dovrebbe essere fatto".

Come in qualsiasi sessione di gruppo di lavoro, il costante mantenimento e monitoraggio delle dinamiche di gruppo è prezioso per incoraggiare il gruppo e i suoi membri. Un buon metodo deve sempre alternare momenti di esperienza e di condivisione delle emozioni a momenti di analisi del processo stesso concentrandosi su ciò che è stato condiviso, su quali sono stati i risultati fino a quel momento, quali sono stati i cambiamenti.

La quantità e la qualità della comunicazione delle emozioni all'interno dell'esperienza di gruppo è una parte del processo che dovrebbe essere gestita specificamente con attenzione. Tuttavia, l'abilità di prestare ascolto alle necessità emergenti e alle condizioni emotive dei membri del gruppo aiuta il conduttore a gestire alcuni blocchi e questioni delicate che potrebbero presentarsi durante il lavoro.

In questo modo non si intende dire che potrebbe non apparire alcun trauma nella vostra sessione, sebbene non sia l'obiettivo primario del vostro lavoro. Dopotutto l'idea per la digital story dipende dal partecipante. Se si incontrasse un partecipante che sta lavorando con del materiale traumatico o doloroso, ci sono alcune cose che dovrete trattare:

- il partecipante sa che ciò verrà condiviso
- il partecipante sente di "dover" usare questa storia in quanto interessante.

La chiave principale è la vulnerabilità, come parte del ruolo di facilitatore sarete responsabili della cura dei partecipanti, dunque dovete essere sicuri di essere pronti per le storie che potrebbero venir fuori. Questa è la ragione per cui noi raccomandiamo anche di fare esperienza con i gruppi con cui si lavora e raccogliere informazioni rilevanti sulle procedure di salvaguardia che potrebbero essere attinenti al vostro gruppo in particolare (ad es. bambini o adulti vulnerabili).

5.2 Il digital storytelling nelle comunità educative

Il digital storytelling è un nuovo modo per conservare e potenziare la gioia di partecipare alla comunità, specialmente ad una comunità educativa: il DST spinge i partecipanti a sentire la gioia di imparare e indagare i bisogni reali dei beneficiari in una procedura creativa.

Il digital storytelling può essere utilizzato come strumento educativo per dare ai beneficiari lo spazio logico e poi condurli

in un percorso che comincia dal forte bisogno di comunità educative per condividere e interagire all'interno di una procedura di creazione del sapere.

Le comunità educative hanno un ruolo chiave nel supportare i beneficiari ad affrontare degli scenari deprimenti causati dal periodo di crisi, dovuto alle misure di austerità, all'assenza di possibilità di inclusione e alla disoccupazione. Alcuni beneficiari sono socialmente invisibili per via delle condizioni sociali (immigrazione, disoccupazione) e hanno bisogno di sviluppare un senso di appartenenza e anche di ricostruire la loro identità raccontando la loro storia.

Le comunità educative possono utilizzare il metodo del DST per supportare le persone disoccupate al fine di analizzare la loro situazione e pianificare una strategia di uscita dalla loro fragile condizione. I facilitatori, grazie al metodo del DST, possono aiutarli a portare alla luce le loro competenze e capacità. Ciò è molto utile per i disoccupati, affinché assumano un ruolo attivo nel realizzare i loro progetti personali.

In particolare con gli immigrati, il metodo del DST può essere usato per aiutarli ad esprimere le loro aspettative sul loro progetto di migrazione, cominciando dalle proprie capacità e competenze rappresentate in una forma originale attraverso le foto o le immagini della loro storia personale. Il metodo del DST può aiutare gli immigrati ad aumentare la loro consapevolezza sulle proprie abilità e a concentrarsi sulle loro aspettative al fine di raggiungere i loro obiettivi nel paese ospitante.

Grazie al metodo del DST, i beneficiari possono avere un ruolo attivo nell'apprendimento, piuttosto che ricevere passivamente le informazioni da degli insegnanti. Con il digital storytelling i beneficiari possono diventare creatori, produttori, redattori e stimatori del sapere e possono interagire con il sapere in un ambiente più interattivo e di apprendimento.

Le comunità educative possono implementare il metodo del DST nelle loro pratiche educative al fine di:

- incoraggiare l'uso delle tecnologie informatiche e di comunicazione nelle iniziative educative e sociali
- promuovere l'interazione, la comunicazione e la collaborazione in una comunità della conoscenza, dove la gioia per l'apprendimento, l'indagine e la creatività sono alla base della creazione del sapere
- rafforzare la responsabilità e l'autonomia nell'apprendimento dei beneficiari
- supportare la visibilità sociale dei gruppi vulnerabili
- incrementare il trasferimento transgenerazionale e transnazionale del sapere e delle competenze
- contribuire allo studio della connessione tra il lavoro e l'identità di un individuo.

Il metodo del DST può essere integrato in una nuova politica innovativa di educazione attiva, basata su strumenti multilivello nuovi e accattivanti accompagnati da pratiche polivalenti strutturate, che supporta la progettazione di nuovi strumenti indirizzati a insegnanti e studenti adulti.

Le comunità educative possono trarre vantaggio dall'applicazione del metodo del DST su diversi livelli:

- la promozione dell'autonomia e della responsabilità nell'apprendimento, applicando un metodo educativo che si focalizza sulla creazione del sapere, sui risultati dell'apprendimento e sull'autogestione dell'apprendimento
- il rafforzamento della cittadinanza attiva dei suoi beneficiari, rendendoli attivamente responsabili di investigare e affrontare i cambiamenti sociali nel mondo del lavoro e partecipando all'apprendimento sociale
- il potenziamento delle comunità educative, rimuovendo le barriere geografiche attraverso l'utilizzo di ambienti 2.0
- la promozione dell'impiegabilità: l'applicazione del metodo nelle pratiche educative connesse al tema del lavoro potrebbe aiutare ad identificare le nuove competenze acquisite per adattarsi alle nuove condizioni del mercato del lavoro ed essere in grado di progettare un piano di carriera pertinente
- lo sviluppo di competenze digitali per tutti i beneficiari del metodo sia formatori/facilitatori che studenti
- la diffusione online della conoscenza attraverso la piattaforma elettronica educativa e la promozione del sapere, fornendo il metodo del digital storytelling come una procedura che genera il sapere individualmente.

Il capitale educativo delle organizzazioni che applicano il metodo del DST alle loro pratiche educative può essere arricchito con nuove conoscenze sull'educazione per adulti e i formatori e i facilitatori svilupperanno delle competenze formative in un ambiente 2.0. Essi possono utilizzare nuovi strumenti e materiali educativi per affrontare i bisogni contemporanei.

5.3 Il digital storytelling nella costruzione della comunità

L'espressione di sé stessi e la costruzione della comunità sono inseparabili nel metodo del digital storytelling – questo fatto è indicato anche nel titolo di un libro scritto da Joe Lambert, uno dei fondatori del genere (*Digital Storytelling: Capturing Lives, Creating Community - Digital Storytelling: Immortalare le Vite, Costruire la Comunità*)⁷. Il pubblico originale di

⁷ Joe Lambert: Digital Storytelling. Capturing Lives, Creating Community, Berkeley, California, Digital Diner Press, 2002.

questi film, basati su racconti autobiografici, è fatto dalla comunità dei loro autori. Questi filmati sono generalmente fatti per la visualizzazione/proiezione (offline) e la discussione pubblica.(Gács).⁸ Gli storyteller prendono parte ad un processo basato sulla fiducia che è pieno di emozioni, ansie (iniziali), ostacoli da superare e un senso di realizzazione quando questi vengono sconfitti. Talvolta è frustrante, talvolta è disinvolto, divertente o interessante, però è quasi sempre un successo: alla fine viene creato un cortometraggio personale pronto ad essere mostrato. Gli effetti emotivi vissuti insieme e la fiducia reciproca danno origine ad un'esperienza collettiva che ha un potere speciale di coesione del gruppo. I workshop per gruppi già esistenti (gruppi di lavoro, classi di scuola, comunità locali, ecc.) possono essere organizzati principalmente tenendo a mente la community capacity building (un processo di miglioramento partecipativo che crea un ambiente in grado di innescare percorsi virtuosi che favoriscono la sostenibilità dello sviluppo) intrinseca del metodo.

5.4 Il digital storytelling nel tema del lavoro e dell'emancipazione

Gli obiettivi iniziali del genere includono l'emancipazione degli individui ai margini della società attraverso la democratizzazione dell'uso della tecnologia digitale. Il metodo mira ad offrire uno strumento a coloro che non ne hanno alcuno, così che possano parlare delle loro vite, di sé stessi, della loro identità. I pionieri del metodo avevano l'ambizione fin dall'inizio di fornire un aiuto tecnico ai gruppi marginalizzati, in modo che essi potessero esprimersi, e di dar loro uno strumento che potesse finalmente aiutarli a reintegrarsi nella società.

Nel suo studio sui possibili usi terapeutici del digital storytelling, Dénes Szemán⁹ inserisce il metodo del digital storytelling nel punto di intersezione tra l'arteterapia e i metodi di emancipazione basati sulla tecnologia quando si lavora con vittime di abuso e aggressione seriale.

L'autore pensa che il digital storytelling sia in grado di aiutare le persone a creare delle storie dai loro racconti e a condividerle con gli altri, mentre favorisce l'esperienza di una crescente (auto)compassione, il miglioramento dell'auto-riflessione, la percezione di essere accettato attraverso la condivisione e l'esperienza dell'apprendimento tecnico come emancipazione. Szemán afferma che il digital storytelling possa aiutare nella guarigione delle vittime di un trauma nella terza fase del superamento del trauma, vale a dire aiutandoli nella loro reintegrazione all'interno della società e mettendo le loro storie in una prospettiva più ampia. Lui pensa che il metodo possa essere usato con successo nella psicoterapia, dopo aver adattato la metodologia originale all'interno della struttura di un processo a lungo termine.

8 Gács Anna: Digitális konfesszió. In: Orbán Katalin – Gács Anna (eds), Emlékkerti kööroszlán. Írások György Péter 60. születésnapjára. Eötvös Loránd Tudományegyetem, Bölcsészettudományi Kar, Budapest, 2014, 503–512.

9 Dénes Szemán: A digitális történetmesélés (DST) alkalmazási lehetőségei a modernkori rabszolgaság következtében traumatizált emberekkel folytatott segítői munka keretein belül. [Campi di applicazione del digital storytelling (DST) nell'aiutare le persone traumatizzate a causa della schiavitù contemporanea.] Manoscritto. Anthropolis Association, Budapest, 2015.

Le comunità educative possono trarre vantaggio dall'implementazione del metodo del DST sulle sue pratiche a diversi livelli:

- la promozione dell'autonomia e della responsabilità nell'apprendimento, applicando un metodo educativo che si concentri sulla creazione del sapere, sui risultati dell'apprendimento e sull'autogestione dell'apprendimento
- il rafforzamento della cittadinanza attiva dei suoi beneficiari, rendendoli attivamente responsabili di indagare e di affrontare i cambiamenti sociali nel mondo del lavoro prendendo parte all'apprendimento sociale
- il potenziamento delle comunità educative, rimuovendo le barriere geografiche tramite l'utilizzo di ambienti 2.0
- la promozione dell'impiegabilità: inserendo l'implementazione del metodo nelle pratiche educative connesse al tema del lavoro si potrebbero identificare le nuove competenze acquisite per adattarsi alle nuove condizioni del mercato del lavoro ed essere in grado di progettare un piano di carriera pertinente
- lo sviluppo di competenze digitali per tutti i beneficiari del metodo, sia formatori/facilitatori che studenti
- la diffusione online del sapere attraverso la piattaforma elettronica educativa e la promozione della continua creazione del sapere, che fornisce il metodo del digital storytelling come una procedura che genera la conoscenza a livello individuale.

I disoccupati vivono in una situazione difficile dovuta alla distanza, che aumenta ogni giorno, tra loro stessi e il mercato del lavoro: attraverso il metodo del DST essi possono acquisire delle competenze 2.0 da spendere nel mercato del lavoro e possono migliorare nell'utilizzo di strumenti informatici. Le comunità educative possono utilizzare il metodo del DST come uno strumento guida per supportare i disoccupati nel portare alla luce le loro competenze formali e informali acquisite nei loro precedenti lavori e le proprie aspettative sulla ricerca di un nuovo lavoro.

In particolare con gli adolescenti che hanno appena completato il loro percorso educativo, il metodo del DST può essere utilizzato dai facilitatori per indagare sulle loro aspettative connesse alla loro futura occupazione in una procedura creativa cominciando dalle loro competenze formali e informali.

Ciò può essere molto utile ai facilitatori per identificare le aspettative e le capacità dei beneficiari che difficilmente vengono fuori durante un colloquio orientativo. Gli adolescenti possono sentire attraverso il metodo del DST la gioia dell'apprendimento e acquisire nuove competenze che possono investire nel mercato del lavoro.

5.5 Miglioramento dell'immagine di sé in caso di problemi di comunicazione e/o di espressione della propria personalità

Ogni storia vera raccontata in prima persona è allo stesso tempo un'espressione di un aspetto dell'identità. I filmati di

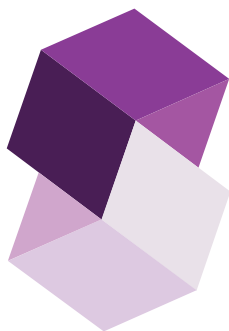
DST sono delle storie autobiografiche raccontate e condivise con altre persone attraverso la tecnologia digitale. Tramite i cortometraggi noi ci troviamo davanti a una comunità più o meno ampia con una storia, di cui possiamo dire alla fine che sia questa la storia che abbiamo pensato valesse la pena raccontare tra le nostre innumerevoli storie personali. Quanto sia “profonda” questa storia o in che misura riveli il nostro mondo interiore personale è un’altra domanda e le risposte possono cambiare da persona a persona. Però rifletterà sempre qualche aspetto della nostra identità o perlomeno la nostra relazione ad essa (in un determinato momento).

I nostri filmati digitali sono dunque delle storie di identità. Quando scegliamo la storia che vogliamo raccontare, siamo costretti a riflettere sulle nostre vite e ad identificarne gli eventi più interessanti, importanti o perfino decisivi, che inseriremo nell’immagine di noi stessi come un tutt’uno chiuso, coerente all’interno del processo di formazione della storia e che alla fine confermeremo davanti alla comunità attraverso la condivisione. Pertanto il digital storytelling è un’eccellente opportunità per riflettere consapevolmente su noi stessi e per “autenticare” il risultato del processo anche davanti alla comunità.

In alcuni casi non possiamo aspettarci che gli storyteller scrivano o esprimano ciò che vogliono dire in forma concisa. Ciò potrebbe essere dovuto a delle difficoltà linguistiche, ma anche a dei disturbi della comunicazione o della scrittura. Se fosse questo il caso, possiamo lavorare con lo storyteller individualmente, bypassando lo *storytelling circle* (il cerchio dello storytelling), utilizzando la tecnica dell’intervista guidata. Possiamo iniziare una conversazione libera su un oggetto personale o una foto. Studiare una foto personale è un modo facile per far iniziare la narrazione. Durante l’intervista potrebbe emergere un momento speciale della vita dello storyteller, a cui vale la pena dedicarsi ulteriormente. L’intera conversazione dovrebbe essere registrata – chiaramente con il precedente permesso dello storyteller - nelle appropriate circostanze con un registratore di suoni ad alta fedeltà o con un dittafono. Sarà il formatore a montare la storia dal materiale registrato dopo l’intervista, che è completa in sé e riflette la personalità dello storyteller. La storia finita sarà poi mostrata allo storyteller, le cui foto personali verranno usate dal formatore per completare e illustrare la digital story.

Dopo la prima intervista potrebbe essere pratico cercare di concentrarsi solo sulla storia scelta e chiedere intenzionalmente solo di quella nelle conversazioni successive. Chiaramente anche queste dovrebbero essere registrate. (E’ possibile che la seconda volta lo storyteller sia meno entusiasta della propria storia; in quel caso possiamo sempre usare il materiale registrato durante la prima intervista).

6. Il digital storytelling nella pratica



Nelle pagine seguenti faremo una presentazione dettagliata di come sia strutturato un workshop di digital storytelling e in che modo possa aiutare i partecipanti a trovare scrivere e produrre le loro storie in un filmato. In questo modo ci concentreremo sulla struttura dei workshop, sulle competenze indispensabili per i formatori, così come sui preparativi tecnici e organizzativi necessari. Sebbene i lettori troveranno una descrizione passo per passo dell'approccio in questo capitolo, il processo in sé richiede una valutazione precisa della situazione, improvvisazione, flessibilità e un precoce riconoscimento del fatto che il metodo qui presentato sia o meno applicabile ai gruppi o agli individui in questione. Il capitolo 7 evidenzierà alcune opzioni per casi di questo tipo.

6.1 Il ruolo del formatore

Chiunque può diventare un digital storyteller, ma al fine di essere in grado di trovare, scrivere e realizzare la storia giusta è necessario un aiuto esterno. E' compito del formatore aiutare i partecipanti a trovare la storia che è importante per loro e che possa essere preziosa o istruttiva anche per altre persone – ma che potrebbe essere nascosta in profondità - e poi raccontarla come una storia completa con parole proprie, così che possa essere trasformata in un cortometraggio sincero e personale.

Il compito del formatore è complesso. Nel corso dello sviluppo e della drammatizzazione delle storie, spesso potrebbero dover affrontare delle situazioni delicate, difficili o psicologicamente faticose e, contemporaneamente, devono mantenere la coesione del gruppo e coordinare i processi delle dinamiche di gruppo. Ovviamente durante queste formazioni, è necessario anche un aiuto tecnico, ma nella maggior parte dei casi questo è fornito da un altro formatore. Per un gruppo di 8 persone sono consigliati due formatori, che possono lavorare in coppia facendosi da mentore e supervisionandosi l'un l'altro. Il metodo permette agli storyteller di non fare il lavoro tecnico da soli, ma di ultimare il film con l'aiuto di un formatore.

La complessità del processo rende evidente che sia necessario almeno un formatore per seguire il lavoro del gruppo(di massimo 7-10 persone) durante tutto il processo, da cui i partecipanti possano avere un aiuto costante ed istruzioni. Il formatore inoltre facilita la realizzazione del film dal primo incontro fino alla proiezione collettiva e alla successiva valutazione.

Il carattere personale e la sincerità sono i due elementi più importanti del digital storytelling; è dunque assolutamente essenziale creare un'atmosfera di fiducia all'interno del gruppo che permetta anche ai contenuti più intimi di emergere. Al fine di raggiungere questo obiettivo, i partecipanti devono essere informati sulla struttura della formazione cominciando dall'aspetto più importante: la riservatezza. Ciò significa che tutte le informazioni condivise durante la formazione rimarranno all'interno del gruppo e non potranno essere rivelate a terzi, a meno che lo storyteller non desideri espressamente fare altrimenti.

Sebbene il digital storytelling in sé non sia un metodo terapeutico, in alcuni casi può avere degli effetti terapeutici.

Dunque il formatore – anche se non è uno psicologo qualificato – deve avere un atteggiamento emotivo appropriato, empatia e comprensione della natura umana per essere in grado di gestire situazioni inaspettate. Lui o lei deve reagire ai problemi emergenti, deve canalizzare le dinamiche di gruppo, deve gestire le tensioni e i conflitti. (Tali questioni verranno affrontate nel Capitolo 6).

Oltre ad essere sensibile verso gli altri, il formatore deve anche avere ottime abilità di comunicazione e di scrittura per essere in grado di aiutare efficacemente i partecipanti a scrivere e drammatizzare le loro storie. Ciò dovrebbe essere fatto però in un modo in cui i partecipanti possano ancora identificarsi con le loro storie e non dovrebbero sentirsi come se il formatore prevalessse su di loro o imponesse le sue opinioni. Il formatore deve aiutare nella scrittura e rifinitura delle storie usando dei metodi discreti e dando dei consigli preziosi su cosa dovrebbe essere evidenziato o persino escluso dalla narrazione (spesso utilizzando il principio del “meno è meglio”), mantenendo tuttavia il filo dei pensieri e lo stile intatti. E’ una sfida inoltre convincere i partecipanti del fatto che i limiti relativamente rigidi renderanno i loro film più potenti.

La realizzazione a livello tecnico dei film è solitamente supportata da un altro formatore che lavora a stretta collaborazione con il leader della formazione e naturalmente con i partecipanti. Il compito di questo formatore è quello di supportare la realizzazione a livello tecnico delle idee per i cortometraggi: registrare le voci fuori campo, digitalizzare le foto e montare i cortometraggi. E’ importante che il formatore tecnico abbia un’elevata padronanza dei programmi software di montaggio digitale e capacità di problem solving e che, allo stesso tempo, sia in grado di aiutare i partecipanti nella drammatizzazione dei loro corti con i giusti strumenti cinematografici. Durante le formazioni l’assistenza tecnica può essere di due tipi: da una parte i partecipanti possono avere una formazione tecnica di base e dunque riuscire a fare i loro film con qualche aiuto dal formatore; dall’altra può essere il formatore a realizzare il film in base allo storyboard, con il coinvolgimento attivo del partecipante. Il ruolo del formatore tecnico – come quello del leader della formazione – è di dare consigli. Dovremmo lasciare che i partecipanti sentano che il film sia stato fatto basandosi sulle loro idee e aiutarli a realizzarlo e non dovremmo in alcun modo imporre su di loro le nostre concezioni e soluzioni cinematografiche.

Sebbene questo manuale dia una descrizione passo per passo di un metodo di digital storytelling collaudato che è stato utilizzato da molti, la vita può creare molte situazioni in cui il formatore dovrà agire in maniera differente rispetto a ciò che è scritto. In tal caso, il percorso della formazione deve essere modificato. Questi casi saranno descritti al Capitolo 7.

6.2 I partecipanti

Le formazioni sul digital storytelling possono essere organizzate anche per ragazzini relativamente giovani, ma l’esperienza ci mostra che è possibile fare un lavoro individuale molto intenso con partecipanti tra i 14-16 anni di età. Il metodo del DST può essere utilizzato con i bambini della scuola primaria, ma in tal caso la struttura della formazione descritta in questo manuale deve essere in parte modificata (questi esempi sono riportati al Capitolo 7). Nei workshop per adulti il numero ideale di persone per gruppo è tra 5-8. Se fossero di più, dovremo dividere il gruppo ed avere più di

un formatore per fornire il tempo e l'attenzione adeguata ad ogni partecipante.

Sebbene l'esperienza mostri che alla fine della formazione i partecipanti solitamente sentono di aver acquisito un'esperienza importante o anche di aver ricevuto un aiuto nel risolvere un problema in una specifica situazione della vita, potrebbe risultare comunque difficile reclutare in anticipo i partecipanti per una formazione. Le ragioni sono, in primo luogo, il tempo richiesto per completare una formazione e, secondariamente, il fatto che il metodo sia relativamente sconosciuto. Gli organizzatori della formazione sul DST devono investire tempo ed energia nel reclutamento dei partecipanti.

Il nostro lavoro diventa più facile se riusciamo a persuadere un gruppo già esistente di persone – ad esempio un'associazione o un gruppo accomunato da un hobby – a partecipare insieme alla formazione e a fare i loro film su un tema comune.

Tali gruppi possono essere un organico di insegnanti, un gruppo di lavoratori in diversi campi sociali ed educativi, un gruppo tematico, un'associazione, un gruppo di studio, persone interessate alla storia o alla memoria locale o che condividono lo stesso problema – per es., perché sono immigrati, ecc.

Il processo di persuasione può essere aiutato da una breve presentazione che attragga l'attenzione, in cui potremmo spiegare brevemente lo scopo, i risultati e l'applicabilità della formazione e potremmo mostrare alcuni cortometraggi di argomento e tono variabile. E' utile selezionare i film attentamente e non mostrare esclusivamente film drammatici o esclusivamente quelli divertenti. Dovremmo dare delle informazioni preliminari corrette e non dovremmo creare delle aspettative che non possiamo poi soddisfare.

Con qualsiasi gruppo partecipante si lavori, la propria esperienza di lavoro con questi gruppi è essenziale, alcuni formatori potrebbero incontrare delle difficoltà se stanno introducendo un nuovo modello di lavoro e, contemporaneamente, stanno lavorando con un nuovo tipo di gruppo.

Per rafforzare la fiducia in sé e l'autorevolezza del conducente consigliamo, per i vostri primi workshop, di lavorare possibilmente con gruppi con cui avete più esperienza, ad esempio con dei bambini o dei discenti adulti.

6.2.1 Il digital storytelling in un gruppo

Ci sono delle situazioni specifiche (ad esempio perché i partecipanti sono troppo piccoli d'età) in cui le storie non possono essere realizzate – o sarebbe molto difficile – come il risultato di un lavoro individuale. Possiamo organizzare un workshop in cui venga messa più enfasi nella coesione del gruppo che nell'articolazione delle storie personali individuali. Possiamo fare un lavoro di gruppo con dei gruppi di lavoro finalizzati al team building in cui l'obiettivo è la risoluzione congiunta di un problema, o anche in formazioni rivolte a gruppi più grandi di bambini o classi intere.

Se abbiamo intenzione di lavorare coi bambini durante la formazione dobbiamo prendere in considerazione il grado di profondità, di concentrazione e di lavoro individuale concesso dalla determinata età del gruppo. Nel caso di bambini più piccoli (6-12 anni) vale la pena di pensare in termini di lavoro di gruppo, sviluppo di una storia comune e costruzione della

storia in comune. Il lavoro in un gruppo di bambini può essere supervisionato da un insegnante della classe così come da un formatore esterno. Se si trattasse di un formatore potrebbe esserci bisogno di un insegnante per collaborare e aiutare il formatore nel rafforzare la fiducia nei bambini e gestire eventuali difficoltà. Tuttavia è stimolante avere un formatore esterno e neutrale che interagisca con il gruppo saldamente unito.

Se decidiamo di lavorare come un gruppo, possiamo assegnare i ruoli in anticipo tenendo in considerazione le capacità e le caratteristiche dei partecipanti. Una persona può essere lo sceneggiatore, un'altra il narratore, una terza il cameraman (la persona che fa le foto), una quarta il regista del film da realizzare, ecc. La storia può essere una storia di fantasia, inventata dai partecipanti – in ogni caso spesso mischieranno le loro esperienze reali con la storia. Se facciamo lo storytelling di gruppo, il mondo visivo dei filmati non può essere costruito su foto personali, queste devono dunque essere realizzate -anch'esse come risultato di un processo collettivo. Parte del lavoro collettivo è realizzare uno storyboard creativo e fare foto basate su quello. Queste possono essere foto fatte sul momento – possono anche essere inscenate -, disegni, collage o scenari fotografati creati con materiali preparati in anticipo (pongo, mattoncini, Lego, Duplo, personaggi, bastoncini, ecc.), o una qualsiasi combinazione di questi materiali. Ma durante un lavoro di gruppo possono essere prodotte non solo storie immaginarie. Il gruppo può concentrarsi sul narrare un'esperienza collettiva (il campeggio o un viaggio insieme, la realizzazione di un progetto comune, ecc.) o sull'esporre un problema. Oltre ai vantaggi iniziali del digital storytelling (aumentare le competenze linguistiche e comunicative, le competenze informatiche, l'empatia), la creazione di una storia collettiva può aiutare a sviluppare delle capacità interpersonali e di cooperazione all'interno del gruppo.

6.2.2 Il digital storytelling in coppia

Possiamo creare delle digital stories anche in coppia; in questo caso saremo in grado di lavorare in maniera più approfondita. Possiamo usare il metodo di lavoro in coppia con gli studenti della scuola secondaria (12-18 anni), quando per esempio il film di DST riassume i risultati di una ricerca curricolare o extra-curricolare, destinata a scopi educativi.

Le coppie possono essere formate da studenti di diverse età; questo metodo – quando un ragazzo più grande lavora con uno più piccolo, o anche un nonno col nipote – può essere molto efficace per entrambe le parti. Il racconto e l'evocazione di storie basate su vecchie fotografie può portare il passato più vicino alle generazioni più giovani, che possono poi aiutare ad adattare la storia al film e a lasciare una traccia, mettendo in pratica le loro capacità tecniche. Da una parte può avvicinare le due generazioni, dall'altra può rendere una storia di famiglia o locale più facilmente comprensibile o più viva e personale.

6.2.3 Il digital storytelling a livello individuale

Può succedere che a causa della delicatezza di certi argomenti, o di limiti linguistici o intellettuali, non siamo in grado di contenere lo storytelling circle nel solito modo. In questi casi - similmente a quanto detto nella sezione *“Problemi di comunicazione e/o di espressione della propria personalità”* - la storia deve essere esaminata individualmente con il partecipante. E' necessaria una collaborazione più stretta rispetto al solito approccio del formatore e il partecipante deve essere aiutato a sviluppare la storia e ad esprimerla a parole. Vale la pena parlare con la persona in connessione ad un oggetto o fotografia che sia importante per lei, svelando così la storia e il background dello storyteller e poi esprimere la storia a parole insieme.

E' generalmente raccomandato organizzare la formazione del digital storytelling nella lingua madre dei partecipanti, in quanto le persone si sentono ovviamente più sicure nella propria lingua, con cui possono esprimere sé stessi nel modo più adeguato e avvincente. Tuttavia ci sono situazioni in cui la storia deve essere scritta e raccontata in una lingua differente della propria lingua madre (per esempio nel caso di filmati fatti dai rifugiati). Anche qui è necessario un aiuto individuale per esprimere la storia a parole in un modo autentico, ma anche abbastanza semplice. Non dovremmo usare espressioni che sono sconosciute allo storyteller o difficili da pronunciare e dovremmo cercare di adattare la storia al loro vocabolario. I filmati fatti in questa maniera potrebbero aver bisogno di essere sottotitolati per una migliore intelligibilità.

6.2.4 Disegni, immagini

Durante il processo creativo i disegni possono essere usati al posto delle foto, non solo con i bambini ma anche con gli adulti. Ci sono situazioni in cui la drammaturgia della storia richiede che illustriamo la nostra storia non esclusivamente con foto. In altri casi possono rendere l'espressione di determinati problemi sociali, situazioni delicate o conflitti più facile, preservando l'anonimato dello storyteller e rendendo in contemporanea un filmato sincero e autentico. Questo metodo può essere usato – tra gli altri – con persone che hanno subito abusi o con le vittime di reato e anche per rivelare in maniera fedele incidenti in cui sono occorse violazioni dei diritti umani.

Può anche succedere che ci sia un solo disegno, immagine o foto a nostra disposizione per realizzare il nostro filmato o, – in casi molto rari – se vogliamo preservare l'autenticità della storia, non sarebbe saggio utilizzare più di una foto illustrativa. Poi il formatore può usare le sue conoscenze cinematografiche e tecniche (ad es. evidenziare certi dettagli, utilizzare effetti digitali, ecc.) al fine di rendere quella singola foto “viva” e in grado di trasmettere il messaggio del film in una maniera piacevole per gli spettatori.

6.3 La struttura di una formazione di digital storytelling

All'inizio del workshop devono essere presentati la struttura e il contesto della formazione.

I partecipanti dovrebbero essere informati sul programma e sui preparativi di base in anticipo. Nella parte introduttiva (Fase 1) dovremmo dare tutte le informazioni rilevanti sulla formazione e dovremmo seguirle durante tutto il processo.

Dovremmo anche stabilire le regole fondamentali per proteggere ed aiutare i partecipanti.

6.3.1 La tempistica

Abbiamo già sottolineato l'importanza del fattore temporale. Il workshop di digital storytelling è un processo che richiede molto tempo e, al fine di essere in grado di produrre delle storie personali e genuinamente sincere, è importante garantire il tempo necessario. L'intera formazione richiede un totale di 22-24 ore, che – in base alla richiesta – può tenersi in due o più giorni di fila (ad es. durante un fine settimana lungo) o può essere suddivisa in unità più piccole, ad esempio in incontri settimanali. Nel caso in cui non fornissimo la formazione tecnica durante il laboratorio, in altre parole la realizzazione dei filmati verrà portata a termine dal formatore tecnico, il tempo necessario sarà inferiore: la formazione di base richiede 12-13 ore, dopo cui il creatore del film lavorerà individualmente con un formatore esperto per altre 2-4 ore, in base alle capacità preliminari, per realizzare il film.

6.3.2 La sede

Quando si sceglie la sede del workshop la considerazione principale da fare è di offrire la possibilità di lavorare indisturbati, senza stimoli esterni inaspettati o che distraggono. L'atmosfera confidenziale e sincera dello storytelling circle non dovrebbe essere disturbata da un via vai nella stanza. Per questa sessione di gruppo è necessario un tavolo a cui far sedere i partecipanti attorno, in modo che si possano guardare l'un l'altro. Però alcune persone potrebbero aver bisogno di un'atmosfera solitaria, propizia alla creazione, in modo da essere in grado di scrivere una storia personale; quindi dovremmo offrire delle opzioni di separazione (ad es. un tavolo girato rispetto agli altri). Per la registrazione del suono, la stanza ideale sarebbe una stanza il più insonorizzata possibile, senza eco e con un'atmosfera pacifica (per ulteriori dettagli vedi alla sezione 5.4). La proiezione dei film presentati nella parte introduttiva e alla fine del processo richiede un'oscurità adeguata. Prima dell'incontro, l'acustica della stanza deve essere verificata, così come la visibilità dello schermo. La stanza non dovrebbe essere neanche troppo soleggiata o troppo rumorosa.

Non si dovrebbe mai organizzare un laboratorio in una sede sconosciuta e non verificata. Questa dovrebbe essere verificata con un certo anticipo rispetto all'evento, così che alcune cose possano essere modificate se necessario. Una volta che il workshop è iniziato la sede non dovrebbe essere cambiata.

6.3.3 L'aspetto tecnico

Mentre nel corso dello storytelling circle nessuna attrezzatura tecnica dovrebbe essere usata, la realizzazione del film chiaramente richiede la strumentazione appropriata. Per scrivere la storia avremo bisogno di un computer fisso o un portatile con un programma di videoscrittura installato e una stampante. Per digitalizzare le foto avremo bisogno di uno

scanner piano ad alta risoluzione, però dovremmo anche avere una fotocamera con noi. Per la proiezione introduttiva e quella conclusiva avremo bisogno di un proiettore e un impianto audio. Per realizzare effettivamente il film e per montarlo possiamo scegliere tra una vasta gamma di software. L'importante è scegliere il programma con cui il formatore ha più familiarità e che dunque sia in grado di insegnare ai partecipanti e aiutarli ad usarlo con sicurezza. Se i partecipanti stanno utilizzando i propri computer, i formatori dovrebbero verificare la loro competenza, i parametri tecnici e se il software di editing (sia disponibile online che installato sui computer) funzioni adeguatamente. Per l'editing dovremmo utilizzare delle cuffie di buona qualità e un mouse esterno.

Dobbiamo essere sicuri che la stanza sia attrezzata con le necessità tecniche di base: avere abbastanza prese di corrente per i portatili e le altre apparecchiature elettroniche. Sebbene internet non sia necessario per un workshop di digital storytelling ben riuscito, in alcuni casi è necessaria una connessione ad internet funzionante (per trovare delle foto o chiarire dei dati).

6.3.4 Le regole

Il compito più importante del formatore è quello di creare un clima di fiducia. A tal fine i partecipanti si accorderanno su delle regole di riservatezza: nessuna informazione fornita all'interno del cerchio può assolutamente uscire dal cerchio, per evitare il rischio di nuocere ai partecipanti o ad altri. Poiché le informazioni condivise sono confidenziali, il formatore deve avvisare i partecipanti che in caso non si rispetti la regola della riservatezza, egli deve segnalarlo e, in casi estremi, interrompere la sessione.

Durante lo story circle non deve essere fatta alcuna registrazione audio o video e i cellulari devono essere spenti.

Il formatore dovrebbe assicurarsi che tutti abbiano la stessa opportunità di parlare. Non dovremmo mai classificare o qualificare niente di ciò che è stato dichiarato durante lo story circle o durante il processo intero, inclusi i film prodotti.

Allo stesso modo non dovremmo giudicare nessuno e nulla di ciò che è stato detto. Nessun membro del gruppo dovrebbe essere criticato per la propria personalità, carattere, capacità o azioni. E' responsabilità del formatore creare un ambiente che sia fondato sulla fiducia reciproca e sull'accettazione gli uni degli altri. Nuovamente, il formatore deve avvertire i partecipanti che, in caso di mancato rispetto di questa regola, il formatore stesso deve segnalarlo e, in casi estremi, interrompere la sessione.

6.4 Il workshop di digital storytelling passo per passo

Il digital storytelling ha un'ampia gamma di caratteristiche, usi possibili, applicazioni e fonti a livello mondiale. I vari metodi ben conosciuti e ampiamente usati possono essere anche in contraddizione tra loro talvolta. Il presente manuale è basato sul libro scritto da Daniel Meadows e dal team di Capture Wales della BBC. Il risultato finale del loro metodo, descritto in questa pubblicazione, è un cortometraggio di approssimativamente 2 minuti basato su un racconto personale,

in cui il creatore del filmato racconta la propria storia con la propria voce e usa delle foto personali per illustrarla. Bisogna evitare l'utilizzo di foto commoventi, a meno che la storia non ne abbia bisogno esplicitamente; la stessa cosa vale per la musica, che spesso può essere una distrazione. Possono fare eccezione dei pezzi musicali che sono significativi dal punto di vista della storia o dello storyteller. Oltre a una descrizione approfondita della metodologia, questo manuale non cerca di fornire una formazione tecnica per via del rapido cambiamento del settore informatico e dei programmi software; dà piuttosto delle linee guida ed elenca le fonti utili alla creazione del filmato.

Fase 1 – Introduzione

Nella parte introduttiva gli aspiranti storyteller familiarizzano col concetto e la metodologia dello storytelling, la struttura delle storie e il processo della produzione digitale e guardano alcuni filmati-esempio. L'introduzione è anche un'opportunità per gli storyteller di familiarizzare tra di loro e con il formatore in un ambiente più informale. Questo presuppone un contesto sociale adatto. Durante l'introduzione qualsiasi paura e ansia che si manifesti negli storyteller riguardo al processo deve essere dissipata. Ai partecipanti dovrebbe essere data ampia possibilità di ricevere le risposte a tutte le loro domande. E' importante dissolvere tutti i sentimenti negativi (ad es. la mancanza di autostima, paura, ansia, ecc.) intorno allo storytelling o al processo di creazione dei film.

Gli obiettivi dell'introduzione sono i seguenti:

- presentare gli elementi del digital storytelling
- descrivere il processo e la tempistica in chiari termini
- rendere chiaro quali siano le fasi seguenti del processo, come per esempio le mansioni da dover completare per la sessione successiva (ad es. quando selezionare le foto, quando scrivere il racconto)
- spiegare le questioni di base legali e di copyright
- delineare la fine del processo e la vita successiva dei film (salvare, pubblicare, il diritto di eliminazione degli autori)

E' molto utile se prima o dopo l'introduzione – a seconda del programma del workshop di digital storytelling –, però in ogni caso prima dello story circle, facciamo dei giochi per rompere il ghiaccio con i partecipanti al fine di eliminare le inibizioni, le tensioni e alleggerire l'atmosfera (non importa che si conoscano già tra di loro o meno).

Fase 2 – Lo storytelling circle

Il processo di scrittura comincia con lo story circle. Questa fase è particolarmente importante affinché i partecipanti possano formare un "cerchio" di reciproco supporto e fiducia in cui il mondo personale dello storytelling possa manifestarsi. Lo storytelling circle deve essere adattato ai bisogni e agli atteggiamenti dei partecipanti. Solitamente dura per 1.5-2.5

ore. L'obiettivo dello story circle è che i partecipanti preparino la bozza della loro storia da cui potranno poi creare il copione, ossia la narrazione del filmato.

La postazione dello story circle dovrebbe essere una stanza accogliente, relativamente separata, senza alcuna interruzione esterna. I partecipanti dovrebbero essere in grado di mettersi a proprio agio, vedersi bene l'un l'altro e avere abbastanza spazio. Le sedie non devono essere necessariamente disposte in cerchio, ma possono essere sistemate in un triangolo o in un quadrato. Non dovrebbe esserci vicina nessuna fonte esterna di rumore che disturbi (un corridoio chiassoso, una strada) e nessun effetto visivo che distraiga.

I principi di base dello storytelling circle sono i seguenti:

- ogni partecipante dovrebbe partecipare attivamente, incluso il formatore e i membri del supporto tecnico (se ci sono)
- nessuno dovrebbe sentirsi dispiaciuto o scusarsi se ci fosse qualcosa che non capisce o che sia oltre le sue capacità o la sua fiducia
- l'essenza dello story circle è la fiducia: qualsiasi cosa venga affermata lì non può uscire dalla stanza
- i partecipanti non si giudicano l'un l'altro o il lavoro degli altri

Lo story circle è la base su cui è costruito l'intero processo: questo è il momento in cui i partecipanti si conoscono, condividono finalmente delle informazioni su sé stessi e trovano la storia del cortometraggio da creare durante il workshop. La cosa fondamentale è che i partecipanti dovrebbero essere felici di condividere le loro storie con gli altri. Lo story circle scioglie la tensione tra i partecipanti che non si conoscono in maniera giocosa e li aiuta a familiarizzare.

Possono esserci dei partecipanti all'interno dello story circle che non hanno assolutamente idea di quale storia potrebbero condividere con gli altri o che pensano di non avere niente di interessante da raccontare. Quindi lo storytelling circle non è solo limitato alla giocosità e al divertirsi prima di iniziare a lavorare.

Esso gioca un ruolo cruciale nella creazione della fiducia, così che i partecipanti possano aprirsi e trovare la loro storia fidandosi e ispirandosi a vicenda. Coloro che hanno già la loro storia pronta quando arrivano nello story circle non la condivideranno semplicemente con gli altri, ma potranno ottenere delle idee su come interpretarla in modalità inedite o su come migliorare la narrazione.

Sebbene il clima dello story circle sia informale, il leader dovrebbe stare attento al tempo disponibile e ai compiti che devono essere completati. Entro la "chiusura del cerchio", idealmente tutti i partecipanti dovrebbero aver trovato le storie che vogliono raccontare e avere le prime bozze degli storyboard pronte, in base alle quali le storie possono essere elaborate per iscritto e le voci fuoricampo registrate.

La disposizione dell'ambiente

E' importante che il posto selezionato sia un luogo silenzioso e ben separato, in cui i partecipanti possano essere sicuri di essere indisturbati. Il formatore dovrebbe disporre i posti a sedere – in un cerchio, triangolo o quadrato – in modo che ognuno abbia la medesima possibilità di partecipare. Da una parte il formatore deve moderare tutti i diversi esercizi, però dall'altra loro partecipano attivamente ai vari giochi rompi-ghiaccio e di storytelling. Il formatore consolida la fiducia in sé dei partecipanti e alla fine valuta il risultato del lavoro comune. E' importante mantenere un clima informale e giocoso, senza pressioni. In questa fase non ci dovrebbe essere alcuna attrezzatura tecnica – computer portatili, dispositivi digitali, visivi o per la registrazione del suono, ecc. - sui tavoli e i telefoni cellulari dovrebbero essere spenti.

Preparazione per lo story circle

Il formatore deve preparare le seguenti attrezzature (a seconda dei giochi selezionati):

- penne/matite e carta
- una lavagna biancaoggetti comuni in una borsa (gioco 5)
- una scatola di fiammiferi lunghi (per le cucine a gas) e un bicchiere d'acqua(gioco 10)
- strisce di una storia (gioco 13)

Gli storyteller dovrebbero portare le seguenti attrezzature:

- 3 oggetti che siano importanti per loro (può essere anche una o più foto usate per lo storytelling) e che abbiano una storia personale
- nel caso in cui l'abbiano già scritta, una copia stampata della bozza della loro storia

I giochi

La parola “gioco” dovrebbe essere usata con cautela quando si introduce lo story circle perché per qualcuno può essere spaventosa, intimidatoria o perfino alienante. Se è già stato creato un clima di fiducia tra i partecipanti, possiamo parlare di giochi più liberamente. I primi quattro giochi descritti qui sotto sono rompi ghiaccio che possono aiutare a creare la giusta atmosfera e a conoscersi meglio. Possono essere usati per superare le inibizioni e aiutare i partecipanti ad aprirsi allo storytelling.

L'essenza di tutti i giochi è essere rilassati e divertirsi, non la competitività. La lista di giochi sottostante offre più opzioni di quelle necessarie per uno story circle nella media. Il formatore può selezionare quelli che preferisce tenendo in considerazione il tempo a disposizione.

Gioco 1: Chi è seduto accanto a te? (rompi ghiaccio)

E' un modo facile e chiaro per conoscersi. Il formatore dice ai partecipanti di chiacchierare con la persona seduta accanto a loro conoscendosi così in una maniera più informale e senza essere in imbarazzo, diversamente dal presentarsi davanti all'intero gruppo. Queste conversazioni informali aiutano i partecipanti a rilassarsi di più per il seguente storytelling. Dopo alcuni minuti di chiacchierata, ciascuno presenta la persona che gli è seduta affianco a tutto il gruppo.

Gioco 2: Raccontami del tuo nome (rompi ghiaccio)

I membri del gruppo formano delle coppie, preferibilmente con persone che non conoscono. Ognuno racconterà una storia sul proprio nome al partner (ad es. sulle origini o sul significato del proprio nome o cognome, o sul perché abbiano ricevuto quel nome, o di una situazione accaduta in connessione con il loro nome). Dovremmo lasciare qualche minuto ai partecipanti per raccontare le loro storie ai partner, poi il gruppo forma un cerchio nuovamente. I partner si presentano reciprocamente al gruppo basandosi sulle storie ascoltate.

Gioco 3: Memory game dei nomi (rompi ghiaccio)

Questo gioco solitamente funziona bene con i partecipanti più giovani. Un membro del "cerchio" si presenta e aggiunge un'informazione sul suo nome che è disposto a condividere o che pensa sia particolarmente peculiare della propria personalità. (Può anche essere un aggettivo posto prima del nome). La persona seduta accanto ripete il nome e l'informazione, poi fa la medesima cosa. Il partecipante successivo deve ripetere i primi due nomi e le caratteristiche, poi aggiungere il proprio nome e l'informazione peculiare e così via fino all'ultimo membro che deve ripetere tutti i nomi e tutte le informazioni connesse ad essi.

Esempio:

John dice: "Il tuo nome è Mary e ti piace fare trekking, tu sei Peter e giochi a tennis, Katie ti piace travestirti con vestiti buffi e io sono John e odio i ragni."

In una variazione del gioco, i giocatori aggiungono prima dei loro nomi un aggettivo che cominci con la stessa lettera iniziale del loro nome. La persona successiva deve ripetere tutti i nomi insieme ai loro aggettivi nell'ordine giusto e continuare la lista con il proprio nome e l'aggettivo aggiunto davanti ad esso.

Gioco 4: Il gioco delle parole non correlate

In questo gioco i partecipanti devono inventare una storia usando parole non correlate. Ogni partecipante scrive, disegna o dice a voce alta una parola che gli viene in mente. Il formatore le raccoglie e le attacca o le scrive sulla lavagna, così che tutti possano vedere tutte le parole. Poi ogni partecipante scrive una storia coerente, usando tutte le parole sulla lavagna. Generalmente le storie saranno completamente differenti. La qualità delle storie non è importante; più una storia è surreale e lontana dal vero, più è interessante. Questo esercizio aiuta molto a rendere i partecipanti più rilassati e allo stesso tempo mostra le diverse caratteristiche di una storia breve di questo genere (lunghezza, struttura, semplicità)

Esempio:

Parole: mela, occhiali, orologio, tempo, macchina, pink, legno, scarpa

La signora Wood diede un'occhiata all'orologio e si rese conto di avere solo altri 10 minuti prima che la campanella della scuola suonasse. Non vedeva l'ora di mangiare la mela "pink lady" che aveva trovato nel retro della sua macchina che rotolava insieme alla scarpa che aveva perso all'inizio della settimana e la sua borsa in cui sfortunatamente non c'erano soldi. Guardò la mela e si domandò da quanto tempo fosse lì. Stava morendo di fame e senza soldi non aveva altra scelta che mangiarla. *"Forse è arrivato il momento di andare dall'ottico"* disse tra sé e sé, *"forse ho bisogno di un paio di occhiali"*.

Gioco 5: Oggetti misteriosi

Chiediamo a tutti i membri del gruppo di scegliere in modo casuale qualcosa dalla borsa che contiene oggetti comuni e che il formatore ha preparato precedentemente. Poi ognuno racconta un ricordo, un sentimento o una storia che quello specifico oggetto ha rievocato. Se qualcuno sceglie un oggetto che non fa tornare nulla in mente è meglio sceglierne un altro che induca qualcosa di personale da dire. Nel frattempo il formatore aiuta e incoraggia i partecipanti a trovare la loro connessione con il dato oggetto.

Gli articoli nella borsa dovrebbero essere oggetti connessi a situazioni di tutti i giorni che sono predisposti alla rievocazione di qualche ricordo. Per esempio, una macchinina giocattolo, un telecomando, un annaffiatoio, una bustina di zuppa istantanea, un biglietto del treno, ecc. Il formatore dovrebbe evidenziare le parti più potenti all'interno delle storie e con le sue domande trovare i punti deboli e svelare la storia.

Esempio:

Lo storyteller prende un biglietto dalla borsa.

"Questo mi ricorda di un viaggio che ho fatto ad Edimburgo quando ero piccolo, ero entusiasta di andare perché non ero mai stato in Scozia prima. Abbiamo passato una giornata deliziosa visitando il Castello e guardando come veniva fatto il tessuto scozzese. Mio papà ha ordinato l'haggis per pranzo perché era una prelibatezza scozzese, ma non gli è piaciuto".

Il formatore fa domande sulla visita e su come siano tornati a casa.

Lo storyteller è in grado di aggiungere:

“Abbiamo preso il treno per tornare a casa, ma eravamo molto in ritardo perché l'uomo seduto nel sedile opposto si è sentito male ed è dovuto essere portato in ospedale. Mio padre ed io siamo rimasti con lui durante il viaggio perché lui viaggiava da solo. Il nostro viaggio in Scozia è durato più a lungo di quel che pensassimo”.

Notiamo che con domande chieste giudiziosamente, vengono rivelati dettagli della storia ancora più interessanti.

Gioco 6: Giocattoli dell'infanzia

Il formatore chiede ai partecipanti di pensare a un giocattolo della loro infanzia molto amato, desiderato o perfino molto odiato. Se tutti hanno trovato l'oggetto in questione tra i loro ricordi, gli chiediamo di raccontarci una storia collegata a quell'oggetto.

Questo esercizio può rievocare molte storie di uno storyteller. Se collochiamo la storia all'interno dell'infanzia, gli storyteller si apriranno più facilmente e renderanno gli altri partecipi dei dettagli delle loro vite. Questo esercizio può mostrare una personalità che una volta era ribelle, una natura passiva, avventuriera, un leader del gruppo. Potrebbe anche dimostrare che le generazioni più anziane avevano molti meno giocattoli e dunque li apprezzavano molto di più.

Esempio:

“Il mio bene più prezioso da bambino era la mia bicicletta. Era il mio mezzo di trasporto, la mia possibilità di scappare ed esplorare e per me rappresentava la libertà. Non era nuova, mamma e papà la comprarono ad un'asta ed era usata. Non aveva le marce e la catena era un po' allentata ma non importava, io la amavo perché era mia. Passavo ore a trafficarci, regolando i freni e gonfiando le ruote e veniva pulita regolarmente. Ricordo di aver passato una giornata intera a verniciarla di blu scuro ed era fantastica.

Avevo solo otto anni quando ho ricevuto quella bici ma abbiamo avuto tante splendide avventure insieme. Una bottiglia d'acqua e un sacchetto di patatine, io e la mia amica Clare eravamo soliti percorrere venti miglia per andare in città. Se mia madre l'avesse saputo le sarebbe preso un colpo. Ma come Clare la mia bici era una buona amica, non ha mai tradito il mio segreto”.

Gioco 7: Foto personali

Le fotografie sono oggetti personali e le persone le interpretano in maniera molto personale. Può essere molto educativo che gli storyteller portino con sé al workshop una foto particolarmente significativa e poi le scambino con un altro membro del gruppo, ritrovandosi così con una nuova foto sconosciuta tra le mani. Ogni partecipante deve inventare una storia

che sia collegata alla foto sconosciuta. Dopo che ognuno ha descritto la foto e raccontato la storia che hanno inventato, le foto tornano in mano ai legittimi proprietari, che raccontano la vera storia della foto. Questo è un esercizio interessante per dimostrare come lo stesso oggetto – in questo caso il contenuto di una foto – possa essere approcciato in modi differenti. Inoltre dà agli storyteller l'opportunità di lasciare libera la loro immaginazione al fine di dare vita ad una foto sconosciuta .

Gioco 8: Le nostre decisioni

Ai partecipanti viene chiesto di scrivere una storia su una decisione particolarmente importante nella loro vita. Possono raccontare la storia come preferiscono, ma non può essere più lunga di 50 parole. Questo esercizio ha due obiettivi. Da una parte sottolinea l'importanza delle decisioni passate; i partecipanti riflettono su come una decisione precedente influenzi la loro vita di oggi. Dall'altra parte, aiuta a formulare i nostri pensieri in maniera concisa e significativa. Dopo aver messo le storie su carta, i partecipanti le leggono agli altri.

Gioco 9: La prima volta

Gli storyteller hanno 10 minuti per ricordare qualcosa che gli è successo per la prima volta nella loro vita (il primo bacio, il primo volo, il primo alcolico, ecc.). Loro stilano e scrivono la storia per sé stessi di quella prima volta e come abbia influenzato le loro vite future o quelle degli altri. I partecipanti poi leggono le loro storie a voce alta per gli altri.

Gioco 10: Giochiamo col fuoco

L'essenza del gioco è una narrazione pura, concentrata, un messaggio composto creato in breve tempo. I partecipanti hanno 10 minuti per preparare le loro storie e poi raccontare delle loro passioni. Questa può essere una persona, una causa, un sentimento o qualsiasi cosa o persona per cui lo storyteller provi un forte sentimento. Poi i partecipanti possono raccontare le proprie storie con un fiammifero in mano: devono finire di raccontare la storia prima che si bruci il fiammifero. L'obiettivo è raccontare una storia in maniera concentrata e concisa tenendo d'occhio la fiamma del fiammifero allo stesso tempo. Se il fiammifero si consuma o si spegne prima che la storia finisca, lo storyteller deve fermare il racconto. Il fiammifero che brucia aiuta a concentrarsi sull'essenza e a narrare la storia in maniera diretta.

Attenzione: Il formatore deve stare attento alla sicurezza antincendio e assicurarsi che il fumo dei fiammiferi non attivi l'allarme antincendio nella stanza. Gli storyteller dovrebbero avere tutti un bicchiere d'acqua davanti a sé per buttarci dentro il fiammifero prima di bruciarsi le dita. E' meglio utilizzare una tipologia di fiammiferi più lunghi, adatti per i forni a gas.

Non svolgere mai questa attività con i bambini.

Gioco 11: Amore/odio

I partecipanti fanno una lista di dieci cose che amano e altre dieci che odiano, che poi leggeranno al resto del gruppo. I partecipanti devono usare la loro voce per esprimere il sentimento che provano nei confronti delle cose in questione. Le liste possono contenere un variegato insieme di cose (un determinato sentimento, una qualità, un evento, ecc.). Con l'aiuto di questo esercizio può essere creata una lista, i cui elementi potrebbero perfino suggerire delle idee per delle eventuali storie e il formatore può aiutare ad elaborarne i dettagli.

L'esercizio aiuta a creare la coesione di gruppo e allo stesso tempo è un modo efficace per prepararsi alla registrazione dello storytelling, durante la quale i partecipanti dovranno trasmettere i sentimenti e le tensioni emotive con la loro voce.

Gioco 12: Tre oggetti

Circa una settimana prima della formazione (all'introduzione), il formatore chiede ai partecipanti di scegliere tre oggetti a casa, che abbiano una storia personale (gli oggetti possono essere anche foto).

Nello story circle il formatore chiede al partecipante di scegliere uno dei tre oggetti che ha portato alla formazione e, senza raccontare la storia collegata ad esso, di passarlo alla persona seduta accanto a loro (come nel Gioco 7). In questo modo gli oggetti si muovono di un posto e ogni partecipante deve scrivere la storia dell'oggetto sconosciuto ricevuto.

Dopo che le storie immaginarie vengono raccontate, i proprietari degli oggetti raccontano le vere storie collegate agli oggetti. (E' utile se la storia sarà poi la base del futuro filmato di DST).

Attenzione: Il gioco richiede una preparazione preliminare da parte dei partecipanti.

Game 13: Il dado cantastorie

Questo gioco è basato su un gioco da tavola commerciale. Rory's story cubes (i dadi cantastorie) sono dei dadi che hanno immagini o icone differenti sulle proprie facce. (C'è un set di dadi di base e delle serie con differenti tematiche). Una scatola contiene 9 dadi differenti.

I partecipanti tirano, a turno, tutti i dadi per generare 9 immagini casuali per poi usarle per inventare una storia, usando tutti i 9 elementi, in qualsiasi ordine preferiscano. (La storia può essere d'immaginazione, fiabesca o perfino storia vera presa dalla vita reale).

Attenzione: Possono essere acquistate differenti versioni di questo gioco ad esempio sul sito <https://www.storycubes.com/> o nei grandi negozi di giocattoli.

Fase 3 – La scrittura

Alla fine dello story circle tutti i partecipanti hanno raggiunto il punto in cui trovano la storia che vogliono raccontare e ,in uno scenario ideale, ne preparano una prima bozza scritta. Dopo aver fatto le modifiche necessarie e – se ce ne fosse bisogno – essersi consultati con il formatore, la storia finale e scritta al computer è pronta per essere letta a voce alta. Per quegli storyteller che hanno dei problemi con la lettura ci sono delle soluzioni alternative. Per esempio, raccontare la loro storia in un'intervista (vedi il Capitolo 7).

In questi casi è stato chiarito ai partecipanti, entro la fine dello story circle, che hanno la possibilità di raccontare la loro storia in maniera guidata come in un'intervista, così che si possano preparare.

Il copione

Alla fine di questa fase lavorativa un copione semplice ma chiaro deve essere terminato, che in realtà si tratta della storia stessa o della narrativa che lo storyteller stesso leggerà a voce alta durante la fase di registrazione. Nel copione è meglio utilizzare frasi semplici e brevi, assicurandosi di usare espressioni e idiomi tipici dello storyteller e evitando frasi che suonano strane per la loro personalità. E' importante per lo storyteller che alla fine la storia sia la sua personale, indipendentemente dall'aiuto e dai consigli ricevuti durante il processo. Vale la pena leggere il testo a voce alta prima di finalizzarlo. Il testo dovrebbe essere lungo tra le 180 e le 320 parole.

In sostanza a ognuno dovrebbe essere consentito di trascorrere il tempo necessario per sviluppare la propria storia. Se possibile, dovremmo cronometrare il workshop in modo che gli storyteller abbiano il tempo di – letteralmente – “dormirci su” prima di finalizzare la loro storia. I tanti sentimenti ed esperienze che vengono fuori durante lo storytelling circle spesso ispirano gli storyteller a scrivere la loro storia, però dovrebbe essere lasciato ancora del tempo per sviluppare, modificare e finalizzare il testo.

Se necessario il formatore dovrebbe aiutare chiedendo le domande appropriate al fine di chiarire su cosa la storia dovrebbe concentrarsi, quali siano i dettagli superflui che dovrebbero essere eliminati (spesso la data esatta, il posto o tante circostanze marginali non sono importanti, nonostante lo storyteller le ritenga essenziali) affinché la storia risulti chiara, lineare e facile da seguire e immaginare.

Dovremmo aiutare non solo gli storyteller che sono bloccati con le loro storie, ma anche quelli che sono troppo sicuri sé. Ci sono persone che sono sicure del loro lavoro, delle loro storie sulla carta, ma questi scritti spesso non sono ben progettati o abbastanza sinceri. In questi casi, così come con gli storyteller bloccati, il modo migliore di aiutare è chiedere delle domande rilevanti e pertinenti per affinare le storie in maniera da non interferire direttamente con gli scritti.

Dritte utili per la scrittura¹⁰

“Mettere la storia su carta – come iniziare:

- Non stare seduto a fissare un foglio bianco. Datti un limite di tempo e scrivi. Non giudicare all’inizio
- Ricorda che le parole dette vengono sentite una sola volta, contrariamente alle parole scritte che possono essere riesaminate. La chiarezza è importante. Evita le ripetizioni a meno che non siano intenzionali. Trova altre parole. Non usare espressioni letterarie o locuzioni congiuntive come “Come già detto”. Suonerebbe fastidioso.
- Trova la tua voce. Non imitare. Sii consapevole di come vuoi usare le parole e sentiti sicuro ad utilizzare le tue parole.
- Immagina ciò di cui stai scrivendo nel modo più dettagliato possibile – sentimenti, colori, consistenze, odori. Questo influenzerà il modo in cui scrivi.
- Non hai molte parole a disposizione, quindi buttati a capofitto. Non c’è bisogno di raccontare una storia in maniera lineare, anche se richiederà che ci sia un inizio, una parte centrale e una fine. Trova la cosa più accattivante e comincia da lì. Può provenire da qualsiasi parte nel tuo racconto.
- Non fissarti troppo sui fatti precisi. Non lasciare che siano d’intralcio alla verità.

Perfezionare e completare la storia

- Prova a raccontare la tua storia a qualcun altro per avere dei feedback. Cosa funziona e cosa no? Sei stato chiaro? Hai tralasciato qualcosa di importante che avevi menzionato inizialmente?
- Meno è meglio. Aspettati di riscrivere ancora e ancora. Revisiona rigorosamente. Qual è l’essenza della tua storia? Cerca di esprimerla in una frase. Ora assicurati che non ci sia nulla di non necessario. Ogni cosa serve per far andare avanti la storia?
- Evita i cliché e i sentimenti banali. Frasi come “lui c’è sempre per me” sono troppo usate. Cerca una nuova formulazione.
- Le generalizzazioni sono troppo facili e non approfondiscono le cose. Il dettaglio specifico, bene esaminato, sarà ciò che riecheggerà.
- Ricorda che mentre un aneddoto può essere buttato lì, una storia ha bisogno di struttura. La fine ha bisogno di qualche connessione con l’inizio affinché sia soddisfacente. Pensa ai passati. Quando raggiungi l’altra riva del fiume, dovresti ancora essere in grado di vedere la riva da cui hai iniziato il tuo viaggio.

¹⁰ Consigli di Gilly Adams, direttrice dell’unità di sviluppo dello scrittore della BBC per la BBC Galles, per mettere la storia su carta.

- I passatoti sono importanti. Sono i passaggi che costruiscono la storia. Assicurati di non aver tralasciato un passaggio vitale.

- Tratta la tua storia con rispetto, come se fosse la storia migliore del mondo.”

Lo storyboard

Può essere molto utile e dunque è raccomandato, fare un cosiddetto *storyboard*, basato sul nostro scritto e le foto. Questo è semplicemente una tavola a due colonne, di cui una colonna contiene il testo diviso secondo un determinato ritmo – solitamente frase per frase -, accoppiato con le foto corrispondenti nell'altra. Lo storyboard rende il rapporto tra le foto e il testo nella storia visibile. Quando immaginano e abbozzano la loro storia, gli storyteller spesso calcolano male il quantitativo di foto necessarie e disponibili, ma dopo aver finito lo storyboard diventa evidente se ci siano abbastanza foto per tutta la lunghezza del filmato e se siano distribuite proporzionalmente, a seconda del loro peso drammatico. In generale un paio di frasi sono la giusta quantità di testo per una foto, permettendo così che venga fatto un film ad andatura regolare, facile da seguire. Una persona potrebbe naturalmente discostarsi da queste linee guida se il ritmo emozionale e la drammaturgia del film lo rendessero necessario.

Oltre alla narrativa, lo storyboard può contenere anche altri elementi sonori o rumori.

I lettori troveranno un esempio di storyboard nell'Appendice.

Step 4 – La registrazione

La registrazione vocale

La parte tecnica del digital storytelling comincia con la registrazione vocale. Sia la qualità tecnica che il “sentimento soggettivo” della voce registrata sono cruciali per il successo del digital storytelling. Il formatore dovrebbe assicurarsi di trovare una sede appropriata per la lettura a voce alta e la registrazione delle storie.

Al fine di trovare la sede giusta per la registrazione vocale vale la pena conoscere alcuni trucchi pratici. Dovremmo cercare di trovare una stanza in cui l'arredamento consista di poltrone e sedie morbide e imbottite, in cui ci sia, se possibile, la moquette e diverse tende. Queste cose possono aiutare molto nell'assorbire l'eco. Possiamo testare la stanza applaudendo e ascoltando l'eco che viene assorbito. Se il nostro applauso non risuona per niente, il risultato è perfetto.

Dovremmo eliminare i rumori esterni il più possibile e assicurarci che non ci sia una strada rumorosa, un marciapiede affollato, un corridoio o delle apparecchiature elettroniche in stand-by vicino o un ascensore accanto. Qualsiasi cosa sia udibile da orecchio umano sarà udibile anche sulla registrazione audio, riducendo l'udibilità della narrazione. Se il testo non viene registrato nelle giuste circostanze, può rovinare l'intero filmato. Se non abbiamo nessun'altra alternativa,

possiamo fare una registrazione abbastanza buona anche all'interno di una macchina se la parcheggiamo in un luogo silenzioso e chiudiamo tutte le portiere e i finestrini. Ad ogni modo, dovremmo fare sempre delle registrazioni di prova prima dell'effettiva registrazione della voce fuoricampo per verificare la sua chiarezza e qualità.

Al momento della registrazione, i telefoni cellulari dovrebbero essere completamente spenti (lasciarli accesi in modalità "silenziosa" non è sufficiente in quanto le onde radio generate dai telefoni possono interferire con la nostra registrazione) e posati lontano dal registratore. Ancora meglio, non dovremmo proprio portarli nella stanza con noi se possibile. Il registratore dovrebbe essere collocato il più lontano possibile da tutti i tipi di apparecchiature elettromagnetiche (computer accesi, telefoni, radio, modem, ecc), perché – proprio come i cellulari – possono causare rumori non udibili dall'orecchio umano ma molto udibili nella registrazione.

Non dovremmo mai registrare da soli. Dovrebbe esserci sempre qualcuno – un tecnico, se possibile – che ascolti attraverso le cuffie se ci sono rumori esterni o delle interferenze non udibili all'orecchio. Dovremmo anche dare una copia stampata del testo al nostro partner, così che possano seguire mentre noi la leggiamo e possano dirci se abbiamo fatto qualche errore, che può essere notato solo da qualcun altro.

Il formatore che ci assiste si assicura di seguire il testo e richiama l'attenzione dello storyteller sugli errori. Non è un problema se lo storyteller non riesce a leggere il testo senza fare errori in un'unica sessione. Non ha importanza, in quanto gli errori possono essere corretti benissimo durante il montaggio. Per correggere gli errori dovremmo ripetere la frase o il paragrafo sbagliato, altrimenti potrebbe esserci un salto nel testo durante il montaggio audio. E' sempre meglio evidenziare anche sul foglio le parti sbagliate, in questo modo saremo sicuri di correggerle durante il montaggio della registrazione. Anche il formatore segue il testo in qualità di "orecchio esterno" e può aiutare ad adattare meglio il testo alla personalità dello storyteller e all'atmosfera della storia.

Per le persone comuni leggere un testo a voce alta e registrarlo può essere un'impresa. Alla gente solitamente non piace sentire la propria voce, che può suonare strana dal di fuori. Se non siamo soddisfatti della nostra registrazione, non dobbiamo aver timore di farne diverse versioni finché non troviamo la nostra voce. Una regola di base per la registrazione è di fare almeno due registrazioni del testo per intero. L'aiuto attivo del formatore è altrettanto necessario durante la registrazione dell'audio. Il formatore deve anche far notare allo storyteller se è troppo veloce, troppo lento, monotono, noioso, troppo recitato o estraneo alla personalità dello storyteller. Una delle caratteristiche fondamentali del digital storytelling è la trasparenza, l'autenticità e la spontaneità dell'esperienza. Dovremmo verificare che durante la fase di registrazione siano presenti queste circostanze. Se la voce fuori campo di un filmato di DST fosse inudibile o se lo storyteller non suonasse sincero, la storia perderebbe la sua autenticità.

La registrazione di immagini (digitalizzazione, fare fotografie)

La fase di registrazione include anche la digitalizzazione delle foto (disegni, figure, ecc.) e scattare nuove fotografie se necessario. Parte delle foto usate per il processo di digital storytelling possono essere stampate; queste devono essere

scansionate per un utilizzo informatico/digitale. Oltre a queste, possono essere usate per lo storytelling anche le foto scattate con fotocamere digitali o scaricate da internet o dai social media. Quando si usano queste ultime ci sono due aspetti importanti da considerare: la grandezza e la risoluzione della foto e la questione del copyright. Dovremmo evitare foto fatte da una terza persona – non noi stessi o qualcuno che conosciamo – per quanto possibile. Se la nostra storia richiede che completiamo il nostro cortometraggio con delle foto scaricate da internet, dobbiamo verificare che possano essere utilizzate (cc – creative commons, senza copyright) e non vi siano su di esse persone riconoscibili. Se vogliamo utilizzare delle foto prese dai social media, dovremmo usare solo quelle che sono connesse a noi o a persone che conosciamo, ma prima di condividerle pubblicamente dovremmo chiedere il permesso alla persona in questione. Nel caso di foto scaricate da internet o foto scattate o scansionate da noi stessi dobbiamo essere sicuri che siano ad alta risoluzione (almeno 1280x720 pixels, 300 dpi; in formato JPEG o TIFF).

Per illustrare un cortometraggio di due minuti è raccomandato usare tra le 15 e le 25 foto – se ne usiamo meno, l'andamento della nostra storia potrebbe essere troppo lento, se ne usiamo di più sarà troppo veloce e precipitoso. E' dunque importante scegliere la giusta quantità di foto tra quelle disponibili.

Video clip, musica

Ci sono delle formazioni di digital storytelling o dei film di digital storytelling in cui è possibile usare video clip, musica e altri effetti per produrre il film.

Questo manuale non raccomanda nessuno di questi elementi (certamente neanche li esclude). Il loro uso è giustificato solamente nei casi in cui l'elemento in questione sia connesso da vicino alla storia e potenzi il suo messaggio o la sua comprensione. Nel processo di montaggio dobbiamo occuparci di tutti e tre gli elementi attentamente, così che non sviino l'attenzione degli spettatori dalla storia. Il volume della musica e degli effetti non dovrebbe affossare la voce dello storyteller e non dovrebbe ostacolare l'intelligibilità e l'effetto generale del film. Un effetto sbagliato o non impostato correttamente (mixato col suono) o un video clip indebolisce la forza del film, può rovinare i momenti drammaturgicamente alti e, in casi estremi, perfino screditare il messaggio.

Ogni qualvolta si usi del materiale esterno – video clip, musica, effetti speciali – dovremmo tenere in considerazione anche il copyright. Qualsiasi musica, effetto o video clip che non sia stato fatto da noi, non è di dominio pubblico e non è Creative Commons (senza copyright) è protetto dal copyright e/o necessita dell'autorizzazione. E' obbligatorio per il realizzatore del filmato chiarire questa cosa e ottenere le autorizzazioni necessarie o pagare gli eventuali diritti d'autore. Se qualcuno volesse usare delle foto non scattate da loro stessi, consigliamo fonti senza copyright, scaricabili liberamente.

Consigliamo l'utilizzo della musica in un film di DST solo in casi eccezionali, quando è una parte integrante della storia (ad esempio lo storyteller parla di una canzone o di un pezzo musicale cantato o suonato da lui/lei o da un membro della famiglia). Tuttavia, dovremmo solo usare musica suonata da noi stessi o da persone che ci hanno dato il permesso di

usarla.

Fase 5 – Montaggio

Al fine di realizzare delle digital stories, sono necessari diversi passaggi per il montaggio:

- Il suono registrato deve essere intervallato e gli errori e le interruzioni rimosse, dopo di che la voce fuoricampo è completata, fornendo la spina dorsale alla storia
- le immagini devono essere modificate, se necessario (ad esempio ritagliarle, impostare il rapporto di contrasto)
- la voce fuori campo modificata e ripulita, le foto adattate ad essa e il titolo di apertura costituiscono la digital story modificata.

Il film può essere realizzato dal formatore basandosi sullo storyboard, con la collaborazione dello storyteller, ma dopo aver imparato le competenze di base del processo di montaggio qualsiasi partecipante sarà in grado di creare le proprie digital stories.

Poiché esistono svariate applicazioni software di editing sul mercato e le loro versioni vengono aggiornate o cambiate spesso e anche poiché devono essere utilizzati programmi diversi per i computer portatili e i MAC, questo manuale non intende fornire assistenza tecnica specifica. Ci sono applicazioni software per l'audio e il video editing gratuite facilmente accessibili che, tuttavia, non sempre sono compatibili tra loro, o il montaggio della voce fuori campo e l'interludio delle immagini richiedono dei processi separati. Ci sono anche dei sistemi di editing accessibili online, che tuttavia richiedono l'accesso a internet a banda larga durante tutto il processo di lavorazione. Possiamo anche utilizzare complessi software di editing installati sul computer che – nonostante il loro essere piuttosto complicati – offrono una soluzione pratica per la realizzazione dei cortometraggi. L'utilizzo dei software dipende dalle conoscenze tecniche dei partecipanti e dalla sede della formazione. (Se ci sono abbastanza computer, la sede della formazione può fornire la capacità tecnica necessaria). Conseguentemente, i mezzi tecnici e le modalità di montaggio e produzione dei film dipendono dal software usato, così come dal formatore e dallo storyteller. Qui daremo solo qualche consiglio generico e alcune linee guida. I parametri e i link inclusi nell'allegato possono essere utili nella scelta del giusto software.

- Il formatore deve essere esperto con il determinato software.
- All'inizio del workshop devono essere verificate le condizioni tecniche dei computer che dovranno essere usati per il montaggio e il software deve essere testato su i computer disponibili. I preparativi tecnici non dovrebbero togliere tempo al montaggio.
- All'inizio della formazione tecnica, deve essere fatta ai partecipanti una presentazione dell'intero processo di montaggio e gli deve essere spiegato passo per passo come realizzare i propri cortometraggi con quel dato software.
- Durante la dimostrazione, i partecipanti devono prestare attenzione solo al formatore; in questa fase non dovrebbero

ancora iniziare a mettere in pratica sui propri computer ciò che hanno appena imparato.

- Dobbiamo lasciare abbastanza tempo ai partecipanti per esplorare il software e fare i loro film con i propri tempi.
- Se ci fosse bisogno, dovremmo aiutare i partecipanti. Possiamo dar loro dei consigli di tipo cinematografico o aiutarli per le rifiniture tecniche. Dovremmo fargli notare i possibili difetti tecnici e aiutarli ad eliminarli.
- Il film deve avere un titolo che appaia all'inizio del filmato. Il nome dell'autore nel titolo di apertura è opzionale.
- E' importante che le foto abbiano una risoluzione adeguata. Le foto di scarsa qualità, a bassa definizione, rovinano l'effetto generale.
- Dovremmo evitare di usare troppi effetti visivi. Gli effetti digitali (il piccolo movimento di foto immobili, la transizione tra le foto, l'evidenziare certi dettagli, ecc.) possono aiutare a rendere il filmato più simile ad un film, ma dovremmo usarli soltanto se la drammaturgia lo giustifica. Il formatore può dare consigli sull'utilizzo degli effetti digitali, ma fondamentalmente è una questione di gusti.
- Se rimaniamo bloccati, o comunque prima di finalizzare il filmato, dovremmo mostrarlo a qualcun altro, preferibilmente ai formatori.
- Non appena il film viene prodotto, vale la pena di salvarlo in una qualità abbastanza alta, assicurandosi che il file non sia troppo grande (sono consigliati i seguenti formati: mov, mp4, mpeg, avi), per l'utilizzo futuro, incluso il caricamento su internet.

E' facile sottostimare il tempo necessario per il montaggio. Sebbene sia fondamentalmente un unico processo tecnico, la creatività gioca un ruolo chiave nel risultato finale, ossia una digital story di buona qualità. Il montaggio è tuttavia un processo gratificante e piacevole, quando il nostro cortometraggio comincia a prendere forma da elementi differenti o quando ottiene un nuovo slancio o un nuovo significato grazie a un piccolo cambiamento. Una piccola modifica nel montaggio può avere un effetto enorme sul risultato. Quando il processo di montaggio è finito e il nostro filmato è pronto, il software di editing "fonde" gli elementi insieme in base ai parametri specificati, producendo così un file video (mov, mp4, mpeg, avi, ecc.), che può essere mostrato o condiviso con il pubblico in qualsiasi momento.

Fase 6 – Condivisione (proiezione)

Le digital stories sono fatte per essere condivise con gli altri, ma talvolta può venire prodotto un filmato che alla fine l'autore non vuole condividere con un pubblico più ampio, solamente con gli altri partecipanti al workshop. Ma almeno con loro assolutamente sì.

A conclusione del processo, i partecipanti al workshop mostrano a tutti i filmati finiti. La proiezione è la coronazione del processo di lavoro lungo 20-22 ore. E' un'occasione di festa quando lo storyteller esce dal mondo chiuso della creazione e si alza davanti agli altri. Ciò potrebbe essere accompagnato dalla paura da palcoscenico e dall'ansia.

Il formatore deve cercare di rendere la proiezione un evento degno della sua importanza. La stanza dovrebbe essere disposta in modo che lo schermo possa essere visto da tutti e oscurata se necessario. Dovremmo usare attrezzature audio e video di alta qualità.

Il formatore dovrebbe presentare ogni film con alcune parole personali, al fine di dissolvere il disagio dello storyteller e assicurarsi che il lavoro ottenga la giusta attenzione. In questa fase il formatore dovrebbe evitare qualsiasi osservazione critica e non dovrebbe lasciare la possibilità di farlo neanche ai partecipanti.

Tutti i partecipanti dovrebbero essere presenti alla proiezione. Altre persone (familiari, amici, ecc.) possono essere invitati alla proiezione solo se tutti i partecipanti sono d'accordo.

Fase 7 – Debriefing

La chiusura del workshop di digital storytelling avviene con una discussione di gruppo in cui ogni partecipante dà un feedback al gruppo e ai formatori su tutto il processo. Questo è il momento per condividere le esperienze personali, non per parlare dei filmati terminati e criticarli è assolutamente fuori questione.

Nel cerchio di chiusura ogni partecipante dovrebbe dire qualcosa, inclusi i formatori e gli assistenti dei formatori. Per incoraggiare i partecipanti a parlare gli si può chiedere di raccontare un'esperienza positiva e una negativa che hanno affrontato nel corso della formazione.

Durante il debriefing dovrebbe essere chiarito quale sia il futuro dei filmati. Il film terminato è proprietà intellettuale del suo autore e nel futuro può essere utilizzato solo con il suo permesso – possibilmente scritto. E' il produttore che decide per quale tipo di pubblico il film sarà disponibile. Questo può variare dalla negazione assoluta del permesso ad un'autorizzazione parziale (quando il filmato viene reso disponibile ad un pubblico limitato, ad esempio a scopo educativo), fino all'autorizzazione per un pubblico più ampio possibile (disponibilità assoluta per chiunque attraverso internet). Dovremmo assicurare gli autori dei film sul fatto che possono cambiare o revocare la loro autorizzazione scritta in qualunque momento. Ciò significa che possono dare la loro autorizzazione a pubblicare i loro film su internet in seguito o possono richiedere la sua rimozione dal dominio pubblico (ad esempio dal sito web gestito da noi).

Digital Storytelling – Copione (ESEMPIO)

Il miglior albero di Natale di sempre

Questa foto mostra un ramo di pino molto modesto, ma quello lì fu il miglior albero di Natale di sempre. Nel 1985 mio padre ricevette una borsa di studio per andare a Roma per nove mesi. Riuscì a portarmi con sé per cinque settimane, il che era una cosa straordinaria allora. Io avevo dieci anni e potevo lasciare l'Ungheria comunista per un così lungo periodo e inoltre era la mia prima visita in un paese occidentale.

Mio padre fu una guida fantastica in giro per Roma, facemmo l'autostop per Firenze e Pisa e organizzammo il Natale più bello. Per la vigilia mi chiese di scegliere una cosa che mi sarebbe piaciuta come regalo da un negozio di giocattoli, così mi comprò un walkie-talkie. Lui mi sorprese anche con un barattolo enorme di ananas scioppato, che era una delle mie cose preferite. Il giorno della vigilia di Natale, quando le strade erano meno trafficate, trovammo un ramo di pino in un angolo di Campo dei Fiori e lo portammo a casa per farci da albero. Per decorarlo appendemmo dei biglietti dell'autobus e tappi di bottiglie e accanto misi una foto della mia sorellastra che era rimasta a Budapest con sua madre.

I miei nonni mi mandarono un macchinina fotografica di seconda mano via posta, un modello sovietico molto pesante chiamato Zenith e cominciai a scattare le mie prime foto. Una delle prime foto di prova fu scattata al nostro miglior albero di Natale di sempre.

© StoryCenter.hu, 2012

Digital Storytelling – Storyboard (SAMPLE)

N.	Immagine	Voce
	<p>Titolo: Il Miglior Albero di Natale di sempre di David Bán</p>	
		<p>Storyteller: Questa foto mostra un ramo di pino molto modesto, ma quello lì fu il miglior albero di Natale di sempre.</p>
		<p>Storyteller: Nel 1985 mio padre ricevette una borsa di studio per andare a Roma per nove mesi.</p>
		<p>Storyteller: Riuscì a portarmi con sé per cinque settimane, il che era una cosa straordinaria allora.</p>
		<p>Storyteller: Io avevo dieci anni e potevo lasciare l'Ungheria comunista per un così lungo periodo e inoltre era la mia prima visita in un paese occidentale.</p>
		<p>Storyteller: Mio padre fu una guida fantastica in giro per Roma,</p>

		<p>Storyteller: facemmo l'autostop per Firenze e Pisa e organizzammo il Natale più bello.</p>
		<p>Storyteller: Per la vigilia mi chiese di scegliere una cosa che mi sarebbe piaciuta come regalo da un negozio di giocattoli, così mi comprò un walkie-talkie.</p>
		<p>Storyteller: Lui mi sorprese anche con un barattolo enorme di ananas sciropato, che era una delle mie cose preferite.</p>
		<p>Storyteller: Il giorno della vigilia di Natale, quando le strade erano meno trafficate, trovammo un ramo di pino in un angolo di Campo dei Fiori</p>
		<p>Storyteller: e lo portammo a casa per farci da albero. Per decorarlo appendemmo dei biglietti dell'autobus e tappi di bottiglie</p>
		<p>Storyteller: e accanto misi una foto della mia sorellastra che era rimasta a Budapest con sua madre.</p>

		<p>Storyteller: I miei nonni mi mandarono un macchina fotografica di seconda mano via posta, un modello sovietico molto pesante chiamato Zenith</p>
		<p>Storyteller: e cominciai a scattare le mie prime foto.</p>
		<p>Storyteller: Una delle prime foto di prova fu scattata al nostro miglior albero di Natale di sempre.</p>

Parole: 179

Foto: 15 (2 ripetizioni)

Musica: nessuna

© StoryCenter.hu, 2013



Schema di Lavoro per un Workshop di DS di 24 ore, o una sessione di tre giorni

Sessione	Tempo	Argomenti	Risultati	Risorse	Note
Riunione	3 h	Introduzione e regole interne, Salute e Sicurezza	P r i m a autorizzazione per la storia.	Proiettore Dati	
		Mostrare esempi significativi di DS		Computer/ PC portatile	
		Processo di DS e Aspettative sul Programma		Altoparlanti	
		Considerazioni legali/di copyright		Storie su chiavetta USB/ hard drive	
		Introdurre il processo di autorizzazione		Fotocopie	
Storytelling Circle	3 h	Rompi ghiaccio e giochi	1° bozza del copione	Segnalazioni preventive di bisogni futuri	
				Penne e carta	
Finalizzazione dei copioni	1-3 h	Sessione di Workshop. Nuove stesure e feedback ai partecipanti. Costruzione storyboard	Versione finale del copione Storyboard	Fotografie	I tempi di esecuzione variano a seconda del numero dei partecipanti
				Flipchart opzionale, fiammiferi, Bicchiere d'acqua, oggetti di uso comune in una borsa	
Registrazione della voce	1-3 h			PC portatili con software WP	
				Stampante e carta	
Registrazione della voce	1-3 h			Linee guida cartacee per il coach della voce	I tempi di esecuzione variano a seconda del numero dei partecipanti
				File wav o mp3.	
				PC portatili con software di editing audio	
				Editing con Vegas, Audacity o Garage Band	
				Dispositivo di registrazione audio portatile	
				Cuffie	
				Copioni	

Editing 1	3 h	Gestione della cartella di Layout e dei media Ridimensionamento delle immagini Importazione delle immagini e del suono	Sviluppo delle competenze di editing	PC portatili con software di editing audio e video (e Photoshop) o suite di iLife o iMovie (Mac)
Editing 2	3 h	Produzione della prima versione Aggiunta dei titoli e audio extra	Sviluppo della tecnica nell'editing	PC portatili con software di editing audio e video
Revisione finale e esportazione	3 h	Produzione della versione finale. Esportazione a un .mov or .avi / .mp4	Film finito per la masterizzazione	PC portatili con software di editing audio e video
Proiezione	1 h		Condivisione di gruppo delle storie e delle esperienze	Proiettore dati Computer/ PC portatili Sistema audio Storie su chiavetta USB/ hard drive
Debriefing	2 h	Autorizzazione per le storie. Discussione: cosa è andato bene/ meno bene? Valutazione	Feedback sui punti di forza/ deboli. Le prossime fasi	Schede di valutazione



Alcuni link per il digital storytelling

Capturing Wales: <http://www.bbc.co.uk/wales/arts/yourvideo/queries/capturewales.shtml>
<http://www.bbc.co.uk/wales/audiovideo/sites/galleries/pages/digitalstorytelling.shtml>
Center for Digital Storytelling: <http://www.storycenter.org/>
Anthropolis, Storycenter (Hungary): <http://storycenter.hu/>
Historypin: <http://www.historypin.com/>
Daniel Medaows, Photobus: <http://www.photobus.co.uk/>
Breaking Barriers: <http://www.breakingbarriers.org.uk/>
Cowbird: <http://cowbird.com/>
Patient Voices: <http://www.patientvoices.org.uk/>
Storyworks: <http://www.storyworksglam.co.uk/>
Digistories: <http://digistories.co.uk/>
Historiana: <http://historiana.eu/>
MemOro – Bank of The Memories: <http://www.memoro.org/index.php>
Queensland University of Technology, Australia: <http://digitalstorytelling.ci.qut.edu.au/>
Digital Storytelling: Tips and Resources: <http://net.educause.edu/ir/library/pdf/eli08167b.pdf>
DeTales (Storie europees): <http://detales.net/>
K-Values (Storie di emancipazione): <http://www.kvalues.eu/>
Diamond (Digital storytelling nei musei): <http://www.diamondmuseums.eu/project.html>

IntegrArt (Storie digital con gli immigrati): http://fotomemoria.eu/integrart/?page_id=8

X-story (Digital storytelling nelle scuole): <http://www.storycenter.hu/x-story/>

Altri link: http://www.freeeslmaterials.com/digital_storytelling.html

Guida al digital storytelling: <http://www.schrockguide.net/digital-storytelling.html>

Bibliografia

- Allocca, Kevin. "Why Videos go Viral." TED Video. 7:16. November 2011. http://www.ted.com/talks/kevin_allocca_why_videos_go_viral
- Barrett, Helen C. "How to Create Simple Digital Stories." Accessed July 17, 2014. <http://electronicportfolios.com/digistory/howto.html>
- Bruner J. Actual minds, possible words. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press; 1988
- Carr D., Narrative and the real world: an argument for continuity. Hist Theory 1986
- Clark MC, Standard P. The caregiving story: how the narrative approach informs caregiving burden. Iss Ment Hea Nur 1996
- Currier, Alyce. "One Nation Under Video." Accessed July 17, 2014. <http://wistia.com/blog/one-nation-under-video>
- Dolto Françoise, Tout est langage, éd. Gallimard, Paris, 1995
- Dolto Françoise, Une psychanalyste dans la cité. L'aventure de la Maison verte, éd. Gallimard, Paris, 2009
- Dreon Oliver. "Digital Storytelling Overview." YouTube video, 4:56. March 27, 2010. <https://www.youtube.com/watch?v=wCFj412QBgA>
- Digistories. "How is a digital story made?" Accessed July 17, 2014. <http://digistories.co.uk/digistories-2/how-is-a-digital-story-made/>
- Digital Storytelling for Social Impact <https://www.rockefellerfoundation.org/blog/digital-storytelling-social-impact/>
- Digital Storytelling as a Social Work Tool: Learning from Ethnographic Research with Women from Refugee Backgrounds <http://bjsw.oxfordjournals.org/content/early/2013/11/19/bjsw.bct184.abstract>
- Elaine Lawless. Women Escaping Violence: Empowerment through Narrative. Columbia and London: University of Missouri Press, 2001
- Gergen KJ, Gergen MM. Narrative and the self relationship. Ad Exp Soc Psychol 1988
- Gregory Bateson, Steps to an Ecology of Mind (1972) The message 'this is play.' In B. Schaffner (Ed.), Group Processes (1956)
- Halpern, Joseph, and Alma E. Lantz. "Learning to utilize information presented over two sensory channels." Perception & Psychophysics 16, no. 2 (1974): 321-328.

- Hétmilliárd digitális történet. Beszélgetés Joe Lamberttel [Seven billion digital stories. Interview with Joe Lambert -Sette miliardi di storie. Intervista a Joe Lambert]. *Anthropolis* 7.1 (2012)
- Hilliger, Laura. "Introduction to Topic #2: Digital Storytelling". Accessed July 17, 2014. <http://etmooc.org/blog/2013/02/02/introduction-to-topic-2-digital-storytelling/>
- Lambert, Joe. *Digital Storytelling: Capturing Lives, Creating Community*. New York: Routledge, 2013
- LeeSing, A. Curtis, and Carol A. Miles. "The relative effectiveness of audio, video, and static visual computer-mediated presentations." *Canadian Journal of Education/Revue canadienne de l'éducation* (1999): 212-221
- margaret Mead, *People and Places* (1959; a book for young readers), *Continuities in Cultural Evolution* (1964), *Culture and Commitment* (1970)
- Mauchland, Betty. "Jimmy's Story." Pilgrim Projects Limited video. Last modified June 25, 2014. <http://www.patientvoices.org.uk/flv/0047pv384.htm>
- Microsoft. "Movie Maker" Accessed July 17, 2014. <http://windows.microsoft.com/en-ca/windows-live/movie-maker>
- Morales, Robert. "Youth Leaders Speak." Vimeo video, 4:39. No date. <http://silencespeaks.org/youth-leaders-speak/>
- Muchmore, Michael. "Windows Movie Maker." Accessed July 17, 2014. <http://www.pcmag.com/article2/0,2817,2426904,00.asp>
- Overcah Janine, *Narrative research: a review of methodology and relevance to clinical practice*, *Crit Rev Oncol Hematol.*, 2003
- Sandelowski M. *Telling stories: narrative approach in qualitative research*. Image 1991
- Schützenberger Anne Ancelin , *Aïe, mes aïeux! Liens transgénérationnels, secrets de famille, syndrome d'anniversaire, transmission des traumatismes et pratique du génosociogramme* Paris, Desclée de Brouwer, 1988
- Schützenberger Anne Ancelin, *The Ancestor Syndrome*, Londres & New York, Routledge, 1998
- Steffen V. *Life stories and the shared experience*. *Soc Sci Med* 97. 1997
- Stivers C. *Reflections on the role of personal narrative in social science*. In: Diana Tiejens Meyers (Ed.), *Feminists rethink thee Self*. Boulder, CO: Westview Press; 1993
- University of Mary Washington. "DS106." Accessed July 17, 2014. <http://ds106.us/>
- Visser, Jasper. "How to Tell a Story that Stands out in the Digital Age?" Accessed July 17, 2014. <http://themuseumofthefuture.com/2012/10/11/digital-storytelling-how-to-tell-a-story-that-stands-out-in-the-digital-age/ALLEGATO 4>

Volume di ingresso: 60%
Sinistra: [meter]
Destra: [meter]
Riduzione del rumore: -20dB
✓ Ottimizzazione della voce

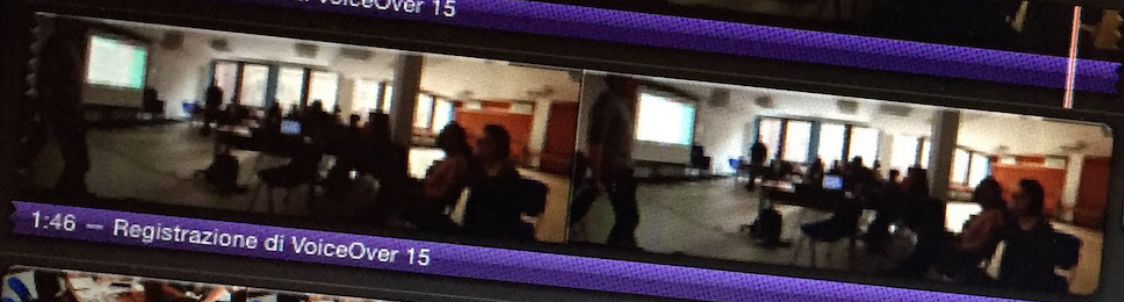
Riproduci progetto audio durante la registrazione

Fai clic su un clip per avviare la registrazione

Libreria progetti

Progetto - i dig stories training event Budapest 2016

1:46 - Registrazione di VoiceOver 15



1:46 - Registrazione di VoiceOver 15



1:46 - Registrazione di VoiceOver 15

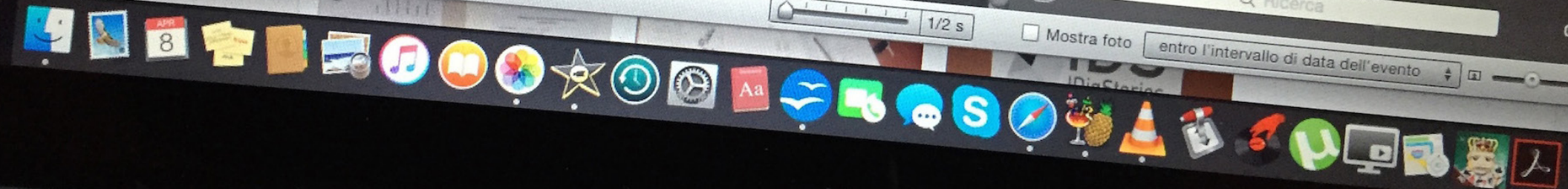
1:55 in totale

Nessun media trovato.

Ricerca

Mostra foto

entro l'intervallo di data dell'evento



MacBook

Liberatoria

Nome

Cognome

Contatti email o telefono

Comprendo che l'intenzione di [nome del progetto/istituzione] di realizzare delle digital stories disponibili come risorsa educativa e di apprendimento in quanto parte degli sforzi internazionale a migliorare la qualità e l'attrattiva dell'apprendimento permanente per adulti, ma il team del progetto non può avere controllo o responsabilità su come alla fine vengano usati.

Io acconsento all'utilizzo della mia storia come parte del progetto.

Io acconsento al programma di formazione di cui sopra e acconsento al fotografare/filmare e alla pubblicazione di immagini del mio coinvolgimento nel progetto/istituzione. Ho ottenuto tutte le autorizzazioni appropriate per i materiali usati nella storia.

Io..... do la mia autorizzazione a pubblicare la mia storia su internet: [indirizzo web].

FirmaData:

