



Storytelling

Narrare storie nuove (anche nel web)

Potremmo riassumere la definizione di storytelling in “la capacità di narrare unitamente a quella di saper comunicare la storia che si è scelto di narrare”.

Ma che cosa vuol dire narrare? “La narrazione è una forma di trasmissione delle esperienze, un vettore di miti universali, fatti ed episodi del passato utili a tramandare una lezione e infondere saggezza: lo storytelling mira ad anticipare la realtà, è narrazione *predittiva*” (Sordi, 2018).

Costruire storie contribuisce a sviluppare:

- la creatività e le capacità espressive;
- le competenze linguistiche;
- la capacità di sintesi;
- le capacità interpretative e di astrazione;
- le abilità comunicative e sociali (lo storytelling prevede che una storia sia costruita anche per essere comunicata agli altri e possa generare confronto e dialogo, oltre a poter essere co-costruita in modalità collaborativa).

Il Digital Storytelling

Il Digital Storytelling non è solo “raccontare una storia in formato digitale” ma saper comunicare la storia che ho scelto di raccontare utilizzando contenuti e logiche tipiche del digitale, in un sistema narrativo coerente, coinvolgente e condivisibile in rete.

Lambert (2010) ci aiuta a fare chiarezza rispetto agli elementi che non possono mancare in un Digital Storytelling:

1. Punto di vista: deve essere ben definito il punto di vista principale della storia e la prospettiva degli autori.
2. The dramatic question: è la domanda chiave della storia, quella che mantiene viva l'attenzione e a cui sarà data risposta al termine della storia stessa.
3. Il contenuto emozionale: ciò che si narra deve essere sentito come importante da chi realizza il DST, in modo da coinvolgere gli ascoltatori.
4. La voce narrante: molti vogliono usare solo immagini e musica, ma l'effetto non è lo stesso.
5. Il potere della colonna sonora: sottolinea i passaggi chiave della storia, anticipa quello che succederà.
6. Economia della selezione: fondamentale è selezionare solo i contenuti necessari a raccontare la storia, evitando l'overload.
7. Il ritmo della narrazione: è necessario calibrare la progressione della narrazione, in modo da raggiungere la massima efficacia comunicativa.



Come fare Digital Storytelling

È possibile declinare il digital storytelling in differenti formati, che possono essere funzionali a molteplici utilizzi educativi:

- **Timeline:** narrazione di eventi ordinati cronologicamente. Le varie risorse medialì individuate nel web vengono disposte in forma di schede o slide, entro una successione cronologica rappresentata da una barra e disposte secondo la cronologia scelta (ad es. Tiki-Toki);
- **Story Mapping:** utilizza mappe geografiche o immagini per inserire in esse una serie di link a risorse web relative a una determinata tematica in modo da ottenere un percorso navigabile (ad es. Scribble Maps);
- **Transmedia storytelling:** la storia si struttura all'interno di un ambiente digitale, in cui interagiscono risorse reperibili sul web di vario formato (immagini, video, animazioni, testi, suoni, musiche, news, ecc.), relative ad un dato evento, tema, personaggio, in modo da ottenere un racconto ipertestuale (ad es. Storify);
- **Visual storytelling:** la storia viene raccontata attraverso l'utilizzo di immagini in slideshow, accompagnate da testi o link che possono indirizzare ad altre risorse presenti sul web (ad es. Thinglink);
- **Video storytelling:** la storia viene raccontata attraverso dei video nei quali vengono inseriti testi, link, immagini, domande, in modo da creare dei video interattivi (ad es. Powtoon).

Lettere

Lambert, J. (2010). *Digital Storytelling Cookbook*. Berkeley, CA: Digital Diner Press.

In Internet, URL: <http://goo.gl/i7XWB>.

Petrucchio, C., De Rossi, M. (2009). *Narrare con il digital storytelling a scuola e nelle organizzazioni*. Roma: Carocci.

Snow, S., & Lazauskas, J. (2018). *The Storytelling Edge: How to Transform Your Business, Stop Screaming into the Void, and Make People Love You*. John Wiley & Sons.

Sordi, P. (2018). *La macchina dello storytelling. Facebook e il potere di narrazione nell'era dei social media*. Roma: Boreaux Edizioni.

Triacca, S. (2013). *Digital Storytelling*, in Rivoltella, P.C., *Fare didattica con gli EAS*, Brescia: La Scuola, pp. 192- 197