



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore



Centro di Ricerca sull'Educazione ai Media all'Informazione e alla Tecnologia

DIGITAL STORYTELLING

Raccontare in prospettiva crossmediale

Alessandra Carenzio
Varese 8 novembre 2017

Una definizione

Digital Storytelling come:

- saper comunicare la storia che racconto,
- saper utilizzare contenuti e logiche tipiche del digitale,
- saper "scrivere" in un sistema narrativo coerente, coinvolgente e condivisibile.

Story Center <https://www.storycenter.org/>

“Lo Story Center affonda le sue radici nel fermento artistico e culturale degli anni '70 e '80 negli Stati Uniti. In questo periodo artisti ed educatori iniziano a sfidare il concetto di arte come oggetto riservato a persone dotate di talento o ai professionisti. Il lavoro di questi artisti e di un ampio numero di collaboratori ha dato voce a storie potenti di guarigione e speranza all'interno di conflitti sociali e politici forti”.

Il Center for Digital Storytelling

“In che modo i media possono essere utilizzati per potenziare la narrazione personale?”

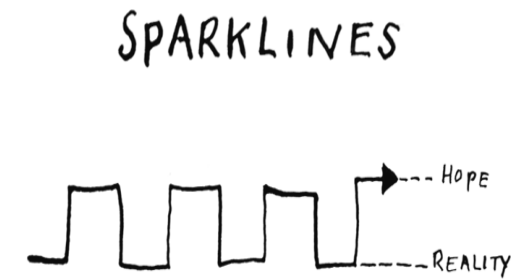
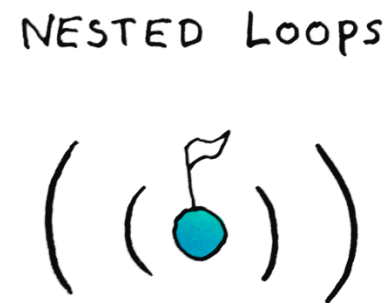
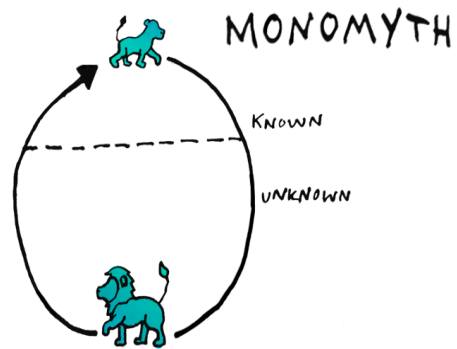
Questa la domanda di Lambert e colleghi.

Narrare, un'arte antica e proteiforme

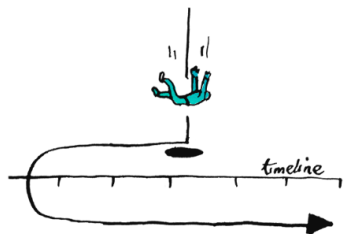
Raccontare e ascoltare storie appare intrinseco all'evoluzione stessa dell'essere umano (Gottschall, 2014). Pensiamo al senso che Bruner dava al racconto e alla narrazione.

Nel corso del tempo si sono strutturate differenti modalità di racconto, testimoniate dal ricco e complesso patrimonio artistico, letterario e mediale che caratterizza ogni cultura e società.

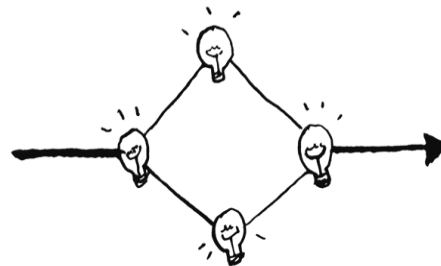
Schematicamente, si possono individuare 8 schemi narrativi ricorrenti (tratto dal seguente articolo <https://goo.gl/hVtBIq>)



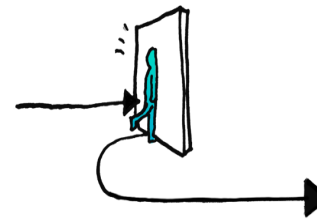
IN MEDIAS RES



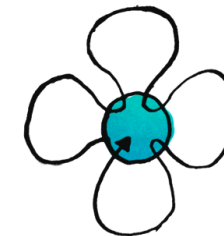
CONVERGING IDEAS



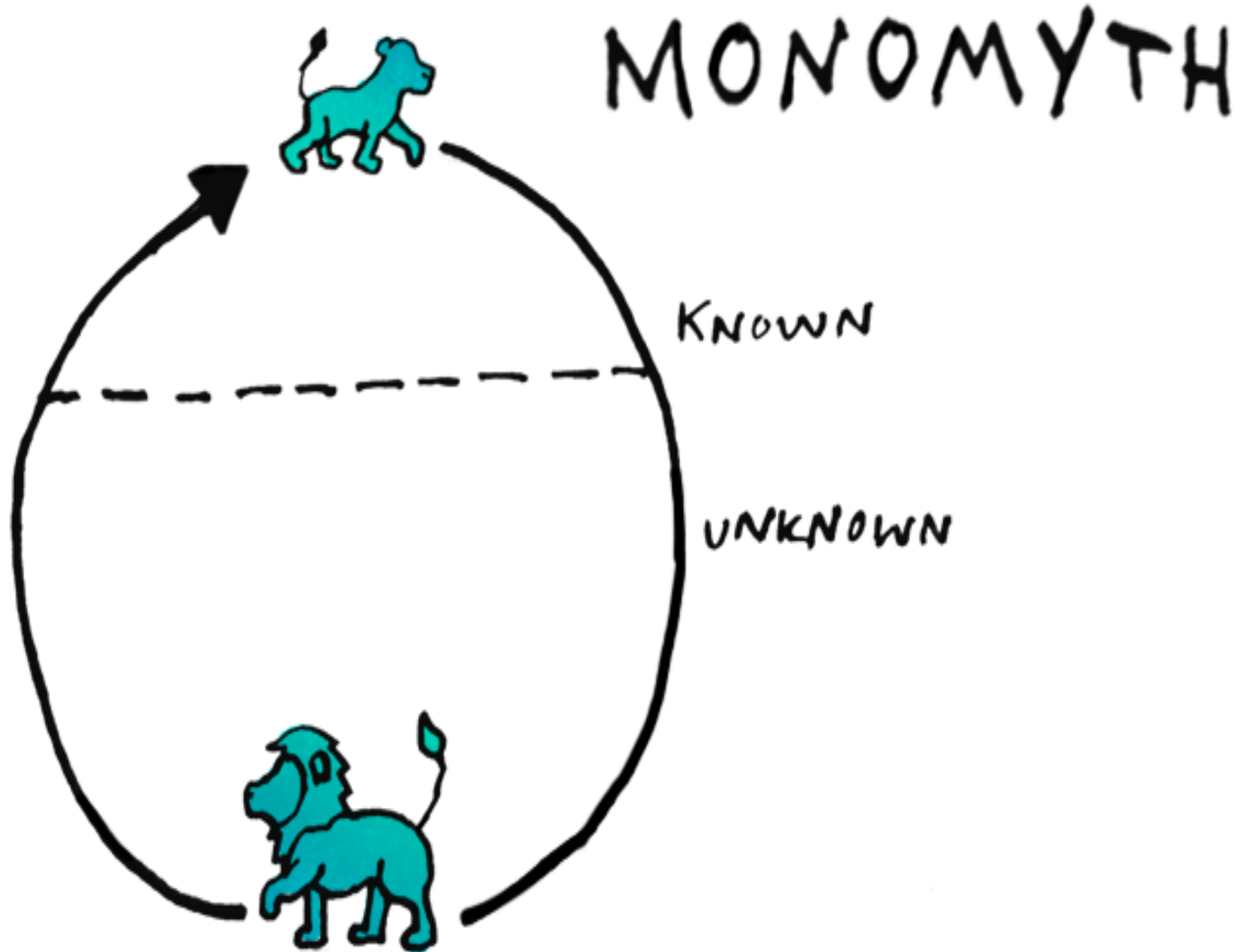
FALSE START



PETAL STRUCTURE



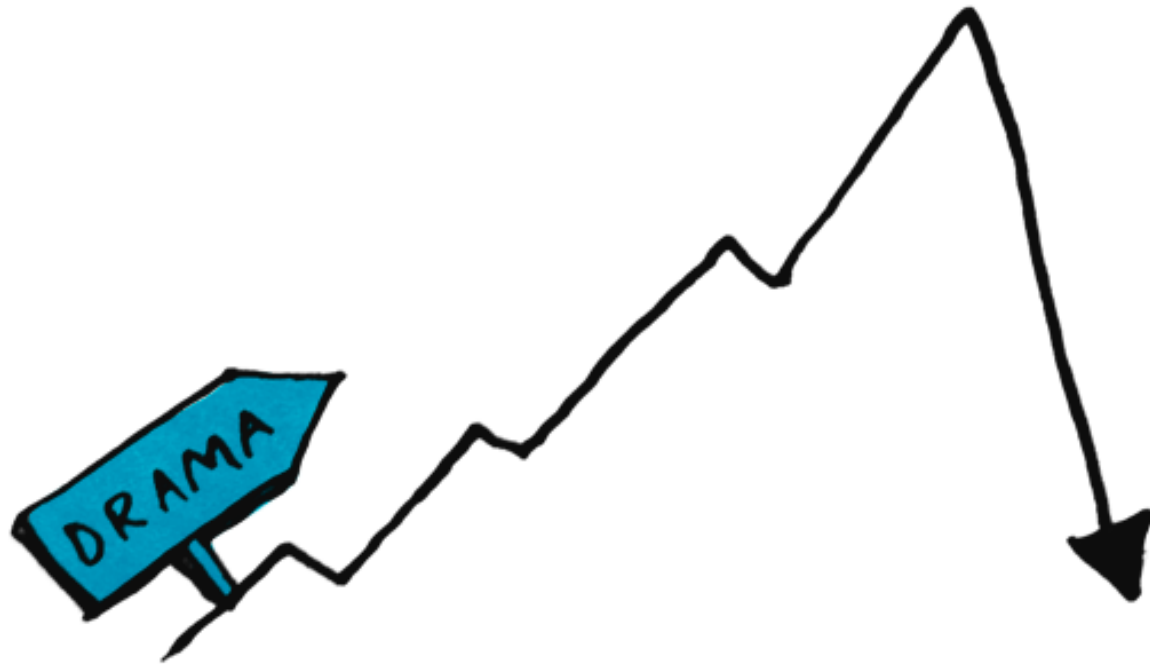
Viaggio dell'Eroe



Schema classico centrato sulla figura dell'eroe che abbandona la propria dimora per intraprendere un viaggio verso luoghi sconosciuti. Tipico di fiabe, racconti fantastici e videogame.

Immagine tratta da: <https://goo.gl/hVtBIq>

THE MOUNTAIN



Montagna

Distribuzione della tensione fino al raggiungimento di un picco e alla successiva discesa. Tipica delle serie televisive o dei film di suspense.

Immagine tratta da: <https://goo.gl/hVtBIq>

NESTED Loops



Cerchi concentrici

Diverse strutture narrative si intersecano.

La narrazione contenente il messaggio centrale interagisce con le altre che sono finalizzate a elaborare e/o spiegare la prima,

Immagine tratta da: <https://goo.gl/hVtBIq>

Realtà/speranza

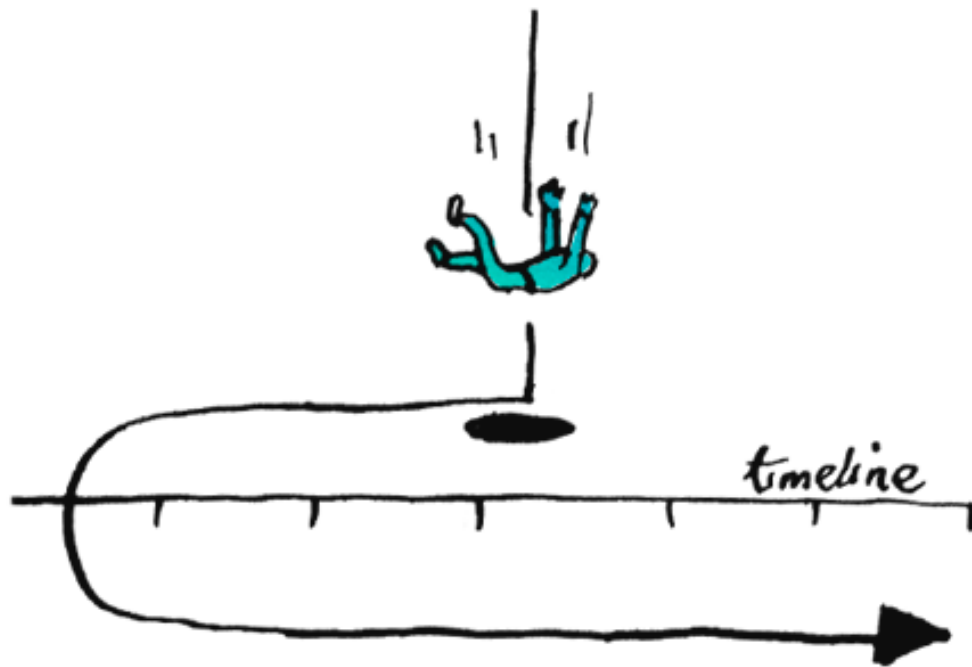
SPARKLINES



Si sviluppa su due piani contrapposti che si intrecciano continuamente e rappresentano l'uno “come le cose sono” (realtà) e l'altro “come le cose dovrebbero essere” (speranza). Tipico delle retoriche evocative, ma anche di molti spot pubblicitari

Immagine tratta da: <https://goo.gl/hVtBIq>.

IN MEDIAS RES



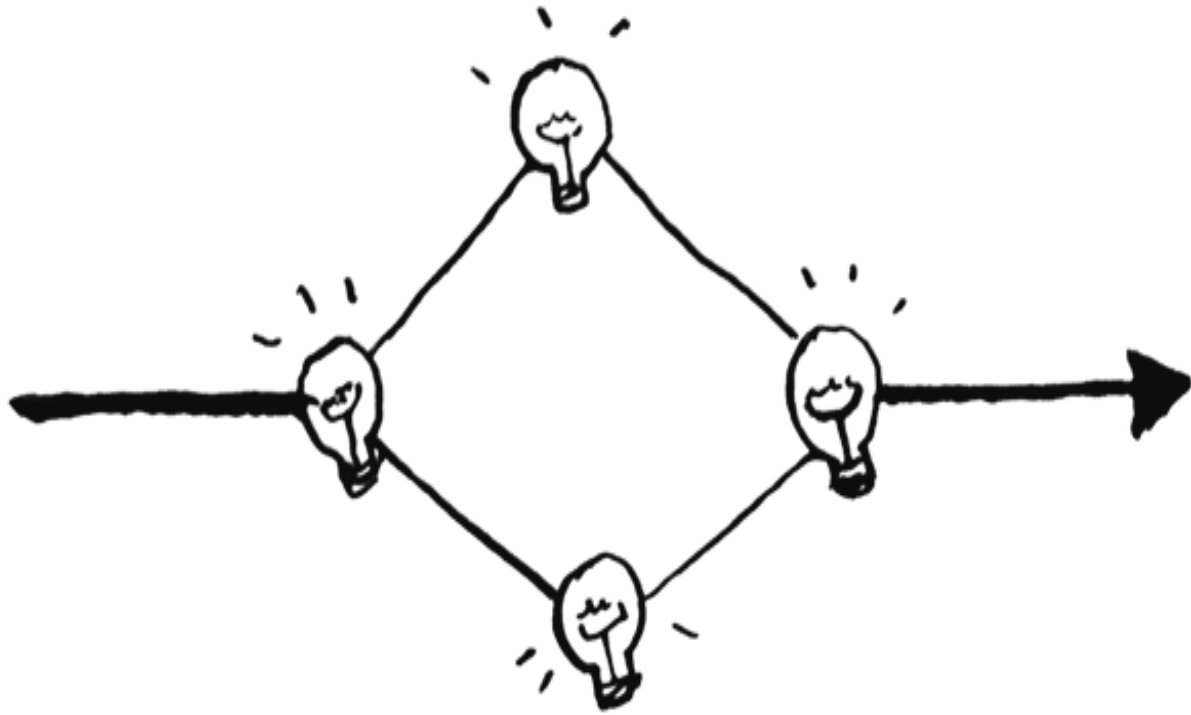
Nel vivo dell'azione

Schema in cui la narrazione comincia direttamente nel pieno dell'azione, per spiegare solo successivamente quanto accaduto prima e poi preparare la sua conclusione, spesso modificando il senso di quanto visto inizialmente.

Tipico dei racconti d'azione.

Immagine tratta da: <https://goo.gl/hVtBIq>

CONVERGING IDEAS

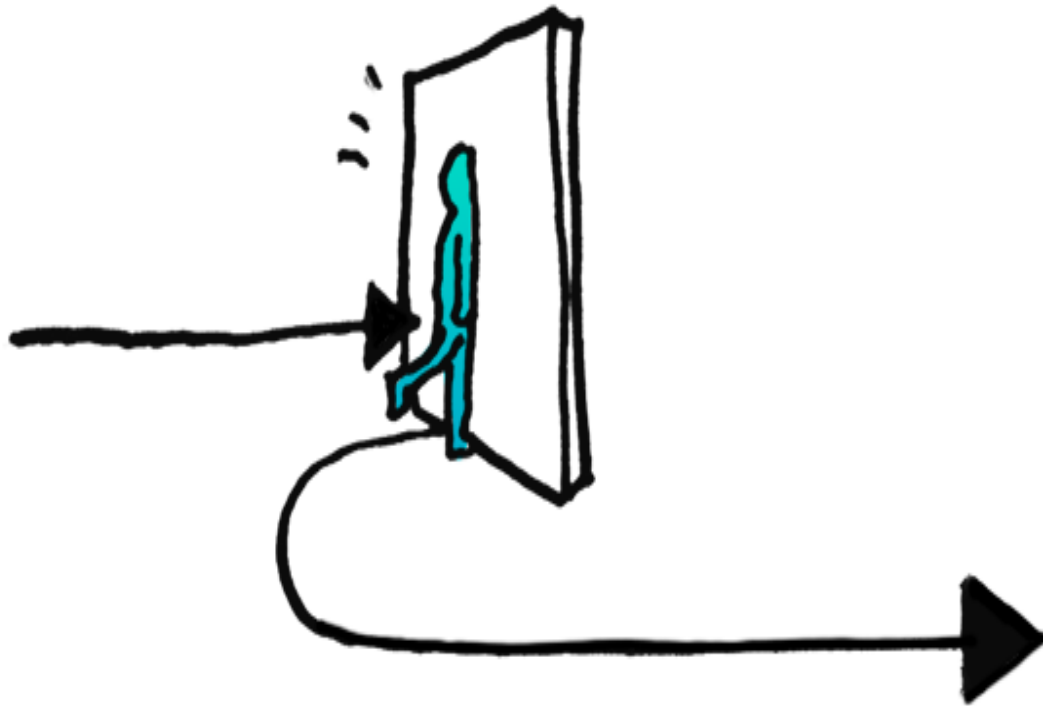


Idee convergenti

Differenti filoni di pensiero o nuclei tematici convergono per formare un'unica idea narrativa. Può essere utilizzata per mostrare come una storia sia il risultato di molteplici sentieri che ad essa conducono e che la strutturano.

Immagine tratta da: <https://goo.gl/hVtBIq>

FALSE START

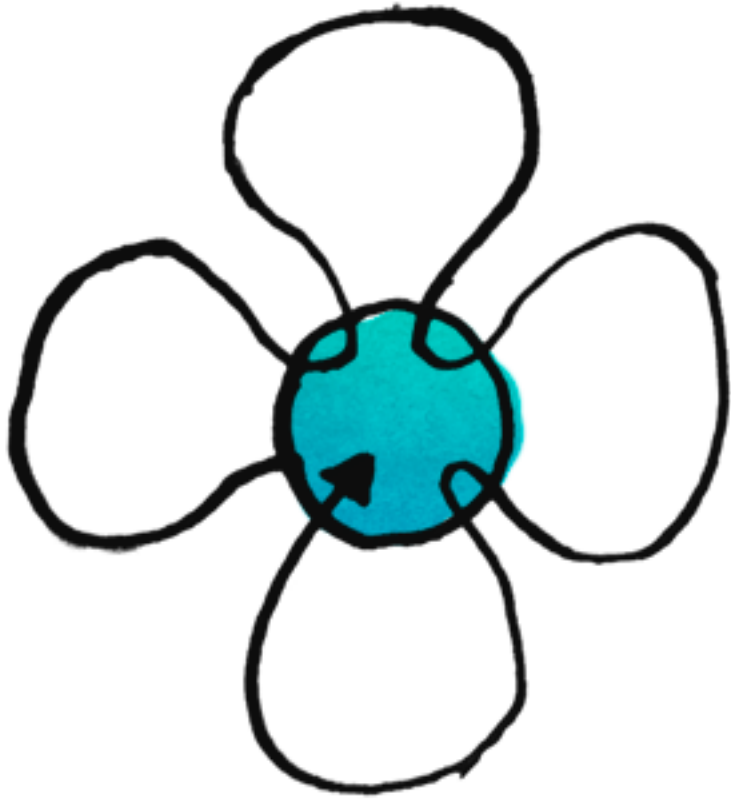


Falsa partenza

La narrazione ha inizio con un intreccio apparentemente prevedibile che si interrompe bruscamente per dare luogo a un nuovo inizio. Tipico dei cortometraggi o delle serie web.

Immagine tratta da: <https://goo.gl/hVtBIq>

PETAL STRUCTURE



Struttura a petalo

Schema narrativo che organizza storie multiple che si muovono intorno allo stesso concetto centrale, verso cui possono convergere o divergere. Tipico dei film a episodi.

Immagine tratta da: <https://goo.gl/hVtBIq>

Un processo creativo

Il digital storytelling risente di alcuni aspetti tipici della comunicazione digitale (Rose, 2013):

- mette insieme la dimensione personale a quella collettiva,
- è tendenzialmente una narrazione veloce e sintetica,
- utilizza materiali reperibili online (mix e mashup),
- agevola una distribuzione orizzontale,
- si struttura in una logica crossmediale e transmediale (Jenkins),
- supporta l'autorialità attenta.

Il digital storytelling: riappropriazione del significato (Cope&Kalantzis)

Il significato è costruito in modo multimodale - lo scritto si interfaccia con modi di tipo visuale, audio, gestuale. Il framework delle Multiliteracies tuttavia non è solo di tipo linguistico, ma colloca il significato in uno spazio sociale e storico. Il significato è un prodotto progettato ("The starting point for the Multiliteracies framework is the notion that knowledge and meaning are historically and socially located and produced, that they are 'designed' artefacts").

DESIGNED-DESIGNING-REDESIGNED:

- (i) The Designed (le risorse disponibili in un contesto specifico)
- (ii) Designing (il processo di revisione e rifacimento della risorsa in chiave di appropriazione e ricreazione)
- (iii) The Redesigned (il prodotto del processo di designing a cura dello studente).

Il digital storytelling in aula

-  Storie di vita (fare memoria),
-  Racconti di teorie o invenzioni (ricostruire, esercitare il problem solving),
-  Documentazione di processi (fare metariflessione),
-  Narrazione del sé (riconoscersi e ritrovarsi).

Capacità di ricerca, di scrittura, tecnologiche, organizzative, di presentazione, interpersonali, di problemi solving, di valutazione (Robin, 2006).

Oltre la tecnologia



Progettare
Cercare
Selezionare
Combinare
Confrontare
Trasformare
Realizzare
Condividere
Verificare
Rielaborare

Immagine tratta da: <https://goo.gl/oCygyU>

Qualche suggerimento (Lambert)

1. Definire bene il punto di vista,
2. Trovare una “dramatic question” che tiene viva l’attenzione,
3. Lavorare sul contenuto emotivo,
4. Usare una voce narrante (la “voce” conta),
5. Usare una colonna sonora,
6. Scrivere in “economia” (esercizio della selezione),
7. Calibrare il ritmo della narrazione.



<https://it.pinterest.com/pin/303289356145987628/>

Qualche risorsa

Storify. Storybird, Thinglink, Steller, Quik.

IMMERSI
NELLE STORIE
IL MESTIERE DI RACCONTARE
NELL'ERA DI INTERNET

FRANK ROSE

codice
EDIZIONI



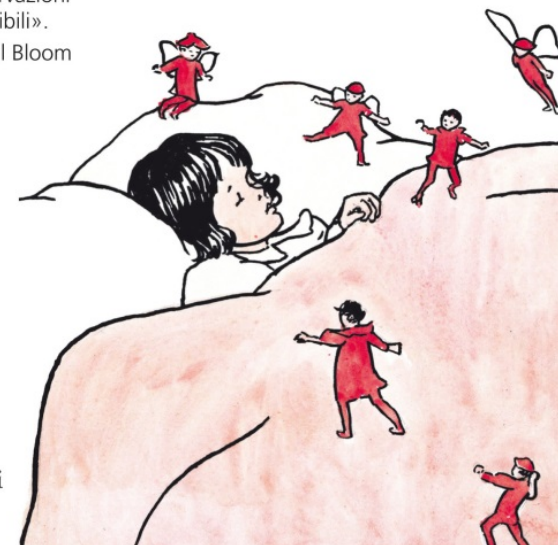
Jonathan Gottschall

L'ISTINTO
DI NARRARE

COME LE STORIE
CI HANNO RESO UMANI

«Un piacere da leggere,
pieno di grandi osservazioni
e di intuizioni incredibili».

Paul Bloom



Bollati Boringhieri

CHRISTIAN SALMON
Storytelling
la fabbrica delle storie

l'arte di raccontare storie è nata quasi in contemporanea con la comparsa dell'uomo sulla terra e ha costituito un importante strumento di condivisione dei valori sociali. Ma a partire dagli anni Novanta del Novecento, negli USA come in Europa, questa capacità narrativa è stata trasformata dal meccanismo dell'industria dei media e del capitalismo globalizzato nel concetto di storytelling: una potentissima arma di persuasione nelle mani dei guru del marketing, del management, della comunicazione politica per plasmare le opinioni dei consumatori e dei cittadini. Questo è poi diventato: campagne pubblicitarie - ancora più efficaci quando sfruttano i social media - e cinema sempre più sofisticato basati sul delle storytelling management e del digital storytelling. Questo è il risultato di una serie di processi che hanno trasformato il racconto in un linguaggio di potere e di persuasione, in un linguaggio di marketing e di comunicazione politica.

