

## Il digital storytelling

Lo storytelling digitale può essere definito come una combinazione di narrazione tradizionale di storie e di tecnologia digitale.

Il digital storytelling è un racconto breve (generalmente 3-5 minuti ) di un evento raccontato in prima persona, in modo coinvolgente e con un'attenzione alla scelta delle immagini, delle parole e dell'eventuale commento musicale. Le prime esperienze risalgono agli anni '80 e all'attività di Dana Atchley e Joe Lambert, che hanno successivamente fondato il CDS (Center for Digital Storytelling) a Berkley, California. Lambert enfatizza particolarmente l'importanza di fare emergere negli storytelling delle esperienze di vita personali (e che possibilmente illustrino dei "momenti di svolta" o delle "dramatic questions" poste allo spettatore) mentre altri esperti di storytelling come Jason Ohler promuovono un utilizzo didattico secondo il quale lo strumento dello storytelling digitale può essere utilizzato anche per illustrare pagine di storia, teorie scientifiche ecc..

Nella sua applicazione concreta, il digital storytelling è un processo che segue **diverse fasi**:

- **scrittura** - con tempo e spazio limitati (di solito circa 2000 battute in non più di venti minuti - il limite di tempo può variare a seconda del tipo di workshop)
- **condivisione** in gruppo delle storie e scambio di feedback (all'interno dei cosiddetti "cerchi narrativi", ma può avvenire anche a distanza come nel caso delle formazioni online). In seguito ai feedback ricevuti si può passare alla riscrittura del racconto, puntando alla sintesi e all'economia delle parole (spesso una parola può essere sostituita da un'immagine).
- **creazione di uno storyboard**, nel quale a ciascun frammento narrativo sono associati un'immagine/videoclip e gli eventuali effetti e transizioni tra un'immagine e l'altra (es. dissolvenze, bianco e nero..)
- **registrazione della voce**, un aspetto essenziale dello storytelling, perché è la voce che trasmette le emozioni del racconto. Deve essere chiara, avere il giusto ritmo e non essere disturbata da rumori di sfondo.
- **ricerca o produzione delle immagini e dell'eventuale colonna sonora del video**. Le immagini possono essere foto o disegni prodotti dal/la narratore/trice (ci sono anche storie in cui la narrazione si concentra su un'unica immagine, ma di solito se ne sceglie una ogni 3 secondi di racconto).

La musica è facoltativa ma può aiutare a dare maggiore enfasi al racconto (nella scelta vanno rispettati i diritti di autore). Anche la musica ovviamente può essere prodotta direttamente da chi crea il suo storytelling. Ci sono siti internet che permettono di trovare immagini e brani musicali privi di diritti d'autore (ovvero coperti da licenza Creative Commons, che permette il riutilizzo).

- **montaggio** con l'uso di un software di video editing (ce ne sono sia online che offline). sono programmi estremamente intuitivi e facili da usare.
- **condivisione finale di tutti gli storytelling prodotti all'interno di un gruppo.** In ambito educativo è un momento cruciale dato il valore che riveste, per ragazze e ragazzi delle scuole, il vedere proiettato davanti a un gruppo un proprio "film" (con tanto di titoli di coda e dediche).

L'uso del digital storytelling aiuta a sviluppare diverse competenze: abilità di scrittura e verbali, uso espressivo della voce, montaggio digitale, lavoro di gruppo e sensibilità artistica. Nel suo utilizzo a scuola abbiamo rilevato - ed è emersa anche da parte degli studenti e delle studentesse coinvolte - l'importanza del lavoro in gruppo (4 o 5 alunne/i lavorano insieme su uno storytelling) e la capacità che questo metodo ha di mettere in valore competenze diverse (qualcuno è più abile nella scrittura, qualcun altro nel montaggio o nella ricerca dei brani musicali..) facendo sì che tutte/i, senza esclusione, si sentano valorizzate/i e apprezzate/i.

Le difficoltà maggiori emerse sono legate alla lunghezza del processo (con le scuole non meno di 10 incontri da due ore per un percorso completo, mentre per gli adulti possono bastare due-tre incontri da 4 ore) e la difficoltà per i più giovani ad aprirsi e a raccontare i propri vissuti. Un percorso di digital storytelling può però essere anche **indirizzato verso la creazione di video che raccontino storie o fiabe, della tradizione o inventate (e re-inventate)** dalle/gli stesse/i ragazze/i. In questo senso è spesso stato utilizzato per realizzare "**booktrailer**", ovvero brevi video utilizzati per invogliare alla lettura di un determinato testo (un po' come i trailer per le pellicole cinematografiche) e può essere il momento finale di un laboratorio di lettura (in cui ciascuno reinterpreta il libro oggetto del laboratorio secondo il proprio stile e la propria sensibilità).

Il Cies Onlus ha iniziato a lavorare con il metodo dello storytelling digitale nel 2011 nell'ambito del progetto Rights (programma Comenius). Sono stati finora realizzati 4 laboratori per adulti (due dei quali rivolti ad insegnanti e due a colleghe e colleghi) e 12 laboratori per ragazze e ragazzi (7 in ambito formale e due in ambito non formale, nello specifico legati all'insegnamento dell'italiano come lingua seconda), coinvolgendo in totale circa 180 utenti e con la realizzazione di decine di storie digitali (alcune delle quali sono visibili sul sito del Cies).