

DIGITAL STORYTELLING IMMERSIVE LAB
THROUGH SMART OBJECTS & DIGITAL CLUES
LABORATORIO IMMERSIVO DI DIGITAL STORYTELLING



Workshop progettato da Lazzaro Marco Ferrari e Amalia Vigliante

LABORATORIO: lavoro, fabbrica, costruisco, produco, progetto una **STORIA**

IMMERSIVO: flusso che prevede comunità di immaginazione, partecipo ad una **STORIA** collettiva

STORYTELLING: ascolto, dico, raccolgo, gioco, rappresento, racconto una **STORIA**

DIGITALE: comunico, programmo, diffondo, pubblico, narro una **STORIA** digitalmente

Laboratorio Immersivo di Digital Storytelling con "oggetti reali e tracce digitali".

L'abilità di tramutare segni e indizi in storie magnifiche. Scoperta e rappresentazione di un personaggio (archetipo) di narrativa che prende vita in modo partecipativo. La combinazione di ambienti dettagliati e personaggi iconici per creare immersione. Produzione digitale di un'Opera finale .



STORIES ARE THE SIGNAL WITHIN THE NOISE
TALENT THE FREQUENCY THAT CONVEYS THE SIGNAL

N1 Ispirazione

- Presentazione del progetto.
- Come viene introdotto il protagonista nel cinema: visione di scene di film d'autore e frammenti di sceneggiatura.
- Brainstorming sulla tecnica "*smart objects & digital clues*".
- Cards Deck: set di Carte di ruolo create per favorire l'attività collettiva e stabilire gruppi di lavoro per la costruzione del personaggio.
- Il protagonista sarà un Archetipo. Un simbolo presente nell'inconscio collettivo.

Per il successivo incontro del workshop viene richiesto di produrre o recuperare indizi digitali (foto, testo audio o video) e di portare oggetti reali attinenti al personaggio che si vuole raccontare e che lo individuano come essere unico.



N2 IMMERSIONE

- Investighiamo il materiale proposto osservandone il significato evocativo ed esaminiamo oggetti e indizi mettendoli in relazione tra loro.
- La Bibbia del Personaggio: caratterizziamo il personaggio. Chi è. Qual'è la sua storia. La personalità, caratteristiche e dettagli fisici. Cosa indossa, quali oggetti porta con sé. Qual'è il suo territorio, dove si trova, dove sta andando.
- Creiamo uno schema, un grafico o un disegno geometrico che rappresenti simbolicamente tutte le sfaccettature del nostro protagonista-archetipo; un microcosmo dell'universo del nostro personaggio. L'analisi del carattere è quando si valuta i tratti di un personaggio, il loro ruolo nella storia, e i conflitti che sperimentano.

TECNICA

Brainstorming, tecnica creativa di gruppo per far emergere idee volte alla risoluzione di un problema.
Character map: diagramma e simboli che rappresentano graficamente l'universo del protagonista.

N3 IMMAGINE

- Mind Map: il processo di assemblaggio influenza l'esito della storia e ci permette di identificare il personaggio principale attraverso tecniche interattive e dinamiche di gruppo.
- Storyboard. Pre-visualizziamo l'opera entrando nelle sfumature del suo personaggio e nella struttura della narrazione.

TECNICA

Mind Map, una rappresentazione visiva di informazioni che include una idea centrale circondata da rami collegati di argomenti associati. L'architettura dell'opera prende forma.

Storyboard, letteralmente, "tavola della storia (intesa come racconto)"; visualizzazione di un'idea.

N4 INSTALLAZIONE

- Riproducendo contenuti digitali accanto ad evidenze reali mentre vengono associate, abbiamo trasformato il 'game' in una attività di storytelling.
- Progettiamo la scena: come rappresento il personaggio, la figura centrale del racconto. Cosa sta facendo. L'azione. L'esordio. Immaginiamo il soggetto entrare in scena per la prima volta.

TECNICA

Esperimenti di Cut-Up e Assemblage per creare e definire un personaggio in modo collettivo.

Realizziamo un moodboard: una installazione di oggetti fisici, foto, immagini, testi, suoni, voci, arrangiati in una composizione con lo scopo di evocare o proiettare il nostro "io narrante", il protagonista.



N5 | PRODUZIONE

- Ora che la composizione è completata ci avventuriamo all'interno della stessa. La nostra opera viene nuovamente *decostruita* per divenire 'digitale'. Video e Audio. Fotografia. Disegno. Animiamo gli oggetti e diamogli una voce. Immaginiamo lo spazio e i suoni. Tracciamo i frammenti mancanti. Completiamo il lavoro. Azione!
- Impariamo a scegliere i media digitali per comporre la nostra storia. Il **Digital Storytelling** ovvero la Narrazione realizzata con strumenti digitali consiste nell'organizzare contenuti in un sistema coerente, retto da una struttura narrativa, in modo da ottenere un racconto costituito da molteplici elementi di vario formato (video, audio, immagini, testi, mappe, ecc.).

TECNICA

Laboratorio Multimediale e Audiovisivo. Linguaggi e Tecnologie. Produzione di brevi segmenti di narrazione digitale. Impariamo a narrare in relazione ad un ambiente multimediale.

N6 | POST-PRODUZIONE

- Il montaggio. Prepariamo il materiale per la pubblicazione dopo averlo visionato, analizzato e ricomposto in base ad esigenze narrative, strutturali, ritmiche ed espressive. Attività collettiva di post-produzione.
- Lavorando insieme modelliamo i contenuti precedentemente realizzati assimilando in questo modo competenze di base nell'uso degli strumenti software più comuni che possono essere utilizzati per elaborare, organizzare o modificare storie digitali.

TECNICA

Liturgia alla Post-Produzione. Insieme delle tecniche e dei principi propri del montaggio digitale.

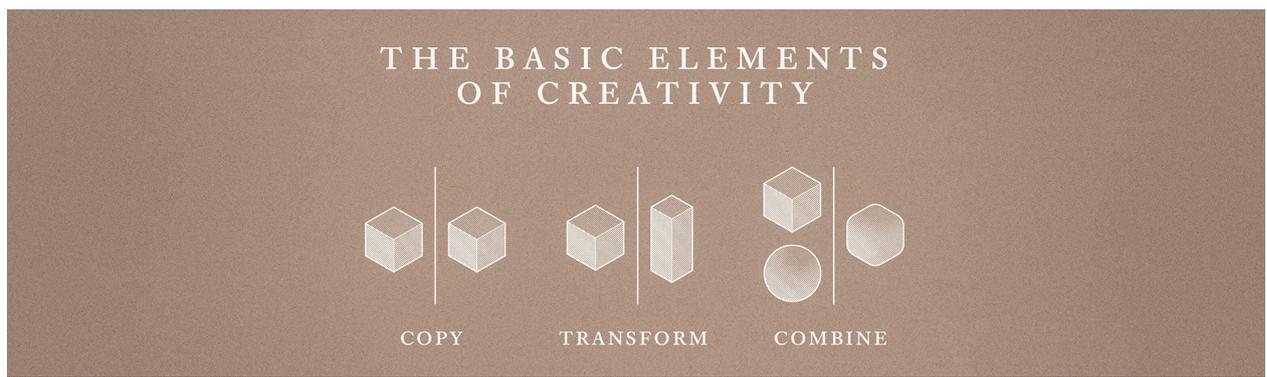


N7 I SHARE: OPEN CONTENT & CREATIVE COMMONS

- Creative Commons consente di condividere la conoscenza e la creatività con il mondo. Creative Commons (CC) è un'organizzazione non a scopo di lucro dedicata ad ampliare la gamma di opere disponibili alla condivisione e all'utilizzo pubblico in maniera legale.
- Un Contenuto aperto, (dall'inglese Open Content) coniato in analogia con **Open Source** descrive un qualsiasi tipo di lavoro creativo, o contenuto, pubblicato sotto una licenza libera che permette esplicitamente la copia e la modifica da parte di qualcun altro. Il Contenuto aperto è un paradigma alternativo all'uso del diritto d'autore per creare monopoli; piuttosto che condurre a un monopolio, il contenuto aperto facilita la democratizzazione della conoscenza.

TECNICA

Seminario



N8 I REMIX

- Arte di 'Navigare' in rete. Internet è relazione.
- In latino medievale un "florilegium" è una raccolta di brani tratti da altri scritti. La parola è dal latino Flos (fiori) e Legere (per raccogliere): letteralmente una raccolta di fiori, o la raccolta di estratti pregiati dal corpo di un'opera più grande. Uno degli esempi più antichi studiati di cultura del **remix**.
- Architettura dell'informazione, non solo di contenuti ma anche di Content Curation. La creatività è combinatoria, nulla è del tutto originale, tutto si basa su ciò che è venuto prima, e che noi creiamo prendendo frammenti già esistenti di ispirazione, di conoscenza, di abilità e di comprensione che raccogliamo nel corso della nostra vita e che poi ri-combiniamo in magnifiche nuove creazioni.

TECNICA

Impariamo a scegliere in rete ridefinendo lo stile di 'essere' online.

L'arte della trasformazione. Copy, transform, combine. Everything is a Remix.

La continua evoluzione dell'ecosistema della creatività, originalità e le opere derivate.

N9 | WORLD WIDE WEB

- Internet. Comunicazione globale. Come presentare il progetto in rete con l'uso degli strumenti adeguati.
- HTML + CSS. Componiamo in rete. One Page Parallax Design.
- Wordpress. Come creare un Blog. Lascia la tua traccia personale nel web. Impariamo a modificare un Template.
- Attraverso un blog o un sito internet personale diveniamo al contempo autori ed editori dei nostri contenuti digitali. L'ipertesto ha un grande potenziale per creare forme non-lineari di racconto.

Digital Journalism noto anche come il giornalismo online è una forma contemporanea del giornalismo in cui contenuto editoriale è distribuito via Internet. Giornalismo multimediale è il processo di combinazione di testo, immagini, audio, video e grafica, per raccontare una storia.

TECNICA

L'internet non è una "cosa in sé" ma uno strumento. Introduzione al Web 2.0.



N10 | PUBLISHING: editoria digitale

- La pubblicazione è il processo di produzione e diffusione delle informazioni - l'attività di rendere le informazioni a disposizione del pubblico in generale. L'Editoria Digitale si occupa della distribuzione e commercializzazione di contenuti digitali principalmente (ma non in via esclusiva) attraverso il web.
- Comunità Online e Social Network – Social Innovation. Alle radici del Futuro. Una innovazione sociale è una nuova soluzione ad un problema sociale che è più efficace, efficiente, sostenibile, o semplicemente rispetto alle soluzioni attuali. Il valore creato è attribuito principalmente alla società piuttosto che a privati.
- Digital Marketing. Il marketing digitale utilizza le tecnologie digitali per raggiungere e convertire i contatti in clienti e fidelizzarli impiegando principalmente Internet come mezzo promozionale di comunicazione.

CONCLUSIONE

Un nuovo approccio non lineare alla creazione, narrazione e pubblicazione delle nostre storie.