

Partnership of Places, communities and art forms for an education to beauty.

SPIRITUS LOCI

IO2 - PRESENTAZIONE DIGITAL STORYTELLING & VIDEO DOCUMENTARIO

Programma introduttivo alla narrazione: quadro teorico e linee guida per la narrazione

A partire dalla metà degli anni '90, la narrazione digitale è stata ampiamente utilizzata come approccio partecipativo per consentire a persone di varie provenienze di creare e condividere brevi narrazioni audiovisive. Ad esempio, è stata promossa come attività educativa per lo sviluppo di competenze nell'alfabetizzazione digitale e nella creatività (Schleser, 2012a), come strumento per sostenere la pratica del lavoro sociale (Lenette, Cox, & Brough, 2015) e come opportunità per lo scambio di conoscenze intergenerazionali nelle comunità indigene (Edmonds, 2014). La narrazione digitale può assumere molte forme e, in ultima analisi, si riferisce a qualsiasi narrazione creata e condivisa utilizzando strumenti digitali. Tuttavia, il termine 'narrazione digitale' è spesso usato per riferirsi specificamente a un metodo partecipativo che si traduce in 'una clip audio-visiva da 2 a 5 minuti che combina fotografie, narrazione vocale e altro audio (Lambert, 2009) originariamente applicato per lo sviluppo della comunità, scopi artistici e terapeutici (de Jager, Fogarty, Tewson, Lenette, & Boydell, 2017, p. 2548). Negli ambienti di ricerca e advocacy della comunità, la narrazione digitale è stata particolarmente popolare come attività di workshop facilitata per coinvolgere i membri delle comunità emarginate e incoraggiarli a condividere le loro esperienze (ad es. Schleser, 2014 a; Gubrium, Fiddian-Green, & Hill, 2016).

Ci sono molte diverse definizioni di "Digital Storytelling", ma in generale, tutti ruotano intorno all'idea di combinare l'arte di raccontare storie con una varietà di multimedia digitali, come immagini, audio e video. Quasi tutte le storie digitali riuniscono una miscela di grafica digitale, testo, narrazione audio registrata, video e musica per presentare informazioni su un argomento specifico. Come nel caso della narrazione tradizionale, le storie digitali ruotano attorno a un tema scelto e spesso contengono un punto di vista particolare. Le storie sono in genere di pochi minuti e hanno una varietà di usi, tra cui il racconto di racconti personali, il racconto di eventi storici, o come mezzo per informare o istruire su un particolare argomento.

Tipi di storie digitali

Ci sono diversi tipi di storie digitali, ma è possibile categorizzare nei seguenti tre gruppi principali:

- 1) Narrazioni personali - storie che contengono racconti di incidenti significativi nella propria vita;
- 2) Documentari storici - storie che esaminano eventi drammatici che ci aiutano a capire il passato,
- 3) Storie progettate per informare o istruire lo spettatore su un particolare concetto o pratica.

Oggi le più importanti procedure per produrre un buon storytelling sono:

1. **Storytelling & Timeline:** La creazione di linee temporali può essere considerata una forma di narrazione di eventi ordinati cronologicamente. Le varie risorse individuate sul web attorno a un tema, a un evento, a una questione, a un personaggio, sono disposte in forma di schede o diapositive, all'interno di una sequenza cronologica rappresentata da una barra e disposte secondo la cronologia appropriata.

I seguenti post illustrano alcuni dei servizi disponibili sul web per creare linee temporali ¹:

- WhenInTime
- TikiToki, Xtimeline
- Dipity, Timeglider, Timerime

¹ Dove trovare i download: <file:///C:/Users/user/Downloads/Making%20a%20Timeline%20with%20WhenInTime.pdf>; https://download.cnet.com/Tiki-Toki/3000-2124_4-75666567.html , <https://www.officetimeline.com/office-timeline/download> , <https://sites.google.com/site/learnteachtech/tech-trends/dipityfreedigitaltimeline>

Questi sono strumenti che si prestano all'uso educativo nelle discipline del settore luminari come la storia, la letteratura, la scienza politica, ecc.

2. **Storymapping:** può essere considerato una forma di storytelling che utilizza mappe geografiche o immagini per includere in esse una serie di link a risorse web relative a un determinato argomento al fine di ottenere un percorso navigabile. I mass media e i giornali fanno ampio uso di questa forma di narrazione per le loro indagini e fascicoli.

Ecco alcuni servizi web che ti permettono di creare storymaps ²:

- StoryMap JS
- Build a Map
- Google Tourbuilder needs Google Earth plug-in installation

3. **Transmedia Storytelling:** Si tratta di creare una storia organizzando in un ambiente, sul modello del News Magazine sulla presentazione, risorse disponibili sul web in vari formati (immagini, video, animazioni, testi, suoni, musica, notizie, ecc.) su un dato evento o tema o problema o carattere, in modo da ottenere una storia multimediale e ipertestuale; questo metodo può essere utile anche per illustrare un progetto da realizzare (anche educativo) o i risultati di un progetto. Questa forma di narrazione è anche particolarmente utilizzata nel giornalismo.

Questi sono alcuni servizi per generare storie di trans-media ³:

- Storify
- Capzles

4. **Visual Storytelling:** In questo caso, la storia viene raccontata attraverso l'uso di immagini. Le possibilità di utilizzo di un'immagine sono molteplici:

possono essere disposte in serie come in una presentazione o accompagnate da link, testo, la voce registrata di un narratore.

può essere accompagnato da link a risorse multimediali e/o dalla voce registrata di un narratore;

è possibile rendere l'immagine interattiva in modo che cliccando su di essa si possano aprire risorse sul web;

si può raccontare un'esperienza attraverso la raccolta di immagini, creando album o vetrine di immagini accompagnate da brevi didascalie.

5. **Video Storytelling:** In questo caso si tratta di Servizi Web o Browser Based in cui la storia si realizza attraverso la possibilità di manipolare video inserendo testo, link, annotazioni, immagini, domande, ecc. Il risultato sono video interattivi che possono contenere elementi multimediali:

- Metta
- ShortHand
- Zentrick
- Popcorn Maker

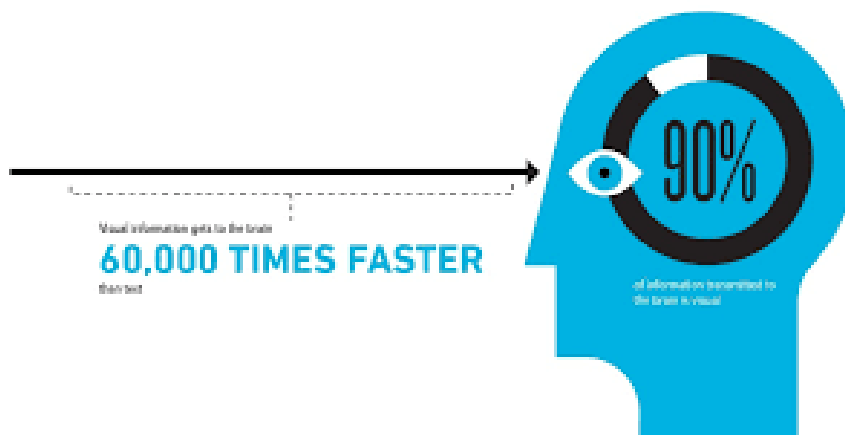
² Dove trovare i downloads: <https://www.youtube.com/watch?v=rSw3ZO8gDgc> , https://www.youtube.com/watch?v=WTtOZ_BCUXs

³ Dove trovare i downloads: <https://www.storifyagency.com/> , <https://docplayer.net/21502237-Capzles-tutorial-introduction.html>

- Storygami

Nel nostro caso, di fondamentale importanza, al fine di riprodurre l'idea di una buona e valida narrazione dell'esperienza Spiritus Loci nei vari paesi del partenariato, è necessario concentrarsi su Visual e Video Storytelling.

Quando parliamo di questi tipi di tecniche, ci riferiamo alla narrazione attraverso immagini e video, che, nella maggior parte dei casi, è una scelta vincente in quanto la comunicazione si presenta in modo immediato. Nel libro 'The Power of Visual Storytelling: How to Use Visuals, Videos, and Social Media to Market Your Brand', gli autori Ekaterina Walter e Jessica Gioglio riferiscono che il cervello umano è in grado di elaborare immagini 60,000 volte più velocemente rispetto al testo. Il contenuto visivo funziona proprio perché è immediato, emotivo, evocativo, coinvolgente e in grado di muovere la parte più profonda dell'essere umano.



Al centro della narrazione visiva c'è l'esperienza immersiva: la combinazione di immagini e testo è in grado di suscitare attenzione, rafforzare il messaggio e prolungare la memoria; questa è la chiave per il successo di questo tipo di approccio, poiché l'uomo è sempre stato abituato a imparare attraverso le immagini anche prima di iniziare a parlare o leggere.

Di seguito è riportato un elenco dei vantaggi di questa tecnica:

- Crea un alto grado di coinvolgimento, rafforzando la motivazione e l'impegno degli studenti.

Per loro natura, i contenuti visivi sono in grado di toccare gli accordi più intimi delle persone, coinvolgendole e mantenendo la loro attenzione e il desiderio di saperne di più.

- Incoraggia lo scambio collaborativo di conoscenze, il confronto critico e la ricerca di nuove interpretazioni.

Essere esposti a narrazioni visive stimola naturalmente la curiosità di esplorare i concetti in profondità e la creazione di nuove storie da loro.

Grazie al supporto di immagini e video, l'assimilazione e la memorizzazione di concetti difficili da esprimere a parole, diventa più immediato.

- Utilizza un approccio che è più familiare e incontra meno resistenza da parte del pubblico. Soprattutto in presenza di Millennials, l'approccio narrativo è in linea con la loro forte propensione digitale e la necessità di impegno.

Dunque, I fattori di successo per un efficace Visual Story sono:

Coinvolgere e invogliare: la sua capacità di attirare l'attenzione, spesso anche solo attraverso un'immagine

Comunicare e rendere appetibile l'argomento che si tratta

Riassumere concetti complessi in un modo che qualsiasi tipologia di pubblico possa comprenderli

È bene però specificare che durante il lavoro ci sono alcune cose che possono essere sbagliate, ad esempio:

- Le informazioni visive rivolte a persone che non sono pronte a riceverlo o non condividono la nostra comprensione del problema
- Una immagine violenta che può generare una sensazione di turbamento nei confronti di chi osserva l'immagine, spesso potrebbe essere percepita come manipolazione
- Una campagna che fa uso delle piattaforme tecnologiche in maniera errata, potrebbe non raggiungere il pubblico che si desidera.

Al fine di prevedere un buon lavoro e un progetto di successo, è essenziale che le foto e i video prodotti siano ottimali, e per consentire che questo accada, includiamo una breve guida su come produrre foto/ video di buona qualità per facilitare il lavoro:

Prima di tutto, bisogna specificare che ci sono vari generi di fotografia. Tra i principali ci sono:

1 Reportage o documenti fotografici

2 Ritratti

3 Fotografia di strada

4 Fotografia di moda

5 Fotografia naturalistica

6 Fotografia paesaggistica

7 Macro-fotografia

8 Fotografia sportiva

9 Fotografia di still life

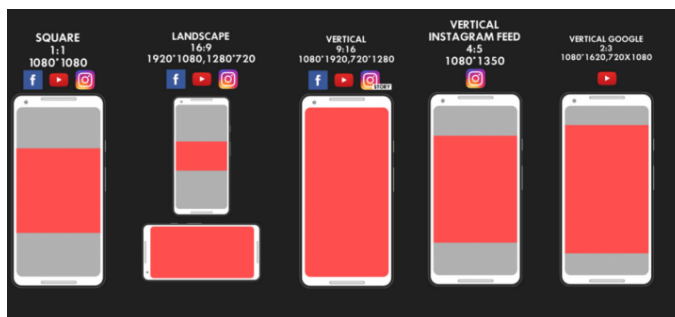
In questo documento vedremo come creare foto e contenuti di alta qualità in relazione al Progetto Spiritus Loci, utilizzando solo il tuo smartphone, per acquisire una conoscenza base della luce e delle attrezzature.

L'intenzione è quella di creare un modello da seguire durante la modifica e post-produzione del contenuto da creare.

È molto importante preparare predisporre innanzitutto la fotocamera del nostro smartphone: impostarla a 1080 pixel/ 60fps e pulirla bene prima di iniziare a scattare farà una grande differenza, garantendo il miglior risultato possibile.

Altre considerazioni importanti riguardano l'orientamento della fotocamera, orizzontale o verticale, a seconda di ciò che si vuole trasmettere:

- L'immagine orizzontale amplifica il senso di movimento, trasmette dinamismo e senso di apertura ed è più adatta a ritrarre paesaggi;
- L'immagine verticale trasmette un senso di chiusura, ma è utile per focalizzare l'attenzione su un soggetto verticale

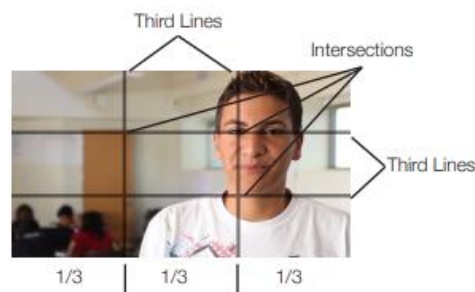
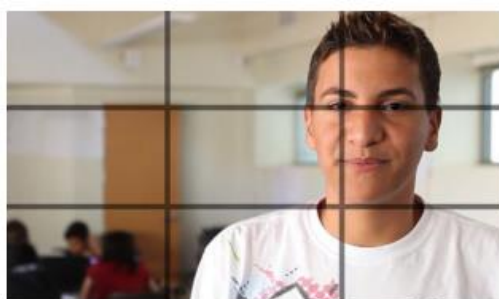


Altrettanto importante è il formato, in quanto sarà necessario scegliere il più adatto per il soggetto da ritrarre:

- Square (1:1);
- Paesaggio (16:9), il più adatto per la ripresa di un video;
- Verticale (9:16);
- Verticale (4:5), che meglio si adatta al contenuto da condividere nel feed Instagram
- Verticale (2:3)

Va ricordato che bisogna fare attenzione a mantenere lo stesso orientamento della fotocamera, verticale o orizzontale, durante tutta la ripresa di un video (di solito orizzontale è più appropriato in questo caso). È inoltre necessario impostare l'obiettivo della fotocamera in base alle nostre esigenze:

- Grandangolo: migliora i bordi, le distanze e le differenze nelle dimensioni dei soggetti, producendo effetti drammatici
- Teleobiettivo: 'appiattisce' la prospettiva, dando un potente senso di scala
- Macro: offre prestazioni ottiche ottimali a distanze di messa a fuoco più brevi e generalmente ha una resa più nitida per i primi piani.
- Fisheye: offre il più grande Angolo di visione ma distorce le Linee Rette rendendole curve (l'effetto Creato è simile, ad esempio, alle riprese con una Fotocamera digitale GoPro). L'attivazione della cosiddetta griglia consentirà al soggetto di essere meglio posizionato nello spazio, in modo che l'occhio dell'osservatore non corra casualmente tra i vari punti dell'immagine, ma si soffermi su una lettura con un senso logico
- Regola dei Terzi: L'occhio umano ha il suo "centro visivo" e questo è il luogo a cui è attratto naturalmente. Immagina che il mirino sia diviso in terzi, sia orizzontalmente che verticalmente. Questa griglia crea quattro punti in cui le linee si incrociano. Per il massimo impatto, posizionare il soggetto dove le linee si intersecano, invece che al centro del telaio
- Linee: i nostri occhi sono portati a vedere bene sulle linee e osservare il soggetto





- Pan/tilt: da destra a sinistra e viceversa, dall'alto verso il basso e viceversa, descrive bene la scena;



- Zoom in/Zoom out: allontanarsi sempre di più dal soggetto sulla stessa linea dà intensità alla scena



Va da sé che, per ottenere un buon risultato, sia che si stia girando un video o scattando una foto, è importante rimanere fermi, tenere lo smartphone con entrambe le mani, tenere le braccia vicine al corpo, abbassare il centro di gravità e piegare le ginocchia

L'uso di un treppiede o di uno stabilizzatore cardanico per smartphone potrebbe rivelarsi utile in questo senso.

Le luci hanno il compito di mostrare e valorizzare il soggetto all'interno della scena. La luce è un mezzo di comunicazione. Diverse luci comunicano in modo diverso secondo:

1. Posizione:

- frontale: ha una funzione descrittiva
- Da dietro: stimola l'immaginazione
- Di lato: Conferisce un'aurea di mistero attorno al soggetto

2. Direzione:

- Di sotto: Innaturare
- Da sopra: Naturale, positive

3. Qualità:

- Duro: trasmette forza, maestosa
- Soft: Naturale e tranquillo

Alcuni suggerimenti utili per fare un buon lavoro:

- Prova a trarre vantaggio il più possibile dalla luce naturale, esci fuori per fare shooting, oppure se la luce lo permette anche all'interno.



- Preferenza/ Si prediligono le foto a colori, in quanto più 'vitali' e aderenti alla realtà, il bianco e nero tendono a rendere la scena sospesa e poetica, ma allo stesso tempo esalta le texture e migliora leggermente la qualità negli scatti dove non è ottimale;
- Favorire la luce morbida e non la luce diretta, come la luce del sole. giorni nuvolosi sono i migliori, in quanto hanno una luce più morbida;



- Le foto scattate in condizioni di scarsa illuminazione sono più granulose;
- Prima di scattare, toccare lo schermo dello smartphone sul soggetto per regolare.

Questo documento mostra come sia importante la narrazione, come una pratica che risiede nel profondo del comportamento sociale dei gruppi umani - antico e moderno. Drammatizzano le relazioni sociali e i problemi della vita, trasmettono idee o agiscono a partire da fantasie. Quindi, raccontare una storia richiede abilità. La narrazione ha preservato la conoscenza passando da una generazione all'altra e questa missione ha continuato nei tempi moderni. I primi narratori usavano immagini grezze supportate da gesti e suoni vocali che in seguito si evolsero in linguaggio. E nel corso dei secoli, come la tecnologia ha fornito carta, macchine da stampa e trasmettitori elettronici fino ad entrare nell'era digitale, questi sviluppi hanno influenzato direttamente le arti narrative. (Eisner, 2008)

Referenze

- <https://academic.oup.com/bjsw/article-abstract/45/3/988/1667167?redirectedFrom=fulltext>
- https://www.researchgate.net/publication/320243445_The_Qualitative_Report_Digital_Storytelling_in_Research_A_Systematic_Review
- https://www.researchgate.net/publication/332648747_Digital_storytelling
- Walter E., Gioglio J. (2014). *The Power of Visual Storytelling: How to Use Visuals, Videos, and Social Media to Market Your Brand*, McGraw-Hill Professional

Bibliografia

- Digital Storytelling: Capturing Lives, Creating Community By Joe Lambert
- file:///C:/Users/user/Downloads/Managing_Complexity_and_Creating_Innovation.pdf
- Abrahamson, C.E. (1998). Storytelling as a pedagogical tool in higher education. *Education*, 118(3), 440-451. Ackerman, R., & Maslin-Ostrowski, P. (1995). *Developing case stories: An analysis of the case method of instruction and storytelling in teaching educational administration*. Paper presented at the American Educational Research Association, San Francisco, CA.
- DeSalvo, L. (1999). *Writing as a Way of Healing: how telling our stories transforms our lives*. Boston: Beacon Press
- Fulford, R. (1999). *The Triumph of Narrative: Storytelling in the Age of Mass Culture*. New York: Broadway Books
- Maguire, J. (1998). *The Power of Personal Storytelling: Spinning Tales to Connect with Others*. New York: Jeremy P. Tarcher/Putnam.

- Porter, B. (2004) *DigiTales: The Art of Telling Digital Stories*. Sedalia, CO: DigiTales StoryKeepers.
<http://www.digitales.us>
- <https://www.visuallanguagelab.com/P/2019.PLM.NC.pdf>



Numero di Progetto: 2020-1-IT02-KA227-ADU-095267

Il supporto della Commissione europea per la produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti che riflette solo le opinioni degli autori e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni in essa contenute