



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



# EDUSTORYTELLING



## Guida IO2 "DigiStories"



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



# DIGISTORIES GUIDE

## Digital Storytelling as an instrument to foster the acquisition of digital literacy in Adult learners

This Booklet is edited in the frame of the **Erasmus+ KA2 - Strategic Partnerships for adult education - EduStorytelling (2019-1-IT02-KA204-062493)** by **MV International**.



COMPARATIVE  
RESEARCH  
NETWORK:



eduforma  
...strumenti su misura per la persona

Intercambia

PAR

### Partner institutions:

MV International, Sassari, Italy (co-ordinator)  
Comparative Research Network, Berlin, Germany  
FUNDACJA AUTOKREACJA (Poland)  
VISOKA POSLOVNA SKOLA PAR (Croatia)  
EDUFORMA SRL (Italy)  
AJ Intercambia (Spain)

*The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.*



Open Educational Resources



This work is licensed under the **Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported License**

**EST**



## **EduStorytelling**

**KA2 - Partenariati strategici per l'educazione degli adulti**

**2019-1-IT02-KA204-062493**

## **Guida IO2 "DigiStories"**

# INDICE DEI CONTENUTI

<b>Che cosa è EduStorytelling?</b>	<b>3</b>
<b>Chi siamo?</b>	<b>4</b>
<b>Cos'è questa Guida?</b>	<b>7</b>
<b>Interviste sull'empatia</b>	<b>9</b>
<b>Le migliori pratiche</b>	<b>10</b>
<b>Come abbiamo utilizzato le Migliori Pratiche?</b>	<b>51</b>
<b>Formazione EduStorytelling</b>	<b>52</b>
<b>Conclusioni</b>	<b>56</b>

# CHE COS'È L'EDUUST ORYTELL LING?

## Chapter 1



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



## Che cos'è l'EduStorytelling?

Nell'ambito delle iniziative proposte dalla Commissione europea per l'Agenda Europa 2020, la *Agenda europea per l'apprendimento degli adulti* comprende i precedenti livelli di evoluzione nella sua attenzione allo "sviluppo dell'alfabetizzazione digitale e all'offerta di opportunità per gli adulti di sviluppare le competenze di base e le forme di alfabetizzazione necessarie per partecipare attivamente alla società moderna".

Nel suo *"Upskilling Pathways" Recommendation* del 2016, il Consiglio dell'Unione Europea ha evidenziato come in futuro "la grande maggioranza dei posti di lavoro richiederà un certo livello di competenze digitali". In questo contesto, "le persone scarsamente qualificate e con carenze fondamentali nelle competenze di base possono costituire un'elevata percentuale di disoccupati (in particolare quelli di lunga durata) e di altri gruppi vulnerabili", come i lavoratori anziani, le persone economicamente inattive e i cittadini di Paesi terzi. Tali carenze rendono più difficile l'ingresso o il rientro nel mercato del lavoro.

"EduStorytelling" (EST) mira a colmare il divario di competenze digitali e di alfabetizzazione che affligge gli adulti europei provenienti da contesti svantaggiati attraverso la metodologia del Digital Storytelling (DST) come percorso per sviluppare competenze digitali e di alfabetizzazione di alta qualità. Migliorerà le attitudini all'interazione tra pari e all'apprendimento cooperativo, facendo parte di un'alfabetizzazione digitale completa per promuovere lo sviluppo personale, la cittadinanza attiva e le prospettive di occupabilità.

La logica di EduStorytelling deriva dalla tendenza all'evoluzione rapida delle tecnologie ICT e degli strumenti digitali, che innesca un ripensamento continuo e aperto dei modelli consolidati di interazione sociale, partecipazione, istruzione, business e occupabilità. Il possesso di un insieme di buone competenze alfabetiche e digitali è diventato un fattore discriminante per l'occupabilità e l'esercizio effettivo dei diritti di cittadinanza.

In questo contesto, EduStorytelling si propone di esplorare il potenziale educativo delle DST come strumento innovativo per migliorare le competenze digitali dei cittadini dell'UE, in continuità con la logica del Quadro europeo delle competenze digitali per i cittadini. Il progetto mira infatti a sviluppare una sinergia transfrontaliera e intersettoriale con lo scopo di creare modelli innovativi di educazione allo Storytelling adatti alle esigenze degli studenti adulti.

L'obiettivo finale di EduStorytelling è, infatti, quello di creare una comunità più ampia di professionisti dello Storytelling che utilizzino il corso MOOC e le risorse sviluppate dal progetto e interagiscano con i loro pari.

Oltre a essere uno strumento educativo incentrato sul discente e adattato alle esigenze dei gruppi che incontrano difficoltà nell'apprendimento tradizionale (ad esempio, migranti e adulti poco qualificati), la DST aumenta l'interesse emotivo e l'attenzione cognitiva attraverso il potenziale ispiratore delle storie. Il DST è anche un potente strumento di insegnamento per stimolare gli studenti a riflettere, autovalutare e divulgare le proprie capacità individuali e i risultati dell'apprendimento attraverso narrazioni mediatiche accattivanti (storie digitali, foto, CV, ecc.).

# CHI SIAMO ?

## Chapter 2



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



EDUSTORYTELLING

## Chi siamo?

### MV INTERNATIONAL, Italia

MV International (MVI) è una rete di 35 ONG europee (una per Paese e con membri in ciascuno dei 27 Paesi dell'UE), 7 organizzazioni associate provenienti da Africa (Camerun, Kenya, Senegal e Uganda), America Latina (Argentina e Perù) e Asia (India) con l'obiettivo di promuovere la progettazione partecipata tra ONG favorendo lo scambio di conoscenze tra professionisti nel campo della progettazione europea.

Creata nel 2012, MVI è oggi un attore globale che collabora strettamente con le 35 organizzazioni che ne fanno parte, con le ONG internazionali e con gli stakeholder del settore pubblico e privato. I suoi migliaia di membri individuali provenienti da 27 Paesi europei rappresentano un gruppo eterogeneo di persone attive nell'ambito dei progetti europei, dei giovani, dell'educazione non formale, dell'imprenditoria sociale, dello sport e delle attività culturali. MVI ha una crescente esperienza nella creazione di nuovi consorzi tematici, nella promozione di nuovi partenariati, nello sviluppo e nell'attuazione di progetti europei e nell'organizzazione di congressi, conferenze e audizioni europee di alto profilo. Per raggiungere questi obiettivi, il MVI si concentra su tre aree chiave: le attività di progetto, l'educazione e le iniziative di policymaking/advocacy.

Oltre a promuovere eventi e programmi educativi, l'MVI partecipa a pieno titolo al dibattito pubblico sull'impegno della società civile nei suoi temi di interesse e cerca di influenzare le politiche in questi settori.

ENGO MVI è un'"associazione di associazioni" senza scopo di lucro che intende svolgere attività di coinvolgimento sociale e di costruzione di comunità per i suoi membri e per le parti interessate (terze) incoraggiando la partecipazione, la libertà e la dignità dei suoi membri. MVI opera come una piattaforma globale, aperta a organizzazioni e individui con competenze specifiche nei settori dell'imprenditoria sociale, dell'educazione non formale e della sostenibilità. L'ENGO è coordinata attraverso i suoi uffici operativi con sede a Sassari (Italia).

### COMPARATIVE RESEARCH NETWORK EV, Germania

La Rete di Ricerca Comparativa è stata fondata nel 2007 e da allora lavora nel campo dell'educazione degli adulti e della ricerca. La Rete CRN è specializzata in attività di formazione nell'ambito delle competenze interculturali, dell'apprendimento intergenerazionale, della mobilità e della migrazione. Inoltre, il CRN è specializzato nella creazione e nell'esecuzione di processi di valutazione e disseminazione. Il CRN ha recentemente acquisito, attraverso vari progetti, sia come coordinatore che come partecipante, competenze in materia di game design nell'educazione, storytelling e community reporting, dove la rete sta attualmente svolgendo attività di formazione per diversi gruppi target. Essendo organizzata come rete transnazionale, CRN ha una portata internazionale. Attualmente impiega 4 persone a tempo indeterminato e circa 10 freelance, e ha una rete di oltre 120 membri, dislocati in quasi tutti i Paesi europei. In quanto ONG, il CRN è orientato al non profit e svolge una parte fondamentale del suo lavoro su base



volontaria. I principali gruppi target del CRN sono i gruppi emarginati, come le persone che vivono in condizioni di disagio, aree rurali remote, anziani e disoccupati. In generale, il CRN cerca di collegare le scienze sociali con le azioni della società civile, per questo si è unito a diverse reti locali, nazionali e transnazionali. Nel suo lavoro europeo come fornitore di formazione per adulti, il CRN ha già coordinato 4 partenariati Erasmus Plus e ha partecipato ad altri due. Ai nostri corsi di formazione interculturale hanno partecipato in tre anni più di 200 facilitatori (insegnanti, formatori) provenienti da tutti i Paesi del programma. Nel settore della ricerca, il CRN ha partecipato come impact partner e facilitatore ad alcuni progetti del 5° PQ-7 e di Horizon 2020. Il CRN è presente in più di 30 università in tutta Europa. Come ultimo risultato, il CRN ha iniziato a curare e pubblicare articoli e libri scientifici e didattici. Tutte le pubblicazioni ricevono un ISBN ma sono accessibili gratuitamente e open source.

## FUNDACJA AUTOKREACJA, Polonia

La Fondazione Autokreacja mira a promuovere la partecipazione attiva nella società civile attraverso varie iniziative nel campo dell'economia sociale. Contribuiamo allo sviluppo civile, culturale ed economico della Polonia. Vogliamo porre l'accento sui problemi di diversi gruppi sociali spesso emarginati, per questo ci concentriamo sulla cooperazione con i disoccupati di lunga durata, i giovani provenienti da regioni svantaggiate, le donne disoccupate, gli anziani, gli immigrati e i rifugiati. Molti dei nostri progetti sono stati concepiti per favorire il multiculturalismo e lo scambio interculturale, mettendo insieme stili di vita, punti di vista e filosofie diverse. Siamo convinti che la condivisione, l'esperienza e il dibattito siano i modi migliori per progredire, perché ci permettono di aprirci a nuove iniziative e di accogliere con entusiasmo le possibilità di cooperazione con organizzazioni che si occupano di ambiti diversi in molti Paesi e culture del mondo. Abbiamo creato la Fondazione Autokreacja perché ci piace lavorare con le persone. Per questo motivo, nei nostri progetti investiamo tempo ed energie in iniziative che ci danno l'opportunità di interagire direttamente con le persone: organizziamo e gestiamo workshop, eventi formativi e culturali con l'obiettivo di aiutare persone di ogni estrazione sociale a sviluppare il proprio potenziale e a comunicare tra loro..

## ASOCIACION JUVENIL INTERCAMBIA, Spagna

Intercambia è un'associazione coinvolta dal 2001 in progetti e fondi internazionali ed europei (ex Programma Gioventù in Azione e Programma di Apprendimento Permanente, altri programmi europei e internazionali e il nuovo Programma ERASMUS+). Le attività principali di Intercambia si basano sull'apprendimento interculturale, utilizzando l'educazione non formale e le azioni dei programmi giovanili per incoraggiare la partecipazione dei giovani nel contesto internazionale, abolendo così le barriere tra i Paesi, riducendo il razzismo e promuovendo la tolleranza tra le diverse culture. L'organizzazione vuole incoraggiare le iniziative dei giovani, sostenendoli con informazioni, strumenti e formazione per aiutarli a raggiungere i loro obiettivi.

## VISOKA POSLOVNA SKOLA PAR, Croatia

La Business School PAR è stata fondata nel 2011 e si inserisce nella tradizione di formazione professionale rivolta agli adulti iniziata con la Business Academy Rijeka cinque anni prima. Sin dall'inizio, l'obiettivo di PAR è stato quello di sviluppare programmi di formazione e consulenza aziendale di alto livello, basati sull'esperienza, sulla valutazione realistica delle esigenze economiche e sulla continua ricerca di innovazioni e tendenze professionali e scientifiche. Dal 2011, BS PAR ha attivato anche il programma di studio accreditato Business Management, con l'obiettivo di formare studenti giovani, moderni e orientati all'imprenditoria, rispondendo così all'esigenza di futuri studenti che desiderano un tipo di formazione diverso. Ad oggi, la Business School PAR, oltre ad operare come istituto di istruzione superiore, è anche leader nel campo dell'educazione degli adulti nella contea di Primorje-Gorski Kotar, in Croazia. Il Centro di apprendimento permanente opera come un ramo di formazione per adulti completamente integrato all'interno dell'istituto, offrendo un'esperienza unica per gli studenti adulti che desiderano riqualificarsi o aumentare le proprie competenze e migliorare il proprio vantaggio competitivo sul mercato del lavoro. In quanto HEI focalizzato sull'educazione permanente, il PAR offre una gamma completa di seminari, corsi, formazione e workshop nel campo della gestione delle risorse umane e dello sviluppo personale e professionale. L'enfasi di questi programmi è posta sul lavoro di squadra, la comunicazione, lo sviluppo delle capacità di presentazione, la gestione, le vendite, il marketing, la finanza, la contabilità, la logistica e i progetti UE. La BS PAR si impegna a promuovere i valori dell'apprendimento permanente, a creare un atteggiamento positivo verso l'apprendimento e ad aprirsi a nuove opportunità di apprendimento. La Business School PAR incoraggia e valorizza l'istruzione in ogni aspetto della vita e in ogni sua forma. PAR sviluppa il capitale umano dei suoi dipendenti e docenti investendo continuamente nel loro sviluppo professionale attraverso varie attività formative, conferenze nazionali e internazionali e coaching personale e aziendale.

## EDUFORMA SRL, Italia

Eduforma è un ente di formazione professionale fondato nel 2003. Nasce come società finalizzata alla progettazione, commercializzazione, organizzazione ed erogazione di interventi formativi, informativi e di orientamento professionale. La struttura ha sempre privilegiato il monitoraggio delle risorse umane nelle aziende, partendo dall'analisi dei dipendenti, anziché dell'organizzazione, ed è stata una delle prime in Veneto a introdurre logiche di bilancio delle competenze e sistemi premianti. Eduforma offre servizi di formazione e consulenza manageriale; è specializzata nello sviluppo delle risorse umane, aumentando le capacità delle persone di affrontare i problemi professionali relativi alle loro competenze specifiche nell'azienda in cui lavorano. Concentrandosi sul miglioramento continuo dell'organizzazione aziendale, Eduforma aiuta il management a compiere scelte strategiche, dall'analisi dei bisogni alla pianificazione degli interventi, dalla loro realizzazione all'analisi dei risultati. Eduforma persegue la sua missione supportando le organizzazioni nell'accrescere le capacità decisionali dei manager, la responsabilità, la capacità di gestire le emergenze e lo sviluppo del lavoro di squadra. Eduforma è anche impegnata nella produzione, importazione e commercializzazione di software e soluzioni ICT. Coerentemente con i suoi valori, Eduforma ha adottato il sistema di gestione della qualità

in conformità alla normativa ISO 9001:2008. Eduforma offre alle PMI e alle imprese sociali i seguenti servizi:

- CONSULENZA MANAGERIALE
- COACHING PERSONALE E AZIENDALE
- FORMAZIONE AZIENDALE

# CHE COS'È QUESTA GUIDA?

## Chapter 3



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



EDUSTORYTELLING

## Che cos'è questa Guida?

La **Guida DigiStories** si propone di essere una risorsa educativa di riferimento nel campo dell'educazione degli adulti, contenente linee guida, consigli e metodologie per gli educatori di adulti e le parti interessate a utilizzare il Digital Storytelling come strumento per favorire l'acquisizione di competenze digitali negli studenti adulti e in particolare in quelli con un background svantaggiato.

Più specificamente, la guida DigiStories può essere considerata uno strumento complementare al curriculum. Si tratta di un manuale di riferimento per gli educatori, che fornisce una panoramica delle lezioni apprese, dei risultati attesi, dei risultati dell'apprendimento e degli esempi di contesti educativi a cui il curriculum può essere applicato.

La Guida DigiStories presenta i risultati di un'ampia ricerca sulle migliori pratiche educative del Digital Storytelling e i risultati della sperimentazione del curriculum EduStorytelling in condizioni di formazione reali.

Per un coinvolgimento efficace dei discenti adulti, vi consigliamo di combinare le linee guida contenute nella Guida con una lettura complementare del Curriculum EduStorytelling, perché questo vi aiuterà a integrare la narrazione digitale nei vostri corsi con un valore reale.

### **Metodologia**

*Generale:* Educazione non formale

Il termine Educazione non formale (ENF) si riferisce a qualsiasi azione educativa che si svolge al di fuori del sistema educativo formale. L'NFE è parte integrante di un concetto di apprendimento permanente che assicura che giovani e adulti acquisiscano e mantengano le competenze, le abilità e le disposizioni necessarie per adattarsi a un ambiente in continua evoluzione. In genere, la parte più consistente dell'educazione non formale è svolta da organizzazioni non governative impegnate nel lavoro con la comunità e con i giovani.

Inoltre, i processi educativi promossi dall'ENF favoriscono lo sviluppo di programmi e metodologie flessibili, in grado di adattarsi alle esigenze e agli interessi dei partecipanti, per i quali il tempo non è un fattore prestabilito ma dipende dai ritmi di lavoro. Ciò significa che l'apprendimento NF include varie situazioni di apprendimento strutturato che non hanno il livello di curriculum, syllabus, accreditamento e certificazione associati all'"apprendimento formale", ma hanno una struttura maggiore di quella associata all'"apprendimento informale", che tipicamente si svolge naturalmente e spontaneamente come parte di altre attività.

*Specifico:* Storytelling digitale

Lo Storytelling digitale descrive un processo semplice e creativo attraverso il quale persone con poca o nessuna esperienza di computer acquisiscono le competenze necessarie per raccontare una storia personale sotto forma di film di due minuti utilizzando prevalentemente immagini fisse. In termini metodologici, gli usi del digital storytelling spaziano da un mezzo per esprimere la creatività a un metodo di ricerca su questioni di

salute locale o a un mezzo per preservare l'identità di una comunità e una forma di storia orale.

Come nel caso dello Storytelling tradizionale, la maggior parte delle storie digitali si concentra su un argomento specifico e contiene un particolare punto di vista. Tuttavia, come suggerisce il nome, le storie digitali di solito contengono media come testo, immagini, video, audio, elementi di social media ed elementi interattivi (ad esempio, mappe digitali). Anche gli argomenti utilizzati per il Digital Storytelling possono essere molto diversi, a partire dai racconti personali, alla narrazione di eventi storici, all'esplorazione della vita nella propria comunità.

Gli usi del digital storytelling come metodologia educativa vanno da un mezzo per esprimere la creatività, a un metodo di ricerca per i problemi di salute locale o a un mezzo per preservare l'identità di una comunità e una forma di storia orale. Questo lo rende uno strumento molto flessibile e adattabile a situazioni e gruppi target diversi.

Il punto di forza della metodologia del Digital storytelling è quello di permettere ai partecipanti di: raccontare la propria storia insieme all'apprendimento delle competenze dei media digitali, rafforzare la fiducia e l'autostima, aiutando i partecipanti nel processo di auto-emancipazione perché il metodo pone le storie sotto il controllo del narratore aiutandolo a sensibilizzare in un ambiente sicuro.

# INTERV ISTE SULL'E MPATI A

## Chapter 4



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



EDUSTORYTELLING

## Interviste sull'empatia

Conducendo interviste empatiche, abbiamo cercato di mettere a fuoco i punti chiave della metodologia dello Storytelling. Per farlo, abbiamo intervistato diversi educatori e formatori che hanno utilizzato questo strumento con gruppi svantaggiati e abbiamo cercato di mettere in luce i risultati ottenuti attraverso le sessioni di interviste.

Tutti gli intervistati hanno sottolineato la capacità dello Storytelling di adattarsi a diversi gruppi target e l'estrema flessibilità dello strumento in questo senso. Hanno sostenuto che questa metodologia può essere utilizzata in contesti diversi e con gruppi target che provengono da contesti diversi. Tuttavia, gli intervistati hanno sottolineato che, per utilizzare lo Storytelling in modo efficace, è necessario avere una solida conoscenza della metodologia, per poterla applicare insieme a una buona comprensione del gruppo target coinvolto per adattare l'esperienza alle esigenze contestuali.

Per quanto riguarda le esperienze degli educatori, la metodologia dello Storytelling è stata declinata in modi diversi a seconda del gruppo target con cui si sono trovati a lavorare. Ad esempio, con un gruppo di adulti con disabilità, lo Storytelling è stato attuato in due sessioni: nella prima parte l'intero gruppo è stato coinvolto in una lettura di fiabe/favole e, in secondo luogo, a partire dagli esempi, è stato chiesto ai partecipanti di costruire la propria storia personale. Questo esercizio ha permesso ai partecipanti di attuare un momento di auto-analisi dei propri punti di forza e di debolezza, stimolandoli a esprimere se stessi e la propria creatività in una comunità in ascolto e ricettiva.

Altri educatori hanno avuto l'opportunità di lavorare con adulti migranti e hanno utilizzato lo storytelling soprattutto per il potenziale di creatività che contiene. In queste occasioni le persone coinvolte hanno trovato un ambiente sicuro in cui è stato chiesto loro di raccontare liberamente le proprie storie e di mettere in moto la propria creatività per stimolare l'interazione e, soprattutto, per aiutarle a migliorare la consapevolezza delle proprie capacità.

In entrambi questi esempi, lo Storytelling può essere definito un efficace strumento di empowerment perché permette alle persone coinvolte di esprimersi liberamente, di prendere coscienza di sé e di iniziare a relazionarsi con un gruppo in modo rilassato, senza sentirsi giudicati.

Le competenze che gli educatori ritengono necessarie per svolgere questo tipo di attività, oltre a una conoscenza preliminare del gruppo target e della metodologia utilizzata, sono la capacità di ascolto, una buona capacità di comunicazione e una buona dose di empatia e pazienza.

Gli educatori, alla domanda su come espandere l'efficacia della metodologia dello Storytelling, hanno citato il potere dei media e della tecnologia in generale. Lo Storytelling, infatti, è considerato uno strumento che ben si sposa con la sua implementazione perché attraverso l'uso/creazione di video, immagini, audio, ecc. non solo si amplifica l'efficacia dello Storytelling, ma anche il coinvolgimento dei gruppi target.



# LE MIGLIO RI PRATIC HE

## Chapter 5



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



EDUSTORYTELLING

## The Best Practices

### MV International

<b>TITOLO della buona pratica:</b>	I rifugiati sono persone normali in circostanze straordinarie (Workshop del progetto IntegrArt)
Organizzazione:	L'Officina della Memoria
CONTATTO:	0742/356378, <a href="mailto:officinadellamemoria@tin.it">officinadellamemoria@tin.it</a>

<b>I. Scopo della pratica narrativa</b>
<p><b>1. Qual è l'obiettivo della pratica?</b></p> <p>Il progetto IntegrArt cerca di sfidare questo discorso mediatico, rafforzando la rappresentazione di gruppi marginali come i richiedenti asilo e i rifugiati. IntegrArt invita i cittadini a riflettere in modo più critico sull'integrazione dei rifugiati. I progetti artistici sono in grado di attirare l'attenzione del pubblico sulla necessità di ripensare e rivalutare gli attuali approcci nei confronti dei richiedenti asilo e dei rifugiati e di incoraggiare atteggiamenti culturalmente più sensibili, empatici e privi di pregiudizi.</p>
<p><b>2. Chi è il gruppo target?</b></p> <p>Rifugiati e richiedenti asilo e pubblico in generale</p>
<p><b>3. Quali sono le esigenze di apprendimento del gruppo target?</b></p> <p>Imparare il digital storytelling, rafforzare l'integrazione di richiedenti asilo e rifugiati</p>
<p><b>4. In quale settore viene utilizzata la pratica?</b></p> <p>Attivismo sociale</p>
<p><b>5. Quali sono i vantaggi per il gruppo target?</b></p> <p>Essere più aperti e in grado di pensare in modo più critico all'integrazione dei rifugiati.</p>

## 6. Come si incoraggiano gli studenti emarginati a partecipare?

Le persone condivideranno i loro sentimenti e pensieri relativi al loro status, alla società in cui vivono e a ciò che le ha portate nella nuova società.

## II. Metodi e strumenti utilizzati durante la pratica dello storytelling

### 1. What are the main methods, tools and means used in digital and non-digital storytelling practice?

Il laboratorio di digital storytelling si è svolto una volta alla settimana, per un mese, nell'ambito del corso di lingua italiana per studenti stranieri. L'obiettivo era quello di utilizzare il metodo del digital storytelling per incoraggiare i partecipanti a praticare la lingua italiana attraverso la scrittura della propria storia, il racconto e l'ascolto delle storie degli altri. Da un gruppo di quindici persone presenti al primo incontro introduttivo sono state prodotte nove storie di migranti provenienti da Afghanistan, Mali, Pakistan, Bangladesh, Turchia e Somalia. Poiché i partecipanti avevano difficoltà con la lingua italiana, abbiamo deciso di dedicare più tempo al cerchio delle storie, all'attività di scrittura e alla registrazione vocale. La ripetizione delle storie, condivise all'interno del gruppo, ha creato un ambiente di sostegno, in cui tutte le parole pronunciate avevano una rilevanza. Gli strumenti linguistici e discorsivi hanno lentamente trasformato la memoria e l'immaginazione, più o meno confusa, in un oggetto che esiste al di fuori del soggetto in uno spazio condiviso con gli altri (Jedlowsky 2009).

### 2. Che tipo di risorse e strutture sono necessarie per replicare la pratica?

Dispositivo di registrazione vocale, magari una telecamera per registrare i partecipanti, tablet o pc.

### 3. Come garantire un'atmosfera sicura e assicurare che la pratica sia eseguita in modo etico?

I partecipanti devono ascoltare attentamente le storie degli altri, senza interrompere. In questo modo tutti i partecipanti saranno in grado di superare la barriera marina da cui sono stati presi e di percepirsi non all'interno di un eterno presente, senza casa, senza orizzonte, ma di oggettivare a se stessi l'orizzonte delle proprie aspettative future.

## III. Resiti e impatto della pratica dello storytelling

### 1. Quali sono i principali risultati della pratica?

I partecipanti hanno sviluppato competenze e raccontando la loro storia hanno completato l'utilità del workshop.

**2. Che tipo di nuove abilità e competenze sono state sviluppate nel corso della pratica?**

I partecipanti sono stati in grado di abbattere la barriera linguistica e hanno sviluppato capacità di editing modificando le proprie storie con l'uso del tablet. Hanno sviluppato le loro capacità di comunicazione

**3. Che impatto ha avuto la pratica dello storytelling su individui, organizzazioni e/o società?**

Gli individui che hanno partecipato al workshop hanno avuto l'impatto di poter comunicare le loro storie e di sentirsi integrati nel team.

**4. Come fate a garantire che gli studenti dei gruppi emarginati possano utilizzare il metodo anche dopo la fine del corso?**

Le storie prodotte nel workshop sono state caricate sul sito web del progetto e successivamente è stata allestita una mostra con le storie e le foto delle persone. La mostra si chiamava "Migranti per forza".

**IV. Punti di apprendimento chiave della pratica della narrazione**

**1. Quali elementi della pratica della narrazione possono essere trasferiti ad altri programmi di studio?** È facilmente trasferibile ad altri programmi di studio, metodi, strumenti, finalità e risultati.

**2. Come si può trasferire la pratica in altri contesti?**

In base all'argomento trattato, i partecipanti possono utilizzare le competenze di digital storytelling.

**3. Poiché ci concentriamo sulla narrazione per i gruppi emarginati, scrivete una storia di successo di questa pratica.**

I partecipanti hanno scritto le loro storie e poi, con l'aiuto di un tablet, le hanno registrate e modificate; in seguito hanno condiviso questi materiali. Una delle partecipanti Kia ha condiviso la sua storia. "Il mio più grande amore è la musica. Mi chiamo Kia, ho vent'anni. Sono afgana. Ho vissuto in Italia per sei mesi. A diciassette anni è nata la mia passione per il rap, che ancora oggi è il mio genere preferito. La prima volta che ho cantato davanti a un pubblico è stato in Iran tre anni fa. Appena sono salita sul palco, mi sono sentita molto emozionata e felice. Ora ascolto molto rap italiano. Lo trovo molto utile anche per imparare la lingua. Mi piace anche il rap degli stranieri. Spero che la mia passione duri anche in futuro. Mi piacerebbe stabilirmi in Italia, trovare un lavoro, andare avanti con la palestra, trovare eventi rap dove cantare".

<b>TITOLO della buona pratica:</b>	<b>Coinvolgere le comunità partecipative nel Patrimonio culturale: L'uso del Digital Storytelling in Sicilia</b>
Organizzazione:	
CONTATTO:	Elisa Bonacini

<b>I. Scopo della pratica narrativa</b>
<p><b>1. Qual è l'obiettivo della pratica?</b></p> <p>L'obiettivo del progetto è stato quello di cercare di colmare la documentata lacuna della comunicazione culturale digitale siciliana (Bonacini, 2012): molti musei siciliani non hanno nemmeno un sito web e, fino all'inizio del progetto, quasi nessuno di essi aveva pubblicato online le proprie collezioni. Inoltre, non esistevano finora strategie di comunicazione culturale in Sicilia.</p>
<p><b>2. Chi è il gruppo target?</b></p> <p>Studenti e insegnanti sono stati formati per acquisire le competenze necessarie a creare audioguide attraverso lo storytelling e un maggior numero di comunità locali del patrimonio è stato coinvolto per creare una rete di storyteller su scala regionale: l'Assessorato Regionale al Turismo con i suoi Uffici Turistici locali, molti comuni, musei, istituzioni, reti museali, associazioni, operatori culturali e turistici, scuole e le Università di Catania e Palermo con progetti educativi, come work-shop o lezioni universitarie e tesi di laurea.</p>
<p><b>3. Quali sono le esigenze di apprendimento del gruppo target?</b></p> <p>Sviluppare nuove forme di partecipazione culturale, inclusività e coesione sociale, mettendo in atto buone pratiche di co-creazione di contenuti culturali digitali, attraverso una serie di azioni: promuovendo nuove relazioni tra le persone e il loro patrimonio; rafforzando la sinergia tra le comunità locali del patrimonio; trasformandole in comunità partecipative..</p>
<p><b>4. In quale settore viene utilizzata la pratica?</b></p> <p>Educazione e patrimonio culturale</p>
<p><b>5. Quali sono i vantaggi per il gruppo target?</b></p>

Chi ha partecipato al progetto si è impegnato con le proprie storie, con le proprie voci, diventando così testimone digitale del proprio patrimonio, contribuendo a farlo conoscere e a renderlo fruibile. Motivati a valorizzare meglio il proprio patrimonio, contribuiscono così a rafforzare l'identità locale e il senso di appartenenza al proprio territorio. Il progetto si è trasformato in un processo partecipativo: circa 3000 persone sono diventate "Ciceroni digitali" del proprio patrimonio, dai bambini delle scuole elementari agli stessi curatori dei musei. Alla fine, ogni singola istituzione del patrimonio ha certificato tutti i contenuti prodotti e le persone che hanno co-creato le audioguide sono state sempre accreditate.

## II. Metodi e strumenti utilizzati durante la pratica dello storytelling

### 1. Quali sono i principali metodi, strumenti e mezzi utilizzati nella pratica dello storytelling digitale e non?

Metodi partecipativi e tecniche di storytelling sono stati utilizzati per coinvolgere le comunità patrimoniali nella promozione del patrimonio e delle collezioni locali (archeologiche e storico-artistiche, etno-antropologiche, opere d'arte contemporanea, riserve naturalistiche, riti religiosi e cibi tradizionali, ecc.) È stata adottata una modalità narrativa, scegliendo uno stile descrittivo, semplice e accattivante, estraendo l'universo di storie che il patrimonio culturale racchiude dietro la divulgazione scientifica.

### 2. Che tipo di risorse e strutture sono necessarie per replicare la pratica?

Replicare il progetto così com'è stato potrebbe essere difficile perché era rivolto a una regione e a un argomento specifici, ma i metodi utilizzati possono essere utili in ogni altro argomento.

## III. Risultati e impatto della pratica dello storytelling

### 1. Quali sono i principali risultati della pratica?

Il risultato è stato la creazione di 180 audioguide supplementari per le attrazioni turistiche della Sicilia.

### 2. Che tipo di nuove abilità e competenze sono state sviluppate nel corso della pratica?

Tra gli studenti, 4 hanno partecipato al progetto con progetti di tirocinio o tesi (1 MA; 1 BA; 1 PHD); gli altri sono stati coinvolti in progetti scolastici (16 Scuola Primaria: 9,8%; 96 Scuola Secondaria di Primo Grado: 58,9%), universitari (22 dal workshop: 13,5%; 13 da un progetto di disseminazione) e post-laurea (12 studenti MA: 7,4%). Gli studenti hanno rielaborato materiale scientifico fornito dalle istituzioni (72,4%) e fatto ricerche bibliografiche (57,1%); quasi tutti hanno raccontato in prima persona (77,3%), mentre un numero minore ha prodotto foto (31,9%) o video (9,2%). Gli studenti di livello più alto (13,8%), che hanno partecipato a laboratori universitari o hanno pubblicato i loro lavori a sostegno della tesi, hanno creato l'intera audioguida.

### **3. Che impatto ha avuto la pratica dello storytelling su individui, organizzazioni e/o società?**

Quasi all'unanimità hanno risposto di aver favorito la visibilità del loro patrimonio (98,8%); di considerare molto bene (65% eccellente; 30,1% buono) l'esperienza di creazione e caricamento sulla piattaforma di contenuti culturali (57,4% eccellente; 38,3%buono); di considerare izi.TRAVEL come uno strumento di grande utilità nella promozione del patrimonio culturale. La maggior parte di loro (84,7%) non conosceva izi.TRAVEL prima d'ora, ma quasi all'unanimità intende suggerire ai propri amici la piattaforma e si ritiene soddisfatta (69,9% molto soddisfatta; 23,3% soddisfatta). Gli studenti hanno giudicato positivamente la loro partecipazione a questo progetto di co-creazione e partecipazione, imparando di più sul loro patrimonio (69,9%) e raccontando in prima persona il loro patrimonio (59,5%), felici che sia finalmente accessibile in formato digitale (62%).

### **4. Come si fa a garantire che gli studenti dei gruppi emarginati possano utilizzare il metodo anche dopo la fine del corso??**

Tutti potranno godere dei risultati di questo processo e il metodo è pronto per essere utilizzato da chiunque.

## **IV. Punti di apprendimento chiave della pratica della narrazione**

### **1. Quali elementi della pratica della narrazione possono essere trasferiti ad altri programmi di studio?**

I metodi e i risultati

### **2. Come si può trasferire la pratica in altri contesti?**

Modificando l'argomento, è possibile trasferirlo ad altri programmi di studio e impostazioni.

### **3. Poiché ci concentriamo sulla narrazione per i gruppi emarginati, scrivete una storia di successo di questa pratica.**

Uno dei progetti studenteschi di maggior successo è stato quello in collaborazione con l'Istituto "Lombardo Radice-Pappalardo" di Castelvetrano (Trapani). Circa 900 studenti (di 66 classi) hanno prodotto tre audioguide per il Parco Archeologico di Selinunte e CusaQuarries, supervisionati da un totale di 50 insegnanti.

Gli studenti delle classi della scuola primaria hanno prodotto Templi e Metope-Guida per bambini, pubblicata anche in lingua inglese. Tutte le classi della Scuola secondaria di primo grado hanno lavorato su due audio.

## **COMPARATIVE RESEARCH NETWORK EV**

<b>TITOLO della buona pratica:</b>	Loesje Campaign
<b>Organizzazione:</b>	Loesje Foundation
<b>CONTATTO:</b>	<a href="https://www.loesje.org/">https://www.loesje.org/</a>

## Scopo della pratica della narrazione

### 1. Qual è l'obiettivo della pratica?

Creare campagne sociali basate sulla co-creazione di messaggi divertenti e consumabili intorno a un tema specifico. Gli slogan di Loesje possono essere condivisi sia come poster offline che in campagne online.

### 2. Chi è il gruppo target?

Qualsiasi gruppo target, che voglia trovare i propri messaggi/narrazioni

### 3. Quali sono le esigenze di apprendimento del gruppo target?

L'evento può essere svolto offline o online. Non sono necessarie competenze digitali. La campagna è di livello principiante, senza alcuna conoscenza preliminare.

### 4. In quale settore viene utilizzata la pratica?

Viene utilizzato per l'attivismo, le campagne sociali ma anche per l'educazione.

### 5. Quali sono i vantaggi per il gruppo target?

Pensiero critico, costruzione di messaggi, consapevolezza sociale

### 6. Come si incoraggiano gli studenti emarginati a partecipare?

Possono creare slogan e manifesti che esprimono le loro opinioni, le loro richieste o le loro esperienze - questo li aiuta a responsabilizzarsi e a partecipare con i loro bisogni e le loro storie al discorso generale.

## Metodi e strumenti utilizzati durante la pratica dello storytelling

### 1. Quali sono i principali metodi (vedi II 2), strumenti e mezzi utilizzati nella pratica dello storytelling digitale e non digitale?

La prima fase è un'attività di brainstorming, che può essere svolta sia in digitale che offline. Il processo di creazione degli psoter richiede un computer e deve essere fatto in digitale, ma



la fase di condivisione può essere fatta di nuovo offline o online, a seconda degli studenti e dell'obiettivo del workshop.

## **2. Che tipo di risorse e strutture sono necessarie per replicare la pratica?**

Canvas per il brainstorming e la strutturazione dei pensieri (questo può essere fatto sia con carta e post-it che con padlet, lavagna condivisa online. I poaster devono essere creati e stampati nella versione offline con i computer, mentre online possono essere condivisi direttamente - le persone devono comunque sapere come trasformare i documenti word/pdf in jpg/pngs.

## **3. Come garantire un'atmosfera sicura e assicurare che la pratica sia eseguita in modo etico?**

La discussione sugli slogan deve avvenire in gruppo e il gruppo deve decidere all'unanimità quale condividere per la campagna. In generale devono essere seguite le linee guida di Loesje International, assicurando che non vengano promossi discorsi di odio, razzismo o sessismo.

## **Risultati e impatto della pratica dello storytelling**

### **1. Quali sono i principali risultati della pratica?**

A breve termine: i partecipanti lavorano e definiscono gli argomenti che hanno un impatto su di loro e con i quali pensano di dover lavorare. In questo modo i temi attuali possono essere discussi, forse risolti, ma sicuramente affrontati.

A lungo termine: I partecipanti diventano più sicuri di parlare dei problemi della loro vita, si impegnano nell'attivismo e formulano richieste. In questo modo vengono responsabilizzati e incoraggiati a partecipare alla discussione generale sulla società.

### **2. Che tipo di nuove abilità e competenze sono state sviluppate nel corso della pratica?**

Campagne, competenze comunicative, pensiero critico, comprensione delle narrazioni, competenze mediatiche, empowerment, consapevolezza di sé.

### **3. Che impatto ha avuto la pratica dello storytelling su individui, organizzazioni e/o società?**

Loesje vuole interagire con le persone, in modo che chiunque possa vedere e lasciarsi ispirare dai suoi manifesti senza dover pagare un biglietto d'ingresso o acquistare una rivista specifica. I gruppi di Loesje fanno un uso pratico della loro libertà di parola scrivendo e diffondendo i loro testi sui manifesti. La libertà di opinione e di espressione sono diritti umani fondamentali, inclusi nella Dichiarazione universale dei diritti umani. Negli ultimi anni, Loesje ha condotto molti progetti internazionali di successo sui diritti umani; per maggiori informazioni, consultare la sezione Progetti. In alcuni Paesi in cui Loesje è presente, la libertà di parola è parte della Costituzione ed è comunemente praticata. Anche nei Paesi in cui la libertà di parola è data per scontata, esistono leggi locali che stabiliscono come e

dove ci si può esprimere: ad esempio, dove è consentito diffondere manifesti. Chiunque diffonda un manifesto di Loesje è responsabile delle proprie azioni; Loesje non dà incarichi per attaccare i manifesti. Essere legalmente autorizzati a dire ciò che si pensa non significa avere l'opportunità di farsi ascoltare. Ovunque Loesje sia presente, cerca di ispirare gli altri con esempi pratici di libertà di opinione e di espressione. I manifesti di Loesje sono facilmente accessibili su Internet e sono in bianco e nero, quindi facili da stampare per chiunque. In molti luoghi cerca anche di prendere posizione a favore dello spazio pubblico come luogo per i cittadini e non come spazio in cui solo le forze commerciali possono diffondere i loro messaggi.

Fonte://loesje.de

#### **4. Come fate a garantire che gli studenti dei gruppi emarginati possano utilizzare il metodo anche dopo la fine del corso?**

Poiché il metodo viene insegnato direttamente e tutti i punti del metodo Loesje possono essere facilmente ripetuti, il facilitatore deve solo assicurarsi che i partecipanti abbiano accesso ai modelli e magari controllarli quando creano altre campagne. Con i partecipanti giusti, il metodo si autoalimenta.

#### **5. Come è stato misurato l'impatto dei risultati?**

I risultati sono manifesti che vengono condivisi online o in tutta la città. Il successo dei manifesti online può essere misurato in base al numero di interazioni, mentre quello dei manifesti offline può essere misurato in base al numero di manifesti distribuiti o di persone che partecipano a conversazioni sulle campagne.

Un indicatore generale è anche il numero di poster/slogan creati in un workshop.

### **Punti di apprendimento chiave della pratica della narrazione**

#### **1. Quali elementi della pratica della narrazione possono essere trasferiti ad altri programmi di studio?**

Il Metodo Loesje è un ottimo strumento per aumentare la consapevolezza di una storia o di un argomento, alla fine del processo. Il metodo può quindi essere utilizzato in molti contesti come strumento per mobilitare le storie e le narrazioni di un gruppo e condividerle con il grande pubblico. Il metodo è usato per coinvolgere in un discorso più ampio.

#### **2. Come si può trasferire la pratica in altri contesti?**

Il metodo in sé non deve essere adattato, solo gli argomenti possono variare ed essere adattabili a qualsiasi altro contesto.

Poiché sono necessarie poche competenze digitali, il metodo può essere trasferito a tutti i livelli di esperienza. Tuttavia, dal momento che la lingua è al centro dell'attenzione, in contesti multilingue è necessario stabilire degli accordi su come affrontare i problemi linguistici. In questo caso è possibile utilizzare una lingua intermedia o lasciare che tutti

lavorino nella lingua in cui si sentono più a proprio agio, il che però potrebbe portare a slogan non facilmente comprensibili nella società in generale.

### **3. Poiché ci concentriamo sulla narrazione per i gruppi emarginati, scrivete una storia di successo di questa pratica.**

Abbiamo utilizzato questo metodo con attivisti ucraini provenienti da tutte le regioni del Paese. Li abbiamo sfidati a creare slogan per una campagna di dialogo sulla guerra nel Paese. I partecipanti hanno creato dei manifesti e li hanno appesi in tutta la città di Dnipro, coinvolgendo molti abitanti del luogo a discutere con loro, ma anche sui manifesti, che hanno avviato una conversazione più ampia sulla guerra e sulla pace, allontanando l'amarezza del conflitto attuale.

Le attività hanno ottenuto un maggiore coinvolgimento e si è aperta una discussione più ampia a livello locale sull'esperienza collettiva, che di solito è piuttosto politicizzata (ad esempio, le persone vengono definite non patriottiche o sostenitrici del nemico se parlano di pace in altri contesti).

<b>TITOLO della buona pratica:</b>	<b>Empathy Interviews</b>
Organizzazione:	Comparative Research Network e.V.
CONTATTO:	<a href="http://www.crnonline.de">www.crnonline.de</a>

## Scopo della pratica della narrazione

### 1. Qual è l'obiettivo della pratica?

Le interviste empatiche sono utilizzate per motivare le persone a raccontare le loro storie in modo semi-strutturato. L'obiettivo è quello di concentrarsi sull'argomento dell'intervistatore da un lato e sulle pulsioni e sulla libertà di parola dell'intervistato dall'altro.

### 2. Chi è il gruppo target?

Le interviste di empatia fanno parte del processo di design thinking. Le interviste possono essere utilizzate da chiunque sia interessato a un'esplorazione aperta di un argomento o di un problema.

### 3. Quali sono le esigenze di apprendimento del gruppo target?

L'intervista empatica richiede una certa dose di pensiero analitico per chi la svolge. L'intervistatore può appartenere a qualsiasi gruppo di studenti. Poiché le interviste sono solitamente registrate, sono necessarie alcune competenze digitali e di editing, ma a livello di principianti.

### 4. In quale settore viene utilizzata la pratica?

Il metodo fa parte del processo di pensiero critico progettuale. Viene utilizzato da imprenditori e scienziati, ma anche in qualsiasi altra forma di attivismo che sia interessata a una discussione aperta su un argomento.

Può essere utilizzato come parte del processo di valutazione dei bisogni nella gestione dei progetti.

### 5. Quali sono i vantaggi per il gruppo target?

Gli studenti ricevono una tecnica che permette loro di esplorare un argomento o un bisogno e di raccogliere opinioni e prospettive dalla loro comunità. Ad esempio, la domanda "Cosa ti rende felice? Può dare luogo a un'enorme varietà di risposte, che rappresentano meglio la realtà rispetto a un'intervista strutturata..

### 6. Come si incoraggiano gli studenti emarginati a partecipare?

I partecipanti vengono incoraggiati fornendo loro una piattaforma per le loro prospettive e, allo stesso tempo, facendo parte di un discorso più ampio della comunità.

## Metodi e strumenti utilizzati durante la pratica dello storytelling

### 1. Quali sono i principali metodi, strumenti e mezzi utilizzati nella pratica dello storytelling digitale e non?

Le interviste di empatia sono solitamente registrate in audio o video. Inoltre, dovrebbero essere svolte in un gruppo di tre persone: uno che pone la domanda, uno che risponde e un terzo che osserva la situazione.

I post-it o una lavagna digitale aiutano a strutturare le risposte.

### 2. Che tipo di risorse e strutture sono necessarie per replicare la pratica?

Macchina fotografica o telefono cellulare per la registrazione, post-it, penna per l'analisi

### 3. Come garantire un'atmosfera sicura e assicurare che la pratica sia eseguita in modo etico?

L'intervistatore riceve un briefing sulle interviste etiche e su come trattare i dati registrati.

## Risultati e impatto della pratica dello storytelling

### 1. Quali sono i principali risultati della pratica?

A breve termine: i discenti conoscono i loro coetanei e le opinioni della loro comunità, che potrebbero contrastare le loro preconoscenze.

A lungo termine: I colloqui di empatia aiutano a sviluppare le capacità di analisi, comunicazione e pensiero critico. Inoltre, i partecipanti aumentano le loro competenze digitali. La comunità beneficia di una discussione più ampia e di una migliore comprensione di ciò che è necessario per creare un cambiamento.

### 2. Che tipo di nuove abilità e competenze sono state sviluppate nel corso della pratica?

I partecipanti imparano a fare interviste e a lasciare che siano gli altri a guidare questo processo. Imparano ad ascoltare e ad analizzare le parole pronunciate. Imparano a modificare le registrazioni, a comprendere le narrazioni principali e a capire come classificare criticamente i risultati.

### 3. Che impatto ha avuto la pratica dello storytelling su individui, organizzazioni e/o società?

**Le Interviste sull'empatia** permettono di comprendere le emozioni, le motivazioni e le scelte dell'utente. A loro volta, queste permettono di conoscere le loro esigenze e di

progettare per soddisfarle. In questo modo le interviste empatiche aiutano a rimodellare un progetto, un servizio pubblico o anche una narrazione in generale.

#### **4. Come fate a garantire che gli studenti dei gruppi emarginati possano utilizzare il metodo anche dopo la fine del corso?**

Le competenze sono insegnate in modo pratico e sono facilmente ripetibili, quindi possono essere replicate facilmente dagli allievi.

#### **5. Come è stato misurato l'impatto dei risultati?**

I risultati possono essere misurati confrontando la narrazione/progettazione/la prospettiva degli studenti prima e dopo le interviste empatiche. In questo modo si possono rilevare cambiamenti, adattamenti o ripensamenti di un processo.

### **Punti di apprendimento chiave della pratica della narrazione**

#### **1. Quali elementi della pratica della narrazione possono essere trasferiti ad altri programmi di studio?**

Le interviste empatiche possono essere collocate all'inizio di qualsiasi processo per raccogliere e comprendere i bisogni, le intuizioni e le idee di una comunità. La ripetizione di queste interviste un paio di volte lungo il processo aiuterà a tracciare i cambiamenti.

#### **2. Come si può trasferire la pratica in altri contesti?**

Poiché il metodo è stato concepito per raccogliere idee e prospettive, è applicabile a qualsiasi tipo di gruppo, aperto alle interviste e al racconto di storie.

#### **3. Poiché ci concentriamo sulla narrazione per i gruppi emarginati, scrivete una storia di successo di questa pratica.**

Abbiamo usato una variante del metodo nel progetto Voicities, che si concentrava su quartieri emarginati e diversi. I partecipanti di Berlin-Wedding non ci hanno raccontato solo le loro esperienze di vita, ma hanno contribuito a creare e convalidare le raccomandazioni politiche. In questo modo hanno partecipato alla co-creazione di raccomandazioni su come organizzare la vita in quartieri diversi, che sono state condivise con i decisori a livello locale, nazionale ed europeo.

In questo modo, le esigenze dei cittadini sono state riconosciute nel processo decisionale politico.

**EDUFORMA SRL**

<b>TITOLO della buona pratica:</b>	<b>Metodologia Sketchnote</b>
Organizzazione:	Eduforma srl
CONTATTO:	Silvia & Dario
<b>I. Scopo della pratica narrativa</b>	

<p><b>1. Qual è l'obiettivo della pratica?</b></p> <p>Le note a schizzo servono a memorizzare, sintetizzare ma anche a facilitare la comprensione.</p>
<p><b>2. Chi è il gruppo target?</b></p> <p>I gruppi target possono essere diversi, ad esempio disoccupati che vogliono sviluppare le proprie competenze o lavoratori.</p>
<p><b>3. Quali sono le esigenze di apprendimento del gruppo target?</b></p> <p>Abilità digitali e visive per memorizzare meglio alcuni concetti</p>
<p><b>4. In quale settore viene utilizzata la pratica?</b></p> <p>Utilizzati soprattutto per le attività di comunicazione, possono essere adattati a molti settori.</p>
<p><b>5. Quali sono i vantaggi per il gruppo target?</b></p> <p>La rappresentazione di modelli e concetti con immagini aiuta le persone a migliorare le proprie capacità.</p>
<p><b>6. Come si incoraggiano gli studenti emarginati a partecipare?</b></p> <p>Imparano a prendere appunti e a rielaborare i contenuti utilizzando sketchnote. Possono imparare a combinare testo e immagini per migliorare la chiarezza, la comprensione e la memorizzazione.</p>

**II. Metodi e strumenti utilizzati durante la pratica dello storytelling**

## 1. Quali sono i principali metodi, strumenti e mezzi utilizzati nella pratica dello storytelling digitale e non?

Gli strumenti utilizzati sono note visive attraverso un mix di testo, disegni, caratteri, forme ed elementi visivi come frecce, caselle e linee.

## 2. Che tipo di risorse e strutture sono necessarie per replicare la pratica?

Servono computer portatili e soprattutto... tanta creatività!

## 3. Come si fa a garantire un'atmosfera sicura e ad assicurarsi che la pratica sia svolta in modo etico?

Le lezioni sono tenute da professionisti e quindi l'atmosfera è sempre sicura ed etica..

## III. Risultati e impatto della pratica dello storytelling

### 1. Quali sono i principali risultati della pratica?

[risultato = a breve termine, ad esempio lo sviluppo di abilità e competenze trasferibili da parte degli studenti; skillset / impatto = a lungo termine, ad esempio più attivismo, più piste ciclabili costruite].

I risultati per il gruppo target sono:

- migliorare i vostri appunti, renderli più efficaci, piacevoli da leggere e veloci da memorizzare
- imparare una tecnica che permette di riorganizzare le idee e di chiarire - presentare i progetti in modo chiaro

### 2. Che tipo di nuove abilità e competenze sono state sviluppate nel corso della pratica?

[competenze = si può scattare una foto, fare un video, comunicare con gli altri in un lavoro di squadra // Competenze: competenze digitali, alfabetizzazione mediatica, come creare una storia]

Le persone possono usare testi e immagini sulla lavagna a fogli mobili, in modo da migliorare molte competenze come la comunicazione, il digitale e il parlato.



### **3. Che impatto ha avuto la pratica dello storytelling su individui, organizzazioni e/o società?**

[impatto = cambiamento della politica e della comunità, sensazione di aver fatto qualcosa di meglio, altre prospettive sull'impatto].

L'impatto di sketchnote è che si tratta di uno strumento da utilizzare per spiegare alle persone, e soprattutto alle nuove generazioni, l'impatto che le tecnologie stanno portando nel mondo del lavoro, quali effetti ci saranno sull'occupazione e quali sono i possibili scenari.

Sketchnote viene utilizzato anche per migliorare l'efficacia delle presentazioni.

### **4. Come fate a garantire che gli studenti dei gruppi emarginati possano utilizzare il metodo anche dopo la fine del corso?**

La creazione di sketchnotes costringe a concentrarsi sul contenuto e sulla scelta delle parole, per cui anche i gruppi emarginati possono usarla per sviluppare molte abilità (ad esempio per creare un CV e apparire più attraenti sul mercato del lavoro).

### **5. Come è stato misurato l'impatto dei risultati?**

Osservazioni sui feedback dei workshop e delle lezioni.

## **IV. Punti di apprendimento chiave della pratica della narrazione**

### **1. Quali elementi della pratica della narrazione possono essere trasferiti ad altri programmi di studio?**

Participants' improved skills can be transferred to many scenarios (private, labor market, studies, ...)

### **2. Come si può trasferire la pratica in altri contesti?**

Dipende dal gruppo target del corso: se sono disoccupati o lavoratori. In ogni caso, possono utilizzare le competenze apprese durante il corso per utilizzare la metodologia dello sketchnote secondo le loro esigenze o i loro desideri.

### **3. Poiché ci concentriamo sulla narrazione per i gruppi emarginati, scrivete una storia di successo di questa pratica.**

Dato che lavoriamo anche con i disoccupati, abbiamo dedicato un workshop alle persone

<b>TITOLO della buona pratica:</b>	<b>LEGO SERIOUS PLAY METHODOLOGY</b>
Organizzazione:	Eduforma srl
CONTATTO:	Silvia & Dario

<b>I. Scopo della pratica narrativa</b>
<p><b>1. Qual è l'obiettivo della pratica?</b></p> <p>L'obiettivo di questa pratica è condividere idee, ipotesi, conoscenze e stimolare il dialogo e le discussioni costruttive per trovare soluzioni a problemi reali..</p>
<p><b>2. Chi è il gruppo target?</b></p> <p>LEGO SERIOUS PLAY è una metodologia innovativa di facilitazione, che utilizza la costruzione di mattoncini e la narrazione metaforica e che è stata utilizzata con successo in contesti aziendali, formativi, educativi, familiari e di mentoring. La utilizziamo nei nostri corsi con persone occupate o disoccupate.</p>
<p><b>3. Quali sono le esigenze di apprendimento del gruppo target?</b></p> <p>il focus delle esigenze è sul pensiero e sulla comunicazione per risolvere i problemi e acquisire una maggiore consapevolezza di sé.</p>
<p><b>4. In quale settore viene utilizzata la pratica?</b></p> <p>Questa pratica è utilizzata in contesti aziendali, formativi, educativi, familiari e di mentoring.</p>
<p><b>5. Quali sono i vantaggi per il gruppo target?</b></p> <p>Le persone possono riflettere e comprendere a fondo i problemi che affrontano e tutto ciò porta il gruppo a generare soluzioni.</p>
<p><b>6. Come si incoraggiano gli studenti emarginati a partecipare?</b></p> <p>Gli studenti emarginati sono incoraggiati a partecipare per sviluppare le capacità di dialogo e di comunicazione. Può essere importante in ogni aspetto della vita.</p>

## II. Metodi e strumenti utilizzati durante la pratica dello storytelling

### 1. Quali sono i principali metodi, strumenti e mezzi utilizzati nella pratica dello storytelling digitale e non?

Si possono usare molti metodi come il team building, il pensiero creativo, il problem solving.

### 2. Che tipo di risorse e strutture sono necessarie per replicare la pratica?

I mattoni sono la componente essenziale attraverso cui i partecipanti si esprimono e riflettono, pensando con le mani.

### 3. Come garantire un'atmosfera sicura e assicurare che la pratica sia eseguita in modo etico?

È importante che ogni partecipante possa utilizzare una buona varietà di pezzi e mattoncini in egual misura e che i pezzi siano abbastanza vari da permettere a ogni partecipante di esprimere le proprie idee.

## III. Risultati e impatto della pratica dello storytelling

### 1. Quali sono i principali risultati della pratica?

Quando i partecipanti costruiscono i propri modelli, gli danno un significato, metafore e storie, in modo da sviluppare le capacità di problem solving e di narrazione.

### 2. Che tipo di nuove abilità e competenze sono state sviluppate nel corso della pratica?

[abilità = si può scattare una foto, fare un video, comunicare con gli altri nel lavoro di squadra // Competenze: competenze digitali, alfabetizzazione mediatica, come creare una storia].

I mattoni sono progettati per facilitare le metafore e le capacità espressive dei partecipanti.

### 3. Quale impatto ha avuto la pratica dello storytelling su individui, organizzazioni e/o società?

[impatto = cambiamento della politica, comunità più grande, sentirsi meglio per aver fatto qcs, altri punti di vista sull'impatto].

LSP facilita il dialogo e la comunicazione costruttiva in gruppi di persone che si conoscono o che sono comunque legate da un rapporto.

### 4. Come fate a garantire che gli studenti dei gruppi emarginati possano utilizzare il metodo anche dopo la fine del corso?

Gli studenti emarginati possono utilizzare il metodo anche dopo la fine del corso con i membri dei loro gruppi per migliorare la comunicazione e la conoscenza reciproca.

## 5. Come è stato misurato l'impatto dei risultati?

I risultati possono essere misurati attraverso il feedback e l'osservazione.

## IV. Punti di apprendimento chiave della pratica della narrazione

### 1. Quali elementi della pratica della narrazione possono essere trasferiti ad altri programmi di studio?

Metodi, strumenti e risultati possono essere trasferiti ad altri programmi di studio.

### 2. Come si può trasferire la pratica in altri contesti?

Questa pratica può essere trasversale.

### 3. Poiché ci concentriamo sulla narrazione per i gruppi emarginati, scrivete una storia di successo di questa pratica.

Questo metodo riflette sul gioco, sulla visione professionale del giocatore (anche se è un emarginato) in modo che possa concentrarsi sui suoi obiettivi e fare una ricerca approfondita per raggiungere il suo scopo. Molti giocatori migliorano la loro carriera con questa pratica.

## FUNDACJA AUTOKREACJA

<b>TITOLO della buona pratica:</b>	<b>Digital Storytelling – Berkeley Method</b>
<b>Organizzazione:</b>	Autokreacja
<b>CONTATTO:</b>	Kasia

### V. Scopo della pratica dello storytelling

#### 1. Qual è l'obiettivo della pratica?

Il metodo Berkeley mira a responsabilizzare gli studenti a rischio di esclusione, fornendo loro strumenti per esprimere le loro storie di vita individuali in modo digitale sotto forma di brevi video. La pratica aiuta a creare nuove narrazioni che presentano le prospettive di gruppi o individui emarginati, in contrapposizione alla narrazione "a storia unica" che viene presentata dai media tradizionali.

#### 2. Chi è il gruppo target?

Il metodo può essere utilizzato con successo sia direttamente con gli studenti a rischio di esclusione sia con i professionisti che lavorano con loro, come insegnanti, educatori, assistenti sociali, psicologi e terapeuti, ecc.

#### 3. Quali sono le esigenze di apprendimento del gruppo target?

Quando il metodo viene utilizzato con studenti adulti a rischio, le loro principali esigenze di apprendimento sono:

- Espressione di sé e riconoscimento delle proprie storie personali.
- Miglioramento delle competenze digitali, in particolare per quanto riguarda il montaggio video e la registrazione vocale.
- Rafforzamento delle competenze linguistiche (particolarmente visibile quando il metodo è utilizzato con migranti o minoranze)
- Comunicazione efficace e cooperazione con gli altri

#### 4. In quale settore viene utilizzata la pratica?

Il metodo viene utilizzato soprattutto nel campo dell'istruzione (in particolare nei laboratori antidiscriminazione e nelle sessioni di sensibilizzazione dei media) e nelle campagne sociali volte a sensibilizzare i gruppi esclusi.

#### 5. Quali sono i vantaggi per il gruppo target?

I principali vantaggi per gli studenti includono:

- (Auto)riflessione ed empatia: l'intero processo è molto riflessivo e consente ai partecipanti di acquisire nuove prospettive su se stessi e sugli altri, aiutandoli a decostruire gli stereotipi.
- Creatività: i partecipanti attivano il loro potenziale creativo e imparano a cercare modi innovativi (digitali) per trasmettere messaggi importanti per loro.

- Legame: ascoltando le storie degli altri, i partecipanti imparano a comunicare meglio e a concentrarsi sulle somiglianze piuttosto che sulle differenze, il che li rende meno inclini ai conflitti e alla violenza.
- Empowerment: i partecipanti riconoscono di essere individui unici, che le loro storie personali sono importanti e che non devono avere paura di esprimerle.

## 6. Come si incoraggiano gli studenti emarginati a partecipare?

Prima di partecipare al workshop, ai discenti vengono forniti alcuni compiti di facile attuazione sulla narrazione che aumentano la loro fiducia, riducono l'ansia e assicurano che siano adeguatamente informati sull'approccio metodologico. Gli studenti con minori opportunità possono anche partecipare a workshop adattati alle loro esigenze speciali (questo include il supporto linguistico, la cooperazione individuale facilitatore-allievo per i partecipanti con minori competenze digitali, istruzioni semplificate per gli studenti con disabilità intellettive, ecc.)

## X. Metodi e strumenti utilizzati durante la pratica dello storytelling

### 1. Quali sono i principali metodi, strumenti e mezzi utilizzati nella pratica dello storytelling digitale e non?

Esercizi creativi per trovare l'argomento della storia, creazione di foto e video, scrittura di copioni per la voce fuori campo, registrazione della voce.

### 2. Che tipo di risorse e strutture sono necessarie per replicare la pratica?

- spazio con stanze separate per il lavoro in piccoli gruppi e per le registrazioni vocali
- un computer portatile/tablet e un set di cuffie per ogni partecipante
- smartphone per registrare la voce e scattare foto/video
- proiettore per la proiezione delle storie

### 3. Come garantire un'atmosfera sicura e assicurare che la pratica sia eseguita in modo etico?

Il metodo prevede linee guida molto chiare su come fornire uno spazio sicuro ai partecipanti e garantire che il processo sia etico. Sono incluse istruzioni su come assicurarsi che gli argomenti delle storie non siano imposti ai partecipanti, che durante la condivisione seguano alcune regole di "spazio sicuro", che le storie non siano pubblicate senza il consenso dei partecipanti, ecc..

## XI. Risultati e impatto della pratica dello storytelling

### XII.

### 1. Quali sono i principali risultati della pratica?

A breve termine: maggiori competenze digitali e capacità di esprimere una storia personale al mondo esterno.

A lungo termine: I partecipanti sono più inclini a impegnarsi attivamente nella difesa dei propri diritti, soprattutto utilizzando strumenti digitali/online.

**2. Che tipo di nuove abilità e competenze sono state sviluppate nel corso della pratica?**

Auto-riflessione, auto-espressione, connessione con le proprie emozioni, montaggio video, organizzazione efficace del proprio processo di apprendimento, consapevolezza dei media, lavoro di squadra, competenze linguistiche (specialmente acquisite attraverso la scrittura di sceneggiature).

**3. Che impatto ha avuto la pratica dello storytelling su individui, organizzazioni e/o società?**

Le persone che partecipano ai laboratori di digital storytelling acquisiscono maggiore fiducia in se stesse, nel senso che riconoscono che ognuno di loro ha una storia da raccontare e che queste storie sono importanti, anche per il mondo esterno. La consapevolezza di ciò che è importante per loro li aiuta anche a essere più attivi nelle loro comunità locali e a impegnarsi nella difesa dei loro diritti.

A livello sociale, il metodo Berkeley contribuisce a un maggiore riconoscimento dei bisogni e dei diritti dei gruppi emarginati e fornisce a un pubblico più ampio l'accesso a narrazioni e prospettive diverse e più individuali che normalmente non vengono presentate dai media.

**4. Come fate a garantire che gli studenti dei gruppi emarginati possano utilizzare il metodo anche dopo la fine del corso?**

Le abilità digitali e le altre competenze possono essere facilmente trasferite ad altre aree della vita degli studenti. Inoltre, le storie che creano possono essere utilizzate da loro in molti modi, più comunemente per la difesa o l'autopresentazione.

**5. Come è stato misurato l'impatto dei risultati?**

Tutti i workshop si concludono con i moduli di valutazione compilati dai partecipanti sul posto. Nella prospettiva di medio termine, una valutazione online che misura l'impatto viene inviata agli studenti circa 3 mesi dopo il workshop per vedere come utilizzano le loro competenze e in che misura hanno deciso di condividere le loro storie al di fuori del contesto del progetto.

Per misurare l'impatto sulla società/comunità locale, viene analizzato il numero di visualizzazioni e commenti sulle storie pubblicate online.

**VI. Punti di apprendimento chiave della pratica della narrazione**

**1. Quali elementi della pratica della narrazione possono essere trasferiti ad altri programmi di studio?**

Esercizi creativi per trovare la storia, strumenti per l'auto-riflessione, linee guida etiche per garantire la sicurezza dei partecipanti.

**2. Come si può trasferire la pratica in altri contesti?**

Il metodo può essere utilizzato con tutti i tipi di studenti, sia in contesti formali che non formali. Il workshop tradizionale, della durata di 3 giorni, può essere adattato a seconda delle esigenze dei gruppi target (ad esempio, gli studenti con minori competenze linguistiche possono incontrarsi una volta alla settimana e avere più tempo per lavorare individualmente

o con un facilitatore; i professionisti che vogliono imparare a usare il metodo possono partecipare a un workshop più lungo che include un'analisi metodologica della pratica, ecc).

### **3. Poiché ci concentriamo sulla narrazione per i gruppi emarginati, scrivete una storia di successo di questa pratica.**

Abbiamo utilizzato questo metodo per sostenere le persone che hanno vissuto un'esperienza personale o che hanno dovuto affrontare la partenza di un familiare all'estero per un lungo periodo di tempo. La partecipazione al laboratorio di digital storytelling ha dato loro la possibilità di elaborare l'esperienza e di connettersi con le emozioni che erano rimaste nascoste per molto tempo. In questo modo hanno potuto comprendere meglio se stessi e riflettere sulla propria identità, sui valori e sul concetto di casa.



<b>TITOLO della buona pratica:</b>	<b>Participatory Photography</b>
<b>Organizzazione:</b>	Autokreacja
<b>CONTATTO:</b>	Kasia

<b>VI. Scopo della pratica della narrazione</b>
<p><b>1. Qual è l'obiettivo della pratica?</b> L'obiettivo principale è quello di rafforzare le comunità e gli individui, aiutandoli a esprimere visivamente ciò che è importante per loro e a parlare dei cambiamenti che vorrebbero vedere nel loro ambiente. I metodi di fotografia partecipativa mirano a formare le persone alla fotografia e ad apportare un cambiamento duraturo ai partecipanti, mettendoli in condizione di essere attivamente coinvolti nelle loro comunità. I progetti basati su questo metodo cercano di consentire ai partecipanti di documentare la propria vita dall'interno e di rappresentarsi al mondo esterno..</p>
<p><b>2. Chi è il gruppo target?</b> Il gruppo target principale è costituito da studenti che vivono in piccole comunità (città, villaggi, quartieri) e che desiderano cercare nuovi modi per comprendere e cambiare il loro ambiente locale.</p>
<p><b>3. Quali sono le esigenze di apprendimento del gruppo target?</b> Le esigenze più comuni identificate tra gli studenti sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificare i punti di forza e il potenziale di crescita, sia a livello individuale che di comunità</li> <li>- Creare un legame più forte all'interno della comunità</li> <li>- Esplorare nuovi modi di esprimersi e condividere prospettive/storie individuali.</li> </ul>
<p><b>4. In quale settore viene utilizzata la pratica?</b> Educazione, costruzione di comunità, attivismo sociale e difesa delle comunità a rischio.</p>
<p><b>4. Quali sono i vantaggi per il gruppo target?</b> Gli studenti che partecipano ai progetti basati su questo metodo aumentano le loro competenze relative alla fotografia e ad altre forme di espressione visiva; acquisiscono maggiore sicurezza nel condividere visivamente le storie di loro stessi e delle loro comunità; esplorano nuovi modi di essere attivamente coinvolti nella vita sociale, culturale e politica a livello locale; si sentono più legati agli altri membri delle loro comunità.</p>
<p><b>6. Come si incoraggiano gli studenti emarginati a partecipare?</b> I workshop basati sulla fotografia partecipativa sono profondamente radicati nel lavoro della comunità, pertanto gli esperti che li realizzano di norma collaborano strettamente con gli attori locali, come scuole, centri comunitari, circoli sociali, chiese, biblioteche ecc. In questo</p>

modo, gli studenti dei gruppi emarginati si sentono più a loro agio nel partecipare ai progetti, poiché possono trovarsi in un ambiente familiare e circondati da un sistema di supporto di persone con cui interagiscono normalmente.

### XIII. Metodi e strumenti utilizzati durante la pratica dello storytelling

#### 1. Quali sono i principali metodi, strumenti e mezzi utilizzati nella pratica dello storytelling digitale e non?

Diario fotografico, autoritratto, paesaggio lunare, collage, strumenti fotografici per la valutazione dei bisogni della comunità

#### 2. Che tipo di risorse e strutture sono necessarie per replicare la pratica?

- una semplice macchina fotografica o uno smartphone per ogni partecipante
- proiettore
- vecchi giornali/riviste per i collage
- spazio per presentare la mostra nella comunità locale

#### 3. Come garantire un'atmosfera sicura e assicurare che la pratica sia eseguita in modo etico?

Durante i workshop si pone l'accento sulla sicurezza dei partecipanti, soprattutto per quanto riguarda le modalità di pubblicazione/presentazione delle loro foto. Prima di ogni mostra, i partecipanti partecipano a una sessione in cui vengono presentate le conseguenze della condivisione delle loro foto, in base alle quali decidono se pubblicarle o meno, sotto forma di consenso scritto.

### XIV. Risultati e impatto della pratica dello storytelling

#### 1. Quali sono i principali risultati della pratica?

A breve termine: aumento delle competenze digitali relative alla fotografia e alla narrazione, aumento della fiducia in se stessi, aumento della consapevolezza delle storie che i partecipanti vogliono raccontare.

A lungo termine: Migliori relazioni all'interno della comunità locale, maggiore consapevolezza dei bisogni dei gruppi a rischio di esclusione.

#### 2. Che tipo di nuove abilità e competenze sono state sviluppate nel corso della pratica?

Auto-riflessione, auto-espressione, connessione con le proprie emozioni, scatto ed editing di foto, organizzazione di una mostra pop-up locale, cooperazione con altre persone all'interno della comunità locale, capacità di comunicazione.

### **3. Che impatto ha avuto la pratica dello storytelling su individui, organizzazioni e/o società?**

A livello individuale, i partecipanti sono più consapevoli delle loro emozioni e meglio equipaggiati con strumenti visivi diversi per esprimerle.

A livello comunitario, il metodo aiuta a creare o ripristinare i legami tra persone e gruppi diversi.

A livello sociale, la fotografia partecipativa spesso porta a un maggiore riconoscimento delle storie, delle prospettive e dei bisogni dei gruppi a rischio di esclusione (questo avviene soprattutto quando le foto e le mostre vengono utilizzate in campagne di advocacy).

### **4. Come fate a garantire che gli studenti dei gruppi emarginati possano utilizzare il metodo anche dopo la fine del corso?**

Parte del workshop di fotografia partecipativa è una sessione su come utilizzare gli strumenti acquisiti dagli studenti in diverse aree della vita, con particolare attenzione a come utilizzare la fotografia come strumento per migliorare le relazioni nella comunità e come creare campagne di advocacy online. In questo modo, gli studenti sviluppano un piano chiaro su come utilizzare il metodo dopo la fine del corso.

### **5. Come è stato misurato l'impatto dei risultati?**

Durante i workshop vengono organizzati circoli di feedback su base giornaliera per verificare se il metodo si adatta alle esigenze dei partecipanti e per modificarlo in modo da ottenere un impatto maggiore. Allo stesso tempo, ai partecipanti viene chiesto di creare dei diari di apprendimento visivi su base giornaliera, in modo da poter tenere traccia dei propri progressi.

Alla fine di ogni workshop, ai partecipanti viene chiesto di compilare un modulo di valutazione che aiuta gli organizzatori a valutare la qualità dell'attività, i risultati di apprendimento dei partecipanti e la probabilità che utilizzino gli strumenti fotografici presentati dopo la fine del corso. Quest'ultimo aspetto viene valutato anche attraverso un modulo di valutazione online inviato ai partecipanti circa tre mesi dopo il workshop, che si concentra sull'utilizzo del metodo da parte degli studenti nelle loro comunità.

## **VII. Punti di apprendimento chiave della pratica della narrazione**

### **1. Quali elementi della pratica della narrazione possono essere trasferiti ad altri programmi di studio?**

Autoritratti, collage e collage fotografici, ricerche fotografiche, diari di apprendimento visivo, mostre comunitarie pop-up e altri eventi.

### **2. Come si può trasferire la pratica in altri contesti?**

Il metodo può essere utilizzato sia in contesti educativi formali che non formali e si rivolge a diversi gruppi di studenti che variano per età, background sociale/educativo, ecc.

### 3.

Nel 2019 come Autokreacja abbiamo organizzato un workshop di fotografia partecipativa che ha riunito sia giovani provenienti dall'estero che membri del piccolo villaggio di Poronin in Polonia. Il progetto è sfociato in una grande mostra comunitaria organizzata in collaborazione con il centro culturale e alla quale hanno partecipato molti abitanti del luogo. La mostra ha esposto gli autoritratti dei giovani, i ritratti di altri membri della comunità e i fotocollage realizzati con le immagini scattate nell'area circostante. La mostra è stata il punto di partenza di un dibattito più ampio su come i giovani si sentono nel loro villaggio e su quali cambiamenti vorrebbero vedere in esso.

## VISOKA POSLOVNA SKOLA PAR

<b>TITOLO della buona pratica:</b>	<b>Data visualization for Storytellers</b>
Organizzazione:	Berkley, Advanced Media Institute
CONTATTO:	advancedmedia@journalism.berkeley.edu

### I. Scopo della pratica della narrazione

#### 1. Qual è l'obiettivo della pratica?

L'obiettivo di questo corso di certificazione online interattivo è quello di sviluppare le competenze per comunicare le informazioni attraverso le visualizzazioni - per raccontare una storia con i dati, ma anche per imparare il linguaggio della visualizzazione dei dati e trasformare i dati in design.

#### 2. Who is the target group?

I destinatari possono essere diversi, ad esempio disoccupati/inoccupati che desiderano migliorare le proprie competenze. Questo metodo è ideale per chi è interessato a un'esperienza rapida e coinvolgente negli strumenti e nelle tecniche di visualizzazione dei dati e per chi è interessato a diventare abile nell'imparare a comunicare i dati con chiarezza e creatività.

#### 3. Quali sono le esigenze di apprendimento del gruppo target?

- Capacità e volontà di apprendere nuove competenze e di lavorare con nuove apparecchiature e software.
- Conoscenza di base del computer.
- Si suggerisce una conoscenza di base dei fogli di calcolo.

#### 4. In quale settore viene utilizzata la pratica?

Questa pratica è ideale per scienziati, professionisti della comunicazione, giornalisti, blogger, educatori, docenti e tutti coloro che sono interessati a diventare abili nell'imparare a comunicare i dati con chiarezza e creatività.

#### 5. Quali sono i vantaggi per il gruppo target?

Le persone possono imparare a sviluppare le capacità di comunicare informazioni attraverso la visualizzazione.

#### 6. Come si incoraggiano gli studenti emarginati a partecipare?

Gli studenti impareranno a pulire ed elaborare i dati per migliorare le visualizzazioni, ad acquisire le migliori pratiche per raccontare storie con i dati utilizzando database interattivi per creare visualizzazioni e mappe. Certificato (PDF) al completamento dei requisiti del corso.

### II. Metodi e strumenti utilizzati durante la pratica dello storytelling

## 1. Quali sono i principali metodi, strumenti e mezzi utilizzati nella pratica dello storytelling digitale e non?

Gli strumenti utilizzati sono illustrazioni interattive di dati per il web, mappe interattive, database interattivi per creare output sotto forma di visualizzazioni e mappe.

## 2. Che tipo di risorse e strutture sono necessarie per replicare la pratica?

Tutti i partecipanti devono avere un computer o un portatile da utilizzare.

## 3. Come garantire un'atmosfera sicura e assicurare che la pratica sia eseguita in modo etico?

I docenti sono leader del settore, con anni di esperienza nel loro campo. Ogni membro del team ha la competenza accademica e la pratica del mondo reale per supportare gli studenti nel loro percorso di apprendimento.

### III. Risultati e impatto della pratica dello storytelling

#### 1. Quali sono i principali risultati della pratica?

I risultati per il gruppo target sono:

- Imparate i fondamenti del buon design e applicateli alle visualizzazioni di dati.
- Creare illustrazioni interattive di dati per il web.
- Creare mappe interattive.
- Imparare a pulire ed elaborare i dati per migliorare le visualizzazioni.
- Acquisire le migliori pratiche per raccontare storie con i dati, utilizzando database interattivi per creare visualizzazioni e mappe.
- Fare esperienza pratica con Tableau Public e altri strumenti di visualizzazione dei dati.
- Uscire con un portfolio professionale di grafici, diagrammi e mappe creati da voi.
- Certificato (PDF) al completamento dei requisiti del corso.
- Badge LinkedIn da aggiungere al profilo per indicare il completamento del corso.

#### 2. Che tipo di nuove abilità e competenze sono state sviluppate nel corso della pratica?

Attraverso questo metodo gli studenti miglioreranno l'alfabetizzazione digitale, ma anche altre competenze trasversali come la comunicazione e il linguaggio digitale.

#### 3. Che impatto ha avuto la pratica dello storytelling su individui, organizzazioni e/o società?

Lo scopo di questo metodo è quello di acquisire la padronanza di ogni nuova abilità attraverso attività creative progettate per affinare l'apprendimento, culminando nel progetto finale. Alla fine del corso, gli studenti avranno acquisito una conoscenza approfondita, una nuova serie di competenze e un portfolio da applicare immediatamente a un lavoro o a una nuova carriera.

Tuttavia, l'impatto positivo è misurabile in un senso di soddisfazione per aver investito nel miglioramento delle competenze personali e digitali.

**4. Come fate a garantire che gli studenti dei gruppi emarginati possano utilizzare il metodo anche dopo la fine del corso?**

Questo metodo viene insegnato direttamente e tutti i punti possono essere facilmente ripetuti. Il moderatore deve garantire la tempistica e il programma del corso. Al termine del corso, i gruppi emarginati possono utilizzare questo metodo nel proprio gruppo di studenti.

**5. Come è stato misurato l'impatto dei risultati?**

I risultati possono essere misurati attraverso il feedback e le osservazioni.

**VIII. Punti di apprendimento chiave della pratica della narrazione**

**1. Quali elementi della pratica della narrazione possono essere trasferiti ad altri programmi di studio?**

Metodi, strumenti e risultati possono essere trasferiti ad altri programmi di studio.

**2. Come si può trasferire la pratica in altri contesti?**

Poiché si suggerisce un'alfabetizzazione informatica di base e una comprensione di base dei fogli di calcolo, questo metodo può essere trasferito. Tuttavia, poiché l'insegnamento è impartito in inglese, è richiesta la conoscenza dell'inglese. Le barriere linguistiche possono essere eliminate traducendo l'intero metodo nella lingua richiesta o definendo una lingua comune a tutti i livelli.

**3. Poiché ci concentriamo sulla narrazione per i gruppi emarginati, scrivete una storia di successo di questa pratica.**

La Business School PAR organizza ogni anno un programma certificato di "Abilità comunicative". L'obiettivo di questa formazione è quello di conoscere in modo più approfondito tutte le insidie della comunicazione che è una parte inevitabile della vita quotidiana. Con alcune linee guida, si acquisiscono le competenze necessarie per sfruttarne i vantaggi, evitare con successo tutti i malintesi e, infine, condurre una conversazione di qualità. Il gruppo target è vario, ma comprende anche gruppi di persone emarginate. I partecipanti applicano i consigli e gli esempi ricevuti nella comunicazione quotidiana.

<b>TITOLO della buona pratica:</b>	<b>Argument Assignment</b>
Organizzazione:	Business school PAR
CONTATTO:	<a href="mailto:info@par.hr">info@par.hr</a>

<b>I. Scopo della pratica della narrazione</b>
<p><b>1. Qual è l'obiettivo della pratica?</b> L'obiettivo di questa pratica è sviluppare le competenze per comunicare informazioni attraverso argomenti e sviluppare storie digitali utilizzando gli strumenti digitali disponibili.</p>
<p><b>2. Chi è il gruppo target?</b> Questo metodo è ideale per insegnanti ed educatori.</p>
<p><b>3. Quali sono le esigenze di apprendimento del gruppo target?</b> - Alfabetizzazione informatica di base</p>
<p><b>4. In quale settore viene utilizzata la pratica?</b> Questa pratica è ideale per insegnanti, professori, educatori, scienziati e professionisti della comunicazione.</p>
<p><b>5. Quali sono i vantaggi per il gruppo target?</b> Le persone possono imparare a sviluppare le capacità di comunicare informazioni attraverso l'approccio del digital storytelling. Per esempio, in classe, gli incarichi di narrazione digitale offrono vantaggi che includono un maggiore coinvolgimento degli studenti nella materia, creatività, risoluzione di problemi e probabili capacità di interazione e dinamiche di gruppo, per non parlare dell'aumento dell'alfabetizzazione con i software e dell'esplorazione di nuovi software.</p>
<p><b>6. Come si incoraggiano gli studenti emarginati a partecipare?</b> Gli studenti impareranno a illustrare una particolare prospettiva e a formulare un'argomentazione convincente utilizzando tecniche (strumenti) di narrazione digitale.</p>
<b>II. Metodi e strumenti utilizzati durante la pratica dello storytelling</b>
<p><b>1. Quali sono i principali metodi, strumenti e mezzi utilizzati nella pratica dello storytelling digitale e non?</b> A causa della difficoltà di ridurre un argomento astratto a immagini e video, l'argomentazione e i generi critici possono essere più efficaci con i gruppi piuttosto che come compiti individuali, almeno per il primo compito.</p>



- Narrativo (il collegamento più pulito e ovvio per la narrazione digitale)
- Descrittivo
- Definizione
- Processo
- Confronto/contrasto
- Causa ed effetto
- Argomentazione
- Critica

Qualsiasi stile di scrittura può essere adattato al genere del digital storytelling, con un po' di creatività. Un ottimo modo per sviluppare storie digitali è quello di utilizzare le presentazioni di Microsoft PowerPoint insieme, ad esempio, a iSpring Suite. Questo componente aggiuntivo di PowerPoint consente ai creatori di storie di trasformare le loro presentazioni di PowerPoint in video coinvolgenti, presentazioni interattive pronte per i dispositivi mobili o altro ancora. Inoltre, consente di creare una storia con una voce fuori campo.

## 2. Che tipo di risorse e strutture sono necessarie per replicare la pratica?

Tutti i partecipanti devono avere un computer o un portatile da utilizzare.

## 3. Come garantire un'atmosfera sicura e assicurare che la pratica sia eseguita in modo etico?

Gli istruttori sono professori e tutor esperti, con anni di esperienza nel loro campo. Ogni membro del team ha competenze accademiche.

## III. Risultati e impatto della pratica dello storytelling

### 1. Quali sono i principali risultati della pratica?

I risultati per il gruppo target sono:

- Imparare a cristallizzare un argomento
- Imparare a esplorare la creatività per determinare i modi di presentare tali argomenti attraverso tecniche di narrazione digitale (creare una storia basata su video e montare video in uno studio di facile utilizzo).

### 2. Che tipo di nuove abilità e competenze sono state sviluppate nel corso della pratica?

Attraverso questo metodo gli studenti miglioreranno l'alfabetizzazione digitale - creando storie basate su video, girando screencast, editando video).

### 3. Che impatto ha avuto la pratica dello storytelling su individui, organizzazioni e/o società?

Gli studenti avranno acquisito una nuova abilità: creare e modificare video utilizzando un kit di strumenti semplici e veloci. I docenti potranno educare e coinvolgere attraverso i video - registrando facilmente videolezioni, esercitazioni da guardare e ripetere, simulazioni di

software e altri contenuti visivi che motiveranno gli studenti a completare i corsi/compiti ben prima delle scadenze.

#### **4. Come fate a garantire che gli studenti dei gruppi emarginati possano utilizzare il metodo anche dopo la fine del corso?**

This method is directly taught, and all points can be easily repeated. It is also possible to develop communication skills with interactive role-plays.

#### **5. Come è stato misurato l'impatto dei risultati?**

I risultati possono essere misurati in base al feedback e alle osservazioni.

### **IV. Punti di apprendimento chiave della pratica della narrazione**

#### **1. Quali elementi della pratica della narrazione possono essere trasferiti ad altri programmi di studio?**

Metodi, strumenti e risultati possono essere trasferiti ad altri programmi di studio.

#### **2. Come si può trasferire la pratica in altri contesti?**

Poiché si suggerisce un'alfabetizzazione informatica di base, questo metodo può essere facilmente trasferito. Il software è di facile utilizzo.

#### **3. Poiché ci concentriamo sulla narrazione per i gruppi emarginati, scrivete una storia di successo di questa pratica.**

Il gruppo target può essere vario ma, in questo caso, comprende gli studenti della Business School PAR. Gli studenti della PAR descrivono l'atmosfera di studio come "familiare", grazie al lavoro in piccoli gruppi e alla comunicazione diretta con i professori. Durante le lezioni, agli studenti viene insegnato a utilizzare strumenti digitali come il già citato iSpring, per essere creativi ma anche per apprendere nuove competenze. Oltre alle conoscenze acquisite durante gli studi, gli studenti del PAR hanno l'opportunità di partecipare a conferenze e workshop, di sviluppare la propria creatività attraverso progetti e incubatori, nonché nuovi modelli di business in collaborazione con studenti stranieri.

## ASOCIACION JUVENIL INTERCAMBIA

<b>TITOLO della buona pratica:</b>	<b>WHERE I'M FROM</b>
Organizzazione:	AJ INTERCAMBIA
CONTATTO:	info@intercambia.org

### I. Scopo della pratica della narrazione

#### 1. Qual è l'obiettivo della pratica?

Lo scopo di questa pratica è riflettere su se stessi e creare un legame più forte con gli altri che partecipano a questa attività. Imparare a esprimere la propria provenienza in un modo diverso dalla semplice posizione geografica. Coltivare la creatività.

Per creare tutto questo, a ogni partecipante viene chiesto di creare una poesia in modo libero sul luogo da cui proviene. Per accompagnare questa poesia, dopo averla scritta, dovrà creare dell'arte. Potrebbe essere un dipinto, un disegno, un collage, un'arte digitale, una foto, un video, una voce fuori campo, una canzone, ecc. Qualsiasi cosa creativa che ritengano possa esprimere ciò che è stato scritto. Quando tutti avranno finito, la galleria d'arte sarà condivisa da uno all'altro; ogni partecipante potrà semplicemente condividere ciò che ha scritto e realizzato o cercare di spiegare cosa significa per lui. Anche il formatore/facilitatore/educatore partecipa attivamente a questa attività condividendo la propria poesia e arte.

#### 2. Chi è il gruppo target?

Il gruppo target è costituito da tutte le persone appartenenti a gruppi emarginati. Potrebbero essere giovani adulti, adulti, persone che hanno perso il lavoro.

#### 3. Quali sono le esigenze di apprendimento del gruppo target?

Hanno bisogno di un po' di aiuto su come presentarsi a un colloquio di lavoro. Persone che soffrono di non sapere chi sono o dove si formano. Creare legami più forti e rompere le barriere linguistiche.

#### 4. In quale settore viene utilizzata la pratica?

Viene utilizzato nell'educazione non formale e nell'educazione formale, nella formazione, nel coaching e nel tutoring.

#### 5. Quali sono i vantaggi per il gruppo target?

Diventeranno più consapevoli di sé, più esperti di soft skills, più comprensivi ed empatici con gli altri. Inoltre, consentirà loro di esprimersi liberamente in un modo nuovo e creativo.

#### 6. Come si incoraggiano gli studenti emarginati a partecipare?

Il modo migliore per incoraggiare i formatori a partecipare a questa attività è quello di farli partecipare a loro stessi. Si crea un livello di intimità nel processo che, se i partecipanti vedono che il formatore è in grado di gestire e di aprirsi, li motiverà a fare lo stesso.

## II. Metodi e strumenti utilizzati durante la pratica dello storytelling

### 1. Quali sono i principali metodi, strumenti e mezzi utilizzati nella pratica dello storytelling digitale e non?

Non digitale: brain storming in gruppo e individualmente, lezione di poesia, creazione di opere d'arte per rappresentare la poesia.

Digitale: uso della scrittura digitale, realizzazione di video, voice over, riprese, creazione di arte digitale.

### 2. Che tipo di risorse e strutture sono necessarie per replicare la pratica?

Computer portatili, lavagna bianca, materiale di cancelleria, materiale artistico, macchine fotografiche, programmi di editing per video e immagini.

### 3. Come garantire un'atmosfera sicura e assicurare che la pratica sia eseguita in modo etico?

A partire dalla visione di un video di esempio. Poi il formatore stesso dovrebbe prendere parte a questa attività come uno dei partecipanti, in modo che si sentano sicuri nell'aprirsi e nel creare legami.

## III. Risultati e impatto della pratica dello storytelling

### 1. Quali sono i principali risultati della pratica?

I principali risultati ottenuti sono: maggiore spirito di squadra, migliori capacità di comunicazione e team building. I partecipanti si sono mostrati in modo più creativo, hanno avuto la possibilità di riflettere sulle loro esperienze e di vedere come condividerle con gli altri per creare legami.

### 2. Che tipo di nuove abilità e competenze sono state sviluppate nel corso della pratica?

Competenze: creazione di arte digitale, scrittura di poesie, narrazione, lavoro di gruppo, ascolto attivo, abilità interpersonali, gestione del tempo.

Competenze: Competenza multilingue, competenza personale, sociale e di apprendimento, competenza di consapevolezza ed espressione culturale, competenza digitale, competenza di alfabetizzazione.

### 3. Che impatto ha avuto la pratica dello storytelling su individui, organizzazioni e/o società?

Ha un impatto maggiore di quello che possiamo immaginare, dato che la maggior parte della comunicazione e delle informazioni della vita quotidiana è costituita dalla narrazione. Ci aiuta a vedere altre prospettive su diversi impatti, a creare legami di empatia con gli altri, a capire perché alcune cose accadono o sono come sono. Sviluppa un modo più creativo di comunicare e facilita la condensazione di informazioni complicate in informazioni più semplici e accattivanti. Ci aiuta a rimanere in contatto con le nostre comunità e a creare legami con gli altri.

#### **4. Come fate a garantire che gli studenti dei gruppi emarginati possano utilizzare il metodo anche dopo la fine del corso?**

Possiamo proporre di farlo con i loro familiari e amici, per scoprire ancora di più sulle persone più care e vicine. Possiamo anche incoraggiare a fare questo esercizio ogni volta che si sentono insicuri o giù di morale, per ricordare chi sono e cosa hanno vissuto.

È anche un ottimo strumento da utilizzare al lavoro per creare team building e spirito di squadra, poiché ognuno è libero di condividere ciò che desidera e la forma di condivisione è libera.

#### **5. Come è stato misurato l'impatto dei risultati?**

Sono state raccolte le opere d'arte e le poesie non digitali e digitali dei partecipanti. Inoltre, abbiamo utilizzato uno strumento di valutazione della pizza in piccoli gruppi per vedere l'impatto che si sta creando, potendo usare liberamente i loro nomi o rimanere anonimi.

### **IV. Punti chiave di apprendimento della pratica della narrazione**

#### **1. Quali elementi della pratica della narrazione possono essere trasferiti ad altri programmi di studio?**

Lo strumento dell'autoriflessione è uno dei più importanti in queste attività, così come la capacità di condividere e di fidarsi degli altri. Questa pratica ci aiuta a creare un legame tra un gruppo eterogeneo e i formatori/educatori/facilitatori. La fiducia è il legame più forte che si possa creare, poiché la maggior parte delle relazioni umane si basa su di essa. I partecipanti possono utilizzare questa esperienza nelle loro future interazioni e situazioni di creazione di fiducia.

Gli strumenti digitali e non digitali hanno anche dato loro maggiore libertà per continuare il loro autosviluppo non solo a livello educativo o professionale, ma anche personale.

#### **2. Come si può trasferire la pratica in altri contesti?**

Questa tecnica viene utilizzata in tutti i contesti e livelli, in quanto è molto flessibile e inclusiva. Il livello della poesia e dell'arte può essere più o meno alto a seconda del gruppo, delle sue conoscenze originarie, dell'età, del livello di fiducia, ecc.

#### **3. Poiché ci concentriamo sulla narrazione per i gruppi emarginati, scrivete una storia di successo di questa pratica.**

Questa pratica è stata utilizzata da Emilia Billain, educatrice sociale e insegnante. Ha utilizzato questa tecnica con il suo gruppo di studenti provenienti da contesti difficili per creare installazioni artistiche e acquisire più forza e spirito di squadra. È stato un grande successo. Link al video: <https://www.youtube.com/watch?v=jA2cTZK9hzw>

<b>TITOLO della buona pratica:</b>	<b>VISUAL TRANSFORMATION STORYTELLING</b>
<b>Organizzazione:</b>	AJ INTERCAMBIA
<b>CONTATTO:</b>	info@intercambia.org

<b>I. Scopo della pratica della narrazione</b>	
<b>1. Qual è l'obiettivo della pratica?</b>	<p>L'obiettivo dello studio è trasformare i dati e le informazioni da grandi, pesanti e noiosi a più divertenti, visivi e completi. Il modo in cui condividiamo le informazioni è molto importante in tutti gli aspetti della nostra vita.</p> <p>Gli studi dimostrano che il tempo medio di concentrazione è di 3 minuti e 56 secondi per ottenere i risultati migliori. L'obiettivo di questa pratica è imparare a visualizzare e semplificare le informazioni e i dati.</p>
<b>2. Chi è il gruppo target?</b>	<p>Il gruppo target è costituito da tutte le persone appartenenti a gruppi emarginati. Potrebbero essere giovani adulti, adulti, persone che hanno perso il lavoro o che stanno lottando per trovarne uno.</p>
<b>3. Quali sono le esigenze di apprendimento del gruppo target?</b>	<p>Necessità di capacità di comunicazione, di analizzare i dati e di trasformarli, di sviluppare tutte le loro capacità, di vivere e lavorare in modo dignitoso, di partecipare pienamente allo sviluppo, di migliorare la qualità della loro vita, di prendere decisioni informate e di continuare a imparare.</p>
<b>4. In quale settore viene utilizzata la pratica?</b>	<p>Viene utilizzato in tutti i settori perché è un'abilità di base, ad esempio per raccontare la storia dietro una fotografia scattata in vacanza, per presentare sul lavoro una raccolta di dati per rendere visivamente accattivante e più comprensibile l'informazione, per raccontare se stessi in un nuovo gruppo di amici a cui può essere posta una domanda complicata, in modo da sapere come reagire e condensare le informazioni, ecc. Questi sono alcuni esempi, ma questa pratica di trasformazione visiva dello Storytelling viene utilizzata ogni giorno della nostra vita a livello intuitivo.</p>
<b>5. Quali sono i vantaggi per il gruppo target?</b>	<p>Diventeranno più consapevoli di sé, più esperti di soft skills, più comprensivi ed empatici con gli altri. Inoltre, consentirà loro di esprimersi liberamente in un modo nuovo e creativo.</p>
<b>6. Come si incoraggiano gli studenti emarginati a partecipare?</b>	<p><b>Utilizzate la strategia del puzzle.</b> Quando si lavora su una grande quantità di contenuti, si può permettere a gruppi di partecipanti di diventare "esperti" su una piccola sezione di conoscenza, e poi farli insegnare il contenuto agli altri. Questo permette ai partecipanti di lavorare insieme e li aiuta a elaborare contenuti difficili in parti più piccole e gestibili.</p> <p><b>Dare ai partecipanti la possibilità di scegliere il modo in cui apprendere.</b> I partecipanti si allontanano quando hanno l'impressione che le loro idee non siano importanti. Consentire ai</p>

partecipanti di scegliere il modo in cui apprendere e il tipo di lavoro da svolgere li farà sentire coinvolti nelle lezioni.

## II. Metodi e strumenti utilizzati durante la pratica dello storytelling

### 1. Quali sono i principali metodi, strumenti e mezzi utilizzati nella pratica dello storytelling digitale e non?

Gioco di narrazione: i partecipanti sono divisi in piccoli gruppi di 4 persone e tutti hanno una storia su carta A4. L'obiettivo dell'attività è trasmettere la storia nel minor numero di parole possibile, con il vantaggio di poter dire solo una parola alla volta. Quindi, devono pianificare quali parole dire una dopo l'altra. Vincerà il gruppo che avrà usato meno parole per raccontare la storia.

Mappa mentale: per condensare i diversi dati e informazioni, ogni partecipante avrà a disposizione 60 secondi per presentare le proprie informazioni; l'obiettivo è esprimere in modo chiaro e visivo le informazioni o i dati che gli sono stati forniti.

Ci sono diverse applicazioni che possono essere utilizzate sui loro telefoni per fare collage o grafici.

### 2. Che tipo di risorse e strutture sono necessarie per replicare la pratica?

Lavagna bianca, lavagne a fogli mobili, soprammobili, computer portatili, smartphone, proiettore se si tratta di materiale digitale. Grande sala con sedie e molto spazio libero.

### 3. Come garantire un'atmosfera sicura e assicurare che la pratica sia eseguita in modo etico?

A partire dalla visione di un video di esempio. Poi il formatore stesso dovrebbe partecipare a questa attività come uno dei partecipanti, in modo che si sentano sicuri ad aprirsi e a creare legami.

## III. Risultati e impatto della pratica dello storytelling

### 1. Quali sono i principali risultati della pratica?

Identificare una serie di informazioni e dati, analizzare il ruolo dell'informazione, dei dati e della comunicazione nella nostra vita quotidiana, analizzare le informazioni e i dati secondo questi metodi, collegare materiali e tipi diversi di informazioni e dati e collegare i loro atteggiamenti e valori, valutare e difendere la loro risposta ad altri dati e informazioni.

### 2. Che tipo di nuove abilità e competenze sono state sviluppate nel corso della pratica?

Competenze: lavoro di squadra, ascolto attivo, capacità interpersonali, gestione del tempo, analisi delle informazioni.

Competenze: Competenza multilingue, competenza personale, sociale e di apprendimento, competenza di consapevolezza ed espressione culturale, competenza digitale, competenza di alfabetizzazione, competenza matematica e ingegneristica.

### **3. Che impatto ha avuto la pratica dello storytelling su individui, organizzazioni e/o società?**

Ha un impatto maggiore di quello che possiamo immaginare, dato che la maggior parte della comunicazione e delle informazioni della vita quotidiana è costituita dalla narrazione. Ci aiuta a vedere altre prospettive su diversi impatti, a creare legami di empatia con gli altri, a capire perché alcune cose accadono o sono come sono. Sviluppa un modo più creativo di comunicare e facilita la condensazione di informazioni complicate in informazioni più semplici e accattivanti. Ci aiuta a rimanere in contatto con le nostre comunità e a creare legami con gli altri.

### **4. Come fate a garantire che gli studenti dei gruppi emarginati possano utilizzare il metodo anche dopo la fine del corso?**

Possiamo proporre di farlo con i loro familiari e amici, per scoprire ancora di più sulle persone più care e vicine. Inoltre, possiamo incoraggiare a fare questo esercizio ogni volta che si sentono insicuri o giù di morale, per ricordare chi sono e cosa hanno vissuto.

È anche un ottimo strumento da utilizzare al lavoro per creare team building e spirito di squadra, poiché ognuno è libero di condividere ciò che desidera e la forma di condivisione è libera.

### **5. Come è stato misurato l'impatto dei risultati?**

Sono stati raccolti i lavori non digitali e digitali dei partecipanti. Inoltre, abbiamo utilizzato uno strumento di valutazione della pizza in piccoli gruppi per vedere l'impatto che si sta creando, potendo usare liberamente i loro nomi o rimanere anonimi.

### **1. Quali elementi della pratica della narrazione possono essere trasferiti ad altri programmi di studio?**

Lo strumento dell'espressione di sé è uno dei più importanti in queste attività, così come la capacità di condividere e di fidarsi degli altri. Questa pratica ci aiuta a creare un legame all'interno di un gruppo eterogeneo e con i formatori/educatori/facilitatori. La capacità di trasmettere informazioni chiare è l'abilità più forte che si possa sviluppare, poiché la maggior parte delle nostre relazioni umane si basa su di essa. I partecipanti possono utilizzare questa esperienza nelle loro future interazioni e situazioni di fiducia.

### **3. Poiché ci concentriamo sulla narrazione per i gruppi emarginati, scrivete una storia di successo di questa pratica.**

<https://www.youtube.com/watch?v=QhJDUIQ9EzY>

La storia di Ashley Fell come donna d'affari e di come l'essere una buona narratrice e la comprensione di questa pratica l'abbiano resa una delle migliori nel suo campo.

<https://www.youtube.com/watch?v=mSi0kmqOBu4>



# COME ABBIAMO UTILIZZATO O LE MIGLIORI PRATICHE ?

## Chapter 6



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



## Come abbiamo utilizzato le Best Practice?

Le migliori pratiche sono state utilizzate per elaborare i contenuti didattici del Curriculum EduStorytelling (IO1 - TO LINK). Il Curriculum e le sue attività sono state poi testate nell'ambito dell'evento formativo Joint Staff Training di Stintino (Italia), tenutosi dal 26 luglio al 1° agosto 2021.

Le attività sono state programmate come segue:

Giorno 1	Giorno 2	Giorno 3
Conoscere gli altri Attività di team building	Rompere il ghiaccio e fare squadra <b>- la storia di dietro il mio nome</b> <b>- Il gioco delle possibilità</b> Apertura ufficiale	-Narrate a shared story  -Il viaggio dell'eroe
	Introduzione alla narrazione	<b>- Collage</b>
	Rompere il ghiaccio <b>Raccontare (e ascoltare) una storia</b>	Alfabetizzazione digitale vs. alfabetizzazione tradizionale (discussione comparativa tra scrittura e digitale, equivalenti digitali e tradizionali, divario digitale, impatto e barriere).
	Introduzione alla rivoluzione digitale e mediatica <b>- Che cos'è?</b> <b>- Autoritratto</b>	- Introduzione ai software di editing di immagini e video - Scrivere una sceneggiatura - Realizzare e montare la propria storia d'impatto

Giorno 4	Giorno 5	Giorno 6	Giorno 7
<b>- Brian la Cipolla - Video narrazione</b> <b>- registrazione vocale</b>	Interviste sull'empatia	<b>- Valutazione della narrazione d'impatto</b> <b>- Storie digitali che hanno avuto un impatto sulla vostra vita (pratica)</b>	Giornata di valutazione
Condividere il lavoro svolto con il resto dei partecipanti, ottenere un feedback e apportare eventuali modifiche.	Alla fine della sessione i partecipanti condividono con il gruppo le informazioni che sono riusciti a ottenere ed esprimono l'esperienza di questa attività.	Creazione di strumenti per l'istruzione e la formazione professionale per promuovere le competenze di narrazione digitale e l'alfabetizzazione ai nuovi media.	

<p>Personal branding e promozione nel mercato del lavoro attraverso il digital storytelling: come creare CV fotografici e CV video.</p>	<p>-energizers - Narrazioni con sketch appuntati</p>	<p>Presentazione degli strumenti creati</p>	
<p>Sessione pratica dopo il Personal Branding</p>	<p>Riassumere con sketch appuntati</p>	<p>Feedback sul profilo della Guida DigiStories</p>	

# FORMAZIONE EDUSTORYTELLING

## Chapter 7



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



## Formazione EduStorytelling

Il Joint Staff Training Event si è tenuto a Stintino (Italia) dal partner ospitante MV International dal 26.07.2021 al 03.08.2021. 11 persone hanno partecipato alle attività. L'obiettivo generale del progetto è stato quello di affrontare il divario di competenze digitali e di alfabetizzazione che colpisce gli adulti europei provenienti da contesti svantaggiati attraverso la metodologia del Digital Storytelling (DST) come percorso per lo sviluppo di abilità e competenze digitali e di alfabetizzazione di alta qualità con l'obiettivo di migliorare le attitudini all'interazione tra pari e all'apprendimento cooperativo, facendo parte di un'alfabetizzazione digitale completa al fine di promuovere lo sviluppo personale, la cittadinanza attiva e le prospettive di occupabilità.

Gli obiettivi specifici della mobilità sono stati i seguenti:

- *Esplorare il potenziale educativo del DST come strumento innovativo per migliorare le competenze digitali dei cittadini dell'UE, in continuità con la logica del Quadro europeo delle competenze digitali per i cittadini.*
- *Sviluppare una sinergia transfrontaliera e intersettoriale allo scopo di creare modelli innovativi di educazione allo Storytelling adatti alle esigenze degli studenti adulti.*
- *Creare una comunità più ampia di professionisti dello Storytelling che utilizzino i corsi MOOC e interagiscano con i loro colleghi.*

Il corso di formazione ha coinvolto 11 partecipanti e ogni giorno tutti hanno preso parte a tutte le attività previste. Le metodologie dell'Educazione non formale e del Digital Story Telling sono state utilizzate durante tutte le fasi delle attività. All'inizio del corso di formazione, i partecipanti sono stati accolti con un caloroso benvenuto e hanno ricevuto un testo con gli obiettivi principali della formazione. Ai partecipanti sono state fornite anche informazioni logistiche sul luogo in cui sarebbero stati serviti colazione, pranzo e cena. In seguito, il formatore ha iniziato l'attività di team building in modo che i partecipanti iniziassero ad aprirsi al gruppo e a sentirsi accolti. Ogni giorno di attività è iniziato con giochi per rompere il ghiaccio e attività di team building: lo scopo di queste attività era quello di conoscersi e iniziare lentamente a entrare nell'atmosfera di lavoro e creare un clima di squadra.

Durante le giornate di formazione sono stati svolti diversi tipi di attività, come "La storia dietro il mio nome", in cui i partecipanti dovevano dire il proprio nome e una storia su di sé e poi trasmetterla agli altri partecipanti, e "Il gioco delle possibilità", in cui i partecipanti sono stati divisi in piccoli gruppi e hanno assegnato un oggetto a una persona in ogni gruppo, che poi doveva dimostrarlo al resto del gruppo senza parlare. Queste attività iniziali hanno permesso ai partecipanti di partecipare attivamente esprimendo le loro aspettative, i loro contributi e le loro paure riguardo al progetto. Hanno condiviso i loro pensieri e le loro proposte con il gruppo e con il team organizzativo.

Ai partecipanti sono state fornite tutte le informazioni sull'agenda e sulle attività da svolgere durante il JSTE. I partecipanti hanno anche ricevuto una sintesi degli obiettivi principali della formazione.

Le altre attività svolte sono state le seguenti:

-Raccontaci la storia dietro la tua ultima foto", in cui i partecipanti sono stati divisi in coppie e hanno dovuto mostrare l'ultima foto scattata prima di entrare nel workshop. L'esercizio si è concluso con una breve discussione riassuntiva sulla ricerca di storie nei momenti quotidiani e con un brainstorming su come si possano costruire narrazioni interessanti attorno a piccoli eventi della vita.

-L'attività si è conclusa con una breve discussione riassuntiva sulla ricerca di storie nei momenti quotidiani e con un brainstorming su come si possano costruire narrazioni interessanti intorno a piccoli eventi della vita. Lo scopo di questa attività era quello di creare connessioni tra i partecipanti attraverso la condivisione attiva e di sviluppare la capacità di identificare modelli nelle strutture delle storie.

I partecipanti hanno mostrato particolare interesse per queste attività, al punto che si è svolta una discussione tra di loro che si è conclusa con l'analisi di come la narrazione digitale possa essere uno strumento indispensabile per supportare l'apprendimento informale.

Successivamente, si sono svolte attività incentrate sui media digitali e sociali; i partecipanti hanno seguito una breve sessione sulla differenza tra alfabetizzazione digitale e alfabetizzazione tradizionale (discussione comparativa tra scrittura e digitale, equivalenti digitali e modalità tradizionali, divario digitale, impatto e barriere).

Una sessione è stata completamente sviluppata intorno a un'introduzione ai software di editing di immagini e video. I partecipanti hanno ricevuto informazioni introduttive su come scrivere una sceneggiatura e poi hanno iniziato a scriverla individualmente. Dopo averla completata, sono stati istruiti a scrivere una bozza di sceneggiatura per la creazione di un video. Sono state fornite loro le istruzioni necessarie e il tempo sufficiente per portare a termine questo compito. Lo scopo di questa attività era migliorare le capacità di scrittura, imparare di più sulla narrazione e su come raccontare una storia in modo efficace e organizzare idee e pensieri.

L'uso dei social media, degli strumenti digitali e delle tecniche di marketing nell'alfabetizzazione ai nuovi media ha attirato particolarmente l'attenzione dei partecipanti. La sessione successiva è iniziata con l'attività "Brian the Onion - video storytelling", in cui i partecipanti sono stati divisi in piccoli gruppi e hanno ricevuto le informazioni necessarie su come si sarebbe dovuta svolgere l'attività.

Grazie a questa attività, i partecipanti hanno acquisito conoscenze su come mettere insieme una storia, hanno migliorato le proprie capacità di sintesi, sono stati in grado di montare un breve video e hanno prodotto un breve filmato su un argomento. Al termine di questa attività, i partecipanti hanno dovuto mostrare la loro presentazione attraverso una registrazione vocale. Hanno avuto a disposizione un'ora per sviluppare le loro storie sui loro smartphone. Alla fine della sessione i partecipanti hanno mostrato il loro lavoro davanti al gruppo. Inoltre, si è svolta un'attività sul personal branding e sulla promozione nel mercato del lavoro, attraverso il digital storytelling: come creare CV fotografici e CV video. (Presentazione sullo sviluppo di CV digitali per favorire l'acquisizione di competenze di occupabilità nel mercato del lavoro digitale). Il formatore ha utilizzato esempi pratici per la presentazione.

Altre attività si sono svolte negli ultimi giorni della formazione: un'attività chiamata "Interviste empatiche" - dopo le istruzioni fornite dai formatori, i partecipanti si sono separati e hanno iniziato a lavorare. All'inizio, un gruppo di partecipanti è diventato l'intervistatore e l'altro gruppo ha svolto il ruolo di intervistati. Alcuni di loro hanno utilizzato strumenti digitali per intervenire, mentre altri hanno scelto la forma classica prendendo appunti. Lo scopo di questa

attività era quello di raccogliere il maggior numero possibile di informazioni dalle esperienze delle persone sui temi di cui si preoccupavano e di capire le scelte che le persone fanno e le ragioni per cui le fanno. Entrando e comprendendo i pensieri, i sentimenti e le motivazioni di un'altra persona, l'intervistatore ha capito le scelte che questa fa, i suoi tratti comportamentali e ha identificato i suoi bisogni. Questo ha aiutato in un secondo momento a innovare e a creare prodotti o servizi più adatti a quella persona. Alla fine della sessione i partecipanti hanno condiviso con il gruppo le informazioni che sono riusciti a ottenere e hanno espresso l'esperienza di questa attività.

Un'altra attività è stata chiamata "Narratives with Sketchnotes", in cui a ogni partecipante è stato dato un foglio con alcuni elementi (forme, elementi, persone, oggetti) che rappresentavano un dizionario in note di schizzo come base per lo sviluppo di una storia.

Il formatore ha chiesto di dividere gli elementi creati in diversi gruppi con le stesse caratteristiche. Ogni partecipante ha ricevuto una carta da ogni gruppo e le ha messe insieme per creare una storia legata alle attività precedenti.

Nell'ultima parte della formazione, i partecipanti hanno lavorato sull'attività chiamata "Riassumere con Sketchnote". - Questa attività prevedeva 5 fasi, alle quali i partecipanti si sono sottoposti. La prima fase è stata la pianificazione, in cui i partecipanti hanno pianificato come prendere appunti e hanno pensato a quali componenti influenzassero lo Sketchnote. La seconda fase è stata l'ascolto, in cui i partecipanti hanno prestato attenzione a ciò che l'oratore stava dicendo e hanno ascoltato quali erano i punti principali e importanti. Poi il formatore ha dato loro le istruzioni per la fase successiva, ovvero l'elaborazione: dopo aver ascoltato l'oratore, hanno iniziato a elaborare e a decidere il contenuto da contrassegnare. I partecipanti hanno avuto il tempo di pensare e poi di passare alla fase successiva, in cui dovevano scrivere le informazioni raccolte. Alla fine, ogni partecipante ha raccontato un riassunto di una storia che ha ascoltato e gli elementi che ha usato per creare Sketchnote. Attraverso queste attività i partecipanti hanno migliorato le loro capacità nell'uso dei social media, degli strumenti digitali e delle tecniche di marketing nell'ambito dell'alfabetizzazione ai nuovi media. Hanno imparato a montare un breve video e a produrre un breve filmato su un argomento, nonché a creare CV fotografici e CV video. Ogni attività aveva scopi diversi: creare connessioni tra i partecipanti, innescare discussioni e interazioni tra i partecipanti, condividere storie ed esperienze personali, nonché migliorare le capacità di scrittura dei partecipanti e, più in generale, rafforzare le loro capacità attraverso percorsi di apprendimento innovativi. La metodologia della NFE e del Digital Story Telling è stata applicata in tutte le attività previste. Infine, alla fine di ogni giornata è sempre stata fatta una valutazione finale, basata sul feedback dei partecipanti sulle attività e sui loro risultati.

# CONCLUSION

## Chapter 8



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



EDUSTORYTELLING



## Conclusioni

Nel complesso, i questionari mostrano come gli intervistati abbiano particolarmente apprezzato la multiculturalità e l'eterogeneità dei partecipanti al gruppo, insieme all'ambiente di lavoro stimolante e accogliente. D'altro canto, alcuni partecipanti si sono lamentati delle prestazioni dei formatori, mostrando un generale disappunto per la loro mancanza di chiarezza e organizzazione durante il programma.

Per quanto riguarda l'autoanalisi richiesta dal questionario sulle competenze, che mirava a confrontare il livello pre e post formazione, quello che emerge dalle competenze sociali e dalle soft skills, i questionari di autovalutazione hanno mostrato che la maggior parte dei partecipanti si giudicava di livello medio-alto (da 4 a 5, in max 5), prima di partecipare alla formazione. Queste competenze erano: comunicazione, risoluzione dei conflitti, ascolto attivo, empatia, gestione delle relazioni, rispetto della leadership, lavoro di squadra, problem solving, capacità interpersonali e flessibilità/adattabilità. Soprattutto per il fatto che c'è stato un alto grado di sviluppo, la maggior parte dei partecipanti ha generalmente dichiarato di averle sviluppate di un +1.

Inoltre, per quanto riguarda le competenze interpersonali e la negoziazione, la maggior parte degli intervistati ha percepito un miglioramento di +1, come per le competenze precedenti, dimostrando di aver avuto l'opportunità di sviluppare capacità come l'intelligenza emotiva, la responsabilizzazione personale e la logica/ragionamento. Alcuni hanno percepito un miglioramento dal livello 3 al 4. Lo stesso cambiamento è stato condiviso dalla maggior parte degli intervistati per quanto riguarda le competenze di gestione delle persone e del cambiamento, con un +1 per entrambe.

Lo scopo del questionario era quello di capire non solo quanto fosse stato utile per i partecipanti, ma anche di comprendere quali fossero i loro punti deboli, in modo da poter capire e migliorare dove possibile. Infatti, anche se alcuni dei partecipanti hanno segnalato una mancanza di preparazione e di organizzazione dei formatori in un contesto specializzato, accompagnata da alcune lacune nelle strutture (attrezzature tecnologiche, accesso a internet, ecc.), l'impressione generale è che la formazione abbia stimolato l'uso della creatività come strumento di inclusione e lo scambio tra pari di buone pratiche.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



# EDUSTORYTELLING

# DigiStories Guide

Digital Storytelling as an instrument to foster  
the acquisition of digital literacy in Adult learners

*The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.*



Open Educational Resources



This work is licensed under the **Creative Commons**  
**Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported License**