



Digital Storytelling: idee creative per la formazione



Guercino - Prometeo dà vita
a una statua di creta con
una torcia infuocata (1616)



La Formazione Blended ...



La tecnologia digitale è matura: le attività di formazione online, che amplificano le potenzialità di apprendimento e riducono per gli utenti i vincoli di fruizione spazio-temporali, si integrano in maniera efficace con le attività di formazione in presenza.

Il tempo della Rete è privo di vincoli, consente a ogni persona di scegliere quali momenti dedicare al proprio apprendimento e rispetta il suo ***tempo interno***.



Obiettivo 'vero' e-learning



- il 'vero' e-learning è un **sistema che apprende**
- l'e-learning come **sistema che apprende** favorisce l'**apprendimento significativo**



i-learning

Denominiamo **i-learning** il *vero e-learning*.

Sono le reti virtuali di persone che partecipano a un percorso di apprendimento e le loro modalità di relazione che valorizzano e danno significato ai percorsi di formazione online



Oltre che a Internet, la **i** rimanda alla responsabilità del soggetto che apprende: l'**I** (io) esce dall'anonimato e dall'isolamento dell'apprendimento tradizionale e si fa protagonista consapevole, motivato e creativo dell'intelligenza collettiva della Rete



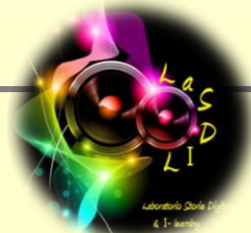


**✠ Il potere pervasivo
della dimensione
narrativa**

Gruppo di ricerca
sui temi della



Progettazione didattica
per la formazione in Rete





Gruppo di ricerca
sui temi della



Progettazione didattica
per la formazione in Rete



Nei modi di porsi e di raccontarsi dei politici.



Nei prodotti di consumo e nella comunicazione dei brand.





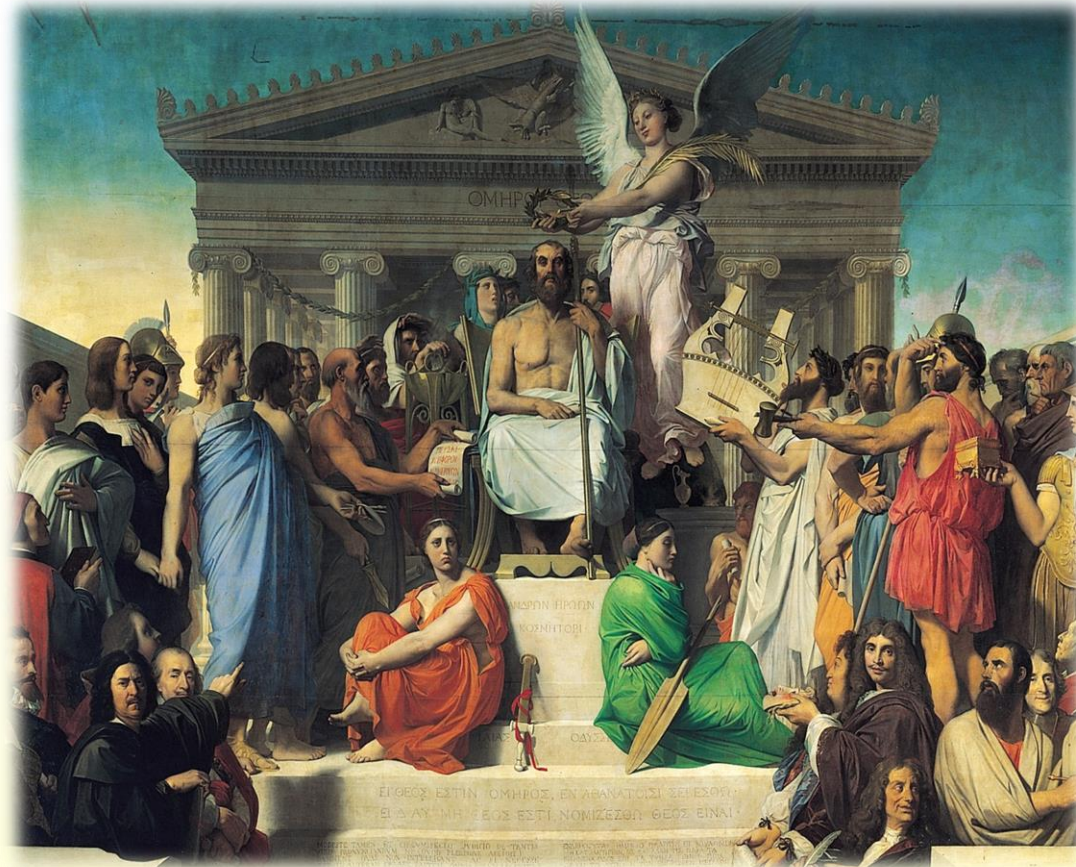
René Magritte, *La memoria*, 1948

La dimensione narrativa dà forma alle nostre memorie, che ricordano ed elaborano le esperienze modificandole e connettendole con altri elementi esperienziali in una sorta di co-estensione.



Il pensiero narrativo assume la funzione connettiva di costruzione di senso delle azioni attraverso lo sviluppo di processi di interpretazione della "realtà" che operano in maniera reticolare, in coerenza con l'architettura della nostra mente.





Jean Auguste Dominique Ingres, *Apoteosi di Omero*, 1827

La creazione (o ri-creazione) di storie costituisce da sempre un canale per costruire e comunicare conoscenza, cultura, tradizioni e valori: basti pensare alle narrazioni della mitologia, alle parabole della Bibbia, alle favole e alle fiabe.

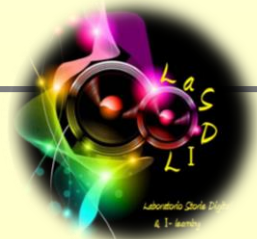




Raffaello Sanzio, *La scuola di Atene*, particolare, 1509-1510

Nella *Poetica*, Aristotele fa riferimento ai caratteri dell'opera poetica (nel senso ampio di "creazione") e alla sua "intenzionalità".

Relativamente a Platone, possiamo ricordare che il protagonista di uno dei suoi dialoghi, *Ione*, è un aedo, vale a dire uno *storyteller*; più in generale, nessuno come lui ha saputo coniugare discorso filosofico (logos = pensiero paradigmatico) e storytelling (*mythos/poiesis* = pensiero narrativo).





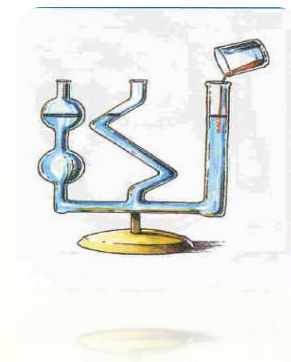
Gruppo di ricerca
sui temi della



Progettazione didattica
per la formazione in Rete



Le 3 componenti di un *DST*



Immagini e/o video

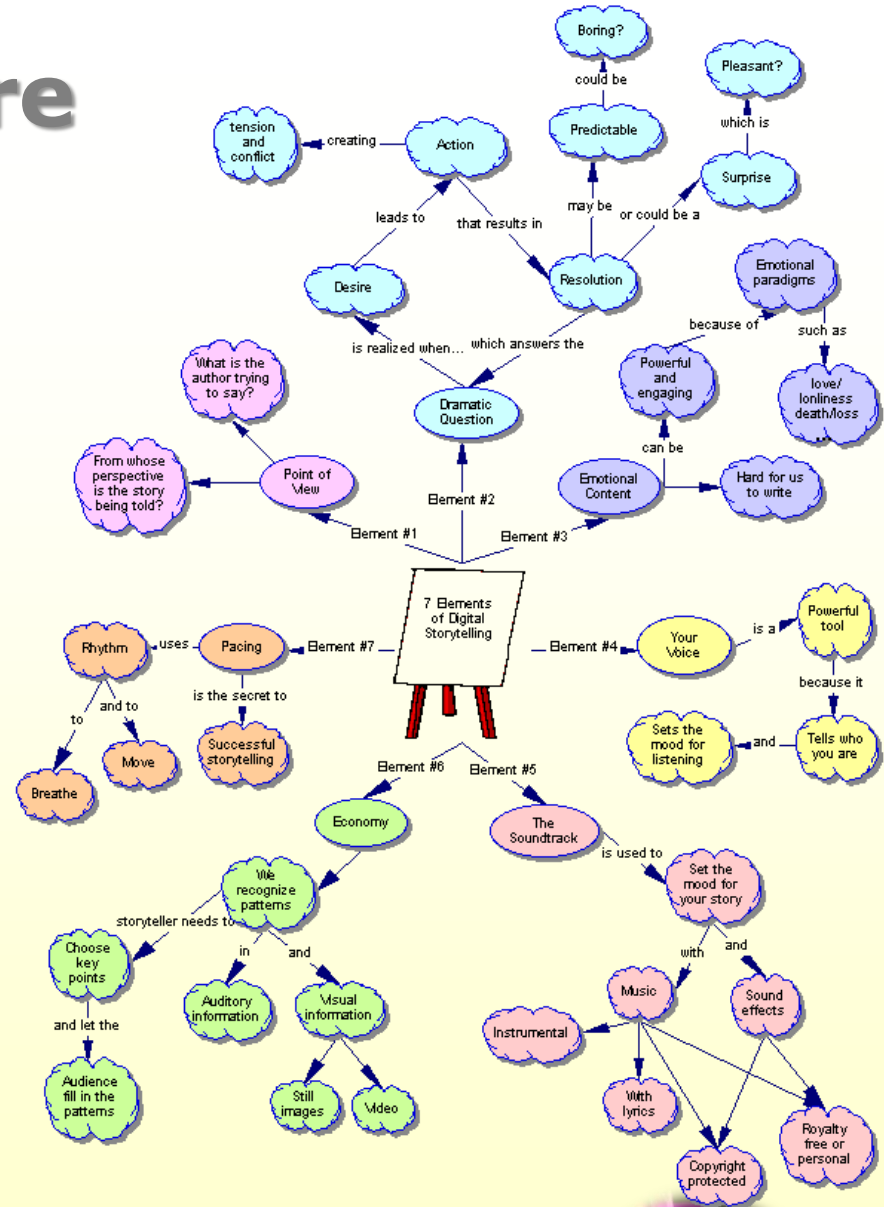
Testi che scorrono a video



Audio (colonna sonora e/o voce narrante)



7 passi per realizzare un DST





Il punto di vista

Rappresenta l'insieme di intenzionalità del soggetto che in qualche modo ha condotto agli eventi descritti nella storia e che ci guida anche nell'interpretazione delle azioni del protagonista



Escher Mano con sfera riflettente, 1935, litografia





The dramatic question

Una struttura narrativa che possa anche sorprendere, ponendo domande e fornendo risposte non banali: ci suggerisce che possiamo anche non rispettare il 'vincolo del lieto fine', tipico della struttura della favola, ma poco coerente con la realtà vissuta.





Contenuto coinvolgente

La storia deve avere
contenuti emotivamente
coinvolgenti.





La voce narrante

E' significativo commentare i momenti salienti della storia con una voce narrante.





Colonna sonora

L'utilizzo di una colonna sonora adeguata ai diversi momenti della narrazione e coerente con lo stato emotivo che vogliamo comunicare: una "buona" musica supporta la storia e tiene viva l'attenzione

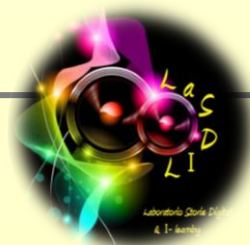




Economia della narrazione

Un'efficace economia della narrazione, perché si può 'dire molto con poco': richiama a una 'pulizia' degli elementi utilizzati e a non usare sovrabbondanza di immagini e parole realizzando filmati troppo lunghi (in un video di tre o quattro minuti si può dire molto e in modo efficace) ... a volte può risultare maggiormente efficace lasciar parlare l'implicito

Q.B.
QUANTO BASTA





Il ritmo

Un ritmo coerente con le modalità narrative che abbiamo scelto per la storia: le storie efficaci respirano ... il ritmo e la vitalità “determinano” il loro successo



newmind



**Il Digital
Storytelling**



**Il potere pervasivo
della dimensione
narrativa**



Gruppo di ricerca
sui temi della



Progettazione didattica
per la formazione in Rete



Laboratorio Scuola Digitale
4.1 - Roma



Il Gruppo Elica (oltre 2.300 dipendenti), attivo nel mercato delle cappe da cucina ad uso domestico sin dagli anni '70, è oggi leader mondiale in termini di unità vendute con una produzione annua di circa 16 milioni di pezzi fra cappe e motori. Dalla sua sede a Fabriano, Elica è arrivata alla notorietà nel mondo grazie anche allo spirito di collaborazione e alla sintonia che da sempre caratterizzano il *mood* del gruppo industriale.



**Gruppo di ricerca
sui temi della**

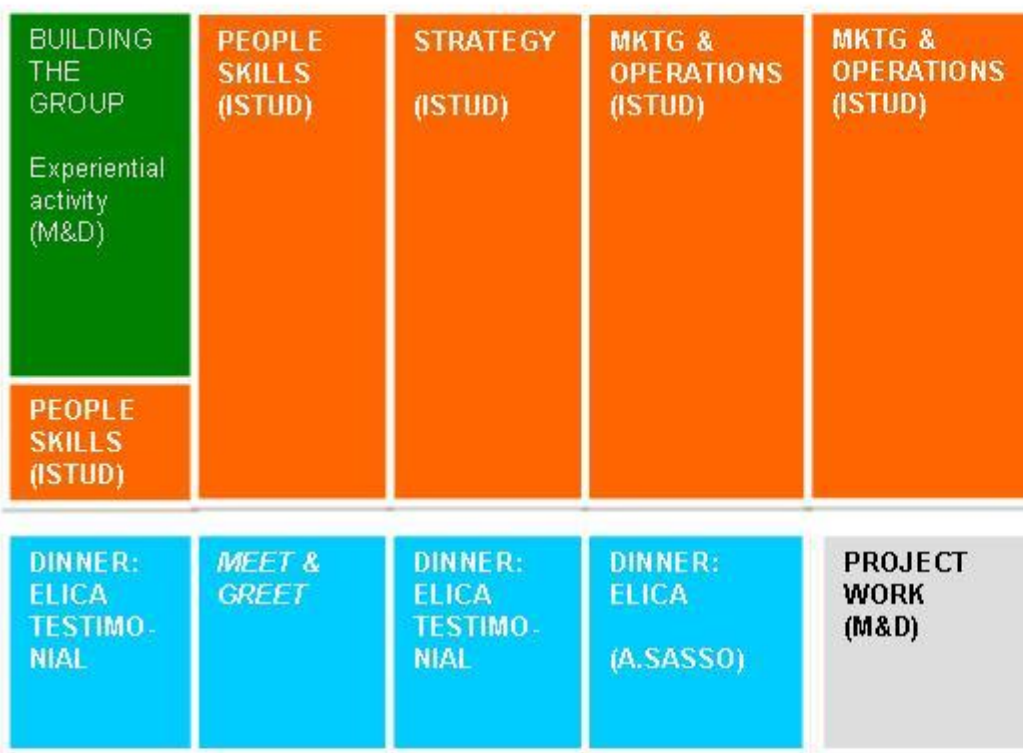


*Progettazione didattica
per la formazione in Rete*



New Mind

The programme



5 days

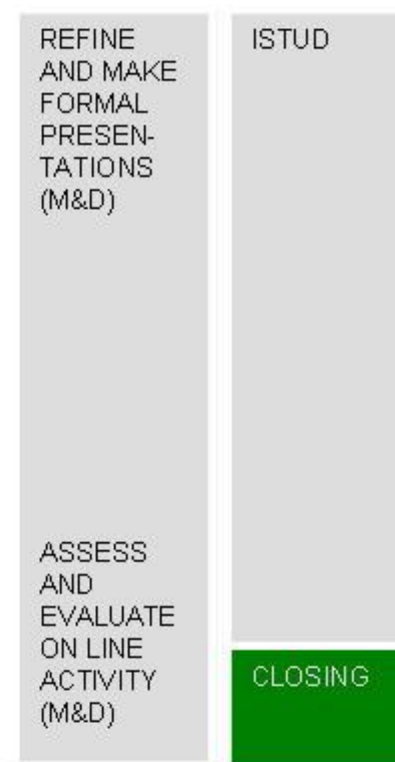



 Classroom delivery

 Online sessions



7 wks



2 days

The essence of



Gruppo di ricerca
sui temi della



*Progettazione didattica
per la formazione in Rete*



Riferimenti bibliografici



- Fontana A., *Manuale di Storytelling. Raccontare con efficacia prodotti, marchi e identità d'impresa*, Etas, Milano 2009
- Lambert J., *Digital Storytelling: Capturing lives, creating community*, Digital Diner Press, Berkeley 2009
- Ohler J., *Digital Storytelling in the Classroom. New Media Pathways to Literacy, Learning and Creativity*, Cowin Press, Thousand Oaks 2008
- Petrucco C., De Rossi M., *Narrare con il Digital Storytelling a scuola e nelle organizzazioni*, Carocci, Roma 2009
- Salmon C., *Storytelling, la fabbrica delle storie*, Fazi Editore, Roma 2008
- Vogler C., *Il viaggio dell'eroe*, Dino Audino editore, Roma 1999



Riferimenti Web

☆ http://digitalstorytelling.coe.uh.edu	Un ricchissimo sito realizzato dall'Università di Houston, che mette a disposizione un insieme di risorse digitali sugli usi educativi del <i>DST</i> .
☆ http://www.policultura.it/policultura.html	Progetto di HOC-LAB del Politecnico di Milano, che dal 2006 ha coinvolto quasi 17.000 studenti (dalla scuola dell'infanzia alle medie superiori) nella realizzazione di narrazioni multimediali.
☆ http://www.silencespeaks.org/	Un'iniziativa internazionale sul <i>DST</i> per supportare il racconto e le testimonianze di storie che troppo spesso rimangono 'non dette'.
☆ www.storycircles.org	Una comunità in cui le persone possono caricare le proprie narrazioni digitali, guardando e commentando le storie proposte da altri utenti.
☆ http://storycenter.org	Sito del <i>Center for Digital Storytelling</i> in cui si può accedere alle storie realizzate durante i <i>workshop</i> per scuole e imprese e a casi di studio di progetti in partnership con altre organizzazioni.
☆ http://www.storynet.org	Il <i>National Storytelling Network</i> è dedicato alla diffusione dell'arte dello <i>storytelling</i> , inteso come <i>performance</i> artistica e processo di trasformazione culturale.
☆ http://blip.tv/mariomattioli/potenza-segreta-3234810	Digital Storytelling «Potenza segreta»

Gruppo di ricerca
sui temi della



Progettazione didattica
per la formazione in Rete

