



**YOU PART**

Engage. Connect. Empower

# **STORYTELLING DIGITALE**

**FATTI**

**OBIETTIVI**

**ARGOMENTI**

**MATERIALI**

**ULTERIORI INFORMAZIONI**

**PREPARAZIONE**

**ISTRUZIONI**

**TEMPLATE**

# STORYTELLING DIGITALE

## FATTI

**Età:** 18-24

**Numero di partecipanti:** minimo 18 persone

**Durata:** circa 300 minuti

## OBIETTIVI

La metodologia dello Storytelling digitale mira a:

- dar vita alle storie facendo ricorso a mezzi multimediali quali ad esempio video, immagini e suoni;
- educare e informare i destinatari presentando informazioni e concetti complessi in modo più accessibile per un pubblico più vasto;
- influenzare e promuovere il cambiamento sensibilizzando su alcune questioni sociali;
- potenziare la creatività e l'espressione personale, incoraggiando i singoli a condividere storie ed esperienze con la realizzazione di un video unico;
- promuovere la collaborazione tra i partecipanti attraverso la produzione di un risultato comune.

## ARGOMENTI

Lo Storytelling digitale comprende la creazione e presentazione di storie narrate ricorrendo a elementi multimediali e strumenti digitali. Unisce le tecniche della narrazione tradizionale ai mezzi digitali per educare, intrattenere e trasmettere un messaggio al pubblico generale. La narrazione può riguardare diversi settori: storie personali, fatti storici, contenuti educativi, concetti con finalità di marketing e campagne di sensibilizzazione sociale. Questo metodo potrebbe, ad esempio, essere impiegato nell'ambito dell'educazione alla cittadinanza in un contesto di lavoro giovanile. Comprende una forma di apprendimento non formale che consente ai giovani di contribuire attivamente alla propria comunità.

Lo Storytelling digitale potrebbe essere la base di una attività rivolta ai giovani denominata "Voices Unveiled: Empowering Youth Through Digital Stories" (Dar Voce: responsabilizzazione giovanile attraverso la narrazione digitale) nel contesto dell'educazione alla cittadinanza.

## MATERIALI

Computer, connessione Wi-Fi, fogli di carta A4, penne colorate, pennarelli, lavagna bianca, microfoni, videocamere

## ULTERIORI INFORMAZIONI PER I FACILITATORI

Lo Storytelling digitale è uno strumento potente per coinvolgere i giovani nella fascia di età 18-24 incoraggiandone la creatività, l'espressione personale e la collaborazione attraverso la narrazione multimediale. Un'attività che si basa sull'educazione alla cittadinanza promuove una partecipazione attiva a livello civico presentando concetti complessi in modo accessibile. È importante enfatizzare la promozione dei valori civici quali la diversità, l'uguaglianza e l'inclusione consentendo ai partecipanti di usare strumenti digitali e multimediali per farsi sostenitori dei cambiamenti sociali e condividere storie significative all'interno delle rispettive comunità.

### PREPARAZIONE

Per una preparazione ottimale della attività di Storytelling digitale, il facilitatore dovrà considerare i seguenti step:

1. Familiarizzare con la descrizione e gli obiettivi dell'attività;
2. Informarsi sui concetti che l'attività vuole sviluppare (ad esempio educazione alla cittadinanza e partecipazione attiva);
3. Vagliare gli strumenti digitali che si utilizzeranno per produrre i video;
4. Preparare i computer fissi o portatili in base al numero di gruppi;
5. Assicurarci di avere una buona connessione Wi-Fi;
6. Preparare il materiale necessario, quale ad esempio i fogli per gli appunti e le considerazioni, le penne e i pennarelli.

### ISTRUZIONI

#### Step 1 – Iniziare da un'idea (circa ~20')

Il primo passo è l'identificazione dell'idea principale da sviluppare nei video. Accogliete i partecipanti e presentate loro l'attività. Per una migliore collaborazione e un lavoro più efficace, divideteli in piccoli gruppi di 3-6 persone. I gruppi dovranno definire le finalità della loro narrazione, il pubblico a cui è destinata e il messaggio principale.

Ad esempio, per la tematica dell'educazione alla cittadinanza, iniziate con un brainstorming con i partecipanti per scoprire il significato di educazione alla cittadinanza, di partecipazione civica attiva e, in particolare, quali sono le caratteristiche di un giovane cittadino attivo.

 Una mappa mentale (di seguito) potrebbe essere di aiuto per i partecipanti per identificare l'argomento del video.



# ISTRUZIONI

## **Step 2 – Ricerca/Esplorazione/Apprendimento (circa~30')**

In questo passaggio i partecipanti dovranno studiare l'argomento per creare una base di informazioni. Chiedete ai partecipanti di discutere nei relativi gruppi e identificare almeno una tematica/questione/idea, che diventerà la tematica principale del video di Storytelling.

Se si discute l'argomento dell'impegno civico, i gruppi potrebbero suggerire una questione di rilievo per la propria comunità locale.

## **Step 3 – Scrittura/Copione(circa~30')**

Dopo la fase di ricerca, i partecipanti dovranno sviluppare una bozza/copione per la loro storia. Dotateli di fogli di carta A4 e penne colorate o usate strumenti digitali come Microsoft Word per guidarli nello sviluppo del loro copione.

Un copione ben strutturato è ciò che consente ai partecipanti di registrare senza problemi e al pubblico di credere alla storia e ricordarla. I narratori devono essere onesti e collegare le proprie esperienze alla realtà del loro pubblico. L'impatto delle loro storie sarà ancora maggiore se inviteranno il pubblico all'azione. Infine, è bene che ricordino che la narrazione digitale è spesso breve, quindi nello sviluppare il copione dovranno concentrarsi sui dettagli principali e sui fatti più importanti.

✦ Si veda il modello alla fine di questo documento - ci sono i passi che potranno guidare i gruppi a sviluppare i propri copioni.

## **Step 4 – Programma e Storyboard (circa ~40')**

Nel passaggio successivo i partecipanti sono chiamati a creare un progetto di storyboard. Lo storyboard è una forma di organizzazione grafica finalizzata alla progettazione visiva e alla presentazione delle informazioni da includere nel video. Dividere il copione del video in varie scene, e comprendere anche il copione audio e dei bozzetti delle proposte di immagini e video da usare.

✦ Si veda il modello alla fine di questo documento - questo modello può essere condiviso con i partecipanti all'attività.

## **Step 5 – Raccogliere i materiali (circa ~90')**

La durata del video dovrà essere di circa 2-3 minuti. Potrebbe variare in base alle abilità del gruppo di lavoro, alle risorse disponibili e allo scenario.

Assegnate dei compiti ai membri di ciascun gruppo. Ad esempio, se il gruppo è composto da 6 persone, 2 potrebbero essere incaricate della ricerca, 1 dell'identificazione di video, immagini e musica, 2 dello sviluppo e della registrazione del copione audio e 1 di mettere insieme tutti i risultati con l'aiuto di chi ha trovato i video e le immagini.

Se il gruppo intervisterà qualcuno, saranno necessari strumenti quali videocamera e microfono. Bisognerà anche verificare l'illuminazione della stanza e lo sfondo. I partecipanti potranno anche cercare immagini e video relativi all'argomento scelto. Dovranno tener conto della necessità di ottenere il permesso per utilizzare gli elementi scelti oppure usare foto di repertorio.

Se l'argomento che hanno scelto riguarda la propria comunità locale, i partecipanti potranno scegliere video e immagini della loro zona (città/paese/quartiere).

## **Step 6 – Assemblare il tutto (circa ~60')**

In questo passaggio i partecipanti useranno lo strumento digitale che è stato reso disponibile per mettere insieme i video, le immagini e l'audio e produrre un video unico.

Per farlo potranno usare **Canva**, uno strumento online con svariati elementi gratuiti, per l'editing di foto e video. Per l'editing audio, inoltre, potranno usare il software gratuito **Audacity**.

## **Step 7 – Condivisione (circa ~30')**

Dopo aver ultimato il video di Storytelling digitale, ogni gruppo presenterà il proprio agli altri. La condivisione del video con il proprio pubblico sarà un elemento motivazionale per i partecipanti che li porterà a mettere il massimo impegno per il miglior risultato.

Il video potrà anche essere caricato su YouTube o su altre piattaforme online e condiviso sui social media. Per aumentare il più possibile l'engagement, si potranno usare diversi hashtag.

## **Step 8 – Riflessioni e Feedback (circa ~20')**

Dopo aver visto il video di Storytelling digitale, è bene promuovere un dibattito sulle storie che sono state viste. Motivate i partecipanti ad esprimere le proprie sensazioni relative alle storie che hanno visto e le proprie riflessioni su tutto il processo e sulla collaborazione con gli altri.

Se il video è stato condiviso solo online, potranno verificare le statistiche dei social media e le visualizzazioni sulla piattaforma video.

# COPIONE DEL VIDEO DI STORYTELLING



## INTRODUZIONE

Avere un vero e proprio copione per la narrazione digitale che si desidera effettuare aiuterà a ridurre il tempo di sviluppo del video e garantirà la produzione di una storia coerente per il pubblico. Le domande che seguono ti aiuteranno a sviluppare il tuo copione. Buon divertimento!

## INIZIO:

- Cattura l'attenzione del tuo pubblico e fagli venire voglia di ascoltare la tua storia.
- Presenta l'argomento
- Metti in evidenza la tua esperienza
- Passa alla parte principale della storia

## PARTE PRINCIPALE:

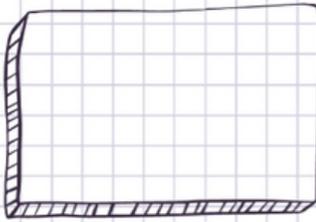
- Organizza il punto principale della storia
- narra la storia portandola verso i punti principali

## FINE:

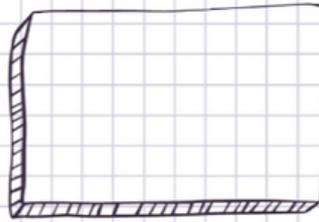
- Riassumi i punti principali
- Chiudi con una affermazione finale motivante

# STORYBOARD

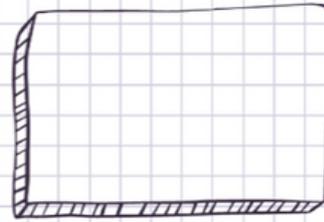
TITLE:



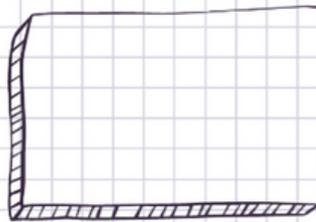
1



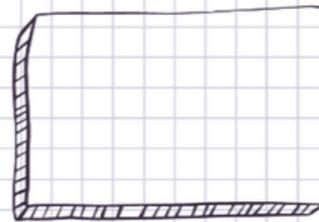
2



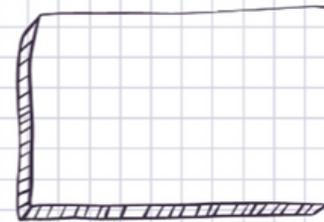
3



4



5



6

TITLE OF YOUR STORYBOARD



SOUND  
USED



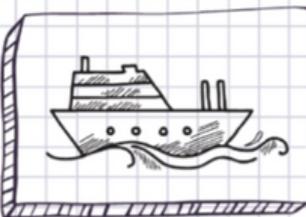
1

A storyboard is a sequence of illustrations that are used to develop a story.



2

Designers have used storyboard to design scenes for television, or movies.



3



4



5



6



SOUND  
USED



# YOU PART

Engage. Connect. Empower

## PROJECT PARTNERS



This publication was developed with the financial support of the European Union under the Erasmus+ Programme. Its contents are the sole responsibility of the project partners of YOU PART and do not necessarily reflect the views of the European Union. The European Commission is not responsible for any use that may be made of the information it contains.