

8. DIGITAL STORYTELLING

■ 8.1 Lo *storytelling*

Il termine “storytelling” indica l’atto del narrare e si riferisce alla disciplina che utilizza i principi della retorica e della narratologia nel processo di organizzazione e presentazione dei contenuti. Molto diffuso all’interno di contesti e ambiti tra loro diversi – dalla televisione alla pubblicità, dal mondo delle aziende a quello della scuola –, lo storytelling è indissolubilmente legato alla storia della cultura umana, a partire dalle prime rappresentazioni rupestri sino all’attuale diffusione dello *storytelling management*, cioè della narrazione applicata al mondo dell’impresa.

Nel corso degli ultimi anni la rapida diffusione del digitale ha consentito di ampliare ulteriormente la disciplina, fornendo una serie di inediti strumenti interattivi e multimediali in grado di allargare il campo dei codici comunicativi in nostro possesso.

Nel quadro complessivo delle pratiche didattiche, la narrazione rappresenta un elemento formidabile ai fini dell’apprendimento, poiché consente di organizzare pensiero e contenuti all’interno di un percorso logico che coinvolge più canali di comunicazione, da quello visivo a quello uditivo, stimolando in questo modo abilità cognitive, linguistiche e mnemoniche al tempo stesso.

■ 8.2 Il *digital storytelling* all’interno della scuola

I contenuti di apprendimento che oggi siamo in grado di produrre non si limitano più a integrare parole e immagini, ma utilizzano anche filmati, grafici, diagrammi, mappe, animazioni e svariati materiali online: strumenti potenzialmente utili a rinnovare le metodologie didattiche, ma che ancora faticiamo a introdurre efficacemente all’interno della scuola.

Con l’espressione “digital storytelling” s’intende l’organizzazione di questi contenuti all’interno di una struttura narrativa transmediale realizzata grazie a strumenti e tecnologie digitali. Numerosi servizi e applicazioni web ci consentono oggi di realizzare presentazioni efficaci con estrema facilità. Ma innanzitutto, prima di mettere mano a questi strumenti, può essere utile seguire un processo che preveda:

- l’individuazione di un’idea di partenza;
- la stesura – individuale o cooperativa – di uno *script*;
- la creazione di uno *storyboard* e di un tessuto narrativo sulla base del quale viene ricercato, raccolto o prodotto il materiale necessario (testi, audio, disegni, immagini ecc.). A questo punto, infatti, la storia si traduce in linguaggio audiovisivo utilizzando mezzi digitali con tecniche come la scansione, il fotoritocco, la modellazione 3D o la registrazione digitale.

L’efficacia del *digital storytelling* applicato alle metodologie didattiche dipende tuttavia da un insieme complesso di fattori, che includono non solo le precondizioni tecnologiche e di competenza, ma anche metodologie e capacità di individuare i format narrativi più adatti.

■ 8.3 Tipologie di *digital storytelling*

All’interno del ricco e complesso universo del *digital storytelling* è possibile individuare e classificare alcune tipologie specifiche basate sul tipo di *medium* e sui modelli di narrazione che si sceglie di adottare.

Una prima tipologia è quella dello *storytelling lineare*, la tradizionale forma di narrazione in cui l'autore predispone la trama attraverso una sequenza di eventi concatenati tra loro e che si susseguono l'un l'altro. In questa modalità il lettore/ascoltatore viene condotto all'interno della narrazione attraverso un percorso lineare che prevede un inizio, un centro e una fine.

Seconda tipologia è quella dello *storytelling non lineare*, cioè una forma narrativa costituita da un corpus di contenuti strutturato in modo che le potenziali strade da percorrere per il lettore/ascoltatore siano multiple e variabili. Il concetto stesso di "non linearità" fa sì che la narrazione non necessariamente si sviluppi attraverso una sequenza di tipo cronologico, consentendo in questo modo una notevole flessibilità alla trama. Il fruitore, da semplice lettore o spettatore passivo, si trasforma così in "co-autore", dal momento che gli è offerta la possibilità di controllare l'evolvere della storia e di creare percorsi alternativi e possibili sviluppi finali.

Una terza tipologia narrativa è rappresentata dallo *storytelling adattivo*, con cui s'intende una narrazione interattiva che consente di intervenire nel processo di costruzione della storia adattandola rispetto alle alterazioni causate dall'intervento del fruitore.

Quarta tipologia è quella dello *storytelling collaborativo* in cui la storia viene generata simultaneamente da più individui che, a turno, condividendo il ruolo dell'autore, partecipano alla creazione di una porzione della storia. Rispetto a una narrazione di tipo tradizionale, in cui autore e lettore sono ben distinti tra loro (il primo con funzione attiva, il secondo solo passiva), in questo caso il lettore può divenire autore a sua volta prendendo parte allo sviluppo della storia.

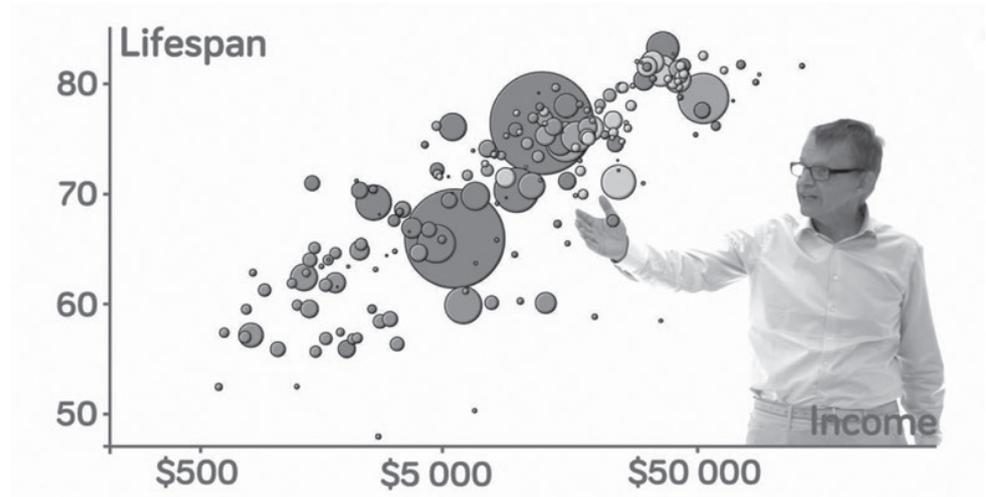
8.4 Il data storytelling

Anche i dati possono essere raccontati, ed esistono diversi modi per farlo: è possibile mostrarli semplicemente in tabella, oppure spiegarli attraverso un testo, corredarli di immagini, trasformarli in un grafico o animarli. La scelta del mezzo migliore per rappresentare un insieme di dati (o *data set*) dipende da diversi fattori. Innanzitutto occorre considerare il destinatario, i suoi interessi e la sua conoscenza dell'argomento a cui i dati fanno riferimento, quali informazioni siano pertinenti nel contesto e quali potrebbero perdersi scegliendo una specifica tipologia di rappresentazione, ma, soprattutto, è necessario definire l'obiettivo, ovvero che cosa si intenda "raccontare". I fattori che portano a scegliere un mezzo piuttosto che un altro costituiscono il cosiddetto *data storytelling*, ovvero la narrazione dei dati.

Il modo più semplice per rappresentare visivamente dati di tipo numerico e relazioni tra grandezze è l'uso dei grafici: a torta, a linee, ad aree, a barre, in forma di istogramma, per citarne alcuni tra i più comuni. Ciascuna tipologia di grafico può rivelarsi più adatta a un contesto piuttosto che a un altro. Per questo motivo è sempre necessario stabilire sin dall'inizio l'obiettivo che si intende raggiungere attraverso la rappresentazione di uno specifico *set* di dati.

Obiettivo	Tipo di grafico suggerito
Enfatizzare l'importanza del cambiamento nel tempo.	Grafico ad aree, grafico a linee.
Mostrare gruppi di dati correlati.	Grafico a barre, istogramma.
Evidenziare proporzioni.	Grafico a torta.
Confrontare tipi diversi di informazioni quantitative.	Istogramma, grafico a linee.
Mostrare la distribuzione dei dati.	Grafico a linee.

Hans Rosling, statistico svedese, ha inventato un software (Gapminder) dedicato alla visualizzazione dei dati e ha tenuto diverse conferenze TED (www.ted.com/speakers/hans_rosling) e interventi pubblici sulla visualizzazione e la narrazione dei dati.



Tuttavia, in alcuni contesti, una rappresentazione di dati efficace potrebbe avere bisogno di essere accompagnata da informazioni testuali o visive. Una delle espressioni di *data storytelling* maggiormente utilizzate nel settore dell'informazione è infatti la cosiddetta "infografica". Con questo termine s'intende una rappresentazione grafica di dati, informazioni o conoscenza condotta attraverso l'uso di immagini, testi, mappe e grafici, che risulti al destinatario di immediata e chiara comprensione.

■ L'infografica

L'infografica è una forma di comunicazione che si pone come un ibrido che coglie elementi dalle arti visive e dal giornalismo e li mescola con le nuove tecnologie digitali e il web. Nei suoi usi online è infatti caratterizzata da uno sviluppo verticale verso il basso, che facilita la lettura a schermo tramite scroll, anche su smartphone.

Per la realizzazione di infografiche efficaci si parte da un lavoro di analisi e sintesi su uno specifico argomento, che porta all'aggregazione sintetica di dati e informazioni originariamente destrutturati, e all'identificazione delle informazioni maggiormente significative. Queste vengono poi associate a grafici e immagini per essere strutturate armonicamente e disposte su un'unica immagine finale.

In contesti didattici possono diventare media di supporto e rafforzamento per presentare agli allievi concetti e informazioni in maniera strutturata, ma possono anche essere il prodotto finale di un processo di apprendimento nel quale saranno gli studenti a dover creare un'infografica a completamento di un percorso.

Per facilitare il lavoro di composizione (che richiede competenze specifiche di tipo grafico) esistono numerosi strumenti online. Ne suggeriamo alcuni, con qualche avvertimento: 1) molti di questi prodotti sono *freemium*, hanno cioè sia una versione gratuita (*free*) che a pagamento (*premium*) e sono frequenti gli inviti all'acquisto della versione completa; 2) talvolta limitano l'accesso ai minori di 13 anni (lo si verifica nelle istruzioni in fase di iscrizione); 3) possono rendere pubblici i contenuti degli utenti o imporre dei limiti allo scaricamento dei materiali creati; 4) sono disponibili spesso solo in lingua inglese; 5) nel tempo possono variare nell'offerta o cessare di fornire i loro servizi.

Ecco i siti per la creazione di infografiche che suggeriamo:

- **Easelly**
www.easel.ly
Permette di utilizzare modelli predefiniti o di personalizzarli.
- **Infogram**
infogram.com
Crea infografiche interattive e le integra in blog e social network.
- **Visually**
visually.ly

Consente di sviluppare infografiche complesse e articolate, ma anche altre forme di pubblicazioni online quali video, ebook e presentazioni.

- **Thinglink**
www.thinglink.com
Permette di arricchire immagini con annotazioni testuali ma anche con altre immagini e video.
- **Piktochart**
piktochart.com
Partendo da modelli, set di immagini e icone predefinite si possono realizzare con questo software infografiche, presentazioni e poster.
- **Creately**
creately.com
Rispetto ad altri prodotti analoghi è specializzato nella creazione di diagrammi e nella possibilità di lavorare in modo collaborativo.
- **Canva**
www.canva.com
È integrato con G Suite for Education e fornisce servizi specializzati per l'uso in ambito scolastico.

8.5 Lo storyboard

Per realizzare contenuti didattici digitali che possiedano efficacia narrativa è fondamentale la fase di progettazione che precede il lavoro operativo. I software autore (*authoring tool*) forniscono generalmente le sole funzionalità dedicate alla raccolta e all'assemblaggio dei vari elementi (testo, immagini, grafici, video, audio, commento musicale...) e ne consentono quindi il montaggio. Il più delle volte non supportano invece la fase progettuale, quella cioè in cui bisogna partire dal contenuto (tipicamente testuale) d'origine, analizzarlo, sintetizzarlo per poi trasporre il tutto in formato visuale. Manca, cioè, in questo tipo di attività, la visualizzazione della sceneggiatura, cioè l'ideazione e la visualizzazione del racconto che dovrà sorreggere i contenuti.

Per soddisfare questa esigenza è necessario lo *storyboard*: l'anteprima in forma di schema del prodotto finale che precede la realizzazione. Una sorta di memorandum che riassume visivamente il filo logico con schizzi su cui poi lavorare in un secondo momento, per creare la presentazione, l'infografica o il filmato oggetto del lavoro creativo. È indispensabile curare questa fase soprattutto quando il lavoro è collaborativo e viene diviso tra più ruoli, sia in modo **orizzontale** (i partecipanti contribuiscono a tutte le fasi con pari funzioni) che in modo **verticale** (vengono definiti ruoli diversi durante il percorso di progettazione e realizzazione).

Come per le infografiche (o per altri oggetti creativi), anche in questo caso esistono molti applicativi online che facilitano il lavoro di un autore (docente o allievo) alle prese con la stesura di una sceneggiatura visuale. Ecco alcuni suggerimenti di risorse su web:

- **ThePlot**
theplot.io
Ha funzionalità molto intuitive di disegno a mano libera, gestione avanzata del coperchio e inserimento di commenti.
- **Pixton**
www.pixton.com
È una piattaforma che permette di realizzare storyboard, fumetti, racconti visuali, mappe mentali, diagrammi di copioni e linee del tempo.
- **Canva**
www.canva.com
Oltre alle infografiche (come abbiamo visto precedentemente) Canva ha una sezione dedicata alla creazione di storyboard.