

DIGITAL STORYTELLING: COS'È, COME UTILIZZARLO NELLA DIDATTICA, CON QUALI STRUMENTI SI REALIZZA



Il **Digital Storytelling** ovvero la Narrazione realizzata con strumenti digitali (web apps, webware) consiste nell'organizzare contenuti selezionati dal web in un sistema coerente, retto da una struttura narrativa, in modo da ottenere un racconto costituito da molteplici elementi di vario formato (video, audio, immagini, testi, mappe, ecc.). Caratteristiche di questa tipologia comunicativa sono:

il fascino: derivante dal carattere fabulatorio che possiedono le storie, dato che si tratta, fondamentalmente, di racconti;

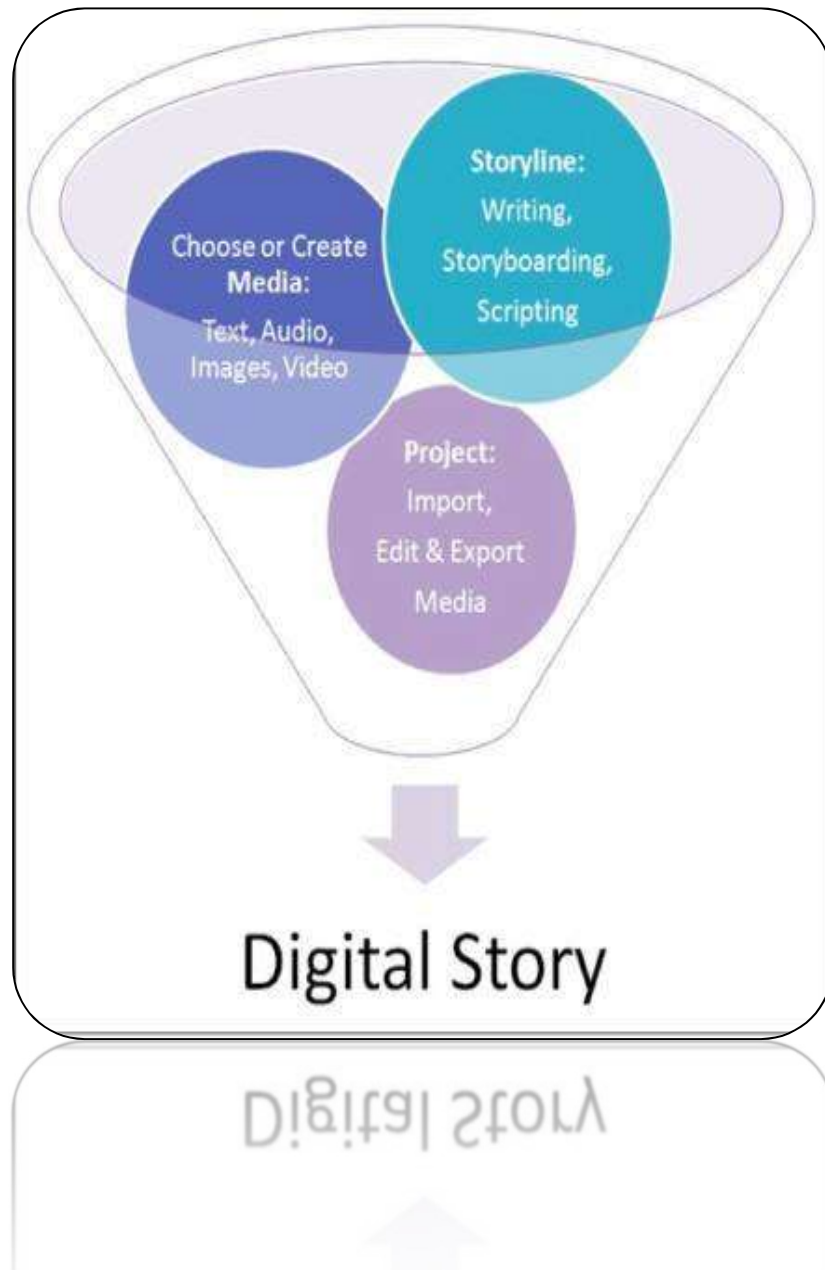
la ricchezza e varietà di stimoli e significati: derivanti dall'alta densità informativa e dall'amalgama di codici, formati, eventi, personaggi, informazioni, che interagiscono tra loro attraverso molteplici percorsi e diverse relazioni analogiche.

Si tratta quindi di una forma di narrazione particolarmente indicata per forme comunicative come quelle proprie del giornalismo, della politica, del marketing, dell'autobiografia e anche della didattica.

1. Lo storytelling nella didattica

Il fascino è il punto di forza dello storytelling in ambito didattico, sia che si propongano agli studenti contenuti in forma di storie digitali, sia che si proponga agli studenti di creare tali storie attraverso applicazioni web a tale scopo dedicate. Ciò deriva da diversi fattori:

- # il carattere fortemente gratificante proprio di un approccio narrativo;
- # il fatto che esso offra un accesso più semplice a concetti astratti e complessi, come già Platone, che faceva largo uso dei miti (racconti) nei suoi dialoghi, ben sapeva;
- # capacità propria del meccanismo narrativo, supportato da elementi multimediali, di generare processi ermeneutici – interpretativi e correlazioni concettuali significative;
- # la facilità di memorizzazione del racconto sul piano cognitivo,
- # il notevole grado di coinvolgimento e il conseguente rafforzamento delle variabili motivazionali e dell'impegno che la narrazione offre;
- # la capacità di veicolare messaggi significativi e di forte impatto, strutturati secondo una logica di causa – effetto;
- # una storia genera altre storie, secondo il meccanismo della inter-testualità, favorendo lo scambio collaborativo delle conoscenze, il confronto dialogico, lo spirito critico e la ricerca di nuove interpretazioni e punti di vista su un problema e/o tema;
- # la capacità dell'approccio narrativo di favorire la networked knowledge (conoscenza connettiva) e la combinatorial creativity (creatività combinatoria),



2. Evoluzione dello storytelling: dalla preistoria al digital transmedia storytelling

La storia dello “**storytelling**” si sviluppa parallelamente alla storia della cultura umana e delle sue espressioni sin dai primordi della civiltà, rispondendo alla fondamentale esigenza di *condividere le proprie esperienze, fissare i valori sociali e religiosi, fornire intrattenimento, spiegare i fenomeni e gli eventi naturali e storici*, ma anche: “**educare**”, “**trasmettere**”. Dalle **incisioni rupestri** alle storie di eroi recitate dagli **aedi in Grecia** con l’accompagnamento della musica, ai **poemi religiosi** ed alle **cosmogonie**, lo storytelling si rivela la **forma comunicativa privilegiata** sia per la trasmissione della tradizione e dell’identità culturale di una popolazione, che per la costruzione e condivisione di un sistema di valori, simboli, idee. Sin dall’inizio inoltre sullo storytelling si fondano le **pratiche educative e formative** delle civiltà antiche, così in **Grecia** come presso le **civiltà mesopotamiche** e il **popolo ebraico** *l’educazione si fonda sulla narrazione*. Omero, Esiodo, il poema di Gilgamesh, l’antico testamento e così via.



L'infografica illustra in modo sintetico e rapsodico alcuni dei momenti cruciali in cui lo sviluppo della nostra civiltà è risultato intrecciato in maniera stretta a quello del "Raccontare Storie"

3. Storytelling e Content Curation

Le **storie** possono essere viste come percorsi che collegano insieme, in svariati modi (simbolici, analogici, causali, ecc.), punti diversi del continuum culturale di una civiltà, *creando in esso un ordine, costruendo un senso possibile* nella complessa, contraddittoria e multiforme trama di eventi, ricordi, valori, simboli, ecc. che costituiscono la tradizione di una **cultura orale**.

- ❖ Con gli sviluppi dei media comunicativi e le rivoluzioni **chirografica, tipografica** e, infine, **digitale**, la sfera dei significati, dei saperi, delle informazioni, si dilata a dismisura producendo quello che attualmente viene definito il fenomeno dell'**overload informativo** che genera ridondanza, confusione e mancanza di senso, troppe le informazioni e conoscenza da processare – elaborare.
- ❖ Non si tratta solo di un **fenomeno quantitativo**, che possa essere risolto con più potenti strumenti di classificazione e categorizzazione. Semplicemente la possibilità di una **catalogazione – categorizzazione** univoca e universale del sapere, già problematica nella comunicazione orale e chirografica, diventa impossibile, come sta a testimoniare la complessa vicenda filosofica del dibattito intorno al **problema delle categorie** da Aristotele in poi.
- ❖ Si tratta quindi, anche e soprattutto, di un **problema qualitativo**, le informazioni, senza una qualche relazione che le organizzi, tanto più sono sovrabbondanti, tanto più ingenerano **assenza di significato**. Nel web questo fenomeno diviene drammatico, potenzialmente tutto lo scibile e il dicibile vengono condivisi nella rete determinando difficoltà ad orientarsi e utilizzare efficacemente la conoscenza per l'impossibilità di individuare, nel rumore informativo di fondo, ciò che ci interessa.

CONTENT CURATION: COS'È E COME UTILIZZARLA

La **digital content curation** risponde all'esigenza di dominare l'informazione orientandosi in essa e rendendola concretamente utilizzabile per un uso personale e conoscitivo.

❖ *“La Content Curation è una metodologia di esplorazione conoscitiva personale così come un approccio all'apprendimento e al giornalismo basato sulla raccolta, organizzazione e presentazione di informazioni mirate a creare risorse esaustive su un argomento specifico”.*

❖ La curation consiste quindi nel selezionare, entro il vasto mare informativo del web, quei contenuti attinenti a un certo tema per commentarli, ricontesualizzarli e offrirli a un'utenza specifica portatrice di un bisogno specifico.

❖ **Curatori** sono tutti coloro che, esperti a vario titolo di un determinato ambito conoscitivo, esercitano tale competenza attraverso un lavoro editoriale di “curatori”.
In tale senso la **content curation** esiste ed è praticata da secoli (vedi i florilegi medievali)

4. Tipologie e Forme di Storytelling

➤ Lo **storytelling** ha avuto origine negli Usa come [Storytelling Management](#), intorno alla fine del XX secolo, come strategia di **Marketing**.

➤ E' stato ampiamente utilizzato anche in ambito **politico** ,

In ambito educativo la [pedagogia](#) si è interessata dello storytelling inteso come insieme di tecniche e strumenti sia narrativi che retorici, per comunicare idee, esperienze, conoscenze e per la “costruzione di significati interpretativi della realtà”.

➤ Il **digital storytelling** impiega tecnologie digitali per realizzare **narrazioni ipermediali**, attualmente al creazione di storie digitali è resa molto semplice e alla portata di tutti grazie agli sviluppo dei **Servizi Basati sul Web** (web based) o **Applicazioni Web** (web application), che consentono, dopo essersi registrati, di realizzare storie utilizzando risorse trovate sul web per arricchirle.

➤ Esistono varie tipologie di storytelling a seconda dei media e dei modelli che si decide di adottare e dei criteri in base ai quali si organizza la narrazione.

4.1. Storytelling: Schemi Narrativi Classici

Gli **Schemi Narrativi** che possono essere utilizzati per trasformare un “**discorso**” in una **storia** non sono un’invenzione del digitale, ma costituiscono un patrimonio culturale trasmessoci dalla tradizione artistico – letteraria e popolare.

Seguono gli “[8 Classic storytelling techniques for engaging presentations](#)”, ossia alcune tecniche e/o schemi classici di narrazione o storytelling tramite cui è possibile strutturare dei contenuti in forma di storia, forniti esempi e link per l’approfondimento.

Monomyth o **Viaggio dell’Eroe**: schema classico centrato sulla figura dell’eroe che abbandona la propria dimora per intraprendere un viaggio verso luoghi sconosciuti;

La Montagna: distribuzione della tensione fino al raggiungimento di un picco e alla successiva discesa, tipica delle serie televisive;

Nested Loops – Cerchi Concentrici: si tratta di diverse strutture narrative che si intersecano. La narrazione contenente il messaggio centrale interagisce con le altre che sono finalizzate a elaborare e/o spiegare la prima secondo il seguente schema: 1^ storia – 2^ storia – storia centrale – 2^ storia – 1^ storia;

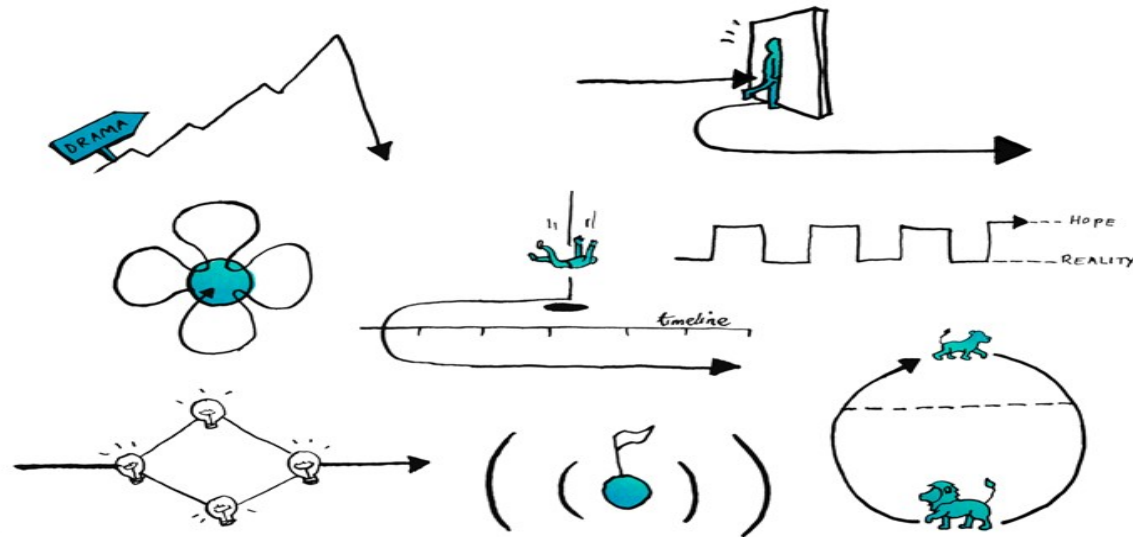
Sparklines (?): si tratta di una struttura narrativa in cui il discorso si sviluppa su due piani contrapposti che si intrecciano continuamente e rappresentano l’uno “come le cose sono” (essere) e l’altro “come le cose dovrebbero essere” (dover essere);

In Media Res: schema classico in cui la narrazione comincia al centro dell’azione, per spiegare poi l’inizio della vicenda e preparare la sua conclusione;

Converging Ideas – Idee Convergenti: struttura discorsiva in cui differenti filoni di pensiero convergono per formare un’unica idea. Può essere utilizzata per mostrare come un’idea sia il risultato di molteplici sentieri che ad essa conducono.

False Start – Falsa Partenza: la narrazione ha inizio con un intreccio apparentemente prevedibile che si interrompe bruscamente per dare luogo a un nuovo inizio;

Petal Structure – Struttura a Petalo: struttura discorsiva per organizzare storie multiple che si muovono intorno allo stesso concetto centrale.



4.2. Tipologie di Digital Storytelling

- Con quali strumenti è possibile praticare il Digital Storytelling?
 - In che modo il web 2.0 con le sue innumerevoli applicazioni consente la creazione di Storie?
- Seguono alcune Applicazioni Basate sul Web e classificate in funzione delle tipologie di "Storie" che con esse è possibile realizzare.
- Naturalmente si tratta di una **classificazione empirica** che non ha nessuna pretesa di univocità e universalità, i servizi che quotidianamente vengono proposti sul web in tale ambito sono innumerevoli e si moltiplicano quotidianamente.

4.2.1. Storytelling e Timeline

La realizzazione di **timeline** può esser considerata una *forma di narrazione di eventi ordinati cronologicamente*. Le varie risorse individuate nel web intorno a un tema, un evento, una problematica, un personaggio, vengono disposte in forma di schede o slide, entro una successione cronologica rappresentata da una barra e disposte secondo la cronologia opportuna.

Nei seguenti post vengono illustrati alcuni dei servizi disponibili sul web per realizzare timeline:

1. [Whenintime](#), [TikiToki](#), [Xtimeline](#)
2. [Dipity](#), [Timeglider](#), [Timerime](#)

Si tratta di strumenti che si prestano ad un utilizzo didattico nelle discipline di area umanistica come storia, letteratura, scienze politiche, ecc.

4.2.2. Lo Storymapping

Può essere considerato una forma di storytelling *che utilizza mappe geografiche o immagini per inserire in esse una serie di link a risorse web relativa a una determinata tematica* in modo da ottenere un **percorso navigabile**. Mass media e testate giornalistiche fanno ampio uso di tale forma di storytelling per le loro inchieste e dossier

Di seguito alcuni servizi web che consentono di realizzare storymapps:

1. [StoryMap JS](#)
2. [Build a Map](#)
3. [Google Tourbuilder](#) necessità dell'installazione del plug in Google Earth

Questi alcuni esempi di inchieste e reportage giornalistici realizzati con il sistema dello storymapping:

1. Washinton Post: [How the Islamic State is carving put a new country](#)
2. Knightlab: [Il Giardino delle delizie di Hieronymus Bosh](#)

4.2.3. Transmedia storytelling

Si tratta di *realizzare una storia organizzando in un ambiente, modellato sulla Rivista di news o sulla Presentazione, risorse reperibili sul web di vario formato* (immagini, video, animazioni, testi, suoni, musiche, news, ecc.), relative ad un dato evento o tema o problema o personaggio, in modo da ottenere un *racconto multimediale e ipertestuale*; tale metodo può essere anche utile per illustrare un progetto da realizzare (anche didattico) o i risultati di un progetto. Anche questa forma di storytelling è particolarmente utilizzata nell'ambito giornalistico

Questi alcuni servizi per generare storie trans-mediali:

1. [Storify](#)
2. [Capzles](#)

Questi alcuni esempi di storie realizzate con storify e capzles

1. [La scuola durante il regime fascista](#)
2. [La storia e le storie](#)

4.2.4. Visual Storytelling

In questo caso *la storia viene raccontata attraverso l'utilizzo di immagini*. Le possibilità di utilizzo di un'immagine sono svariate:

le immagini possono essere disposte in serie come in una **presentazione o slideshow** e accompagnate da link, testi, dalla voce registrata di un narratore.

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

si può rendere interattiva l'immagine in modo che, cliccando su essa, si aprano risorse presenti sul web;

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

Questi alcuni servizi di visual storytelling che esemplificano le diverse possibilità sopra elencate:

1. [Thinglink](#): immagini interattive
2. [Narrable](#): immagini accompagnate da commento audio registrato
3. [Meograph](#): storie in forma di slideshow, con video, animazioni, link e registrazione voce
4. [Pinterest](#): raccolte di immagini con didascalie

Esempi di storie realizzate con le web application sopra riportate:

1. [La guerra civile americana](#)
2. [Narrable](#)
3. Meograph: [Rise and Fall of Roman Empire](#)
4. Pinterest, [L'aula del XXI secolo](#)

4.2.5. Video storytelling

In questo caso siamo di fronte a Servizi Web o Browser Based in cui la storia viene realizzata attraverso la possibilità di manipolare dei video inserendovi testo, link, annotazioni, immagini, domande, ecc. Il risultato sono video interattivi che possono contenere al loro interno elementi multimediali:

1. [Metta](#)
2. [ShortHand](#)
3. [Zentrack](#)
4. [Popcorn Maker](#)
5. [Storygami](#)

Per un avere informazioni più dettagliate su queste Applicazioni Web di Video Publishing si può leggere il seguente post:

[I Video nella Didattica: Creare e Gestire Lezioni, Quizzes, Discussioni con i Video.](#)

Per altre informazioni su : **Caratteristiche, Funzionalità, Modelli Narrativi e Impiego Educativo del Digital Storytelling**, si può guardare sulle seguenti Bacheche Pinterest sull'argomento

Fabrizio Bartoli: [DigitalStoryTelling](#)

Gianfranco Marini: [Storytelling e Didattica](#)

Robin Good: Storytelling: [Plots and Structures for Writing Great Stories](#)

StoryMapJS: narrare con le mappe

StoryMapJS è una web-app gratuita per raccontare storie a partire da luoghi.

❑ Viaggi, gite, vite di personaggi famosi, storie che abbiano alla base dei luoghi e degli spostamenti.

❑ Si tratta della app “sorella” di **TimeLineJS** che diversamente permette una narrazione più cronologica basata su una sequenza di eventi nel tempo.

❑ Entrambe le app sono distribuite gratuitamente.

❑ **StoryMapJS** permette di creare narrazioni che incorporano oggetti multimediali sia partendo da vere e proprie mappe interattive (in tutto e per tutto simili a quelle di Google Maps), sia partendo da grandi immagini (chiamate gigapixels). Le applicazioni didattiche possono essere molteplici.

❑ L'insegnante può sia realizzare personalmente le proprie storymap (per supportare le proprie lezioni), sia crearle insieme ai propri studenti, sia demandando la creazione ai ragazzi individualmente o in gruppo.

❑ Questa app può essere utilizzata in classe utilmente e si può ben asservire ad una didattica attiva.

2 – La prima schermata che viene proposta è quella relativa alla creazione di una slide di copertina (una slide numero zero). In questa schermata bisognerà comporre la presentazione dell'intero nostro percorso e non di una tappa specifica (come invece faremo nelle slide successive). I campi da compilare sono i seguenti:

a) **Headline**. Un campo-testo dove va inserito il titolo del nostro storymap. Non va confuso con il nome dello storymap che abbiamo inserito nello step 1. Questo è il titolo che sarà visibile quando il nostro storymap verrà visitato/navigato.

b) Sotto Headline c'è uno **spazio-testo** che deve essere utilizzato per una breve presentazione testuale (o meglio ipertestuale) del nostro nascente storymap. E' anche possibile aggiungere al testo l'attributo del neretto o del corsivo. Ma la caratteristica più interessante è sicuramente quella che ci dà la possibilità di inserire un collegamento ipertestuale. Tutto questo è disponibile mediante i quattro simboli posti in alto (B,I,<>,catenina).

c) **URL to your media**. Questo è il campo dove va inserito appunto un indirizzo URL di una risorsa (video o immagine) già reperibile su internet. Basta copiare e incollare qui la URL.

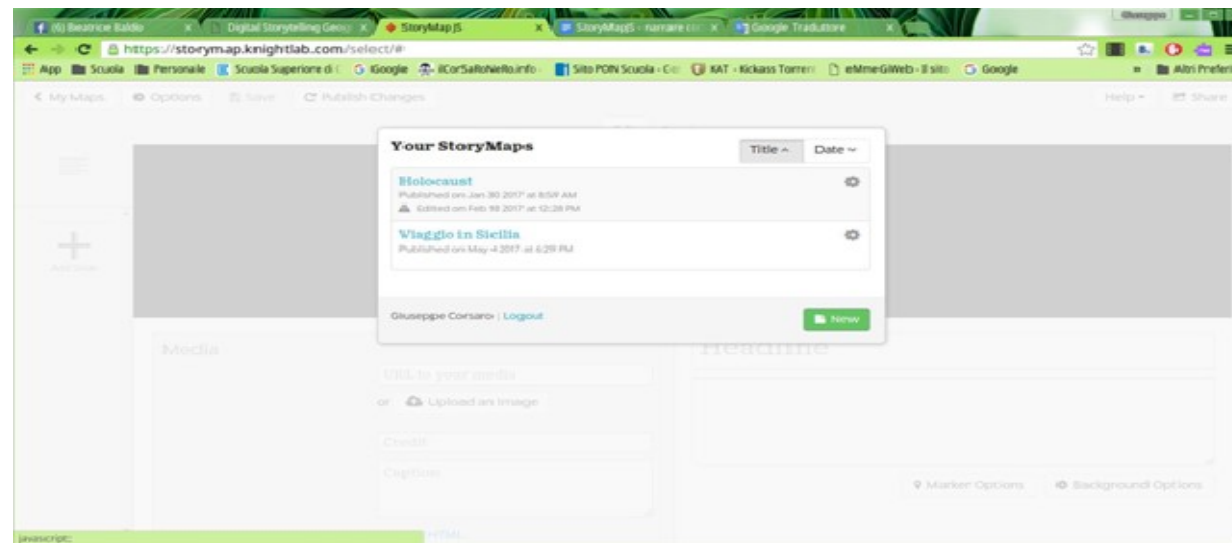
d) I due campi successivi (**Credit e Caption**) li vedremo più avanti. Per ora possiamo lasciarli vuoti.

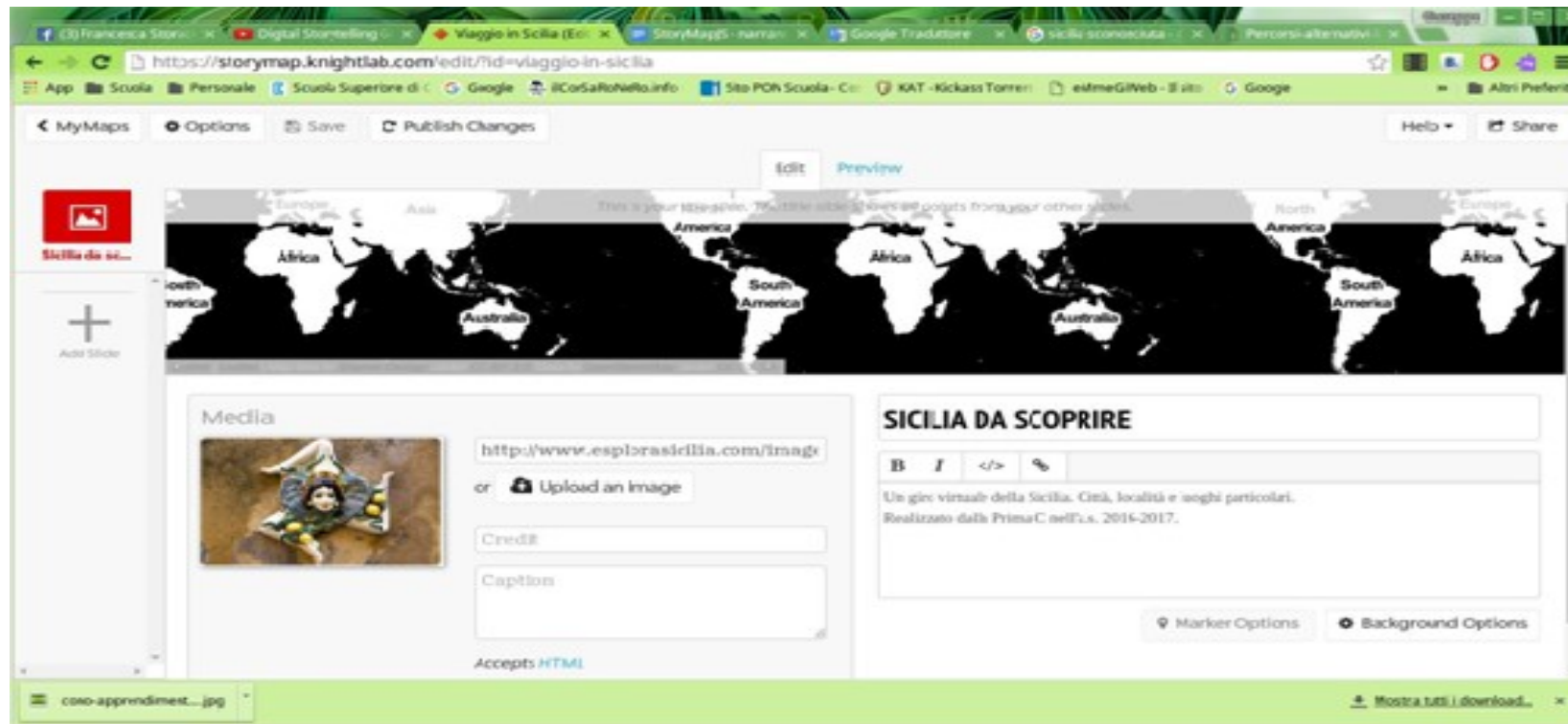
e) Clicchiamo sul bottone "**Save**" in alto a sinistra. Se necessario effettuiamo un reload della pagina e potremo passare al prossimo step.

COME FUNZIONA

1 – StoryMapJS non prevede una vera e propria registrazione in quanto si avvale del tuo account Google. Per accedere basta, quindi, cliccare sul bottone verde centrale “Make a StoryMap”.

Viene subito richiesto di effettuare l'accesso mediante le proprie **credenziali Google** (indirizzo @gmail e relativa password). La finestra che appare sarà quella con la lista dei tuoi storymap già realizzati in precedenza oppure direttamente quella con la richiesta di crearne uno nuovo. Nel primo, caso dopo aver dato un nome al tuo storymap nascente (ad esempio “Viaggio in Sicilia”), bisogna cliccare su “Create”; nel secondo su “New” e poi procedere come nel caso prima descritto.





3 - Creazione delle altre slide. Una volta creata la slide-zero (copertina) possiamo procedere con la nostra vera e propria prima tappa (slide 1). Clicchiamo sul simbolo + (a sinistra) Add slide. Verrà riproposta una pagina simile a quella precedente ma con in più un campo "Search" all'interno del planisfero. Questo è il campo che ci permetterà di localizzare le varie tappe (una per ogni slide) del nostro storymap.

4 – L'editing di ogni tappa consiste nel riempire i campi richiesti esattamente come abbiamo fatto per la copertina (slide-zero) ma questa volta relativamente ad ognuna delle nostre tappe. Nel nostro esempio compileremo i campi per tre sole slide con le relative tre tappe: Palermo, Catania e Siracusa.

5 – Nella creazione di ogni slide è bene tenere presente che **ogni risorsa mediale utilizzata va "censita"**.

A tale scopo ci sono due campi (non è obbligatorio compilarli): **credit e caption**.

- Nel primo va inserito l'autore o il proprietario della risorsa utilizzata. Se è una foto il fotografo, se è un video l'autore, ecc...
- Nel secondo invece basta inserire una brevissima didascalica della risorsa.

6 – Le risorse utilizzabili sono tantissime.

- Tutto ciò che è già in internet può essere utilizzato.
- Risorse provenienti da pagine web, YouTube, Twitter, Vimeo, Vine, GoogleMaps, SoundCloud, DocumentCloud, ecc...
- Basta copiarne la URL ed inserirle nell'apposito campo "URL to your media". Si possono anche caricare delle immagini dal nostro computer. Per questo c'è l'apposita opzione "Upload an image".

7 – Le operazioni relative alla creazione delle slide possono essere ripetute tutte le volte che è necessario. Alla fine si avrà uno storymap composto da una copertina (slide zero) e da un certo numero di slide corrispondenti ad altrettante tappe del nostro percorso/narrazione.

8 – Preview. In qualsiasi momento (anche durante la fase di editing) è possibile vedere come sarà il nostro storymap.

Esiste infatti la possibilità di un'anteprima mediante l'opzione Preview. Si può passare da Preview a Edit e viceversa. Consiglio di salvare di tanto in tanto (bottone Save). Sarà possibile così vedere l'effetto degli spostamenti fra le varie tappe (slide) del nostro storymap.

9 – Pubblicazione. Di fatto anche durante l'editing il nostro storymap è già raggiungibile in rete mediante una [sua specifica URL \(link\)](#) che resterà quella e potrà quindi essere diffusa.

❖ Sono infatti disponibili tutta una serie di possibilità di condivisione del nostro storymap dal bottone “Share” in alto a destra.

❖ Oltre al link del nostro storymap sono presenti le varie possibilità di condivisione sui principali social e il codice embed da incapsulare in una nostra pagina web (sito scolastico, blog o altro). Quando si effettuano delle modifiche è necessario fare in modo che esse vengano pubblicate. A tal fine (se visibile) basta cliccare sul bottone “Publish Changes” accanto al bottone Save.

10 – Personalizzazione. Cliccando sul bottone “Options” si accede ad alcune opzioni relative all’aspetto generale del nostro storymap:

- dimensioni (Storymap size),
- lingua dei messaggi e dei controlli (Language),
- aspetto del testo (Fonts),
- tipo di interazione (Treat as: cartography o image),
- messaggio di avvio (Call to action) e tipo di mappa (Map Type).

Agendo su tali opzioni possiamo personalizzare l’aspetto del nostro percorso.



Alcune considerazioni, infine, tipicamente da insegnante.

- Uno strumento come StoryMap JS può essere ben inserito nell'attività didattica e con varie finalità,
- Può costituire una sicura modalità di lavoro collettivo e/o collaborativo in classe, può essere utile per raccogliere informazioni, dati e risorse individualmente.,
- L'insegnante è un progettista, un tutor, un facilitatore e un regista... ,
- I creatori sono i ragazzi. Da provare.

Al seguente link un breve ma utile video-tutorial realizzato da Emiliano Onori

<https://youtu.be/d9FIMqZfqoo>

Ecco un esempio in rete (non completo) di uno storymap realizzato in modalità collaborativa in classe da un docente di storia.

I ragazzi hanno raccolto le informazioni e le risorse in un foglio di lavoro appositamente predisposto e i dati raccolti sono stati inseriti in StoryMapJS utilizzando un account Google di classe.

<https://uploads.knightlab.com/storymapjs/904866d9642bdb031e2657d618476145/holocaust/draft.html>

RIASSUMENDO

La narrazione digitale può ampliare gli scenari di apprendimento, poiché consente ai ragazzi di usare la propria esperienza e creatività per creare prodotti multimediali all'interno del curriculum di studio.

Le attività di **Digital Storytelling** in classe si inseriscono nella logica dei percorsi di apprendimento *student-centred*. L'allievo diviene protagonista del proprio processo di apprendimento e può mettere a frutto le proprie conoscenze, competenze e creatività per realizzare prodotti originali nella forma di video, presentazioni multimediali, libri e racconti digitali, fumetti e poster, ecc. come esito dei propri apprendimenti.

Il Digital Storytelling può facilitare l'apprendimento di contenuti e nozioni disciplinari complessi in modo divertente e più coinvolgente!

Per gli allievi più giovani le attività possono richiedere la collaborazione fra pari per la creazione di un testo interattivo di non-fiction su un'area di studio ovvero la creazione di una storia inventata.

Per studenti più grandi, la narrazione digitale può consistere per esempio nel resoconto di un'esperienza maturata sul campo – con la conseguente riflessione sulle implicazioni per la propria crescita personale – ovvero nella rielaborazione personale di concetti chiave e contenuti legati alla disciplina oggetto di studio nell'ottica di una didattica per competenze

Il Digital Storytelling può facilitare l'apprendimento di contenuti e nozioni disciplinari complessi in modo divertente e più coinvolgente!

- ❑ Per gli allievi più giovani le attività possono richiedere la collaborazione fra pari per la creazione di un testo interattivo di non-fiction su un'area di studio ovvero la creazione di una storia inventata.
- ❑ Per studenti più grandi, la narrazione digitale può consistere per esempio nel resoconto di un'esperienza maturata sul campo – con la conseguente riflessione sulle implicazioni per la propria crescita personale – ovvero nella rielaborazione personale di concetti chiave e contenuti legati alla disciplina oggetto di studio nell'ottica di una didattica per competenze

Il Digital Storytelling attiva competenze trasversali attraverso il *Learning by Doing*, il *Cooperative Learning*, il *Critical Thinking* e il *Problem Solving*.

- ❑ Può essere dunque applicato con successo in tutte le discipline per la costruzione dei contenuti o per favorire le competenze comunicative nell'apprendimento delle lingue straniere.
- ❑ Sul piano affettivo, creare un oggetto multimediale ed esprimere la propria creatività condividendola con altri contribuisce a migliorare la motivazione ad apprendere e la stima di sé.

L'utilizzo dello strumento digitale anche a scuola – oltre ad aumentare le opportunità di apprendimento e l'inclusione dei ragazzi con disabilità – apre le porte a quel mondo esterno spesso troppo distante dalla scuola e invece familiare ai nostri studenti.

Ormai la quasi totalità dei ragazzi utilizza Internet per comunicare, ricercare informazioni, condividere immagini e video. Tuttavia, sebbene dotati di un forte intuito digitale, i ragazzi spesso navigano in rete con scarsa consapevolezza e senso di responsabilità.

Il **vantaggio immediato** offerto dal supporto digitale é dato dalla:

- ❖ facilitá di condivisione
- ❖ accessibilitá da qualsiasi luogo
- ❖ e in qualsiasi momento.

- ❖ Avere un pubblico piú ampio aiuta i ragazzi a mettersi in gioco con senso di responsabilitá,
- ❖ aprirsi al confronto
- ❖ imparare ad accettare le critiche costruttive per migliorare il proprio lavoro.

Competenze trasversali mediate dalle TIC

- L'uso della rete come strumento di ricerca dei contenuti da sottoporre a successiva analisi, validazione e rielaborazione critica delle informazioni consente di sviluppare le cosiddette competenze del 21° secolo.
- L'apprendimento collaborativo supporta inoltre le competenze comunicative, interpersonali, di ricerca di soluzioni collettive ai problemi, lo spirito di squadra e di leadership. Queste competenze sono rilevanti in tutti gli ambiti, compresi quelli afferenti alle sfere di cittadinanza e professionali.
- Nelle lingue straniere, il Digital Storytelling aumenta le opportunità di produzione orale e scritta attraverso l'interpretazione personale e l'espressione creativa dei contenuti appresi.
- Scrivere una recensione o inventare una storia é parte integrante della preparazione generalmente richiesta agli studenti delle superiori per sostenere l'esame di certificazione della lingua inglese di livello B1 e B2. Al contempo, queste modalità di apprendimento attivo e significativo per l'allievo mirano allo sviluppo di capacità di pensiero di livello superiore (*High-Order Thinking Skills*).

PER NOI DOCENTI, INTEGRARE SCENARI DI APPRENDIMENTO ATTIVO NELLA NOSTRA DIDATTICA SIGNIFICA OFFRIRE AI RAGAZZI LA POSSIBILITÀ DI:

- Costruire la conoscenza in modo significativo per sé ==> **APPRENDIMENTO ATTIVO**
- Riflettere ed interiorizzare i contenuti ==> **APPRENDIMENTO PROFONDO**
- Dare senso alla propria realtà ed identità ==> **APPRENDIMENTO AUTENTICO**
- Acquisire consapevolezza su identità culturali proprie ed altrui
- Memorizzare informazioni e concetti
- Acquisire nuovo lessico
- Trasmettere valori
- Immaginare il futuro
- Comunicare idee e progetti
- Presentare teorie, concetti e problemi
- Sviluppare abilità trasversali
- Creare collegamenti interdisciplinari fra più materie

Il Digital Storytelling favorisce l'apprendimento attivo e stimola la creatività non solo degli allievi ma degli stessi docenti. Le lezioni cambiano di ritmo e si impara divertendosi!