



Co-funded by
the European Union



Preparazione alle DST

Brainstorming dell'argomento e
tecniche di scrittura della storia



Quest'opera è rilasciata con licenza [Creative Commons Attribuzione 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

ELENCO ARGOMENTI

1. L'economia circolare spiegata



2. Preparazione alla DST



3. Strumenti digitali per gli Insegnanti 4. Strumenti digitali per gli studenti



5. Raccontare storie di economia circolare



6. Sviluppare le competenze



7. Implementazione della DST nelle scuole



8. Competenze iniziali per il futuro



ALLA FINE DI QUESTA SEZIONE, SARETE IN GRADO DI...

1. Comprendere i principi e i vantaggi del Mind Mapping per il Digital Storytelling (DST).
Scoprite come il Mind Mapping può aiutarvi a organizzare le idee, a strutturare la vostra narrazione e a stimolare la creatività nella narrazione.
Applicare il Design Thinking per strutturare e perfezionare la vostra storia digitale.
2. Scoprite come il Design Thinking vi aiuta ad affrontare lo storytelling con una mentalità incentrata sull'utente, assicurando che i vostri contenuti soddisfino le esigenze del vostro pubblico.
3. Identificare e scegliere il tipo di storia digitale più adatto al vostro progetto
Imparare a scegliere tra vari formati di storia digitale (personale, narrativa, documentaria, basata su interviste) in base agli obiettivi e al pubblico coinvolto nella vostra storia.
4. Creare contenuti coinvolgenti che attraggono emotivamente e motivino il pubblico
Capire come creare storie che si connettano emotivamente, che coinvolgano il pubblico e che ispirino all'azione.
5. Utilizzare gli elementi del design della comunicazione per migliorare l'impatto visivo ed emotivo della vostra storia. Esplorare come la tipografia, i colori, le immagini e il layout possono migliorare la chiarezza e la risonanza emotiva della vostra storia digitale.
6. Strutturare e visualizzare efficacemente la vostra storia digitale per garantire chiarezza e coinvolgimento.
Imparate a organizzare e presentare visivamente i vostri contenuti per ottenere il massimo impatto e una facile comprensione da parte del vostro pubblico.

PANORAMICA

Con questo materiale ci concentreremo sui passaggi chiave necessari per preparare efficacemente la vostra storia digitale. Impareremo a usare il Mind Mapping come strumento per fare brainstorming e organizzare le idee, aiutandovi a creare una struttura chiara per la vostra narrazione. Inoltre, imparerete a conoscere il design thinking, un processo creativo che vi aiuterà a modellare la vostra storia per soddisfare le esigenze del vostro pubblico di riferimento. In questa sezione esploreremo anche i diversi tipi di storie digitali per aiutarvi a scegliere il formato più appropriato per il vostro progetto. Alla fine di questa sezione, avrete una chiara tabella di marcia per pianificare, strutturare e preparare la vostra storia digitale per garantire che sia coinvolgente, mirata e allineata con i vostri obiettivi.

Perché il brainstorming è importante?



Che cos'è il Brainstorming?

È un metodo creativo in cui le idee vengono generate spontaneamente e senza filtri.

L'obiettivo è trovare soluzioni ai problemi o sviluppare nuovi concetti.

Le 4 fasi del brainstorming

- ❖ Generazione e raccolta di idee
- ❖ Organizzare
- ❖ Valutare
- ❖ Pianificazione dell'attuazione

Il brainstorming è essenziale per il DST perché

- ❖ incoraggia idee creative e uniche.
- ❖ fornisce una struttura chiara per la narrazione.
- ❖ assicura che la storia sia adatta al pubblico e al suo scopo.



Mappe mentali per la DST



Che cos'è il Mind Mapping?

La mappatura mentale è uno strumento di brainstorming visivo che aiuta a organizzare le idee, a tracciare gli archi narrativi e a collegare i temi. Incoraggia il pensiero creativo e fornisce una chiara tabella di marcia per la creazione della storia.

Vantaggi:

- ❖ **risparmiare tempo:** Semplici da creare, velocizzano il brainstorming, le riunioni e il successivo richiamo delle informazioni.
- ❖ **chiaro e organizzato:** Il formato non lineare corrisponde al modo in cui il cervello elabora le informazioni, migliorando la comprensione e la produttività.
- ❖ **flessibile ed espandibile:** Facile da aggiornare e aggiungere nuove idee alle strutture esistenti.
- ❖ **ridurre lo stress:** Tutte le informazioni chiave vengono archiviate in un unico luogo, riducendo al minimo il rischio di dimenticanze e migliorando l'efficienza.



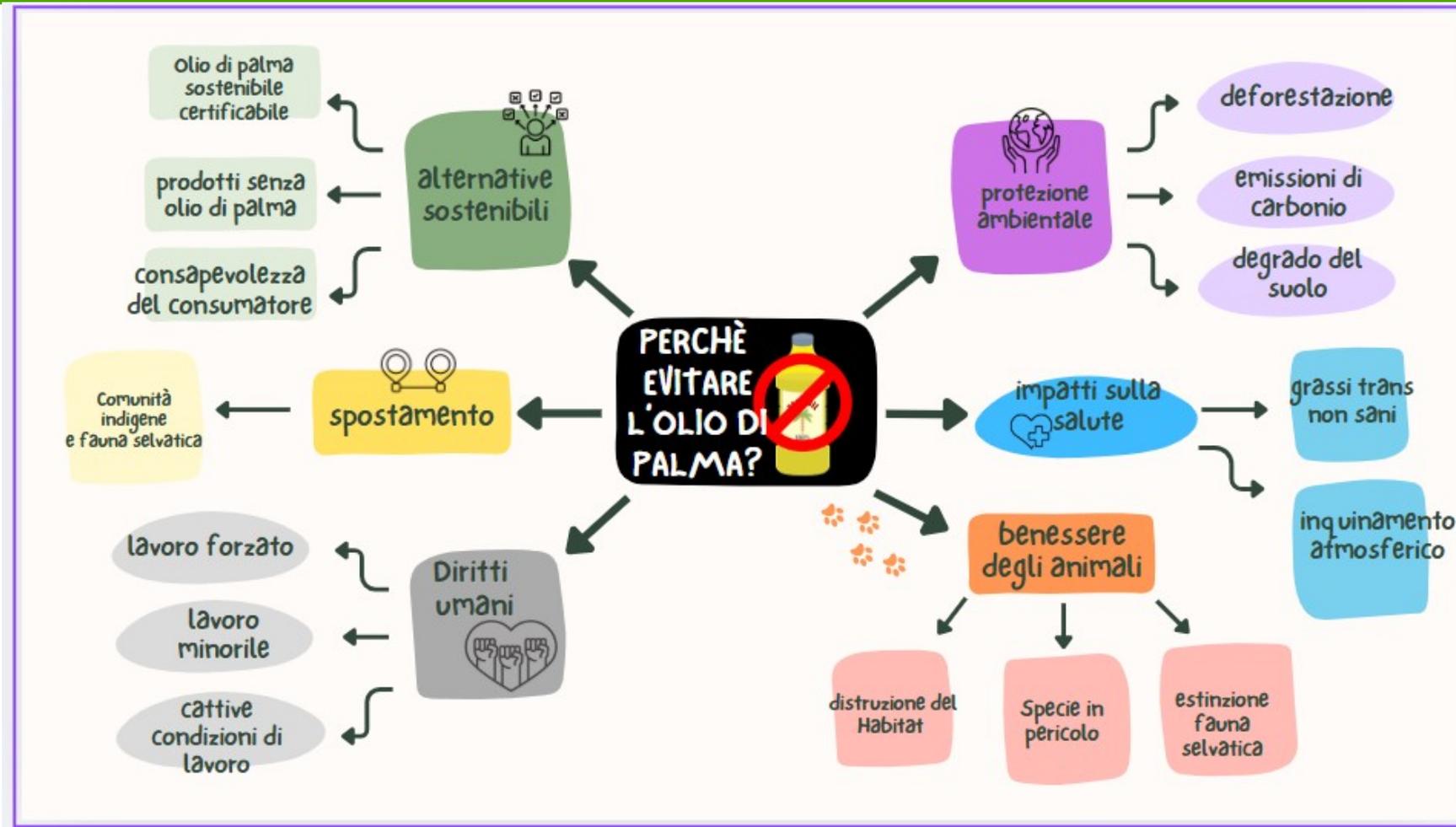
Mappe mentali per la DST



Come creare una mappa mentale efficace

- ❖ **Utilizzare l'orientamento orizzontale:** Massimizza lo spazio e riflette il pensiero spaziale, allineandosi al modo in cui il cervello elabora le informazioni.
- ❖ **Iniziare dal centro:** Iniziare con gli argomenti chiave ed espandersi verso l'esterno. Scrivete le parole chiave su linee che si diramano verso l'esterno e aggiungete sotto-rami per ulteriori idee.
- ❖ **Utilizzate parole chiave, non frasi**
- ❖ **Incorporare immagini:** Aggiungete semplici icone o disegni (ad esempio, una lampadina per le idee, le impronte per i passi successivi). Gli elementi visivi rendono la mappa più accattivante e più facile da ricordare.
- ❖ **Utilizzare i colori:** Differenziare i temi o le priorità (ad esempio, blu per gli obiettivi, rosso per i percorsi critici, verde per le soluzioni).

Esempio di ispirazione

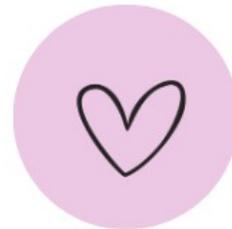


Il pensiero progettuale per il DST



Che cos'è il Design Thinking?

- ❖ Un processo creativo di risoluzione dei problemi con fasi definite.
- ❖ Si concentra sullo sviluppo di idee innovative basate sui bisogni umani.
- ❖ Enfatizza la collaborazione interdisciplinare.
- ❖ Progettazione centrata sull'uomo: soluzioni su misura per le esigenze degli utenti.
 - Qui: studenti della scuola secondaria.
- ❖ Mira a generare soluzioni pratiche e attuabili, non solo idee creative.



Empatizzare



Definire



Ideare



Prototipo



Test

Design Thinking per DST



Le fasi del Design Thinking

Il Design Thinking segue un processo strutturato, suddiviso in diverse fasi chiave:

- ❖ **Empatizzare:** Comprendere le esigenze, le sfide e le prospettive degli utenti attraverso la ricerca e l'osservazione.
- ❖ **Definire:** Articolare chiaramente il problema da risolvere, concentrandosi sulle esigenze degli utenti.
- ❖ **Ideare:** Generare un'ampia gamma di idee e soluzioni, incoraggiando il pensiero creativo.
- ❖ **Prototipo:** Creare rappresentazioni tangibili per una serie di idee, per esplorare potenziali soluzioni.
- ❖ **Test:** Valutare i prototipi con utenti reali, raccogliere feedback e perfezionare le soluzioni.

Esempio di ispirazione

Un processo di Design Thinking per creare una Digital Story sull'impatto negativo del fast fashion



- ❖ **Empatizzare**
 - Ricerca sugli impatti del fast fashion
 - Condividete storie reali di lavoratori dell'abbigliamento o di attivisti.
- ❖ **Definire**
 - Problema: "Come possiamo sensibilizzare sui costi nascosti del fast fashion e promuovere scelte sostenibili?".
 - Focus: mettere in evidenza questioni relazionabili (ad esempio, il breve ciclo di vita degli indumenti e le sue conseguenze nascoste).
- ❖ **Ideare**
 - Formule di narrazione: Una narrazione che segua il viaggio di una maglietta dalla produzione allo smaltimento
- ❖ **Prototipo**
 - Sviluppate una breve animazione o un video dal titolo *"Cosa succede ai vostri vestiti?"*.
- ❖ **Test**
 - Raccogliere feedback sul coinvolgimento emotivo, sulla chiarezza e sull'efficacia del messaggio.

Tipi di storie digitali



- ❖ Decidete il tipo di storia che volete creare prima di iniziare la vostra Digital Story.
- ❖ Il formato della storia modella il modo in cui il messaggio viene trasmesso e influisce sul coinvolgimento del pubblico.
- ❖ Ogni tipo ha punti di forza unici, adatti a scopi diversi.

È possibile scegliere tra i seguenti tipi:

- ❖ Storie personali
- ❖ Storie narrative
- ❖ Storie di documentari
- ❖ Storie basate su interviste



Tipi di storie digitali



Storie personali

- ❖ Concentrarsi sulle esperienze individuali, sulle emozioni e sulle riflessioni personali.
- ❖ Rendere la storia accattivante e coinvolgente
- ❖ Creare empatia condividendo le esperienze

Esempio

Il mio viaggio verso uno stile di vita a zero rifiuti

Un racconto personale delle lotte e dei successi di un individuo nella riduzione dei rifiuti nella sua vita quotidiana. La storia condivide momenti avvincenti ed emotivi, come la decisione di smettere di usare la plastica monouso dopo aver visto immagini di animali marini colpiti dall'inquinamento.

Storie narrative

- ❖ Una storia strutturata, di fantasia o non di fantasia.
- ❖ Ha un inizio, una parte centrale e una fine chiara
- ❖ Trasmette un messaggio importante in modo divertente

Esempio

Il racconto di una foresta

Una storia di fantasia raccontata dalla prospettiva di un albero secolare in una foresta pluviale. L'albero racconta come la sua casa, un tempo ricca di fauna selvatica, sia stata gradualmente distrutta dalla deforestazione. La storia ispira empatia e invita all'azione per la riforestazione.

Tipi di storie digitali



Storie di documentari

- ❖ Ricercare problemi o eventi reali utilizzando informazioni e ricerche concrete.
- ❖ Fornisce approfondimenti e crea consapevolezza.
- ❖ Informare il pubblico su un argomento o un problema specifico.

Esempio

Il costo nascosto della moda veloce

Una storia digitale basata sui fatti che svela la distruzione ambientale causata dall'industria della moda. Esplora questioni come l'inquinamento dell'acqua causato dalle fabbriche di tintura, l'uso eccessivo di risorse naturali per la produzione di tessuti e le enormi quantità di rifiuti tessili che finiscono nelle discariche. La storia include interviste con esperti ambientali e mette in evidenza soluzioni come iniziative di moda sostenibile e programmi di riciclaggio.

Storie basate su interviste

- ❖ Introdurre le voci e le prospettive degli altri attraverso conversazioni strutturate, dando loro profondità e autenticità.
- ❖ Autenticità attraverso voci reali ed esperienze vissute.
- ❖ Offre prospettive diverse e conoscenze specialistiche.

Esempio

Voci dalle prime linee del cambiamento climatico

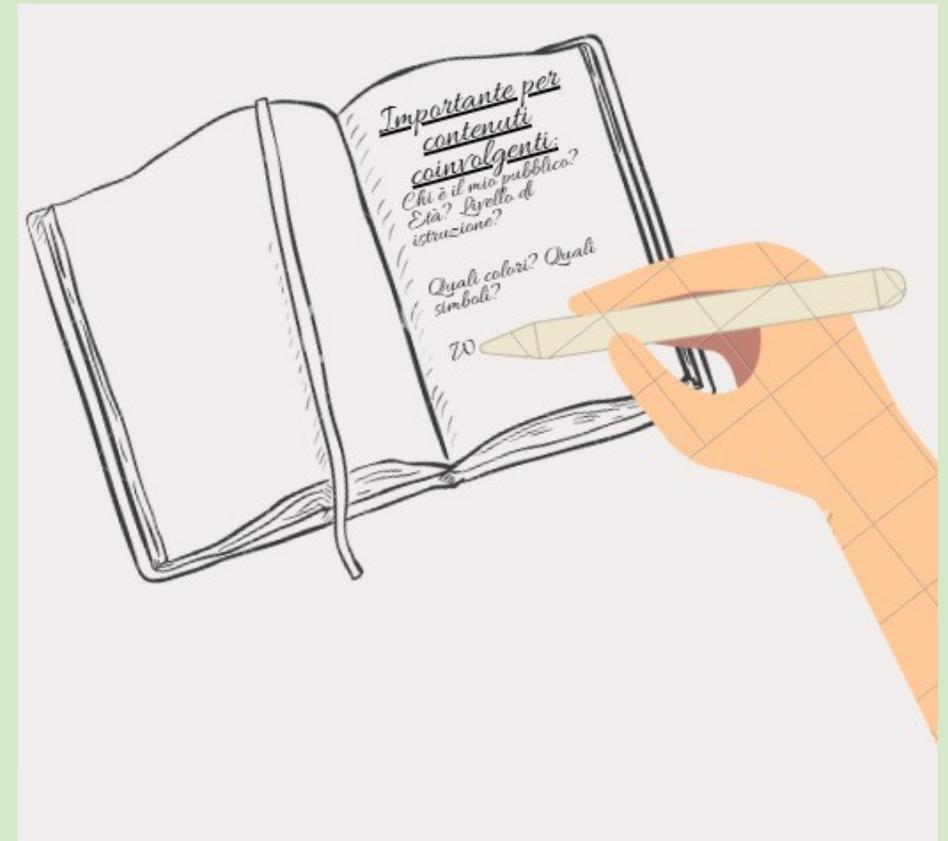
Una storia digitale con interviste a persone che vivono nelle comunità costiere e che stanno già sperimentando gli effetti dell'innalzamento del livello del mare. Queste testimonianze di prima mano evidenziano l'urgenza di affrontare il cambiamento climatico e forniscono prospettive diverse sul tema.

Creare contenuti coinvolgenti



- ❖ Prima di creare una storia digitale, è importante esaminare attentamente i contenuti e la strategia di coinvolgimento.
- ❖ Una storia digitale ben preparata va ben oltre il semplice racconto di una storia.
- ❖ Deve attirare l'attenzione dello spettatore a livello emotivo.
- ❖ Deve essere convincente.

Pensare in anticipo al modo in cui volete raggiungere il vostro pubblico vi aiuterà a creare una storia digitale più efficace e duratura, che non solo informi ma ispiri anche a pensare e ad agire.



Creare contenuti coinvolgenti



Per creare contenuti accattivanti è necessario considerare in anticipo i seguenti fattori

chiave:

Gruppo target-Orientamento

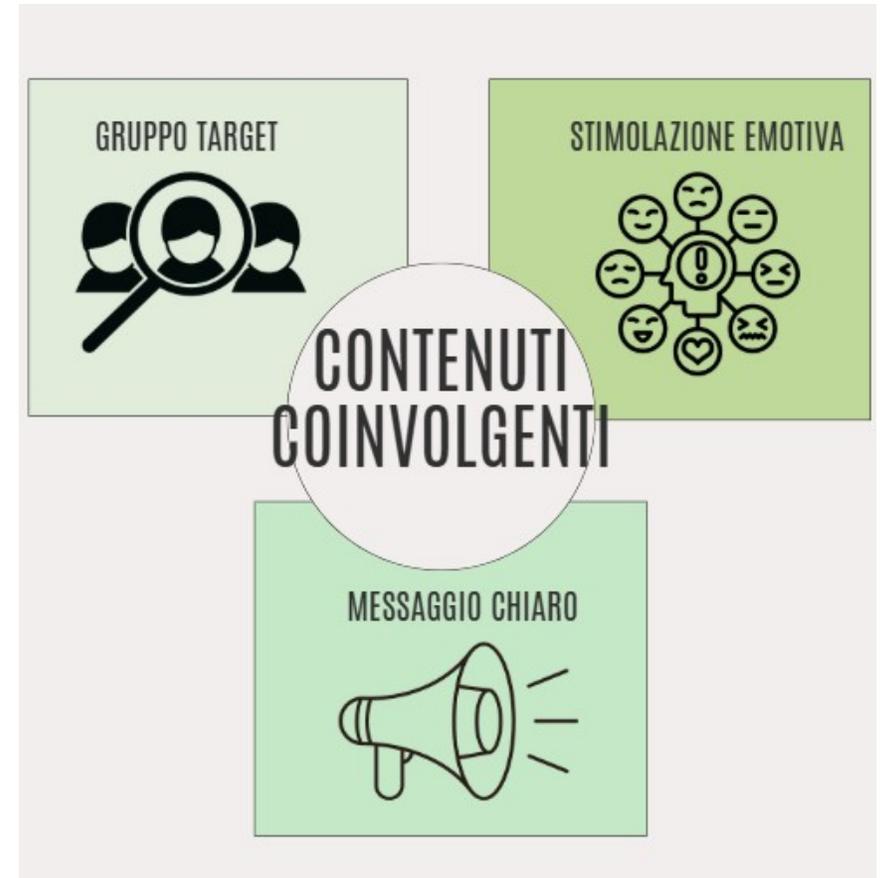
- ❖ Adattare i contenuti all'età, agli interessi e al background del gruppo target.
- ❖ Utilizzate un linguaggio che risuoni con il pubblico, ad esempio un linguaggio semplice per i più giovani o termini tecnici per gli studenti più avanzati.

Appello alle emozioni

- ❖ Condividere storie personali o sfide che suscitano reazioni emotive.
- ❖ Disegnare personaggi accattivanti.

Messaggi chiari e accessibili

- ❖ Rendere il messaggio di facile comprensione.
- ❖ Concentratevi su un'idea principale.



Creare contenuti coinvolgenti



Per creare contenuti accattivanti è necessario considerare in anticipo i seguenti fattori

chiave:

Identificare opzioni concrete di intervento

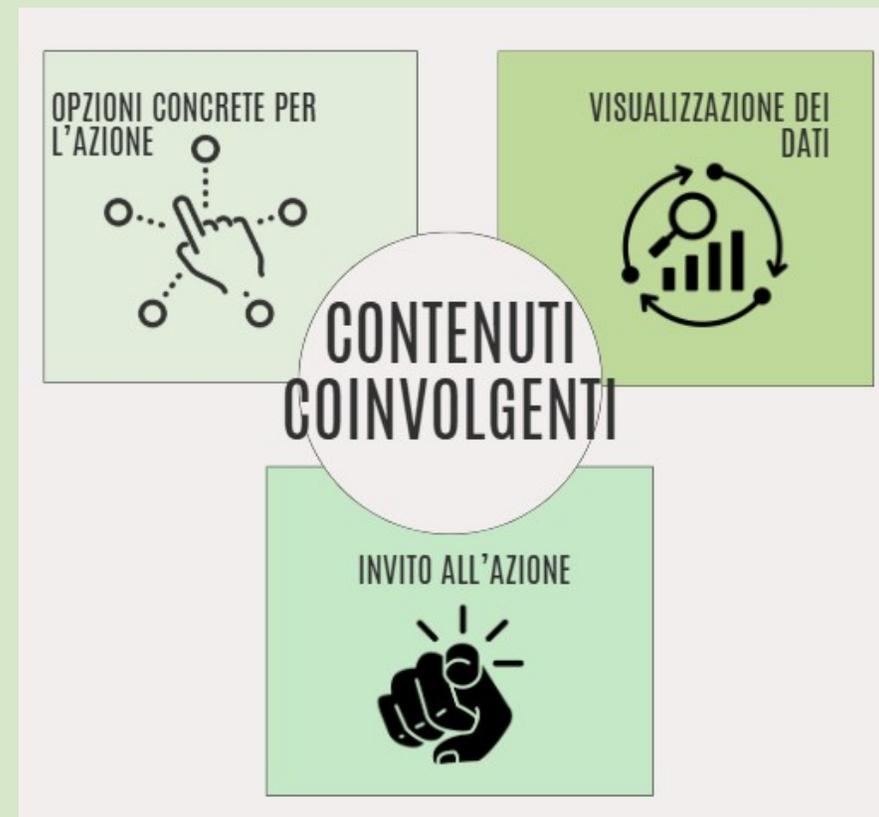
- ❖ Mostrare che le azioni individuali possono fare la differenza, facendo sentire il pubblico in grado di agire.
- ❖ Offrire soluzioni praticabili che il pubblico può implementare

Visualizzazione dei dati

- ❖ Assicurarsi che le visualizzazioni dei dati siano chiare, semplici e non opprimenti.

Invito all'azione

- ❖ Concludere con un chiaro invito all'azione
- ❖ Motivare il pubblico ad agire



Design della comunicazione in DST



Nella fase di preparazione, aiuta a strutturare la storia visivamente e verbalmente in modo che abbia un forte impatto emotivo sul pubblico.

Design della comunicazione:

- ❖ garantisce che la vostra storia digitale sia chiara, coinvolgente e d'impatto.
- ❖ si concentra sulla trasmissione efficace del messaggio attraverso l'uso di immagini, layout, tipografia e tono.
- ❖ assicura che tutti gli elementi siano in linea con lo scopo della storia e con le esigenze del gruppo target.
- ❖ aiuta il pubblico a concentrarsi sui punti chiave.
- ❖ crea connessioni emotive con lo spettatore.



Elementi di design della comunicazione



Tipografia

- ❖ Dà il tono di una storia digitale e gioca un ruolo importante nel modo in cui il messaggio viene percepito.
- ❖ La scelta del carattere può evocare emozioni o impressioni diverse, come formalità, modernità o giocosità.

Colori

- ❖ I colori sono un mezzo efficace per creare atmosfera e connessione emotiva.
- ❖ Possono riflettere l'atmosfera della storia e rafforzare il tema.
- ❖ Un contrasto efficace garantisce leggibilità e accessibilità.

Gerarchia visiva

- ❖ La disposizione degli elementi con una chiara gerarchia attira l'attenzione del pubblico sui punti più importanti.
- ❖ Le dimensioni, la collocazione e l'evidenziazione determinano il modo in cui l'osservatore elabora le informazioni.

Immagini

- ❖ Immagini di alta qualità arricchiscono la storia aggiungendo profondità ed emozioni.
- ❖ Possono semplificare concetti complessi, creare un collegamento e aumentare l'impatto della narrazione.

Layout

- ❖ Un layout equilibrato garantisce chiarezza e scorrevolezza.
- ❖ Un uso efficace dello spazio e degli allineamenti crea armonia.

CONCETTI UTILI

1. **storyboarding**

Uno storyboard è uno strumento di pianificazione visiva che aiuta a strutturare la storia in fasi chiare e a pianificare la realizzazione visiva.

2. **Considerazioni etiche**

Le considerazioni etiche contribuiscono a garantire che le storie digitali non siano solo informative e coinvolgenti, ma anche rispettose e accurate nel trattare i temi e le persone coinvolte.

CONCETTO 1

Storyboarding

Lo storyboarding è un metodo per pianificare e strutturare visivamente una storia. Tutte le scene importanti vengono presentate come schizzi o pannelli in cui vengono definiti la trama, il testo e gli elementi visivi. Aiuta a strutturare la storia in modo logico e chiaro, pianificando gli elementi più importanti come il dialogo, le immagini e la cronologia. Tiene conto anche dell'uso del suono o della musica. Lo storyboard rende la produzione più efficiente, evita i malintesi e permette di controllare e ottimizzare l'intera storia in anticipo.

CONCETTO 2

Considerazioni etiche

La dimensione etica delle storie implica la gestione di argomenti e informazioni sensibili con rispetto, garantendo che si evitino discriminazioni e stigmatizzazioni e considerando gli stereotipi. È fondamentale mantenere la veridicità per evitare la disinformazione. L'obiettivo è assicurarsi che le storie siano informative, rispettose e presentino accuratamente argomenti complessi in modo educativo.

Esempio sul tema del fast fashion:

- ❖ Mostrare rispetto per i lavoratori interessati ed evitare rappresentazioni stereotipate.
- ❖ Utilizzare dati verificati sulle condizioni di lavoro e sull'impatto ambientale
- ❖ Evitare di attribuire la colpa a singoli paesi o culture.

CONSIGLIO PRATICO N. 1



Troppe informazioni e contenuti non organizzati

Cosa fare...

Concentratevi sull'essenziale. Assicuratevi che la storia non sia sovraccarica di troppe informazioni. Scegliete con cura quali fatti e dettagli sono davvero importanti per trasmettere il messaggio principale. In questo modo la storia rimarrà chiara e comprensibile.

CONSIGLIO PRATICO N. 2



Mancanza di chiarezza sullo scopo della storia

Cosa fare...

Definite in anticipo l'obiettivo principale e il messaggio centrale della vostra storia. Pensate a ciò che volete ottenere con la storia e alle reazioni che volete suscitare nel pubblico.

CONTROLLA COSA HAI IMPARATO

- 01.** Come usare il Mind Mapping per fare brainstorming e organizzare le idee per la vostra storia digitale.
- 02.** Le fasi chiave del Design Thinking e come applicarle al vostro processo di storytelling.
- 03.** Come identificare e scegliere il giusto tipo di storia digitale per il vostro progetto.
- 04.** Come pianificare e strutturare la vostra storia digitale per soddisfare le esigenze del vostro pubblico.
- 05.** L'importanza degli elementi di design della comunicazione (tipografia, colori, layout) per valorizzare la vostra storia.
- 06.** Come preparare e perfezionare la vostra storia digitale per ottenere il massimo impatto.



Agrupamento de Escolas
Marinhas do Sal
Rio Maior



European
Learning
Centre



Istituto di Istruzione Superiore
Michele Giua Cagliari



Co-funded by
the European Union

Finanziato dall'Unione europea. I punti di vista e le opinioni espresse sono tuttavia esclusivamente quelli dell'autore o degli autori e non riflettono necessariamente quelli dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione Europea né l'EACEA possono essere ritenute responsabili.