



Food and Agro-industrial Schools Toward Entrepreneurship by Storytelling and Digital Technology

Intellectual Output 1

**RICERCA-AZIONE MULTILINGUE
Analisi delle pratiche educative, finalizzata a
introdurre miglioramenti**

LEADER: CISITA PARMA SCARL (PIC 1)

Data di rilascio: 20 Luglio 2016



Il progetto è finanziato dal programma europeo ERASMUS+ tramite INAPP, Agenzia nazionale italiana. Il contenuto di questo materiale non riflette l'opinione ufficiale dell'Unione Europea, della Commissione Europea e delle Agenzie Nazionali. La responsabilità per le informazioni e per i punti di vista espressi in questo documento è interamente degli autori. Progetto n. 2015-1-IT01-KA202-004608

Indice

Lista dei Partners	3
Prefazione	4
I. Intellectual Output 1 e sua struttura complessiva	8
I.1 Intellectual Output 1 - Attività 1&3	12
I.2 Intellectual Output 1 – Attività 4&5	27
I.2.1 – Attività 4: risultati	29
I.2.2 – Attività 5: risultati	37
I.3 – Attività 2 & 6	40
I.3.1 - Attività 2: risultati	41
I.3.2 - Attività 6: risultati	48
Conclusioni	55
Appendice I	58
Appendice II	63
Appendice III	70
Appendice IV	73
Appendice V	81
Appendice VI	83
Appendice VII	85

Elenco dei Partners

NO.	PARTNER	ACRONIMO	PAESE
P1 - Coordinatore	CISITA PARMA Srl	CISITA	Italia
P2	S.P.E.L.L. srl	SPELL	Italia
P3	ISSI GALILEI BOCCHIALINI SOLARI	BOCCHIALINI	Italia
P4	Centrul de Incubare Creativ Inovativ de Afaceri	CICIA	Romania
P5	Bulgarian Chamber of Commerce and Industry	BCCI	Bulgaria
P6	Professional High School of Food technology	PAVLOV	Bulgaria
P7	Confederação Nacional de Jovens Agricultores e Desenvolvimento Rural	CNJ	Portogallo
P8	Liceul Technologic Aurel Rainu	RAINU	Romania
P9	Escola Profissional Agrícola Quinta da Lageosa	LAGEOSA	Portogallo
P10	G.G. Eurosuccess Consulting Ltd	EUROSUCCESS	Cipro

Prefazione

Il progetto F.A.S.T.E.S.T. coinvolge studenti e insegnanti di scuole VET agro-industriali in pratiche di narrazione digitale, allo scopo di:

- adottare la narrazione digitale come strumento innovativo per incoraggiare le pratiche partecipative, grazie alla creazione di mini-aziende di studenti che assumono il ruolo di videomakers digitali
- sviluppare le competenze imprenditoriali negli studenti, incoraggiandoli all'autoimprenditorialità
- sviluppare competenze digitali e interdisciplinari negli insegnanti VET

Partendo dall'assunto che la narrazione sia di per sé un mezzo potente per trasferire conoscenze, valori, credenze e addirittura il patrimonio culturale, il progetto F.A.S.T.E.S.T. è particolarmente significativo per i paesi e per il settore industriale in esso coinvolti.

Sul versante della formazione degli insegnanti, è importante notare che i paesi dell'Europa meridionale (come l'Italia e il Portogallo) e i paesi dell'Europa dell'Est (come la Bulgaria e la Romania) presentano analoghe criticità: un basso numero di insegnanti di istruzione secondaria superiore che sfruttano le opportunità di formazione/aggiornamento e un numero ridottissimo di corsi di formazione disponibili per lo sviluppo delle competenze degli insegnanti¹.

Relativamente al settore industriale FDMP (Food and Drink Manufacturing and Processing), è da rimarcare che, in Europa, la percentuale di lavoratori altamente qualificati sia molto bassa rispetto ad altri settori industriali (14% nel settore agroindustriale vs 30% in media in altri settori). Inoltre, i giovani lavoratori sembrano preferire altri settori di occupazione, con la conseguenza che il numero di lavoratori sotto i 24 anni di età risulta molto limitato².

1 Cfr "OECD TALIS 2013 Results – An International Perspective on Teaching and Learning"

2 Cfr le raccomandazioni del Consiglio Europeo nel documento "Conclusions on entrepreneurship in education and training" (02.17.15)

Su queste basi, il progetto F.A.S.T.E.S.T. mira a coinvolgere gli studenti nel raccontare storie di successo di aziende del settore FDMP dei propri paesi, incoraggiandoli a realizzare video dato che, in quanto nativi digitali, hanno molta familiarità con la tecnologia.

Naturalmente raccontare storie significa familiarizzare con le imprese e gli imprenditori, comprendere come hanno fondato la proprie attività, da quale idea e da quali mezzi sono partiti, e come sono hanno avuto successo superando difficoltà e ostacoli.

Gli impatti del progetto prevedono che gli studenti si appassionino e si entusiasmino a proposito di come gli imprenditori dei propri paesi e culture siano riusciti a creare aziende di successo. L'elaborazione dei diversi elementi di una storia li aiuta anche a percepire diversi livelli di significato, aiutandoli a passare da un apprendimento puramente nozionistico ad un apprendimento di tipo "trasformativo" e riflessivo.

Il risultato atteso è che gli studenti di istruzione secondaria sviluppino le proprie abilità e attitudini imprenditoriali, prendendo quindi in considerazione l'idea di poter fondare una propria azienda di tipo agroindustriale dopo aver completato gli studi.

Ciò si traduce anche, sul versante degli studenti, in un maggiore impegno e motivazione nei confronti dell'istruzione, grazie ad un metodo alternativo e innovativo di apprendimento, molto diverso da quello tradizionale. Ci si aspetta che l'aumento di motivazione degli studenti serva a contrastare l'abbandono precoce della scuola da parte di coloro che hanno basso rendimento e sono a rischio di fuoriuscita dal sistema di istruzione.

Il programma del progetto F.A.S.T.E.S.T. non prevede che gli insegnanti erogino lezioni frontali di tipo tradizionale, ma, al contrario, che gli studenti lavorino insieme ai docenti per comprendere come siano nate e si siano evolute le aziende agroindustriali, scrivendo le sceneggiature delle storie da raccontare e girando i video.

Questo è un modello di apprendimento interdisciplinare, perché gli studenti non si occupano di un unico argomento in particolare, ma devono tener conto di diversi aspetti:

- La struttura di una storia

- La tematica relativa alla specifica azienda e relativa catena produttiva di cui vogliono raccontare la storia (ad esempio la storia di una azienda del settore caseario, con tutte le problematiche ad essa collegate)
- Il periodo storico rilevante nel quale si svolge la storia
- Le problematiche digitali collegate (la realizzazione del video e il suo editing)

L'aspetto digitale dell'attività di narrazione dovrebbe motivare ulteriormente gli studenti, in quanto i giovani hanno grande familiarità con la tecnologia digitale e sono molto felici e motivati ad usarla in un contesto di apprendimento.

D'altra parte, le tecnologie ICT sono esattamente quelle che gli insegnanti VET devono sviluppare, non essendo di norma essi addestrati a questo uso dei mezzi digitali. Anche se sono insegnanti di informatica, non sono abituati a sviluppare programmi didattici interdisciplinari, in cui le nozioni tecniche (relative all'economia o alle tecniche di lavorazione degli alimenti) possono essere apprese insieme alla storia e alle discipline umanistiche.

Il progetto F.A.S.T.E.S.T. coinvolge sia studenti che insegnanti VET nello sviluppo di 8 ipervideo relativi a 8 storie di successo di aziende agroindustriali locali.

Il partenariato è composto da 4 paesi - Italia, Portogallo, Bulgaria e Romania -, in ciascuno dei quali lavorano insieme una scuola secondaria VET e una realtà organizzativa di tipo business.

Ci si aspetta che ogni paese realizzi 2 video per raccontare la storia di 2 diverse aziende locali del settore agroindustriale. I video devono poi diventare ipervideo, arricchiti da collegamenti per navigare tra sequenze diverse, con diversi riferimenti a nozioni didattiche collegate alla storia o al programma scolastico curricolare (IO2).

Una volta terminata la realizzazione, gli ipervideo saranno quindi nuovamente manipolati dagli insegnanti che li adatteranno per renderli strumenti didattici adeguati, idonei a sviluppare programmi scolastici interdisciplinari (IO3).

Come output finale di progetto, verrà rilasciato un set completo di linee guida metodologiche, una sorta di manuale per un uso efficace della narrazione digitale come strumento didattico per lo sviluppo di competenze imprenditoriali in un contesto scolastico di livello secondario (IO4).

Gli Intellectual Output 2 e 3 saranno rilasciati come OER (risorse didattiche aperte), a disposizione di quanti più utenti possibili, che potranno usufruire degli ipervideo e dei programmi formativi. Gli Intellectual Output saranno poi caricati come OER su database specializzati nella condivisione di risorse e nello sviluppo professionale degli insegnanti, quali ad esempio: <http://www.alexandrianet.it/htdocs> , <https://www.oercommons.org> , <https://oerqualityproject.wordpress.com>

Prima di procedere al nucleo stesso di F.A.S.T.E.S.T. Il progetto intellettuale 1 apre il lavoro di partenariato impostando il cammino che tutti i partner devono seguire per riuscire nel processo di produzione video.

L'Intellectual Output 1, sotto la responsabilità diretta del coordinatore Cisita Parma scarl, è un'azione multilingue di ricerca intesa come analisi della pratica educativa esistente che coinvolge sia la narrazione e la narrazione storica che intendono introdurre adeguamenti e miglioramenti.

L'Output intellettuale 1 dovrebbe essere una sorta di Vademecum per i Partner del progetto F.A.S.T.E.S.T., da prendere in considerazione prima di procedere all'attività di video-produzione, ma anche per ogni futura partnership o istituzione o singolo attore che desideri approfittarne.

I. Intellectual Output 1 e sua struttura complessiva

Ricerca-Azione Multilingue – analisi delle “pratiche” educative, allo scopo di apportare miglioramenti

L'Intellectual Output 1 è uno studio / analisi, che adotta la metodologia della Ricerca-Azione.

Una Ricerca-Azione si concentra sul problem solving sia come epilogo dei fatti, sia come pianificazione di ulteriori azioni in contesti specifici.

La Ricerca-Azione si concentra su tre temi:

1. il valore educativo del racconto, a partire da storie di successo nel settore agroindustriale
2. la sostenibilità delle tecniche di manipolazione digitale (digital storytelling) per sviluppare programmi educativi in grado di favorire una mentalità imprenditoriale
3. nuove abilità di cui gli insegnanti hanno bisogno per un utilizzo efficace della metodologia a sostegno dell'acquisizione di competenze imprenditoriali.

Questi campi di ricerca collimano perfettamente con i requisiti del progetto F.A.S.T.E.S.T., in quanto gli obiettivi globali sono fondamentalmente due:

- a. consentire agli insegnanti della scuola secondaria superiore di adottare il "digital storytelling" attraverso la creazione di mini-aziende di studenti che diventeranno creatori di video digitali
- b. sviluppare negli studenti le competenze imprenditoriali sia generali che specifiche del settore agroindustriale grazie a pratiche di innovative/partecipative di apprendimento (utilizzando "programmi di formazione misti" basati sulla creazione / utilizzo di risorse didattiche aperte, OERs)

Dati gli obiettivi generali del progetto, il primo passo da fare è impostare il percorso che i partner devono seguire per un'implementazione efficace.

La narrazione in generale e, più in particolare, la narrazione digitale è in realtà un'innovativa metodologia didattica. È intesa quale strumento interdisciplinare, non una materia scolastica a sé stante, e non è obbligatoria in nessun curriculum scolastico nazionale in Europa.

Lo stesso vale per l'imprenditorialità, che non viene insegnata o appresa a scuola, nonostante diversi elementi propri dell'imprenditorialità possano essere riscontrati in molte materie scolastiche (umanistiche e economiche soprattutto). D'altra parte, gli studenti, in quanto nativi digitali, hanno grande familiarità con la tecnologia e i nuovi *media*. Applicare i nuovi *media* all'istruzione è un potente strumento per ottenere consenso tra gli studenti, aumentando la loro motivazione e l'impegno verso gli studi. Ma la soluzione non è così semplice: più anziani sono gli insegnanti, meno hanno familiarità con la tecnologia. Ecco perché la ricerca sulle nuove competenze richieste agli insegnanti è prioritaria tra i temi di ricerca dell'Intellectual Output 1.

Al fine di risolvere i problemi alla base della Ricerca-Azione, il Coordinatore ha progettato un insieme coerente di sei diverse attività, ognuna focalizzata su un particolare argomento di indagine. Considerando il diverso punto di vista di ogni attività e il diverso know-how di ciascun partner, alcune attività hanno richiesto il coinvolgimento di tutti i partner (attività 1 e 3), alcune attività hanno coinvolto solo le scuole (attività 2 e 6), altre hanno riguardato solo gli esperti di business (attività 4 e 5).

Le attività sono state progettate e pianificate come segue:

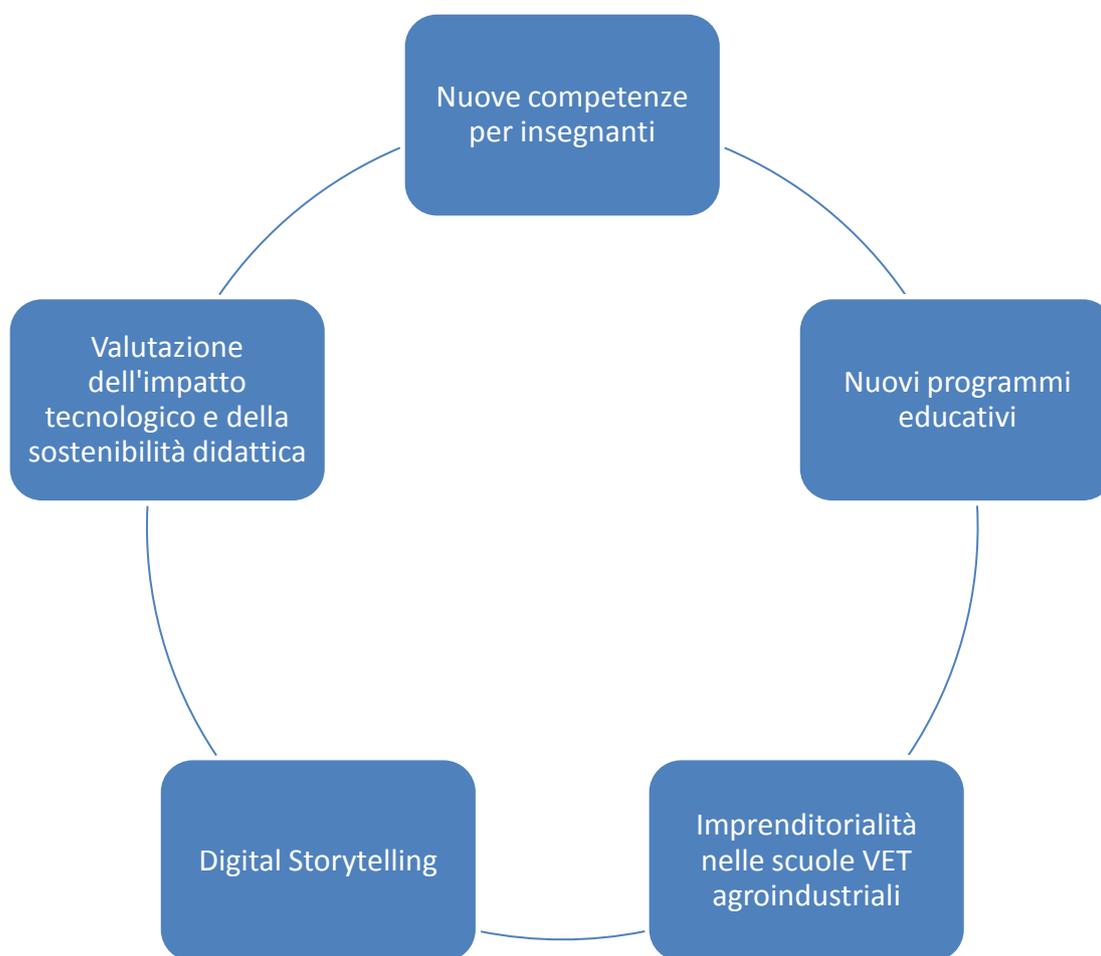
<p>Ricerca-Azione tema 1</p> <p>Coinvolgimento sia dei partner dell'education che di quelli "business"</p>	<p>Argomento della ricerca:</p> <p>Il valore educativo della narrazione in generale e del digital storytelling (narrazione digitale) in particolare</p>	<p>Attività 1</p> <p>Ricerca di tipo "desk" di 16 buone prassi di storytelling utilizzato come metodologia educativa/didattica/pedagogica innovativa</p> <p>Attività 3</p> <p>Ricerca di tipo "desk" di 16 buone prassi di digital</p>
---	--	--

		storytelling utilizzato come metodologia educativa/didattica/pedagogica innovativa
Ricerca-Azione tema 2 Coinvolgimento dei soli partner di tipo “business”	Argomento della ricerca: Requisiti per l’implementazione della tecnologia digitale nelle scuole; lo sviluppo di una mentalità imprenditoriale nei contesti educativi	Attività 4 Intervista a 12 esperti ICT Attività 5 Intervista a 16 esperti di area business
Ricerca-Azione tema 3 Coinvolgimento dei soli partner di area “education”	Argomento della ricerca: Sostenibilità didattica e nuove competenze richieste agli insegnanti	Attività 2 Attivazione di team interdisciplinare di docenti e elaborazione di 3 set di dispositivi per l'utilizzo efficace dello storytelling nella prassi educativa. Attività 6 Ricerca sul campo. 2 turni di focus group tra insegnanti, allo scopo di verificare l'impatto del digital storytelling sul curriculum didattico e sulle nuove competenze richieste agli insegnanti

Il presente documento offrirà un'analisi aggregata dei risultati delle attività 1-3, 4-5 e 2-6, in quanto riguardano argomenti simili e la loro lettura simultanea risulta più feconda di una separata.

Come risultato finale delle 6 attività, dopo il confronto e l'interpretazione dei dati, il partenariato ha capitalizzato un set di indicazioni utili sul quadro attuale dello sfruttamento del digital storytelling nei contesti educativi.

Figura 1 - Intellectual Output 1: argomenti principali della ricerca



I.1 Intellectual Output 1 – Attività 1&3

Ricerca “desk” delle buone prassi

di storytelling e digital storytelling a scopo didattico

L'obiettivo principale delle attività A1 e A3 dell'Intellectual Output 1 è far sì che i partner possano farsi un'idea di come sono state sfruttate, sino ad oggi, le tecniche di storytelling e di digital storytelling come strumenti didattici, per veicolare messaggi educativi nei contesti formativi.

L'attività 1 e l'attività 3 hanno la stessa struttura e lo stesso obiettivo. I partner sono stati invitati a raccogliere esempi di storytelling e digital storytelling (definiti come "best practices") utilizzati per scopi didattici.

I compiti non erano relativi alla raccolta di "storie", ma esempi di storie / storie digitali utilizzate come strumenti didattici. Questo è stato il primo passo che il partenariato ha dovuto compiere: concentrarsi su storytelling / digital storytelling in qualità di metodologie didattiche innovative legate all'apprendimento riflessivo e trasformativo.

I partner hanno dovuto concentrarsi su pratiche narrative in grado di innescare negli studenti un processo di "auto-riflessione". L'importanza delle storie non deve risiedere nella conoscenza e nei contenuti, ma esse devono fare leva su una serie di credenze, conoscenze implicite e punti di vista, valori, questioni morali e ideologiche dei personaggi così come degli studenti.

I partner sono stati invitati a realizzare una ricerca di tipo “desk” di 4 buone prassi di storytelling e 4 buone prassi di digital storytelling in ogni paese³, per un totale di 16 buone pratiche di storytelling e 16 buone pratiche di digital storytelling. Ogni partner ha ricevuto delle griglie per la raccolta delle buone prassi⁴, alla quale hanno collaborato almeno 3 ricercatori per paese, allo scopo di assicurare che fossero rappresentati punti di vista diversi e da diverse prospettive. I ricercatori potevano essere reclutati sia tra i membri delle organizzazioni partner oppure provenire dall'esterno. Potevano essere coinvolte le stesse persone sia per lo storytelling che per il digital storytelling, oppure anche persone diverse. Si è liberamente lasciata decidere l'organizzazione a ogni singolo partner, così come da quali database, siti web, riviste, giornali, repository attingere informazioni per la loro ricerca di tipo “desk”, alla sola condizione che reperissero 8 buone prassi⁵ di storytelling / digital storytelling per scopi didattici.

Per aiutare i partner a svolgere la ricerca in modo corretto, sono stati impostati alcuni quesiti fondamentali cui ciascuna delle buone prassi raccolte dovrà rispondere:

- Titolo delle buone prassi
- Descrizione: quale è la storia / storia digitale?
- Chi ha raccontato la storia?
- Quando?
- Come è stata raccontata la storia / la storia digitale? Con quali mezzi?

³ Italy, Romania, Bulgaria e Portogallo. In ogni paese le scuole e le aziende hanno dovuto lavorare insieme per raccogliere 8 buone prassi in totale.

⁴ Due separate: una per la raccolta di buone prassi di storytelling, l'altra per la raccolta di buone prassi di digital storytelling. Cfr Appendice 1 e Appendice 3.

⁵ Digital storytelling non significa necessariamente “video”. I video possono essere inclusi o meno nelle buone prassi di digital storytelling. Digital storytelling significa una storia raccontata grazie a mezzi digitali, ad esempio un sito web, un blog o anche una storia scritta integrata con tracce audio, immagini digitali e anche spezzoni animati.

- Pubblico / destinatari: chi ha ascoltato la storia / la storia digitale? A chi era rivolta la storia / la storia digitale?

- Circostanza/ evento
- Finalità didattica / educativa

La ricerca di tipo “desk” non doveva per forza essere relativa a qualcosa di nuovo o originale, bensì avere che fare con qualcosa di già disponibile per essere sfruttato in termini di storytelling o digital storytelling a scopi didattici.

Stante la complessità della ricerca di tipo “desk”, date tali condizioni, è stato assegnato ai partner il seguente ordine di priorità:

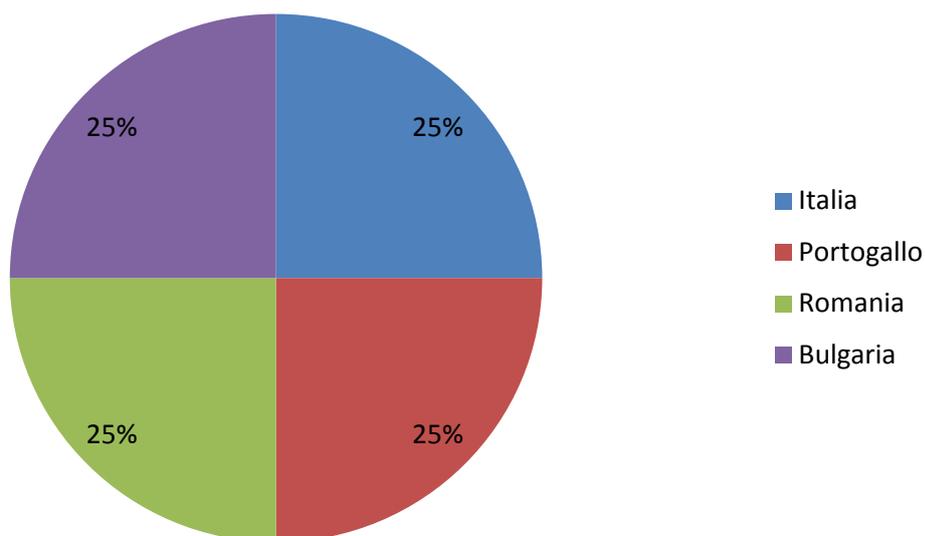
- Prima priorità: le buone prassi raccolte devono consistere in storie o storie digitali raccontate per finalità didattiche e / o in un contesto educativo per veicolare un messaggio (non necessariamente in ambito scolastico)
- Seconda priorità: le buone prassi raccolte devono raccontare storie sull'imprenditorialità
- Terza priorità: le buone prassi raccolte devono riguardare il settore agro-industriale.

La priorità imprescindibile era la prima. La seconda e la terza erano opzionali - ottimo se presenti, ma non obbligatorie.

Nelle pagine seguenti i lettori troveranno alcune rappresentazioni grafiche dei dati raccolti, in grado di offrire un'interpretazione e punti di vista sulle evidenze di risultato.

Si consiglia di consultare anche l'Appendice VII per i dettagli completi sulle buone prassi raccolte da ogni singolo paese.

Figura 2- Buone prassi di Storytelling & Digital Storytelling raccolte (IO1 - Attività1 & Attività 3, ricerca di tipo “desk”)



Ogni paese ha fornito:

- 4 esempi di buone prassi di storytelling
- 4 esempi di buone prassi di digital storytelling

Per un totale di:

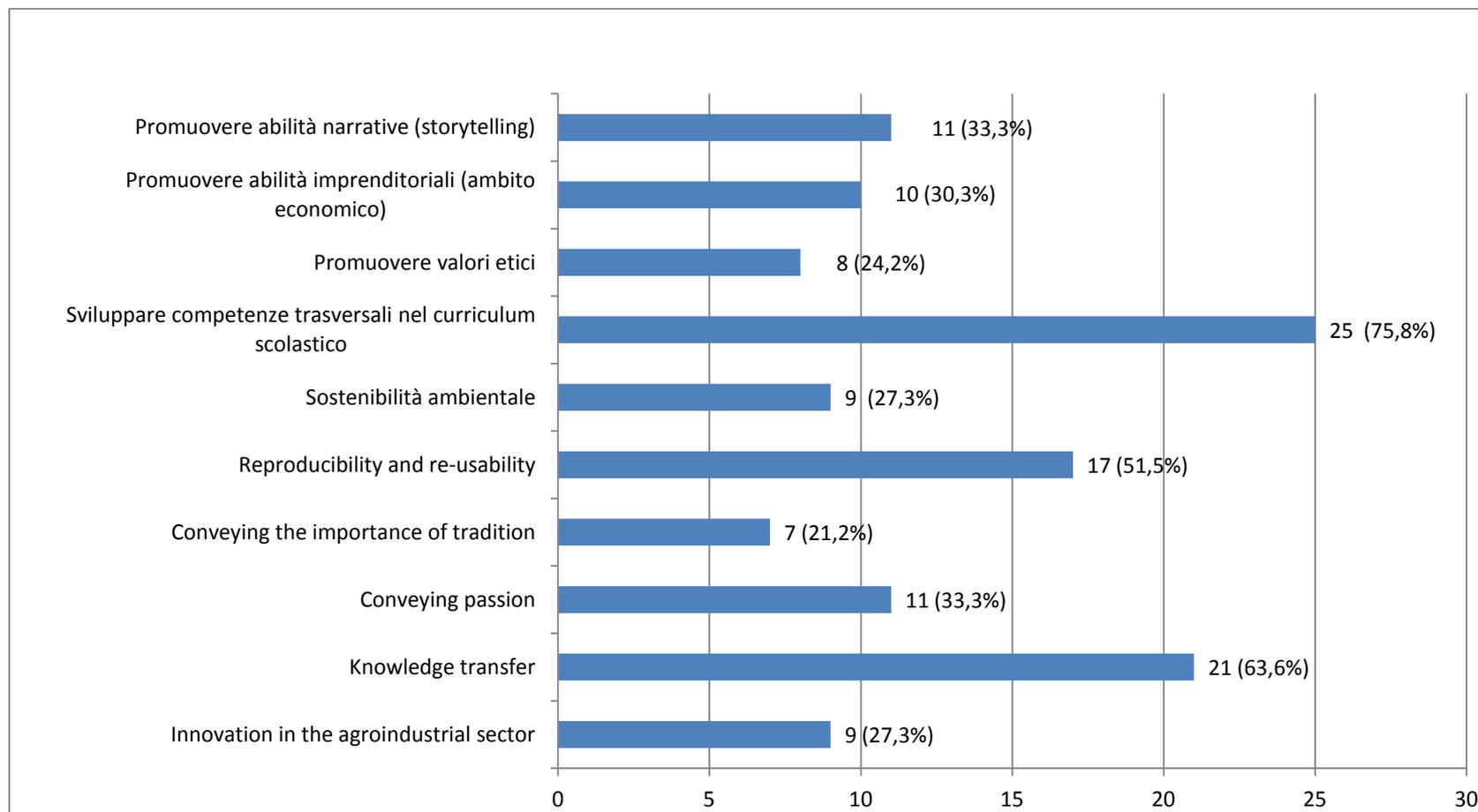
- 16 buone prassi valide di storytelling (Attività 1)
- 16 buone prassi valide di digital storytelling (Attività 3)

L'Italia ha fornito qualche esempio ulteriore come materiale di prova

(cfr. Appendice VII)

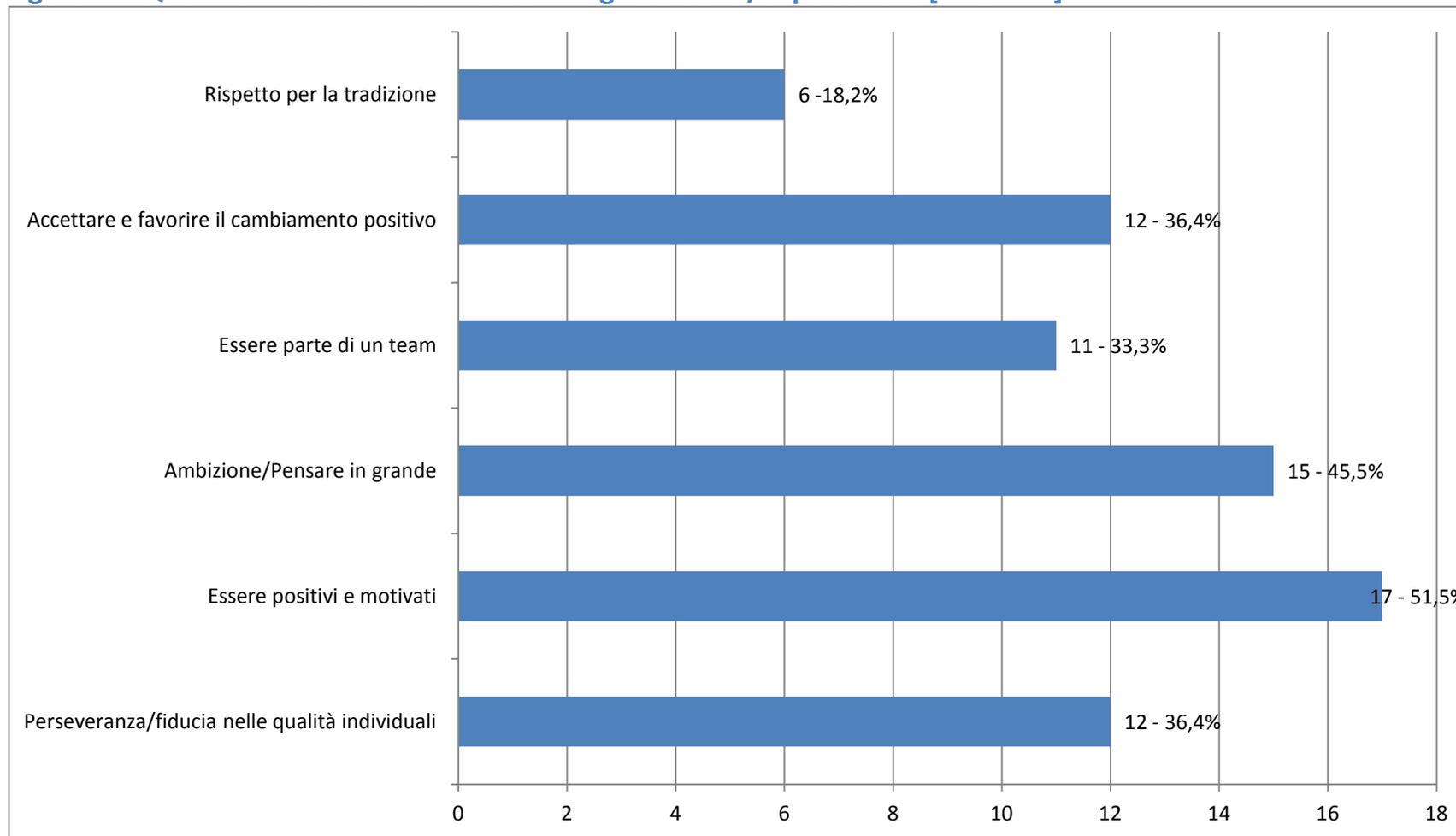


Figura 3 – Principali temi presenti nelle buone prassi raccolte (storytelling & digital storytelling) [P2 SPELL]



Il progetto è finanziato dal programma europeo ERASMUS+ tramite INAPP, Agenzia nazionale italiana. Il contenuto di questo materiale non riflette l'opinione ufficiale dell'Unione Europea, della Commissione Europea e delle Agenzie Nazionali. La responsabilità per le informazioni e per i punti di vista espressi in questo documento è interamente degli autori. Progetto n. 2015-1-IT01-KA202-004608

Figura 4 – Quali valori comunicano le storie agli studenti/al pubblico? [P2 SPELL]





Le figure 3-10 sono disponibili grazie all'elaborazione dei dati effettuata da P2 S.P.E.L.L., responsabile del rapporto finale, che offre un'interpretazione delle buone prassi, in base ai valori e alla prospettiva che si possono riscontrare nel loro complesso.

L'immagine 3 evidenzia i temi principali che possono essere riscontrati in tutte le buone prassi, sia di storytelling che di digital storytelling. I temi di maggiore impatto si ripetono ovunque indipendentemente dal paese di origine del ricercatore.

I temi più rilevanti sono:

1. Sviluppo di competenze interdisciplinari nel curriculum scolastico - 75,8%
2. Trasferimento della conoscenza - 63,6%
3. Riproducibilità e riutilizzabilità - 51,5%

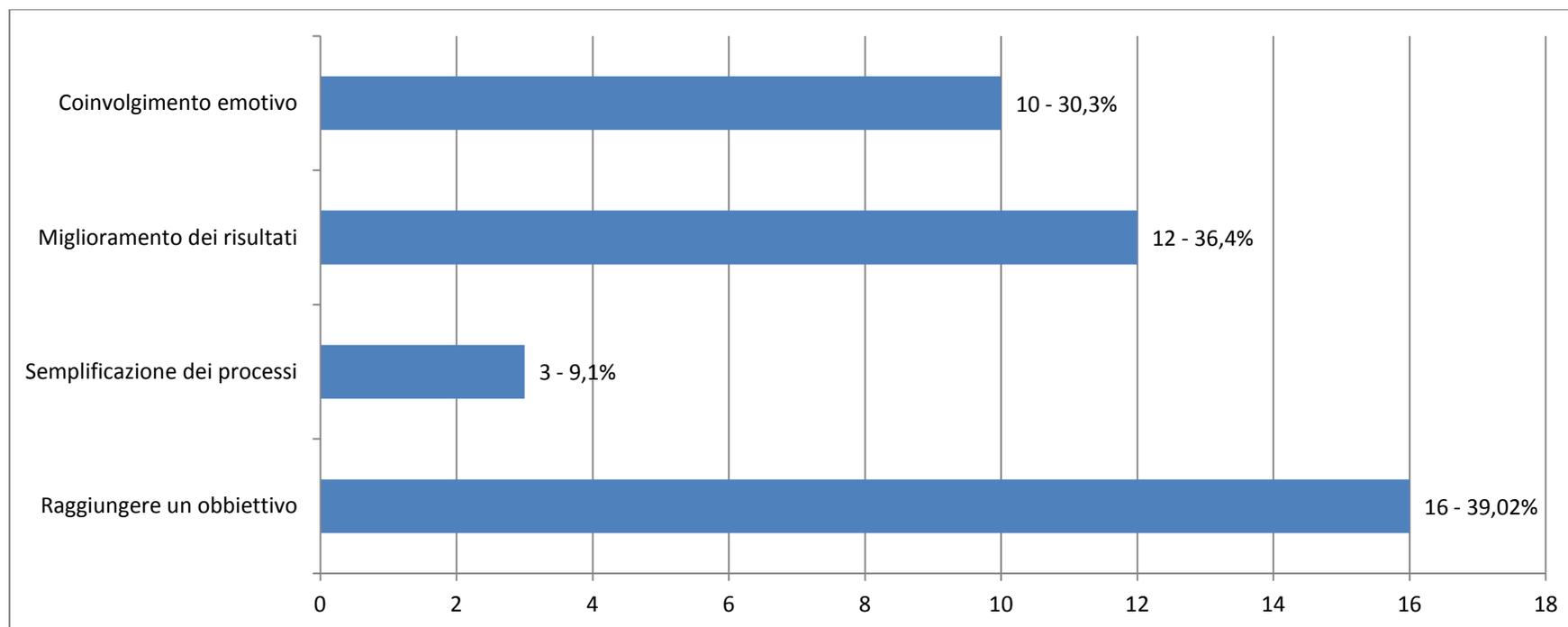
Il risultato non stupisce perché ai ricercatori è stato esplicitamente richiesto di reperire esempi di storie già utilizzate per scopi didattici. Questo spiega perché l'argomento relativo alle competenze interdisciplinari a scuola sia così rilevante. Lo storytelling non è una materia scolastica a sé stante, ma è intesa come trasversale a tutte le altre discipline. Il trasferimento della conoscenza è un processo ovvio, tanto nello storytelling – dato che le storie veicolano conoscenze - quanto nella didattica. Ultimo ma non meno importante, la riproducibilità e la riutilizzabilità sono caratteristiche fondamentali, in quanto gli esempi trovati costituiscono buone prassi, ovvero paradigmi particolarmente validi che devono poter essere impiegati ripetutamente nel tempo.

Il progetto è finanziato dal programma europeo ERASMUS+ tramite INAPP, Agenzia nazionale italiana. Il contenuto di questo materiale non riflette l'opinione ufficiale dell'Unione Europea, della Commissione Europea e delle Agenzie Nazionali. La responsabilità per le informazioni e per i punti di vista espressi in questo documento è interamente degli autori. Progetto n. 2015-1-IT01-KA202-004608

L'immagine 4 offre una visione dei valori principali che le storie comunicano agli studenti / al pubblico. Poiché le storie sono intese come buone prassi di approccio educativo, è assolutamente naturale trovare molti valori morali e positivi. Inoltre, poiché le storie sono finalizzate all'educazione dei giovani studenti, è molto importante che esse mostrino una serie di qualità positive che possono costituire un modello da seguire per gli studenti.

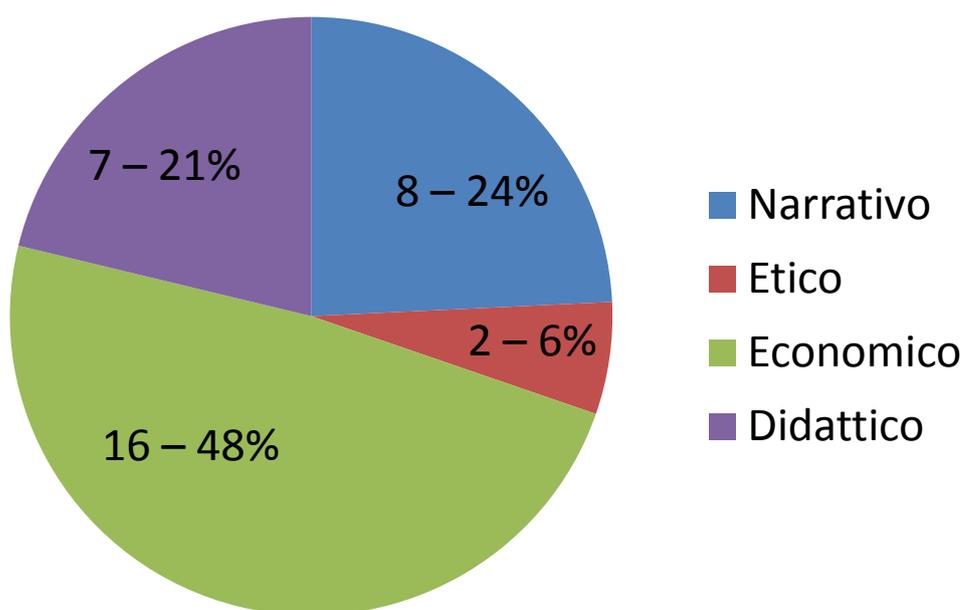
Tutti i valori appartengono non solo all'area dello sviluppo delle competenze personali, ma riguardano anche il modello imprenditoriale, inteso come serie di caratteristiche positive che un giovane studente deve perseguire se desidera diventare egli stesso un imprenditore.

Figura 5 – Che cosa rende una prassi di storytelling una buona prassi? [P2 SPELL]



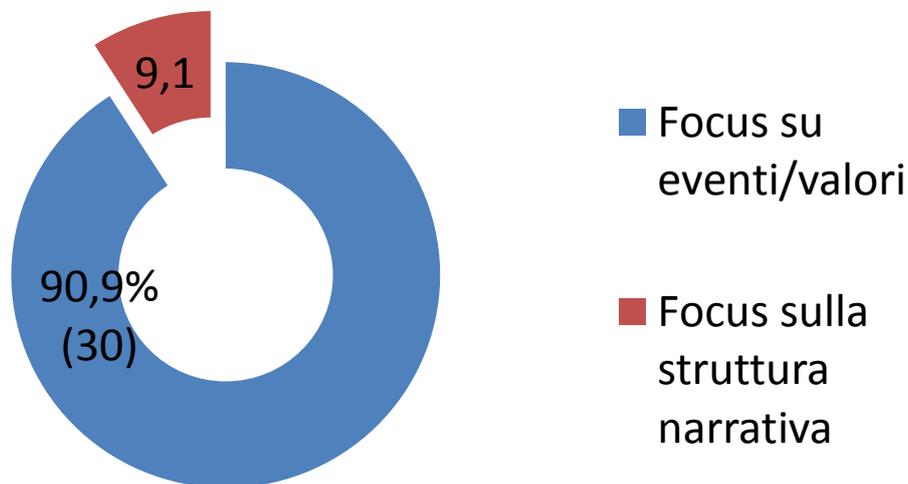
La figura 5 mostra ciò che rende una prassi di storytelling una “buona” prassi, ovvero un paradigma per un riuso di successo nella didattica. Di nuovo, una buona prassi è un modello di storytelling che veicola valori morali positivi che rappresentano un modello da perseguire: ad esempio, raggiungere un obiettivo che un imprenditore si è dato o migliorare i risultati attraverso sforzi e duro lavoro. Da non dimenticare il coinvolgimento emotivo che una storia dovrebbe creare, così come l'atmosfera magica che cattura l'attenzione del pubblico.

Figura 6 – Principali prospettive / punti di vista delle buone prassi raccolte [P2 SPELL]



La figura 6 mostra la prospettiva dalla quale le storie raccolte sono narrate, così come percepita dai ricercatori. Come si nota dal grafico, la prospettiva narrativa non è molto rappresentata. Non è una sorpresa perché i ricercatori sono stati chiamati a concentrarsi sulla prospettiva didattica, con particolare attenzione all'imprenditorialità nel settore agro-industriale. Questo vincolo è in effetti espresso dal grafico, poiché la maggior parte delle pratiche di storytelling / digital storytelling si concentrano sulla prospettiva economica. La prospettiva didattica è la caratteristica più importante solo nel 21% delle prassi raccolte, ma è sottesa praticamente a tutte.

Figura 7 – Le prassi hanno una specifica sceneggiatura strutturata? Oppure esse si limitano a raccontare episodi / comunicare valori? [P2 SPELL]



Come conseguenza di quanto mostrato nella figura 6, l'immagine 7 conferma la tendenza. La struttura narrativa sottesa dal processo di storytelling non è molto rappresentata.

Ciò è sostanzialmente dovuto a due fattori: in primo luogo, le prassi di storytelling e digital storytelling sono state individuate da ricercatori a caccia di un messaggio didattico e / o di un modello ispiratore di imprenditorialità. In secondo luogo, ma non meno importante, questo dato rivela l'attuale stato dell'arte delle tecniche di storytelling e digital storytelling nei paesi partecipanti al progetto F.A.S.T.E.S.T. Lo storytelling non è una disciplina scolastica, non è considerato dai Ministeri dell'Istruzione come una materia che dovrebbe essere integrata nel curriculum scolastico, non viene insegnato dagli insegnanti e non viene appreso dagli studenti.

Questo sarà il punto di partenza per le attività fondamentali del progetto F.A.S.T.E.S.T. dopo l'Intellectual Output 1: costruire una vera struttura di racconto con particolare attenzione agli elementi narrativi.

Figura 8 – Le prassi hanno un valore educativo implicito/esplicito? [P2 SPELL]

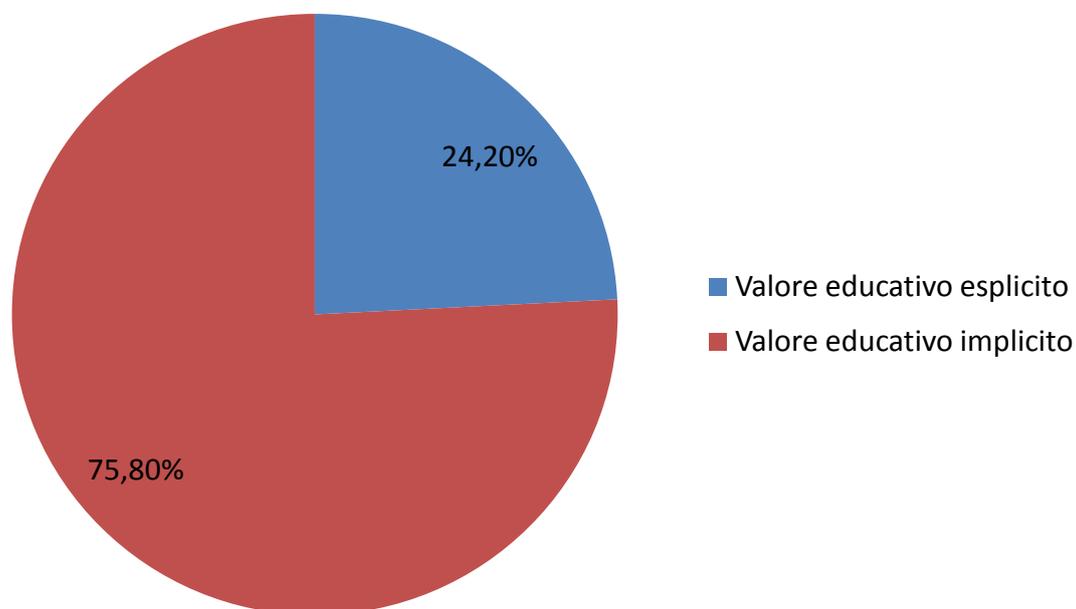


Figura 8. Il valore educativo, esplicito o implicito, è sempre molto marcato in tutte le buone prassi raccolte. Quando è implicito, si può trovare analizzando le qualità morali e il comportamento del protagonista, che mira sempre a ispirare il pubblico con esempi educativi significativi. Ugualmente importante come messaggio da trasmettere risulta l'etica (figura 9). Anche se l'etica non sembra essere il fattore più importante, sottende i passaggi principali delle narrazioni. Poiché le storie sono intese quali sproni educativi positivi per gli studenti, i ricercatori hanno tentato di trovare i migliori esempi disponibili, cercando spesso esempi europei o americani: è per questo che la maggior parte delle pratiche ha un approccio interculturale (figura 10).

Figura 9 – Nelle prassi raccolte può essere rinvenuto un valore/messaggio etico? (implicito o esplicito) [P2 SPELL]

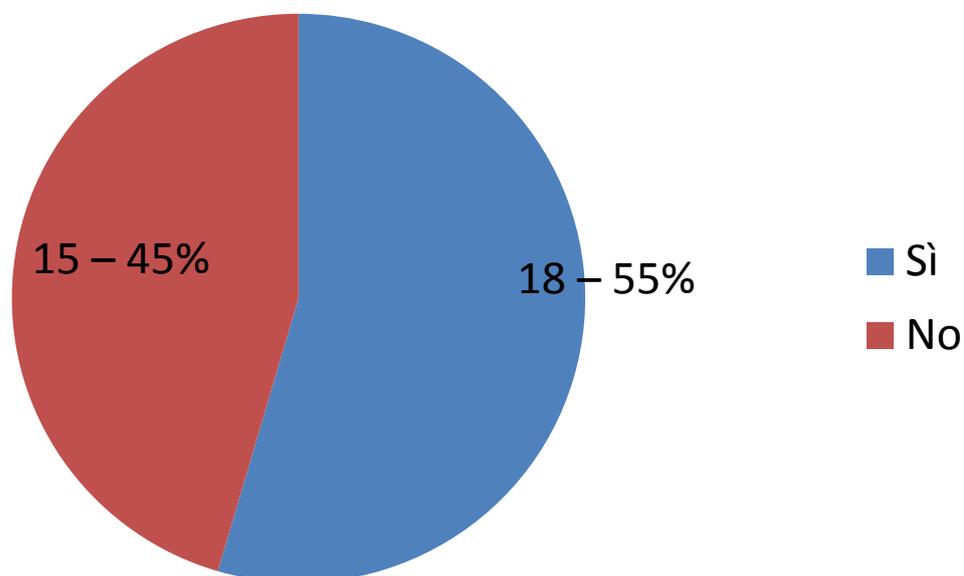
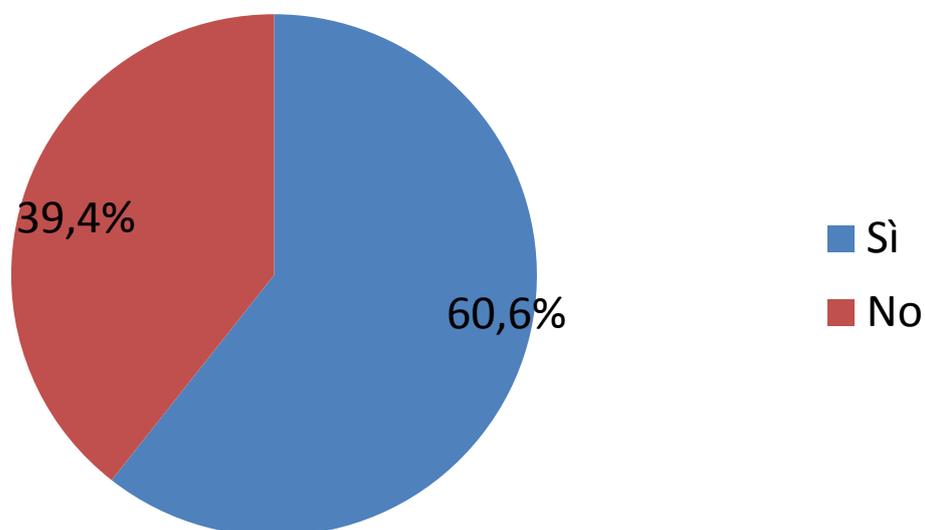


Figura 10 – Le prassi raccolte mostrano un approccio/elementi interculturali?
[P2 SPELL]



I.2 Intellectual Output 1 – Attività 4&5

Interviste agli esperti di ICT & Business

Le attività 4&5 consistono in una ricerca sul campo che coinvolge esperti di ICT e di impresa, che possono contribuire con la propria esperienza relativamente a:

- quale tipo di tecnologia dovrebbe essere implementata a scuola per una corretta realizzazione del digital storytelling
- quali competenze dovrebbero avere studenti e insegnanti per realizzare digital storytelling a scuola
- quale profilo dell'imprenditore dovrebbe essere delineato e quali sono le abilità tipiche di un imprenditore di successo nel settore agro-industriale.

Cisita Parma P1 in qualità di coordinatore ha realizzato due questionari strutturati, finalizzati ad indagare ogni tema e individuare i percorsi da seguire perché il digital storytelling sia effettivamente realizzabile nelle scuole.

Nelle attività A4 & A5 sono stati coinvolti solo i partner di area "business". I partner sono stati invitati a coinvolgere almeno 3 esperti di ICT per ogni paese e almeno 4 esperti di Business per ogni paese.

Gli esperti selezionati hanno poi ricevuto dei questionari separati (cfr Appendici IV e V) per raccogliere know-how opinioni.

	<i>Chi</i>	<i>Cosa</i>
<i>Attività 4</i>	Intervista a 3 esperti di ICT per ogni paese Totale: 12 esperti di ICT coinvolti	Sviluppo di linee guida per: <ul style="list-style-type: none"> a) software b) supporto tecnologico hardware necessario per la realizzazione di digital storytelling di qualità, preferibilmente con adozione di tecnologie "open source" ove possibile c) competenze digitali necessarie per un progetto di sviluppo di ipervideo, sia sul versante studenti

		che insegnanti
<i>Attività 5</i>	Intervista a 4 esperti di area business per ogni paese Totale di 16 esperti di business coinvolti	Identificare le competenze tipiche della mentalità imprenditoriale che possono essere insegnate/apprese attraverso la digitalizzazione delle narrazioni d'impresa: interviste con 16 membri di area "business", incentrate sulle competenze imprenditoriali in campo agroindustriale.

I.2.1 – Attività 4: risultati

Linee guida per l'implementazione tecnica di digital storytelling a scuola

È ampiamente noto che, quando si tratta di nuove tecnologie, le scuole devono gestire atteggiamenti opposti da parte degli studenti e degli insegnanti. Se gli studenti spesso hanno familiarità con i media in quanto nativi digitali, non sono nella stessa condizione gli insegnanti della generazione più anziana. Allo stesso tempo, i fondi statali normalmente assegnati all'istruzione non consentono alle scuole pubbliche di comprare le più recenti attrezzature tecniche né di addestrare gli insegnanti ad utilizzarle durante le lezioni.

D'altra parte, gli insegnanti cercano sempre il modo giusto per stimolare la motivazione degli studenti, e i mezzi digitali sono una risorsa fondamentale in questo senso.

È vero che programmi e applicazioni open source gratuiti sono disponibili sul web, ma non sono facili da reperire per chi non ha già familiarità con gli stessi. Inoltre, l'interfaccia grafica non è così facile da gestire per chi è un vero principiante.

Ecco perché Cisita Parma P1, in qualità di Coordinatore, ha avvertito la necessità di consultare di esperti di ICT a proposito di:

- quale tipo di hardware dovrebbero implementare le scuole (e relativi costi)
- di quale tipo di software di editing dovrebbe disporre la scuola (e relativi costi)
- quali competenze dovrebbero sviluppare insegnanti e studenti per realizzare il progetto F.A.S.T.E.S.T.

Sono state fornite griglie per interviste strutturate per ogni argomento di ricerca (cfr. Appendice IV) per facilitare le cose e limitare il campo di ricerca entro confini già definiti, considerando che le scuole necessitano di linee guida semplici ma chiare per la corretta attuazione del progetto

a. Hardware

Come i lettori possono vedere consultando l'Appendice IV, è stato creato un elenco di strumenti tecnologici normalmente utilizzati per la creazione di video professionali, chiedendo agli esperti di dare indicazioni su ciò che è veramente necessario che le scuole acquisiscano. Il 100% degli esperti intervistati ha dichiarato che l'unica apparecchiatura hardware essenziale è costituita da:

- Fotocamera digitale per riprese video

- PC per l'editing video

con un costo complessivo che varia a seconda della qualità degli articoli. I costi variano da un minimo di € 1.000 a una valutazione massima di € 10.000 per una dotazione completa.

Molti esperti ritengono che l'equipaggiamento a basso costo potrebbe essere la scelta migliore, in quanto le attrezzature costose non sempre sono adatte ad un uso scolastico.

Più del 50% degli esperti suggerisce che utilizzare un telefono cellulare invece di una telecamera sarebbe una scelta molto conveniente sia in termini di costi, che sarebbero molto inferiori (circa 600 euro), sia in termini di accessibilità - quasi tutti possiedono uno smartphone al giorno d'oggi .

Il problema più grande evidenziato da quasi tutti gli esperti è l'audio. La maggior parte delle telecamere dispone già di microfoni, ma l'audio non risulta molto chiaro a causa dei suoni esterni che disturbano l'ascoltatore. Questo è il motivo per cui circa il 33% degli esperti suggerisce di posizionare microfoni a clip su chi sta parlando. Un'altra possibile soluzione è riprendere immagini senza audio e registrare separatamente i brani audio. Ciò consente di editare due files diversi senza incorrere in problematiche di audio.

b. Software

Come menzionato in precedenza, Cisita Parma P1 in qualità di coordinatore ha elaborato un elenco di software per l'editing (cfr Appendice IV), sia gratuiti in quanto open-source che a pagamento.

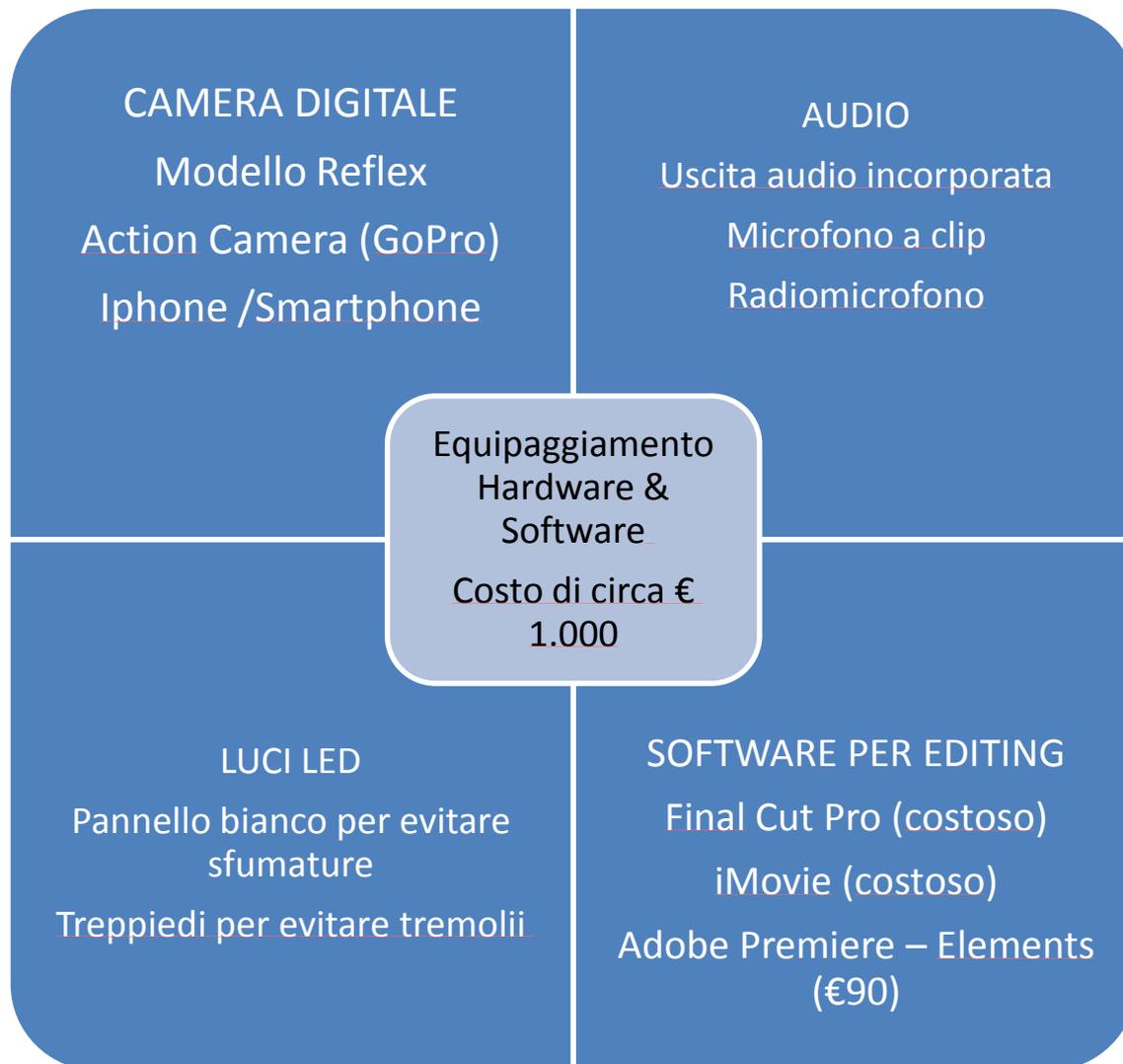
Anche se la logica open-source è accattivante, nessun esperto ha consigliato alle scuole di utilizzare software open source, in quanto hanno funzioni limitate e l'interfaccia grafica non è affatto facile da usare per i principianti.

D'altra parte, i software più conosciuti e di qualità risultano piuttosto costosi, tra i 1.000 e i 2.500 euro per una suite completa.

I software più quotati sono:

- Final Cut Pro
- iMovie
- Adobe Premiere
- Google Story Builder
- Storyboard That
- Storyboard Generator
- Amazon Story Builder
- Audacity (audio)

Più del 90% degli esperti ha convenuto che la soluzione ottimale è la versione economica di Adobe Premiere, nota come "Premiere Elements", a un prezzo di circa €100.

Figura 11 – Equipaggiamento Hardware & Software


c. Competenze ICT per studenti e insegnanti

Lungi dall'essere qualcosa che si può improvvisare, il digital storytelling richiede molto di più che non la sola capacità di girare video. Una storia ha bisogno di una struttura specifica, di una cernita tra le informazioni e i contenuti raccolti, coerentemente sviluppati e integrati nella narrazione.

Per comprendere quali competenze debbano essere ulteriormente sviluppate a livello di studenti e insegnanti, si è tenuto a riferimento il documento "DIGCOMP: The Digital Competence Framework" (UE Joint Research Centre – Report EUR 26035 EN), una

classificazione di quattro macroaree di competenze digitali, ognuna delle quali comprende alcune competenze più specifiche:

Macro-Area	Micro-Competenze
1 Informazione	Esplorazione, ricerca e filtraggio delle informazioni
	Valutazione delle informazioni
	Memorizzazione e recupero delle informazioni
2 Comunicazione	Interagire con le tecnologie
	Condivisione di informazioni e contenuti
	Impegnarsi nella cittadinanza online
	Collaborare attraverso canali digitali
	Netiquette
3 Creazione di contenuti	Managing digital identity
	Sviluppo di contenuti
	Integrazione e rielaborazione
	Copyright e licenze
4 Sicurezza	Programmazione
	Protezione di dispositivi
	Proteggere i dati e l'identità digitale
	Proteggere la salute
	Protezione dell'ambiente

Ogni esperto è stato invitato a valutare la rilevanza di ogni singola micro-competenza da 1 (non importante) a 5 (molto importante) nonché a dare un ordine di priorità alle quattro macro aree principali delle competenze digitali dal primo (più importante) al quarto (meno importante). Ad ogni esperto è stato chiesto di ripetere il processo due volte, prima considerando gli studenti e quindi gli insegnanti.

I risultati complessivi mostrano valutazioni simili sia per gli studenti che per gli insegnanti, concentrandosi su “Creazione di contenuti” quale competenza chiave per entrambi i gruppi, seguita da “Comunicazione”, per l’importanza delle prime due micro competenze di quest’area, mentre “Sicurezza” ha ricevuto valutazioni basse, in quanto non viene percepita come problema

Micro-competenze più importanti (Studenti)	Valutazione Media	Macro aree di competenze
Esplorazione & ricerca	4,55	<i>Informazione</i>

Sviluppo contenuti	4,45	<i>Creazione di contenuti</i>
Integrazione & rielaborazione	4,45	
Memorizzazione & recupero	4,36	<i>Informazione</i>
Valutazione	4,27	
Condivisione informazioni	4,27	<i>Comunicazione</i>

Micro-competenze importanti (Insegnanti)	più	Valutazione Media	Macro aree di competenze
Valutazione		4,73	<i>Informazione</i>
Copyright & licenze		4,70	<i>Creazione di contenuti</i>
Esplorazione & ricerca		4,55	<i>Informazione</i>
Integrazione & rielaborazione		4,55	<i>Creazione di contenuti</i>
Condivisione informazioni		4,45	<i>Comunicazione</i>
Sviluppo contenuti		4,36	<i>Creazione di contenuti</i>

Una sfumatura leggermente diversa è riscontrabile nell'ordine di priorità delle macro aree tra studenti e insegnanti. Poiché gli studenti sono considerati più esperti nel web surfing e nella ricerca dei dati rispetto ai propri insegnanti, gli esperti sono d'accordo nel dare per loro priorità a "Esplorazione & ricerca". D'altra parte gli esperti stimano che, poiché gli insegnanti sono quelli che valutano i risultati degli studenti ed elaborano i materiali raccolti, per i docenti abbia più importanza l'aspetto relativo ad aiutare gli studenti a sviluppare i contenuti in un insieme organizzato e logico di idee - contenuti che diventeranno prima una storia e poi un video. Ecco perché la macro-competenza di massima priorità per gli studenti è risultata essere "Informazione", prima che "Creazione di contenuti", mentre per gli insegnanti è risultata essere "Creazione di contenuti" e solo in seconda battuta "Informazione".

Uno degli esperti ha offerto un'interpretazione interessante delle dinamiche tra studenti e insegnanti quando si tratta di tecnologie digitali: poiché gli studenti nascono nativi digitali, non hanno alcun problema a trovare e condividere ogni tipo di informazioni digitali, ma

d'altro canto è molto più difficile per loro valutare queste informazioni, capire cosa significano questi dati, comprendere come utilizzarli.

In questo caso aiuta la conoscenza degli insegnanti: in quanto generazione analogica, gli insegnanti comprendono meglio da dove provengono le informazioni, cosa significato e in quale tipo di contenuto organico possono essere organizzate.

Figura 12 – Competenze chiave di tipo ICT/Digitale per STUDENTI

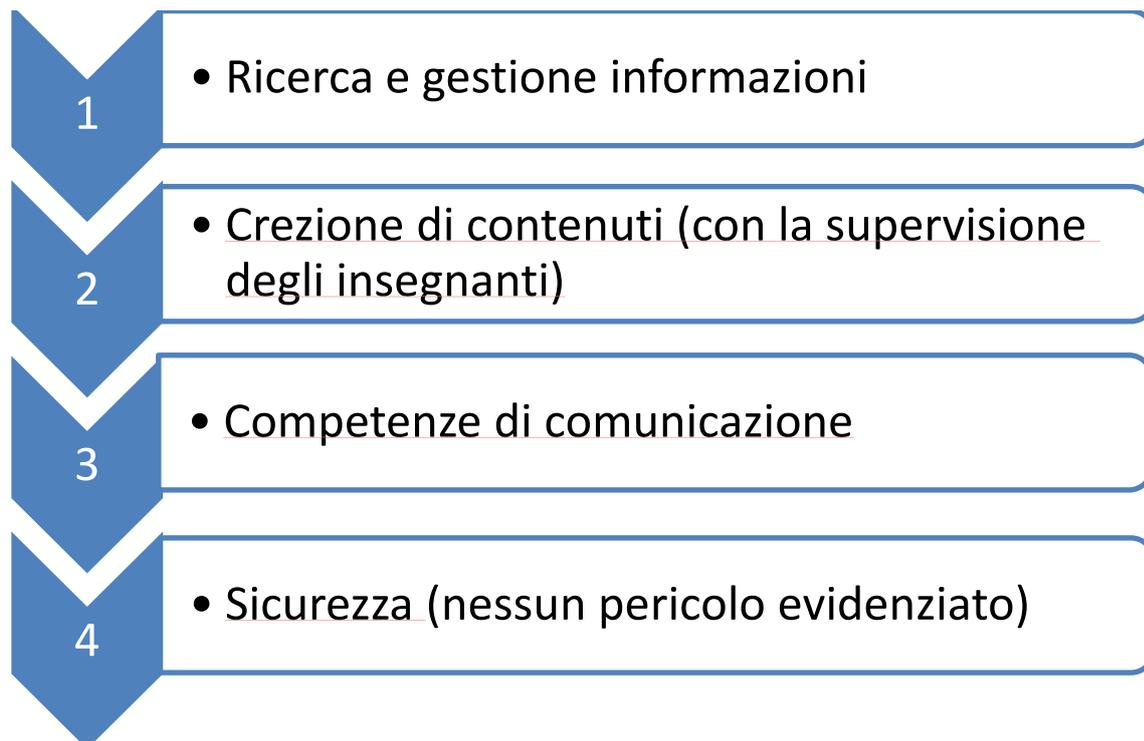
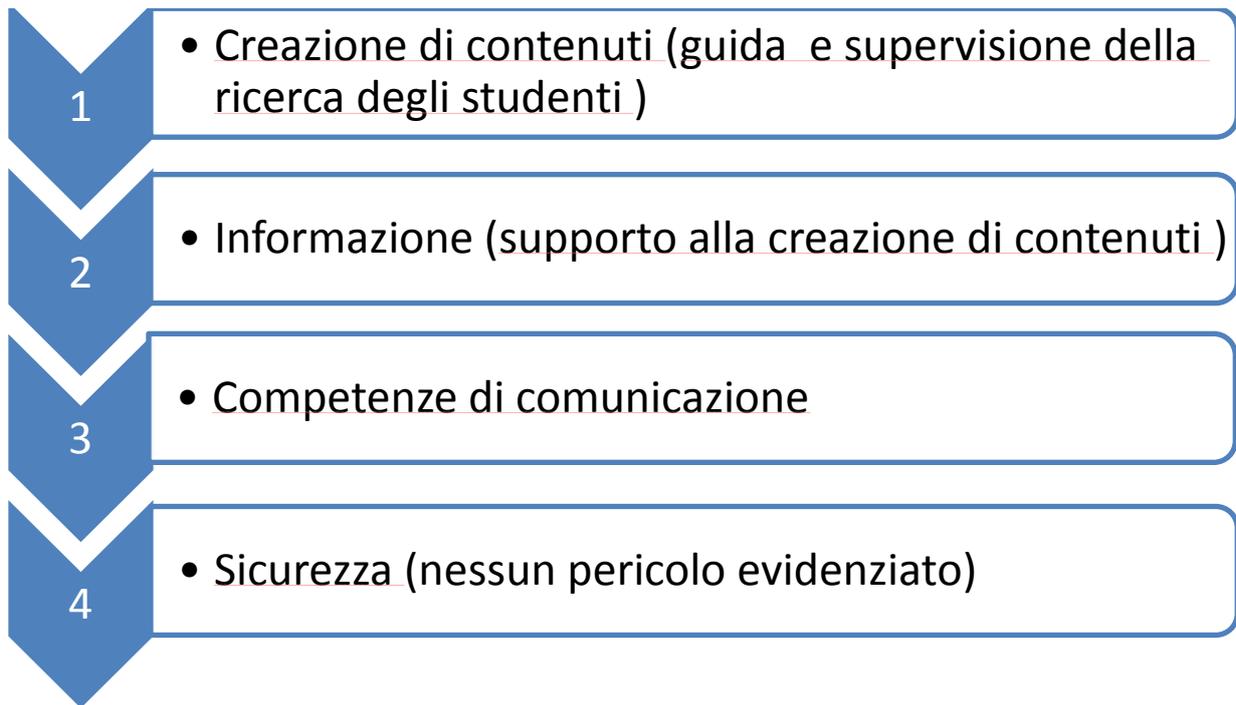


Figura 13 - Competenze chiave di tipo ICT/Digitale per INSEGNANTI

I.2.2 – Attività 5: risultati

Una definizione di imprenditore e delle sue competenze

Nell'attività 5 il partenariato comincia a concentrarsi sull'imprenditorialità, considerando quali sono i tratti di personalità che caratterizzano un imprenditore, quali caratteristiche potrebbero ispirare gli studenti a raccontare la storia di aziende di successo e quali competenze distintive potrebbero essere adeguatamente rappresentate attraverso lo storytelling.

A tal fine, è stato elaborato un questionario (cfr Appendice V) e abbiamo chiesto a ciascun partner di sottoporlo a 4 diversi esperti di business dei rispettivi paesi. Ancora una volta, il compito era quello di raccogliere complessivamente 16 questionari, 4 per ogni Paese.

Per disporre di una gamma più completa e diversificata di opinioni dal mondo degli affari, abbiamo chiesto a ciascun partner di coinvolgere 4 diversi tipi di esperti:

- un imprenditore del settore agro-industriale
- un rappresentante di un'associazione imprenditoriale
- un rappresentante di una Camera di Commercio
- un rappresentante di un acceleratore o di un incubatore

La griglia dell'intervista si è concentrata su alcune problematiche diverse:

- La definizione di imprenditore: chi è un imprenditore?
- Le qualità complessive / competenze di un imprenditore
- Quali qualità / competenze sono adatte per essere restituite tramite storytelling?
- L'imprenditore nel settore agroindustriale: ha caratteristiche distintive o tutti gli imprenditori sono simili a prescindere dal settore industriale di appartenenza?

Nei prossimi paragrafi presenteremo le risposte come risultati aggregati sotto forma di parole chiave, con una breve interpretazione che spiega i concetti in esse implicati.

È da evidenziare che non sono rilevabili apprezzabili differenze tra i diversi paesi o culture d'origine degli esperti di business coinvolti.

Chi è un imprenditore?	Parole chiave
<i>Un imprenditore è una persona che, soprattutto, ha una visione, essendo in grado di scorgere l'opportunità e trasformarla in un vero e proprio business, gestendo le difficoltà e il rischio di fallimento. Egli è in grado di fare previsioni e di prendere la giusta decisione sulla base della propria analisi, fornendo in esito una prestazione di business</i>	Visione Opportunità Rischio Preveggenza Giusta decisione Prestazione

Partendo dalla definizione generale di imprenditore, risulta abbastanza facile trovare le competenze che delineano le qualità di un imprenditore. Fondamentalmente le competenze sono riconducibili a tre aree principali:

Lista di qualità/ competenze di un imprenditore	Un imprenditore è...
<i>Competenze tecniche /hard</i>	Preparato (sotto il profilo finanziario, tecnico, legale...) Un analista strategico
<i>Competenze personali</i>	Creativo Innovativo Sicuro di sé Determinato Ambizioso Un risolutore di problemi Resiliente
<i>Competenze relazionali</i>	Un campo gruppo Un lavoratore di squadra Empatico Capace di controllare le emozioni Capace di comunicare efficacemente

Trovare le competenze di un imprenditore ideale è stato abbastanza facile, dato che ogni esperto ha sottolineato un insieme di qualità che sono state ampiamente riconosciute e sottoscritte da tutti gli altri. Alcuni problemi sono emersi quando è stato chiesto quali di queste qualità potrebbero essere adeguatamente raccontate attraverso il digital storytelling: si tratta di trasformare un tratto personale in un'azione in grado di esprimerlo. Occorre cambiare un ritratto definito in una narrazione in fieri, e richiede la capacità di studenti e insegnanti di organizzare le informazioni e di impostare un'appropriata sceneggiatura / storyboard (vedi sotto, Attività 2). A causa di ciò, gli esperti hanno convenuto che le competenze / qualità imprenditoriali più idonee da raccontare attraverso il digital storytelling sono quelle che descrivono il processo di realizzazione di un business sin dall'inizio, ad esempio l'ambizione (quale era il sogno dell'imprenditore prima di avviare l'azienda?), la creatività e l'innovazione (come è riuscito l'imprenditore a fondare l'azienda?), la capacità di risolvere problemi (come ha superato le difficoltà?) e la resilienza (come ha ricominciato l'imprenditore dopo un fallimento o un momento di difficoltà?).

Figura 14 L'imprenditore agroindustriale ha caratteristiche distintive?



Gli esperti non concordano sul tema. Metà di loro, circa, si concentra solo sulle abilità personali e interpersonali che un imprenditore possiede o meno. Se una persona non ha i tratti tipici dell'imprenditore, la sua attività si trova ad affrontare elevati rischi di fallimento, indipendentemente dal settore. L'altra metà degli esperti pensa che l'agroalimentare sia un settore molto peculiare, basato sulla tradizione e con un grande impatto sulle abitudini alimentari e sulla cultura delle persone. Un imprenditore si concentrerà quindi su questi temi.

I.3 – Attività 2 & 6

Sostenibilità didattica

Per sviluppare con successo il progetto F.A.S.T.E.S.T., risulta essenziale garantire con la dovuta cura la sostenibilità didattica delle attività. Molti fattori mettono a rischio la corretta attuazione delle attività di digital storytelling a scuola:

- lo storytelling è un procedimento complesso, costituito da molteplici fasi dalle quali dipende l'esito positivo del processo stesso
- il digital storytelling aggiunge un ulteriore fattore di complessità, in quanto gli studenti e gli insegnanti devono gestire anche le problematiche relative alle ICT

Il digital storytelling in un contesto educativo richiede due ulteriori livelli di ricerca:

- a) come trovare i collegamenti tra il curriculum ordinario di studio delle scuole a indirizzo agroindustriale e l'insegnamento delle competenze imprenditoriali, cercando di integrarli tra loro, in quanto nessun curriculum scolastico statale europeo prevede l'imprenditorialità come disciplina scolastica;
- b) quali nuove competenze dovrebbero sviluppare gli insegnanti per essere in grado di implementare programmi didattici misti (blended) che combinano il digital storytelling e il curriculum scolastico tradizionale

Tentando di rispondere a queste domande, senza l'ambizione di esaurire l'indagine, Cisisa Parma Scarl P1, in veste di coordinatore, ha pianificato due diverse attività, che hanno entrambe coinvolto i soli partner scolastici.

Specificamente progettate per gli insegnanti, entrambe le attività si sono concentrate sulla sostenibilità didattica e sull'implementazione del Digital Storytelling in contesti scolastici.

Il Coordinatore ha raccomandato ai partner scolastici di interessare il maggior numero possibile di insegnanti nelle attività 2 e 6, nella consapevolezza che un'implementazione di successo dipende dal più ampio impegno e coinvolgimento degli insegnanti in questa sperimentazione didattica innovativa.

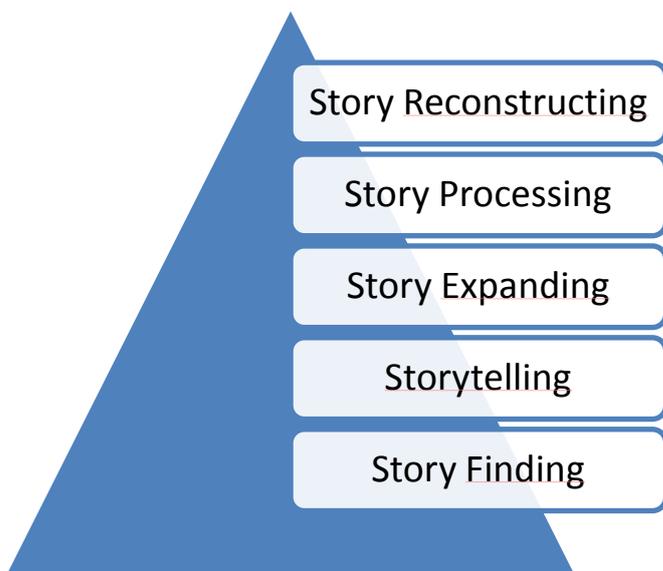
I.3.1 - Attività 2

Team multidisciplinari di insegnanti e strumenti didattici

Nell'Attività 2 ciascun partner scolastico (P3 Bocchialini - Italia, P6 Pavlov - Bulgaria, P8 Aurel Rainu - Romania, P9 Quinta da Lageosa - Portogallo) è stato invitato a formare un team multidisciplinare di insegnanti, coinvolgendo almeno 3 insegnanti di diverse discipline scolastiche (4 team per un totale di 12 insegnanti coinvolti).

Ogni team ha ricevuto una griglia relativa allo storytelling, progettata per pianificare l'implementazione dello storytelling a scuola (cfr Appendice II). Lo strumento è costituito da una serie di dispositivi per l'uso efficace dello storytelling a scopi educativi: creazione di uno strumento per lo "story finding" (identificazione dei punti fondamentali di una videonarrazione); un format per lo storyboard (un'impostazione per realizzare la sceneggiatura); una griglia per individuare possibili punti di contatto con il programma curricolare ("story expanding"); uno strumento di monitoraggio per verificare il cambiamento indotto ("story processing"), cui segue un apprendimento stimolato e trasformativo ("story reconstructing").

Figura 15 – Struttura dell'attività 2⁶



Il processo di sviluppo di un quadro adeguato per sfruttare efficacemente i Digital Storytelling a scuola si ispira allo "Storytelling learning model" di Mc Drury - Alterio (vedi immagine a fianco). Questo modello è perfettamente compatibile con la "Learning Map" di Moon, in cui le fasi di apprendimento sono classificate in livelli di crescente complessità:

Livello 1: Evidenziare
Livello 2: Dare senso
Livello 3: Dare Significato
Livello 4: Lavorare con il significato
Livello 5: Apprendimento trasformativo

⁶ A proposito dei modelli di apprendimento cfr:

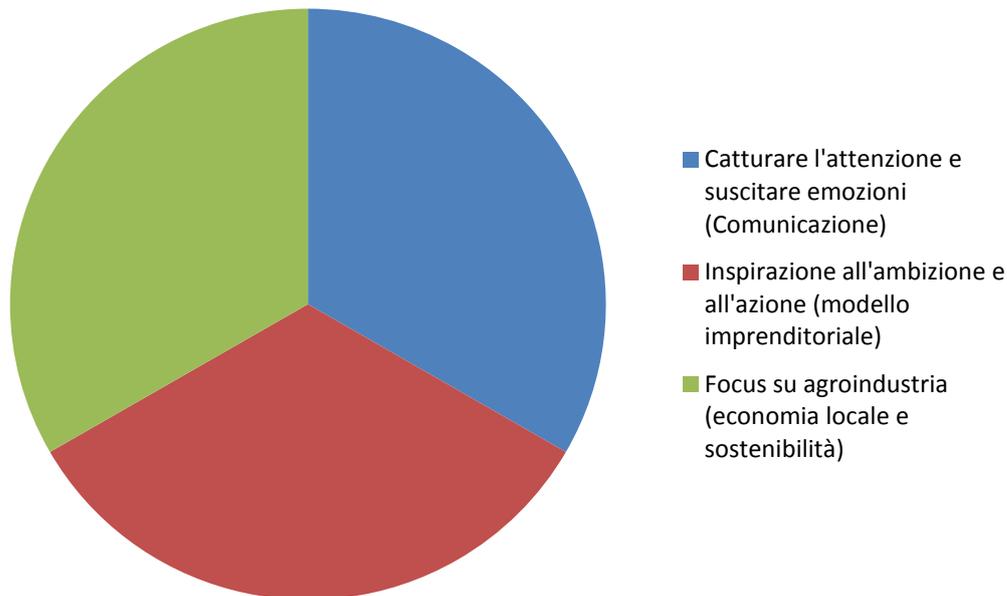
Mc Drury, J. – Alterio, M., *Learning through Storytelling in Higher Education*, Kogan Page, London, 2003.
Moon J.A., *Reflection in Learning and Professional Development*, Kogan Page, 1999.

a. Story Finding: trovare la storia giusta da raccontare

Nella prima sezione della griglia, ogni team multidisciplinare di insegnanti era chiamato a riflettere sugli elementi che potrebbero rendere una storia interessante da raccontare, con particolare attenzione all'imprenditorialità nel settore agroalimentare.

Nell'immagine 16 il grafico mostra gli scopi principali sui quali le storie devono concentrarsi: catturare l'attenzione del pubblico e ispirare ulteriori azioni, con particolare riferimento al settore agro-industriale.

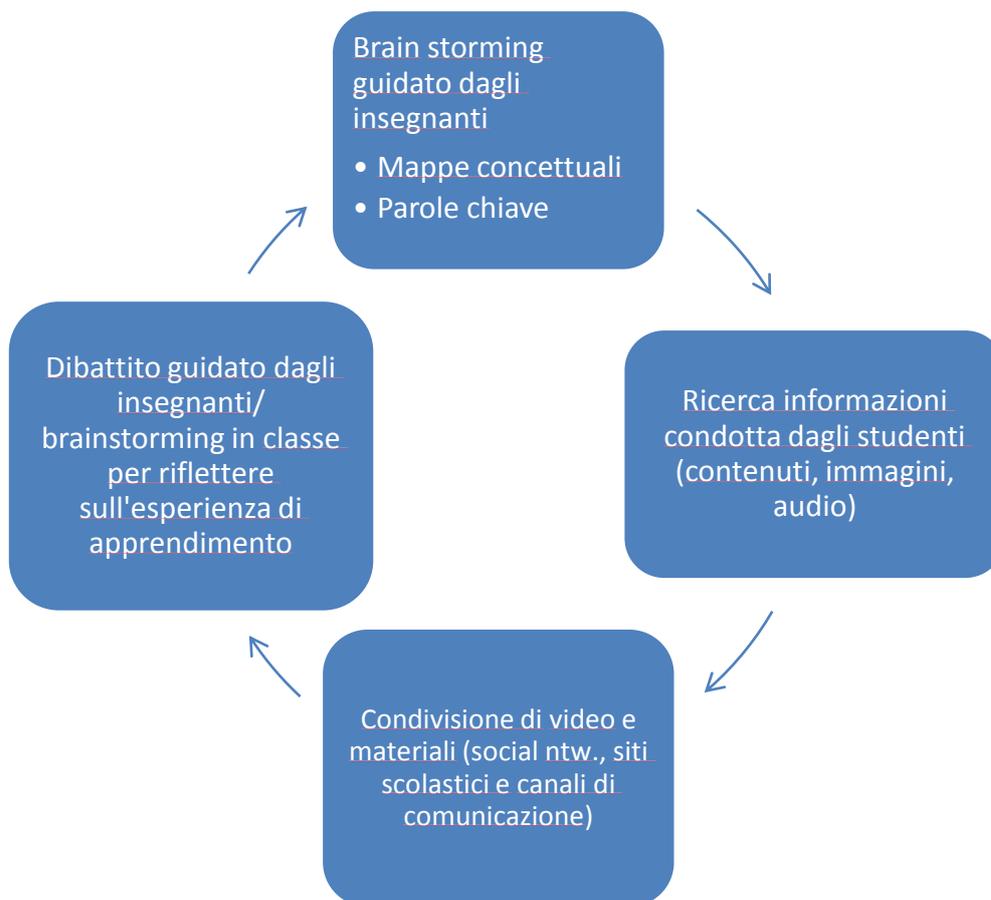
<i>Cosa rende una storia interessante da raccontare e adatta ad essere narrata?</i>	Trasmettere emozioni Catturare l'attenzione degli studenti Trasferire conoscenza Trasferire valori Esprimere identità
<i>Quali caratteristiche devono avere gli ipervideo nell'Intellectual Output 2 per educare gli studenti all'imprenditorialità?</i>	Ispirare gli studenti all'ambizione, al duro lavoro e alla perseveranza Ispirare all'indipendenza, al pensiero creativo e critico Incoraggiare gli studenti all'impegno personale
<i>Riguardo il settore agroindustriale, quali caratteristiche specifiche devono avere gli ipervideo nell'Intellectual Output 2?</i>	Focus sulla produzione sostenibile Focus sulle caratteristiche tipiche di ogni regione, valorizzando l'economia locale e i fattori distintivi
<i>Come può una storia creare un processo di apprendimento riflessivo e trasformativo negli studenti?</i>	Focus sull'azione pratica VS conoscenza teorica Incoraggiare gli studenti a confrontarsi con modelli di ruolo del loro paese di appartenenza

Figura 16 – Scopo principale dello “story finding”

b. Storytelling: impostare una sceneggiatura efficace

Il secondo livello dello strumento di storytelling è incentrato su come aiutare gli studenti a redigere una sceneggiatura efficace per le proprie storie, a partire dalla ricerca dell'informazione, lavorando in gruppo, aggiungendo file ipertestuali ed effettuando condivisioni online.

<i>Come possono gli studenti ricercare i temi e gli argomenti principali della storia?</i>	Ricerca sul Web Esempi forniti dagli insegnanti Consapevolezza dei diritti di licenza/copyright
<i>Come possono gli studenti scrivere la sceneggiatura della storia?</i>	Gruppi di studenti lavorano a diverse sceneggiature e poi votano la migliore Confronto tra storie di aziende di successo e non Creazione di un'esperienza profondamente immersiva
<i>Come possono gli studenti raccogliere immagini da aggiungere ai video nell'Intellectual Output2?</i>	Ricerca su Internet e / o produzione personale Gli imprenditori potrebbero fornire immagini risalenti fino alla fondazione o relative a

	<p>momenti interessanti della storia d'impresa</p> <p>Visitare le aziende e riprendere dal vivo momenti di lavoro</p>
<p><i>Come possono gli studenti raccogliere immagini / files audio da aggiungere ai video nell'Intellectual Output2?</i></p>	<p>Ricerca su Internet e / o produzione personale</p> <p>Musica selezionata e votata dagli studenti per essere utilizzata come colonna sonora ufficiale</p> <p>Voci di narratori e personaggi, niente musica (rischio di distrazione dalla storia)</p>
<p><i>Come possono essere condivisi online gli ipervideo?</i></p>	<p>Social networks e blog degli studenti o delle scuole</p> <p>Video da caricare sul sito web della scuola</p> <p>Sviluppo di un sito dedicato</p>
<p><i>Come possono gli insegnanti supportare gli studenti nella riflessione sul processo di apprendimento?</i></p>	<p>Brainstorming/dibattito moderato dagli insegnanti</p> <p>Interviste</p>

Figura 17 - Processo di costruzione di una sceneggiatura

c. Story Expanding: trovare punti di contatto con il programma scolastico

Quali collegamenti tra gli ipervideo sull'imprenditorialità nel settore agroalimentare e il tradizionale curriculum scolastico?	
<i>Ambito umanistico</i>	Background storico / sociale di una regione specifica Competenze linguistiche Competenze di comunicazione Geografia: come il clima influenza le colture e l'agribusiness
<i>Matematica & Scienze</i>	Biologia (prodotti biologici, alimentazione sana) Le scienze della terra Chimica - fattori nocivi per le colture Competenze di ICT

	Calcoli finanziari per le imprese
<i>Economia & Diritto</i>	Analisi socio-economica di un paese Processi industriali diversi Legislazione locale, nazionale e internazionale Analisi di mercato Media & Marketing
<i>Discipline tecnico-professionali</i>	Produzione animale, Produzione vegetale, Benessere animale Trasformazione dei prodotti, Pianificazione della produzione Sostenibilità ambientale e gestione del territorio Pianificazione dell'organizzazione e gestione risorse umane Assicurazione qualità Sicurezza e igiene del lavoro

d. Story processing: controllare il processo di apprendimento negli studenti

<p><i>Come controllare la crescita personale degli studenti grazie all'attività di video-making?</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> * Porre domande e fornire risposte * Verifiche per monitorare la crescita personale degli studenti: <ul style="list-style-type: none"> - Lavoro di gruppo - Come sfruttare al meglio il tempo - Uso della tecnologia - Interpretazione dei dati rilevanti - Pensiero critico * Ripetere l'esperienza in altre discipline * Controllare il grado di personalizzazione dell'apprendimento <p><i>Non è questione di insuccesso, si tratta di verificare come gli studenti possano essere responsabilizzati in prima persona nel cercare il proprio successo</i></p>
--	---

<p><i>Come verificare i miglioramenti tecnico-professionali imputabili all'attività di video-making?</i></p>	<p>Valutazione dell'insegnante: Esame orale e scritto "prima" e "dopo" l'esperienza Autovalutazione condotta dagli alunni: presentare la storia ad altre classi / gruppi Osservazioni qualitative e quantitative</p>
--	---

e. Story reconstructing: verificare l'impatto dello storytelling sulle performance degli studenti

<p><i>Considerando lo studente come individuo: in quale disciplina scolastica lo studente potrà migliorare grazie all'attività di produzione video? Come valutarlo?</i></p>	<p>Gli studenti migliorano il loro livello di organizzazione generale Lingua e letteratura Scienza Storia Economia Competenze ICT e software Matematica Pensiero critico e creativo</p>
<p><i>Considerando gli studenti come gruppo-classe: in quale disciplina scolastica lo studente potrà migliorare grazie all'attività di produzione video? Come valutarlo?</i></p>	<p>Tutti le discipline I principi per avere buoni risultati sono universali: duro lavoro, disciplina, costanza, motivazione L'insegnante confronterà i risultati di tutta la classe prima e dopo la realizzazione e l'utilizzo di ipervideo</p>

I.3.2 - Attività 6

Focus Group di insegnanti

Nell'attività 6 a ogni scuola partner è stato chiesto di organizzare due focus group separati coinvolgendo almeno 5 insegnanti diversi per ciascuno di essi, per un totale di 10 insegnanti coinvolti in ogni scuola / paese (40 insegnanti in totale).

L'obiettivo generale del progetto F.A.S.T.E.S.T è quello di implementare nuovi programmi didattici sperimentali per sviluppare competenze e mentalità imprenditoriali negli studenti delle scuole secondarie agroindustriali, grazie alle tecniche di digital storytelling e all'uso di ipervideo.

Per raggiungere questi obiettivi, gli insegnanti devono affrontare due problematiche principali:



Gli insegnanti coinvolti sono stati assegnati ai focus group secondo i seguenti principi:

- Il Focus Group 1 dovrebbe essere composto da un gruppo di almeno cinque insegnanti diversi incaricati di pianificare il programma / curriculum scolastico. Ovviamente dovrebbero essere insegnanti di discipline scolastiche diverse per garantire un approccio multidisciplinare più ampio possibile
- Il Focus Group 2 dovrebbe essere formato da almeno cinque insegnanti diversi incaricati di insegnare materie umanistiche (lingua e la letteratura nativa e straniera, storia, geografia), matematica e la scienza, diritto ed economia, discipline tecnico-professionali di tipo VET

Ogni scuola partner ha ricevuto una lista di domande per il Focus Group 1 e 2, così come un elenco di risposte appositamente progettato per l'Attività 6 (cfr Appendice VI).

Il Focus Group 1 ha chiesto a ciascun insegnante di valutare se ogni disciplina scolastica sia adatta o meno ad introdurre l'insegnamento delle competenze imprenditoriali. Poiché l'imprenditorialità non è una materia in sé, si ritiene che ogni disciplina curricolare contenga elementi di base inerenti l'imprenditoria. Dato che il Focus Group 1 dovrebbe essere composto da almeno un insegnante di ciascuna materia scolastica, i partecipanti sono stati invitati a evidenziare ove possano realizzarsi "incroci" tra imprenditorialità e materie umanistiche, matematica, scienza, economia e discipline VET.

Come i lettori possono notare dalla tabella sottostante (cfr pagina successiva), i punti di contatto sono molti a prescindere dalle discipline. L'imprenditorialità può riguardare abilità personali come le capacità di comunicazione, ma anche competenze tecniche come l'economia o il calcolo finanziario.

Possibili inconvenienti per l'integrazione dell'imprenditorialità nell'insegnamento scolastico quotidiano possono essere rappresentati dalle differenze tra le competenze e gli stili di apprendimento degli studenti, come pure nel loro impegno e motivazione. Tuttavia, quando si tratta di motivazione, le aspettative degli insegnanti sono ottimistiche, poiché le metodologie didattiche alternative possono attirare gli studenti che mostrano scarso interesse o basso rendimento.

Un altro possibile inconveniente è che il sistema educativo in Europa, così come percepito dagli insegnanti, è portato più a produrre personale dipendente che esegue compiti piuttosto che imprenditori. Formare i giovani studenti a diventare imprenditori significa educarli a pensare fuori dagli schemi, a essere creativi e innovativi. Molti insegnanti pensano che, al contrario, il metodo didattico attuale insegna agli studenti come essere assunti da aziende potenziali e non a fondarne loro.



Focus Group 1. Collegamenti tra il curriculum scolastico tradizionale e l'insegnamento di competenze imprenditoriali

Materie umanistiche <i>(punti di forza)</i>	Capacità di comunicazione, sia orale che scritta (ad esempio uso corretto della lingua, sia in lingua madre che in inglese) Socializzazione, capacità di persuasione Consapevolezza del contesto socio-culturale e del patrimonio storico Educazione interdisciplinare e non formale Incoraggiare le competenze imprenditoriali, fondamentale: iniziativa personale, gestione delle persone e gestione del capitale
Matematica & Scienze <i>(punti di forza)</i>	Capacità di memorizzare concetti e nozioni Analisi e contestualizzazione dei dettagli Problem solving Come trasformare le idee in azione Lavoro di squadra, gestione delle relazioni Matematica finanziaria: percentuale, interesse, IVA
Diritto & Economia <i>(punti di forza)</i>	Pensiero critico, capacità di ricerca e indagine Competenze decisionali Capacità di empatia con situazioni imprenditoriali Diritti dei lavoratori Cittadinanza attiva Informazioni sulla legislazione Come trovare nuove idee imprenditoriali, come redigere un business plan, come impiantare un'azienda, come tenere la contabilità di un'impresa, i possibili problemi che portano al fallimento, come motivare le risorse umane

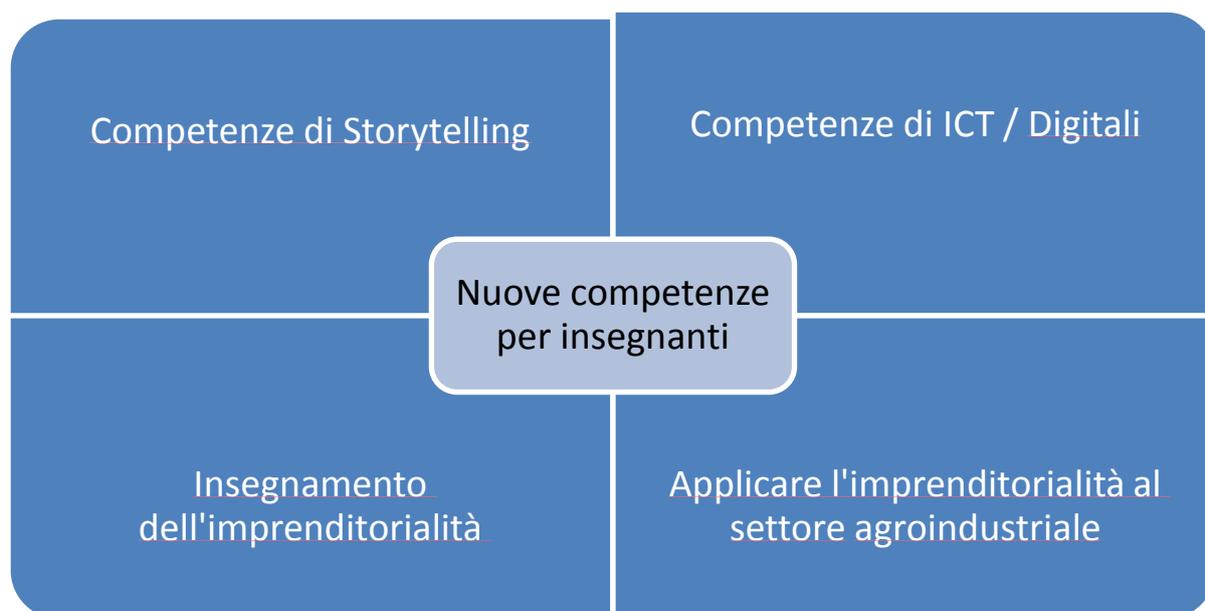
Il progetto è finanziato dal programma europeo ERASMUS+ tramite INAPP, Agenzia nazionale italiana. Il contenuto di questo materiale non riflette l'opinione ufficiale dell'Unione Europea, della Commissione Europea e delle Agenzie Nazionali. La responsabilità per le informazioni e per i punti di vista espressi in questo documento è interamente degli autori. Progetto n. 2015-1-IT01-KA202-004608

	Capacità di negoziazione Creatività e innovazione Capacità di cooperare tra pari, lavoro di squadra
<i>Discipline tecniche VET (punti di forza)</i>	Conoscenze pratiche (come nei laboratori delle scuole) Risolvere problemi economici reali Rinforzare l'identità personale e l'indipendenza Assumersi responsabilità nella comunità locale Possibilità di entrare nel mercato del lavoro come personale qualificato e competente



Focus group 2 si è concentrato su quali nuove competenze dovrebbero sviluppare gli insegnanti per una implementazione di successo del digital storytelling a scuola, specialmente considerando gli istituti VET agroindustriali. L'obiettivo finale è quello di mettere gli insegnanti in grado di combinare metodologie didattiche tradizionali e programmi scolastici ordinari con nuovi approcci educativi, adottando una cosiddetta "tecnica di insegnamento mista (blended)".

Figura 18 – Nuove competenze per gli insegnanti per sviluppare programmi didattici che impiegano il storytelling (metodologia blended/mista)





Focus Group 2. Nuove competenze per gli insegnanti per sviluppare programmi didattici che impiegano il storytelling (metodologia blended/mista)

Competenze di storytelling: come trovare e raccontare storie adatte?

Da situazioni aziendali reali

Attraverso una procedura in diversi passaggi: scelta di concetti, fonti, trama; elaborazione dello storyboard, organizzazione di sequenze, secondo uno script

Come se si trattasse di orientamento professionale degli studenti delle scuole superiori

Relativamente ad argomenti come: mangiare sano, regole di protezione dei consumatori, prodotti biologici, riciclaggio rifiuti che può causare danni all'ambiente

Raccogliere esempi di storytelling aziendali utilizzati per comunicare con dipendenti, clienti, fornitori, partner

Competenze Digitali & ICT

Capacità di combinare testo, immagini, movimenti, suoni

Capacità di creare storie multidimensionali

Capacità di utilizzare l'hardware: PC; Videoproiettore; Macchine fotografiche e microfoni

Capacità di utilizzare software per l'editing e il montaggio (Microsoft Movie Maker o Viva Video, Comic Life, Poser, Manga Studio EX5, Microsoft Photo Story e3, iMovie)

<p><i>Competenze di imprenditorialità: quale tipo di mentalità imprenditoriale si intende mostrare negli ipervideo?</i></p>	<p>Insegnare agli studenti a diventare buoni imprenditori, piuttosto che buoni impiegati</p> <p>Competenze / qualità da incoraggiare:</p> <p>indipendenza di pensiero e azione, rapporti positivi con gli altri (leadership e gestione del conflitto)</p> <p>Senso di responsabilità, pensiero creativo, iniziativa personale</p> <p>Valorizzazione del patrimonio storico, innovazione dei prodotti / processi, senso di sfida e gestione dei rischi</p> <p>Ottimismo, resilienza</p> <p>Abilità interpersonali come l'ascolto, le relazioni personali, la negoziazione, l'etica</p>
<p><i>Focalizzazione sull'agroalimentare: quali tipi di contenuto specifici del settore agroindustriale si cercano / si vogliono comunicare agli studenti?</i></p>	<p>Conoscenza di aziende locali, tradizioni locali e prodotti di eccellenza (modello locale di artigianato)</p> <p>Promozione dell'agricoltura biologica e di uno sviluppo sostenibile</p> <p>Condizioni climatiche</p> <p>I rischi delle colture geneticamente modificate e il loro effetto sull'ambiente e sulla salute umana</p> <p>Conoscenza dei regolamenti per ottenere specifiche certificazioni (salute pubblica, salute veterinaria, sicurezza alimentare)</p> <p>Responsabilità sociale e ambientale; creazione di nuovi posti di lavoro e miglioramento delle condizioni di lavoro; competitività delle imprese e dei prodotti</p>



Conclusioni

L'Intellectual Output 1 è inteso come una ricerca metodologica completa, mirante a fornire ai partner del progetto F.A.S.T.E.S.T., nonché ad organismi pubblici e privati che potranno farne uso in futuro, un set di strumenti idonei alla pianificazione e all'implementazione del digital storytelling nelle scuole secondarie di tipo VET.

Le attività sopra descritte hanno individuato e focalizzato tutti i diversi punti e questioni che devono essere considerati quando si tratta di approcci didattici sperimentali, che richiedono sforzi sia da parte degli insegnanti che degli studenti.

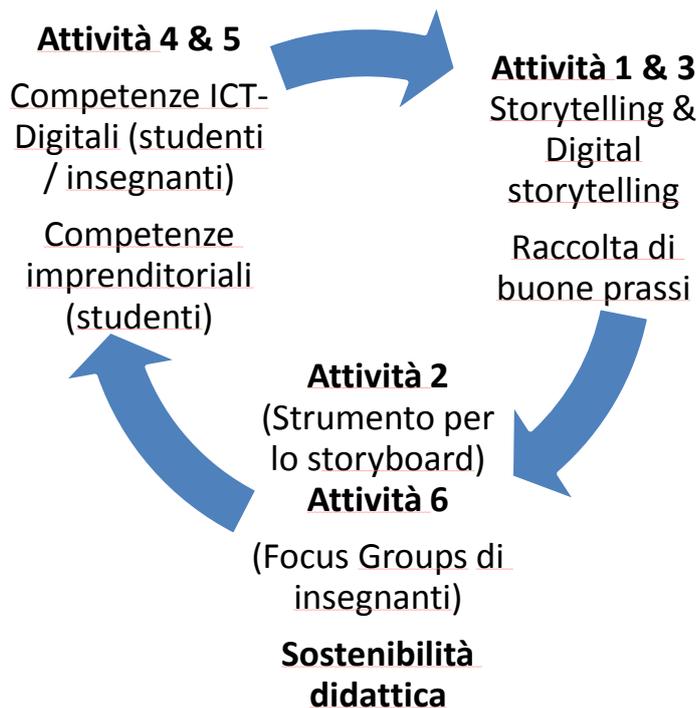
L'Intellectual Output 1 ha accuratamente preso in considerazione:

A) Lo stato dell'arte: come lo storytelling e il digital storytelling sono state finora utilizzate per scopi didattici. Quali buone prassi sono state scelte a scopi educativi e sono state presentate agli studenti?

B) Imprenditorialità e suo impiego a fini didattici: come insegnare l'imprenditorialità pur non essendo essa una disciplina scolastica curricolare?

C) Competenze digitali e ICT: come gestire il digital storytelling per renderlo sostenibile per lo sfruttamento didattico.

Figura 199 – Ciclo di attività dell'Intellectual Output 1



I risultati sono incoraggianti, dal momento che mostrano un grande impegno e apprezzamento sia sul versante delle scuole che delle aziende per trovare modalità di attuazione praticabili.

Applicare lo storytelling in generale come tecnica didattica è certamente la parte più impegnativa per la scuola, in quanto non vi è consuetudine al suo impiego e non ci sono molti esempi da seguire. Infatti, le buone prassi raccolte di storytelling e digital storytelling per ogni paese coinvolto rivelano che ha ampi margini di miglioramento il livello di padronanza della struttura dello storyboard.

Come spiegato nell'analisi intermedia fornita dal partner tecnico P2 S.P.E.L.L., le storie raccolte erano incentrate principalmente su eventi e circostanze interessanti per la costruzione storie, non tanto sulla struttura delle storie (cfr. sopra la figura 7).

Stante queste premesse, è chiaro come sia esattamente questo il punto di partenza di tutto il lavoro previsto per la realizzazione dei prossimi Intellectual Outputs.

L'Intellectual Output 2 vedrà le scuole impegnate a realizzare i propri video su imprenditori agricoli di successo. Ciò richiederà naturalmente una buona capacità non solo di utilizzare gli strumenti hardware e software, ma soprattutto familiarità con la struttura dello storyboard e con i diversi livelli che costituiscono una storia.

Questo è appunto il programma della formazione formatori transnazionale (Attività C1) della cui organizzazione è responsabile il partner tecnico P2 Spell, allo scopo di offrire agli insegnanti strumenti e conoscenze su come creare correttamente una storia, come impostare una sceneggiatura appropriata, come girare ed editare i video.

Appendice I – Attività 1

Griglia di rilevazione di 4 BUONE PRASSI/paese di STORYTELLING CON FINALITA' EDUCATIVA

BUONA PRASSI N°DI 4/ PAESE.....

SELEZIONATORE/IDENTIFICATORE DELLA BUONA PRASSI: _____ (nome cognome, scuola/organizzazione) _____

SEZIONE A.1 - DESCRIZIONE DEL PROGETTO/ATTIVITA' DI STORYTELLING

Anagrafica e dati di contatto del soggetto attuatore della buona prassi selezionata (Scuola/Ente/Organizzazione; referente, recapiti, sitografia)	
Ambito di realizzazione della buona prassi: dove si è realizzata/svolta l'esperienza di storytelling a uso didattico?	
Periodo di realizzazione: quando è stata realizzata?	
Beneficiari/target group: a chi si rivolge?	
Tema della storia: di cosa tratta?	
Dove è ambientata? In quale periodo storico?	
Esigenza/problema a cui risponde: quale è lo scopo educativo che si prefigge?	
Con quali mezzi/soluzioni tecniche è stata allestita?	
Da quali elementi emerge, in particolare, la sua valenza educativa, in termini di competenze da sviluppare?	

SEZIONE A.2 - VALUTAZIONE DEL POTENZIALE DI RIUSO DELLA BUONA PRASSI CENSITA

- a cura del selezionatore di buone prassi -

CRITERIO	DEFINIZIONE DEL CRITERIO	GIUSTIFICAZIONE
Riproducibilità: secondo te, questa buona prassi è riproducibile?	Possibilità di riprodurre il progetto/attività in presenza di fabbisogni/problemi analoghi o uguali a quelli che lo hanno originato e in contesti che presentano analogie con quelli in cui è stato realizzato	Questa buona prassi possiede i requisiti di riproducibilità in quanto
Misurabilità della finalità educativa: secondo te, questa buona prassi è misurabile? Come?	Possibilità di dimostrare il grado di raggiungimento di obiettivi e risultati attesi attraverso riscontri oggettivi dal punto di vista quali - quantitativo	Questa buona prassi possiede i requisiti di misurabilità in quanto
Sostenibilità: questa buona prassi ti sembra sostenibile?	Possibilità di garantire continuità e stabilità dei benefici del progetto/attività anche dopo la sua conclusione (capacità dell'iniziativa di auto-alimentarsi)	Questa buona prassi possiede i requisiti di sostenibilità in quanto
Trasferibilità: questa buona prassi di sembra trasferibile?	Idoneità a utilizzare un progetto/attività come modello in contesti diversi da quello in cui è originato	Questa buona prassi possiede i requisiti di trasferibilità in quanto
Innovatività: questa buona prassi ti sembra innovativa?	Introduzione di nuove soluzioni, strumenti o know how che hanno migliorato le condizioni di partenza o soddisfatto il bisogno originario	Questa buona prassi possiede i requisiti di innovatività in quanto
Disseminazione (mainstreaming): questa buona prassi ti sembra capace di creare/innescare effetti moltiplicatori?	Capacità del progetto/attività di ingenerare effetti consequenziali nei confronti di strutture analoghe (diss. orizzontale) o istituzioni sovraordinate (diss. verticale)	Questa buona prassi possiede la capacità di generare effetti moltiplicatori in quanto
Potenzialità educativa: questa prassi ti sembra possedere una spendibilità educativa?	Capacità del progetto/attività di stimolare adeguatamente negli studenti processi di apprendimento nell'ambito di competenze trasversali al curricolo scolastico	Questa buona prassi possiede i requisiti di spendibilità educativa in quanto
Riuso settoriale: questa prassi ti sembra possedere una spendibilità per il settore AGROINDUSTRIALE?	Capacità del progetto/attività di adattarsi al settore agroindustriale, focus di progetto	Questa buona prassi possiede i requisiti di spendibilità per il settore agroindustriale in quanto

SEZIONE A.3 - VALUTAZIONE DEI REQUISITI DI EFFICACIA DEI NUOVI PRODOTTI DA REALIZZARE

REQUISITI DI QUALITA' CHE I NUOVI PRODOTTI DOVRANNO POSSEDERE		VALUTAZIONE ⁷	MOTIVAZIONE/COMMENTO A GIUSTIFICAZIONE DELLA VALUTAZIONE DATA
1	I prodotti dovranno possedere un carattere gratificante, proprio dell'approccio narrativo	① ② ③ ④ ⑤	
2	I prodotti dovranno offrire un accesso più semplice a concetti complessi e astratti	① ② ③ ④ ⑤	
3	I prodotti dovranno favorire lo scambio collaborativo delle conoscenze, il confronto dialogico, lo spirito critico e la ricerca di nuove interpretazioni e punti di vista su un problema e/o tema	① ② ③ ④ ⑤	
4	I prodotti dovranno fare emergere i talenti nascosti degli studenti	① ② ③ ④ ⑤	
5	I prodotti dovranno essere di supporto allo sviluppo di "literacy skills" (competenze trasversali al curriculum scolastico)	① ② ③ ④ ⑤	
6	I prodotti dovranno essere di supporto al dibattito su emozioni e valori	① ② ③ ④ ⑤	

⁷ Punteggio 1=valutazione massimamente negativa; Punteggio 5= valutazione massimamente positiva

7	I prodotti dovranno sviluppare creatività e immaginazione	① ② ③ ④ ⑤	
8	I prodotti dovranno favorire lo scambio interculturale	① ② ③ ④ ⑤	
9	I prodotti dovranno generare processi ermeneutico - interpretativi e correlazioni concettuali (benefici cognitivi)	① ② ③ ④ ⑤	
10	I prodotti dovranno accrescere l'interesse, l'attenzione, l'ispirazione e la motivazione della cosiddetta "generazione digitale" (deve garantire benefici motivazionali)	① ② ③ ④ ⑤	
11	I prodotti dovranno assicurare capacità di lavorare in gruppo, migliori relazioni con il docente; deve sviluppare un atteggiamento collaborativo (deve garantire benefici relazionali)	① ② ③ ④ ⑤	
12	I prodotti dovranno favorire l'acquisizione di competenze relative all'utilizzo delle tecnologie, es. capacità di scrivere testi per il multimedia, di ritoccare audio e immagini, di ricerca di materiali in rete (deve garantire benefici legati alle abilità)	① ② ③ ④ ⑤	

- QUALE CAMBIAMENTO TI PREFIGURI DI POTER REALIZZARE CON L'APPLICAZIONE DEI NUOVI PRODOTTI ALLA DIDATTICA?

APPENDICE II – Attività 2

PARTE 1

“STORY FINDING” TOOL

SCOPO: REPERIRE STORIE IMPRENDITORIALI ADATTE A ESSERE RACCONTATE

- 1) Cosa rende una storia interessante e adatta a essere raccontata?

- 2) Quali punti chiave / caratteristiche/ temi distintivi dovranno avere gli Ipervideo nell’Intellectual Output 2 per educare gli studenti all’imprenditorialità?

- 3) Considerando lo specifico settore agroindustriale, quali punti chiave / caratteristiche/ temi distintivi dovranno avere gli Ipervideo nell’Intellectual Output 2?

- 4) Come può la storia indurre un apprendimento riflessivo e trasformativo negli studenti?

PARTE 2**“STORY TELLING” TOOL****SCOPO: IMPOSTARE UNA SCENEGGIATURA EFFICACE**

- a) Come potrebbero gli studenti scrivere la bozza della storia da raccontare negli Ipervideo dell’Intellectual Output 2? (per esempio attraverso mappe concettuali? Oppure attraverso domande guidate preparate dai docenti? O altro?)

- b) Come potrebbero gli studenti condurre ricerche sui temi e contenuti della storia, al fine di creare una dettagliata trama di informazioni su cui costruire gli Ipervideo nell’Intellectual Output 2?

- c) Come potrebbero gli studenti redigere lo script, in modo da garantire continuità di attenzione da parte dell’audience e snodi narrativi efficaci nella storia?

- d) Come potrebbero gli studenti scegliere e raccogliere immagini / foto/ disegni al fine di aggiungere contenuti multimediali agli Ipervideo nell’Intellectual Output 2?

- e) Come potrebbero gli studenti scegliere e raccogliere musica / colonne sonore / file audio al fine di aggiungere contenuti multimediali agli Ipervideo nell'Intellectual Output 2?

- f) Come si potrebbero condividere gli Ipervideo online? Quali siti web, social network, comunità online, database potrebbero essere adatti?

- g) Dopo il processo di videomaking:

- Come potrebbero gli insegnanti aiutare gli studenti a riflettere sui contenuti delle storie e a maturare considerazioni conclusive?
- Come si potrebbero aiutare gli studenti a porsi alcune domande sul processo di apprendimento? Come per esempio: *“Che cosa ho imparato? Che cosa so adesso che prima non sapevo, grazie all’esperienza di videomaking e storytelling? Come posso migliorare le mie conoscenze e il mio modo di imparare?”*

PARTE 4**“STORY PROCESSING” TOOL**

SCOPO: MONITORARE IL PROCESSO DI APPRENDIMENTO /
CAMBIAMENTO NEGLI STUDENTI
DURANTE / DOPO GLI IPERVIDEO

- 1) Come è possibile verificare la crescita personale degli studenti durante / dopo l'attività di videomaking? Quali competenze interpersonali / abilità personali possono essere assunte come indicatori dell'atteggiamento generale e dell'interesse verso l'istruzione da parte degli studenti?

Come è possibile monitorare / controllare questo processo di cambiamento negli studenti?

- 2) Come è possibile verificare i progressi nelle competenze tecnico-professionali da parte degli studenti durante / dopo l'attività di videomaking?

Come è possibile monitorare / controllare questo processo di cambiamento negli studenti?

PARTE 5**“STORY RECONSTRUCTING” TOOL****SCOPO: VERIFICARE L’IMPATTO DEL DIGITAL STORYTELLING
SULL’ANDAMENTO SCOLASTICO DEGLI STUDENTI**

- 1) Consideriamo lo studente come individuo: dopo le attività di digital storytelling, in quali materie scolastiche si ritiene che un singolo studente possa migliorare i propri voti e il proprio rendimento scolastico?

Perchè? Come è possibile verificare il miglioramento?

- 2) Consideriamo l’intero gruppo/classe: dopo le attività di digital storytelling, in quali materie scolastiche si ritiene che il gruppo classe possa migliorare i propri voti e il proprio rendimento scolastico?

Perchè? Come è possibile verificare il miglioramento?

- 3) Come potrebbero i docenti valutare il rendimento degli studenti durante le attività di digital storytelling? Come potrebbero i docenti assegnare voti in questa attività? (per esempio, su quale base uno studente potrebbe prendere un bel voto o un brutto voto in questa attività?)

Appendice III – Attività 3

Griglia di rilevazione di 4 BUONE PRASSI/paese di DIGITAL STORYTELLING CON FINALITA' EDUCATIVA

BUONA PRASSI N°DI 4/ PAESE.....

SELEZIONATORE/IDENTIFICATORE DELLA BUONA PRASSI: _____ (nome cognome, scuola/organizzazione)_____

SEZIONE A.1 - DESCRIZIONE DEL PROGETTO/ATTIVITA' DI DIGITAL STORYTELLING

Anagrafica e dati di contatto del soggetto attuatore della buona prassi selezionata (Scuola/Ente/Organizzazione; referente, recapiti, sitografia)	
Ambito di realizzazione della buona prassi: dove si è realizzata/svolta l'esperienza di digital storytelling a uso didattico?	
Periodo di realizzazione: quando è stata realizzata?	
Beneficiari/target group: a chi si rivolge?	
Tema della storia digitale: di cosa tratta?	
Dove è ambientata?	
Esigenza/problema a cui risponde: quale è lo scopo educativo che si prefigge?	
Con quali strumenti/soluzioni tecnologiche è stata realizzata?	
Da quali elementi emerge, in particolare, la sua valenza educativa, in termini di competenze da sviluppare?	

SEZIONE A.2 - VALUTAZIONE DEL POTENZIALE DI RIUSO DELLA BUONA PRASSI CENSITA

- a cura del selezionatore di buone prassi -

CRITERIO	DEFINIZIONE DEL CRITERIO	GIUSTIFICAZIONE
Riproducibilità: secondo te, questa buona prassi è riproducibile?	Possibilità di riprodurre il progetto/attività in presenza di fabbisogni/problemi analoghi o uguali a quelli che lo hanno originato e in contesti che presentano analogie con quelli in cui è stato realizzato	Questa buona prassi possiede i requisiti di riproducibilità in quanto
Misurabilità della finalità educativa: secondo te, questa buona prassi è misurabile? Come?	Possibilità di dimostrare il grado di raggiungimento di obiettivi e risultati attesi attraverso riscontri oggettivi dal punto di vista quali - quantitativo	Questa buona prassi possiede i requisiti di misurabilità in quanto
Sostenibilità: questa buona prassi ti sembra sostenibile?	Possibilità di garantire continuità e stabilità dei benefici del progetto/attività anche dopo la sua conclusione (capacità dell'iniziativa di auto-alimentarsi)	Questa buona prassi possiede i requisiti di sostenibilità in quanto
Trasferibilità: questa buona prassi di sembra trasferibile?	Idoneità a utilizzare un progetto/attività come modello in contesti diversi da quello in cui è originato	Questa buona prassi possiede i requisiti di trasferibilità in quanto
Innovatività: questa buona prassi ti sembra innovativa?	Introduzione di nuove soluzioni, strumenti o know how che hanno migliorato le condizioni di partenza o soddisfatto il bisogno originario	Questa buona prassi possiede i requisiti di innovatività in quanto
Disseminazione (mainstreaming): questa buona prassi ti sembra capace di creare/innescare effetti moltiplicatori?	Capacità del progetto/attività di ingenerare effetti consequenziali nei confronti di strutture analoghe (diss. orizzontale) o istituzioni sovraordinate (diss. verticale)	Questa buona prassi possiede la capacità di generare effetti moltiplicatori in quanto
Potenzialità educativa: questa prassi ti sembra possedere una spendibilità educativa?	Capacità del progetto/attività di stimolare adeguatamente negli studenti processi di apprendimento nell'ambito di competenze trasversali al curricolo scolastico	Questa buona prassi possiede i requisiti di spendibilità educativa in quanto
Riuso settoriale: questa prassi ti sembra possedere una spendibilità per il settore AGROINDUSTRIALE?	Capacità del progetto/attività di adattarsi al settore agroindustriale, focus di progetto	Questa buona prassi possiede i requisiti di spendibilità per il settore agroindustriale in quanto

SEZIONE A.3 - VALUTAZIONE DEI REQUISITI TECNICI
CHE GLI OUTPUT DIGITALI DI PROGETTO DOVRANNO POSSEDERE
a cura di almeno 3 esperti utilizzatori/creatori di digital storytelling

FATTORI DI QUALITA' DEI NUOVI PRODOTTI	INDICATORE	ATTRIBUZIONE DI IMPORTANZA⁸
Gli output di progetto, sotto il profilo della qualità della progettazione tecnica , dovranno presentare:	1. Grado di percezione di una progettazione strutturata (qualità del project planning)	① ② ③ ④ ⑤
	2. Grado di chiarezza, originalità e freschezza del punto di vista	① ② ③ ④ ⑤
	3. Grado di capacità di catturare e tenere desta l'attenzione (coinvolgimento)	① ② ③ ④ ⑤
	4. Grado di qualità dei contenuti prescelti in termini di pertinenza, attrattività, esaustività	① ② ③ ④ ⑤
	5. Grado di qualità in relazione alla quantità di informazioni erogate (economicità)	① ② ③ ④ ⑤
	6. Grado di qualità nell'uso del linguaggio e della grammatica	① ② ③ ④ ⑤
Gli output di progetto, sotto il profilo della qualità dell'uso delle immagini , dovranno presentare:	7. A clear, focused picture	① ② ③ ④ ⑤
	8. A well-lit picture	① ② ③ ④ ⑤
	9. An appropriately composed picture	① ② ③ ④ ⑤
	10. Appropriate use of images	① ② ③ ④ ⑤
	11. Supportive image changes	① ② ③ ④ ⑤
	12. Appropriate shooting angle	① ② ③ ④ ⑤
Gli output di progetto, sotto il profilo della qualità dell'uso dell'audio , dovranno presentare:	13. Clear audio	① ② ③ ④ ⑤
	14. Well-mixed audio	① ② ③ ④ ⑤
	15. Voice pacing and inflection	① ② ③ ④ ⑤
Gli output di progetto, sotto il profilo della qualità dell'uso della musica/colonna sonora , dovranno presentare:	16. Appropriate music choices	① ② ③ ④ ⑤
	17. Appropriate role of music	① ② ③ ④ ⑤
Gli output di progetto, sotto il profilo della qualità del montaggio, effetti di transizione, sottotitolazione/credits , dovranno presentare:	18. Seamless transitions, unobtrusive effects	① ② ③ ④ ⑤
	19. Clear titles	① ② ③ ④ ⑤
	20. Clear citations	① ② ③ ④ ⑤

⁸ 1=minimamente importante; 5=massimamente importante

Appendice IV – Attività 4

Intervista a esperti ICT

1) Quale tipo di tecnologia **HARDWARE** ritiene necessaria per creare/editare video multimediali sullo storytelling di impresa / imprenditorialità?

Strumenti Hardware	Utilità da 1 (inutile) a 5 (molto utile)	Suggerimenti / commenti
PC/Laptop	① ② ③ ④ ⑤	
Scanner	① ② ③ ④ ⑤	
Digital Camera	① ② ③ ④ ⑤	
Digital Recorder (portable/palmtop)	① ② ③ ④ ⑤	
Palmtop Microphone	① ② ③ ④ ⑤	
Mixer	① ② ③ ④ ⑤	
Condenser Microphone	① ② ③ ④ ⑤	
Other (describe and rate)	① ② ③ ④ ⑤	

Costo stimato in Euro: _____

2) Quale tipo di tecnologia **SOFTWARE** ritiene necessaria per creare / editare video multimediali sullo storytelling di impresa / imprenditorialità?

Costo stimato in Euro: _____



- 3) Nella lista seguente trova indicati alcuni Software gratuiti utilizzabili per attività di Digital Storytelling. Li conosce tutti? Solo alcuni? La preghiamo di valutare le loro caratteristiche come sotto richiesto. E' possibile inoltre aggiungere altri software di Sua conoscenza se pensa che siano adatti all'utilizzo scolastico (video progettati, creati ed editati da studenti di Scuola Superiore).

Web Tool	Vantaggi / potenzialità	Svantaggi / criticità	Facile da usare? 1 per nulla facile; 5 molto facile	Rapporto Qualità / Prezzo 1: pessimo rapporto; 5 ottimo rapporto
iMovie www.apple.com/mac/imovie			① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
Final Cut Pro www.apple.com/final-cut-pro			① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
Adobe Premiere www.adobe.com/products/premiere.html			① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
Audacity http://audacity.sourceforge.net			① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
MusicMatch Jukebox www.musicmatch.com			① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
Zimmer Twins at Schools http://goo.gl/9fUQN			① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
StoryboardThat http://goo.gl/u13n1j			① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
GoAnimate for Schools http://goo.gl/oB6gCi			① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
Capzles www.capzles.com			① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
Slidestory			① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤

Il progetto è finanziato dal programma europeo ERASMUS+ tramite INAPP, Agenzia nazionale italiana. Il contenuto di questo materiale non riflette l'opinione ufficiale dell'Unione Europea, della Commissione Europea e delle Agenzie Nazionali. La responsabilità per le informazioni e per i punti di vista espressi in questo documento è interamente degli autori. Progetto n. 2015-1-IT01-KA202-004608

www.slidestory.com			① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
Animoto education www.animoto.com/pro/education			① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
Make Belief Comix www.makebeliefscomix.com			① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
Creaza www.makebeliefscomix.com			① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
Pixton www.pixton.com			① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
VoiceThread www.voicethread.com			① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
ZooBurst http://zooburst.com			① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
Little Bird Tales https://littlebirdtales.com/			① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
30hands Mobile http://30hands.com/blog/quick-activity-creating-a-simple-30hand-presentation-or-story/			① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
Shadow Puppet http://get-puppet.co/			① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
Amazon Storybuilder https://studios.amazon.com/storybuilder			① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
Storyboard Generator http://generator.acmi.net.au/storyboard			① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
Story Map http://www.readwritethink.org/classroom-resources/student-interactives/story-3008.html			① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
Google Story Builder http://docsstorybuilder.appspot.com			① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤



Progetto n. 2015-1-IT01-KA202-004608





4) Quanto sono importanti a suo parere le seguenti abilità ICT per **Studenti** di Scuola Superiore impegnati a creare/ editare video? (digital storytelling). Prego valutare da 1 (non importante) a 5 (molto importante)

Riferimento in lingua originale “DIGCOMP: The Digital Competence Framework” (UE Joint Research Centre – Report EUR 26035 EN)

Area	Competences	Relevance	Suggestions/Notes
1 Information	Browsing, searching and filtering information	① ② ③ ④ ⑤	
	Evaluating information	① ② ③ ④ ⑤	
	Storing and retrieving information	① ② ③ ④ ⑤	
2 Communication	Interacting through technologies	① ② ③ ④ ⑤	
	Sharing information and content	① ② ③ ④ ⑤	
	Engaging in online citizenship	① ② ③ ④ ⑤	
	Collaborating through digital channels	① ② ③ ④ ⑤	
	Netiquette	① ② ③ ④ ⑤	
	Managing digital identity	① ② ③ ④ ⑤	
3 Content creation	Developing content	① ② ③ ④ ⑤	
	Integrating and re-elaborating	① ② ③ ④ ⑤	
	Copyright and Licenses	① ② ③ ④ ⑤	
	Programming	① ② ③ ④ ⑤	
4 Safety	Protecting devices	① ② ③ ④ ⑤	
	Protecting data and digital identity	① ② ③ ④ ⑤	
	Protecting health	① ② ③ ④ ⑤	
	Protecting the environment	① ② ③ ④ ⑤	

Considerando le competenze ICT di cui sopra, quali sono **le più importanti/ necessarie** per gli **STUDENTI** di Scuola Superiore impegnati a nell'attività di digital storytelling (video making & editing)? Per favore le indichi in scala da 1 a 4, dove 1 è la più importante / prioritaria e la 4 è la meno importante / prioritaria

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)

5) Quanto sono importanti a suo parere le seguenti abilità **ICT** per i **docenti**, sia in termini di supporto/ aiuto agli studenti che creeranno i video, sia in termini di ri-editing dei video a scopo didattico e riadattamento ai programmi scolastici?

Prego valutare da 1 (non importante) a 5 (molto importante)

Riferimento in lingua originale “DIGCOMP: The Digital Competence Framework” (UE Joint Research Centre – Report EUR 26035 EN)

Area	Competences	Relevance	Suggestions/Notes
1 Information	Browsing, searching and filtering information	① ② ③ ④ ⑤	
	Evaluating information	① ② ③ ④ ⑤	
	Storing and retrieving information	① ② ③ ④ ⑤	
2 Communication	Interacting through technologies	① ② ③ ④ ⑤	
	Sharing information and content	① ② ③ ④ ⑤	
	Engaging in online citizenship	① ② ③ ④ ⑤	
	Collaborating through digital channels	① ② ③ ④ ⑤	
	Netiquette	① ② ③ ④ ⑤	
	Managing digital identity	① ② ③ ④ ⑤	
3 Content creation	Developing content	① ② ③ ④ ⑤	
	Integrating and re-elaborating	① ② ③ ④ ⑤	
	Copyright and Licenses	① ② ③ ④ ⑤	
	Programming	① ② ③ ④ ⑤	
4 Safety	Protecting devices	① ② ③ ④ ⑤	
	Protecting data and digital identity	① ② ③ ④ ⑤	
	Protecting health	① ② ③ ④ ⑤	
	Protecting the environment	① ② ③ ④ ⑤	

Considerando le competenze ICT di cui sopra, quali sono le più importanti/ necessarie per **Docenti con tali compiti?** Per favore le indichi in scala da 1 a 4, dove 1 è la più importante / prioritaria e la 4 è la meno importante / prioritaria

- 1)
- 2)
- 3)
- 4)

Appendice V – Attività 5

Intervista a esperti di business

QUALI ABILITA' IMPRENDITORIALI POSSONO ESSERE IMPARATE / INSEGNATE ATTRAVERSO IL DIGITAL STORYTELLING?

1) Che definizione darebbe di "Imprenditore"?

2) Elenchi le qualità di un imprenditore

3) Prego completare la seguente tabella

Elementi che compongono la Mentalità Imprenditoriale	Importanza ⁹	Può essere narrata attraverso il digital storytelling? ¹⁰
Ambizione	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
Sicurezza personale ed autostima	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
Resilienza	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
Auto-disciplina	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
Organizzazione personale	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
Capacità di gestione dell'incertezza, del rischio e del fallimento	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
Consapevolezza etica	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
Creatività	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
Abilità di comunicazione	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
Problem solving	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
Attitudine al cambiamento	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
Perseveranza	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤

⁹ 1= per nulla importante; 5= molto importante

¹⁰ 1= assolutamente no; 5= assolutamente sì

Empatia	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
Pensiero strategico	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
Attitudine all'apprendimento	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
Other (list)	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
Other (list)	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
Other (list)	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤

- 4) Vi sono a suo parere abilità imprenditoriali tipiche /distintive / peculiari del settore agroalimentare?

- 5) Tra le caratteristiche di cui sopra, quali potrebbero a suo parere essere raccontate attraverso una narrazione video? (digital storytelling)

Appendix VI – Activity 6

ACTIVITY 6 – Focus Groups

Prima di svolgere i Focus Groups, ciascuna Partner School sceglierà:

- 1 Moderatore addetto alla conduzione della sessione
- 1 Osservatore, che non prenda parte alla discussione ma annoti ciò che succede e che viene detto dai partecipanti

<i>CONSEGNA</i>	Domande per discussion aperta <i>(max 4 minuti a partecipante per ogni domanda)</i>
<p>Focus n° 1: Come è possibile trovare/ creare connessioni tra il curriculum scolastico tradizionale e l'insegnamento delle abilità e mentalità imprenditoriali?</p>	<p>1) Materie umanistiche (lingua e letteratura italiana, storia, lingua e letteratura straniera): punti di forza e punti di debolezza per l'insegnamento delle abilità e mentalità imprenditoriali a scuola</p> <p>2) Matematica e scienze: punti di forza e punti di debolezza per l'insegnamento delle abilità e mentalità imprenditoriali a scuola</p> <p>3) Diritto e discipline economiche: punti di forza e punti di debolezza per l'insegnamento delle abilità e mentalità imprenditoriali a scuola</p> <p>4) Materie di indirizzo tecnico e professionale: punti di forza e punti di debolezza per l'insegnamento delle abilità e mentalità imprenditoriali a scuola</p>
<p>Focus n° 2: Quali nuove abilità gli insegnanti dovranno acquisire per sviluppare programmi didattici che utilizzino la tecnologia / tecnica del digital storytelling? (metodologia didattica "blended")</p>	<p>1) Competenze su approccio narrativo - come si identificano/raccontano le storie?</p> <p>2) Competenze Digital & ICT: quale mezzi tecnici/ tecnologici utilizzare? Quali hardware & software? Come fare video making & video editing?</p> <p>3) Competenze sull'imprenditorialità: quale tipo di spirito/mentalità imprenditoriale vogliamo mostrare negli ipervideo / comunicare agli studenti?</p> <p>4) Focus sul settore agroindustriale: quali contenuti specifici del settore agroindustriale vogliamo cercare/ evidenziare / comunicare agli studenti?</p>



Il progetto è finanziato dal programma europeo ERASMUS+ tramite INAPP, Agenzia nazionale italiana. Il contenuto di questo materiale non riflette l'opinione ufficiale dell'Unione Europea, della Commissione Europea e delle Agenzie Nazionali. La responsabilità per le informazioni e per i punti di vista espressi in questo documento è interamente degli autori. Progetto n. 2015-1-IT01-KA202-004608



Appendice VII. Attività 1 – Attività 3

Griglia delle buone prassi di storytelling e digital storytelling raccolte

Attività 1

16 Buone prassi di Storytelling a scope didattici

Italia (P1 Cisita + P3 Bocchialini)

	Titolo	Descrizione della pratica di storytelling	Chi ha narrato la storia?	Quando ?	Come?	Pubblico / gruppo target	Circostanza / evento	Finalità didattica / educativa
1.	Fabbrica di latte Soresina (Italy)	Storia della fabbrica di latte Soresina da un punto di vista storico-tecnologico e del modello di business	Insegnanti di una scuola secondaria VET di indirizzo agroindustriale	Anno scolastico 2015/2016	Lezioni frontali	Studenti di una scuola secondaria VET di indirizzo agroindustriale	Lezioni scolastiche	Illustrare il processo industriale del settore lattiero; l'etica aziendale; l'importanza della qualità dei prodotti; come coniugare tradizione e innovazione
2.	"Charlie e la fabbrica di cioccolato" di Roald Dahl, prima edizione del 1964,	Storia di un ragazzo povero che, grazie alle proprie qualità morali e alla propria	Insegnanti di una scuola secondaria VET di indirizzo agroindustriale	Anno scolastico 2011/2012	Lezioni frontali	Studenti, anche con difficoltà di apprendimento, di una scuola secondaria VET di	Lezioni scolastiche	Sottolineare le qualità morali e l'intelligenza di cui un ragazzo ha bisogno per diventare imprenditore; spiegare il processo

Il progetto è finanziato dal programma europeo ERASMUS+ tramite INAPP, Agenzia nazionale italiana. Il contenuto di questo materiale non riflette l'opinione ufficiale dell'Unione Europea, della Commissione Europea e delle Agenzie Nazionali. La responsabilità per le informazioni e per i punti di vista espressi in questo documento è interamente degli autori. Progetto n. 2015-1-IT01-KA202-004608

	e successive versioni cinematografiche	intelligenza, diventa imprenditore e erede della sua fabbrica di cioccolatini preferiti	(disciplina: economia); Scuola Europea Parma			indirizzo agroindustriale e della Scuola Europea di Parma. Disciplina: economia.		produttivo di una fabbrica
3.	Il Museo del Pomodoro di Parma	Storia di come il pomodoro cominciò ad essere coltivato a Parma (XIX sec.), di come cambiò l'agricoltura e diede inizio al relativo ramo industriale	Il Direttore del Museo del Pomodoro	Dal 2010	Discorso e narrazione rivolti agli studenti	Studenti di una scuola secondaria VET di indirizzo agroindustriale	Visite scolastiche ai musei alimentari della zona di Parma, realizzate a partire dal 2010	Conoscere le nuove tecnologie impiegate nella coltivazione delle piante di pomodoro, nonché i macchinari e i processi industriali dell'industria conserviera. Studiare la storia socioeconomica di questa regione, ad alta vocazione agricola
4.	"Grom". Un libro che racconta la storia dell'industria italiana del gelato	I due giovani co-fondatori dell' realtà imprenditoriale "Grom" hanno scritto un libro su come hanno messo in piedi la propria attività	I due imprenditori stessi	2013	Discorso e narrazione rivolti agli imprenditori	Imprenditori invitati da Cisita alla presentazione del libro	Presentazione del libro organizzata da Cisita, con l'invito agli autori a tenere un discorso	Ascoltare una storia su come avviare un'impresa semplicemente credendo nei sogni più profondi, grazie alla perseveranza e al duro lavoro

Romania (P4 CICIA + P8 Liceul Aurel Rainu Fieni)

	Titolo	Descrizione della pratica di storytelling	Chi ha narrato la storia?	Quando?	Come?	Pubblico / gruppo target	Circostanza / evento	Finalità didattica / educativa
1.	Progetto europeo finanziato “Ci fidiamo dei nostri giovani imprenditori rurali” – Romania. Focus: coltivazione di funghi	Un progetto di sviluppo di 4 documentari su produttori rurali locali di settori diversi.	Gli agricoltori locali in interviste	Ricerca e documentari svolti nel 2013	Videodocumentari; Potenziale contesto di sfruttamento: Incontri organizzati con studenti a scuola e con giovani interessati all'imprenditoria rurale	Studenti di scuola superiore e università; Imprenditori rurali interessati a promuovere attività locali	Potenziale contesto di sfruttamento: Lezioni scolastiche. Incontri con altri agricoltori rurali.	Fonte di ispirazione ed esempio di buona prassi per i giovani interessati allo sviluppo imprenditoriale. Per incoraggiare e supportare le inclinazioni imprenditoriali
2.	Video-intervista “Un business riuscito – Agroprogetti di successo” http://www.agro-tv.ro AGRO TV NETWORK Focus: coltivazione di mele	Video-intervista “Un uomo d'affari di Dâmbovița imprenditore a Prahova” è stato mostrato presso la rete Agro TV e pubblicato online	Gli agricoltori locali in interviste	Ricerca e documentari svolti nel 2013	Videodocumentari; Potenziale contesto di sfruttamento: Incontri organizzati con studenti a scuola e con giovani interessati all'imprenditoria rurale	Studenti di scuola superiore e università; Imprenditori rurali interessati a promuovere attività locali	Potenziale contesto di sfruttamento: Lezioni scolastiche. Incontri con altri agricoltori rurali.	Fonte di ispirazione ed esempio di buona prassi per i giovani interessati allo sviluppo imprenditoriale. Classe di biologia: apprendere nozioni sulle tecniche di coltivazione delle mele, le malattie e i pesticidi

3.	Video-documentario realizzato nell'ambito della mostra "Capifamiglia" il 28 ottobre 2013	La storia riguarda la fondazione della prima piantagione di mirtilli nella contea di Dambovita, presentata dal piccolo imprenditore Radu Cristian Saracu	Coltivatore locale di mirtilli in una video-intervista	Ricerca e documentari svolti nel 2013. Usato a scuola per scopi didattici a Gennaio 2016	Video-documentario mostrato a scuola durante una lezione. Focus: educazione imprenditoriale	Studenti di scuola superiore e università; Imprenditori rurali interessati a promuovere attività locali	Lezioni scolastiche	Insegnare l'imprenditorialità; gli studenti imparano come diventare imprenditori accedendo ai fondi europei. Aiuta gli studenti a orientarsi verso una carriera di tipo imprenditoriale.
4.	Documentario intitolato "Storie di successo", relativa a un piccolo caseificio, costituito secondo gli standard europei, fondata da un giovane di nome Ioan Chitic (FNTM Romania)	La storia di un giovane, Ioan Chitic, che ha fondato un piccolo caseificio grazie ai fondi europei e secondo standard europei.	Casaro locale in una video-intervista (FNTM Romania)	Ricerca e documentari svolti nel 2012	Video-documentari; Potenziale contesto di sfruttamento: Incontri organizzati con studenti a scuola e con giovani interessati all'imprenditoria rurale	Studenti di scuola superiore e università; Imprenditori rurali interessati a promuovere attività locali	Potenziale contesto di sfruttamento: Lezioni scolastiche. Incontri con altri agricoltori rurali.	Insegnare l'imprenditorialità; gli studenti imparano come diventare imprenditori accedendo ai fondi europei. Coraggio di avviare una nuova attività laddove solo i giganti dell'industria avevano avuto successo.

Bulgaria (P5 BCCI + P6 Pavlov)

	Titolo	Descrizione della pratica di storytelling	Chi ha narrato la storia?	Quando?	Come?	Pubblico / gruppo target	Circostanza / evento	Finalità didattica / educativa
1.	Programma "Student Practices", finanziato dal Programma Operativo per lo sviluppo delle risorse	La scuola professionale Agricola della città di Dobrich ha partecipato al programma collocando 23 studenti in aziende agro-industriali, offrendo loro una formazione altamente qualificata	Il direttore della scuola ha annunciato la buona prassi ad altri insegnanti e studenti	2012/2013	Potenziale contesto di sfruttamento: Discorso agli insegnanti e agli studenti Coinvolgimento di altre scuole	Studenti e insegnanti	Potenziale contesto di sfruttamento: Riunione	Stimolare altre scuole e studenti a intraprendere una formazione simile per lo sviluppo delle loro competenze professionali
2.	"Future Agro Challenge" (campionato mondiale) nell'ambito del Programma bulgaro JA	Dimo Stefanov ha raccontato la storia di come ha sviluppato piccoli pellet fertilizzanti da collocare alla radice della pianta. In tal modo è possibile	Dimo Stefanov da Kazanlak	Ottobre 2014	Presentazione / discorso a un pubblico di imprenditori e start-up. Potenzialmente anche per studenti. Potenziale esempio di digital	Imprenditori, start up, studenti	L'evento della gara	Stimolare studenti, giovani e imprenditori a sviluppare nuovi prodotti e idee innovative nel settore agroindustriale

		concimare senza usare sostanze chimiche e i pezzi possono essere disseminati impiegando macchinari per spruzzare fertilizzanti			storytelling			
3.	Gara "Young Entrepreneur" a Plovdiv, Bulgaria	Il giovane imprenditore ha creato un set per il programma di fisica (esercizi interattivi di laboratorio, giochi e corsi di formazione, kit di laboratorio per la fisica)	Vanja Plachkova	2015	Presentazione / discorso rivolto ad un pubblico di studenti della scuola superiore e dell'università	Studenti e insegnanti di scuola e università	L'evento della gara	Modernizzazione dei metodi educativi. Motivare gli insegnanti ad adottare metodologie alternative e innovative e coinvolgere gli studenti nello studio della fisica
4.	Classi in viaggio	Un team di 5 studenti di pedagogia ha sviluppato un progetto / modello per combattere l'analfabetismo dei giovani	La squadra di 5 studenti	Febbraio 2015	Presentazione / discorso rivolto ad un pubblico di insegnanti	Insegnanti di educazione primaria	Gara "National Innovation Camp" nell'ambito del programma JA Bulgaria	Combattere l'analfabetismo, sensibilizzare gli insegnanti e stimolarli a sviluppare metodologie didattiche alternative per raggiungere i

								bambini con minori opportunità
--	--	--	--	--	--	--	--	--------------------------------

Portugal (P7 CNJ + P9 Quinta da Lageosa)

	Titolo	Descrizione della pratica di storytelling	Chi ha narrato la storia?	Quando?	Come?	Pubblico / gruppo target	Circostanza / evento	Finalità didattica / educativa
1.	Spielstadt / Playcity (Giocacittà) - un progetto Tales finanziato dall'UE (Austria)	Creazione di un ambiente collettivo fittizio come un villaggio o una città o un hotel o un'azienda	L'insegnante (disciplina scolastica: Francese)	Dal 1993 talora più frequentemente, talora più sporadicamente	L'insegnante come narratore inizia la simulazione dicendo cosa è successo in casa	Secondo anno di lezioni di francese (studenti di 11-12 anni) e quinto anno di lezioni di francese (studenti di 13-15 anni)	Progetto scolastico di storytelling	"Stimolazione globale" degli studenti grazie alla simulazione "giocacittà". Questa stimolazione può essere applicata a molti argomenti e discipline (geografia, economia, problemi socio-culturali, lingue straniere, storia)
2.	Valore nella valle, Paesi Bassi (progetto guidato da Piattaforma Formazione ed educazione professionale olandese)	Progetto sull'energia rinnovabile e sulla sostenibilità. Gli studenti VET diventano professionisti innovativi dello sviluppo sostenibile, della	Un team di 6/7 insegnanti VET	2005 nei Paesi Bassi	Potenziale contesto di sfruttamento: Gruppi di attività. Lavoro di gruppo	20 studenti di scuola secondaria superiore VET	Potenziale contesto di sfruttamento: Attività basate su progetti	Creazione di una comunità di apprendimento che lavora su compiti e apprendimenti intrecciati. Gli studenti lavorano in una simulazione di impresa quasi reale. Valore

		tecnologia e agricoltura ecologiche						pedagogico / didattico elevato
3.	Biblioteca Pubblica di Beja (PT)	Presentazione di libri a bambini piccoli che vivono in zone rurali prive di istruzione, alti livelli di abbandono scolastico ed emigrazione	Il team della biblioteca	2014/2015	Sessioni di lettura di libri nelle parrocchie rurali	Ragazzi di età 8/13	Incontri in cui i libri vengono portati ai bambini e letti, e si raccontano storie	Combattere l'analfabetismo, l'abbandono scolastico, l'emigrazione, stimolando nei bambini l'interesse, l'impegno e abilità cognitive come il pensiero simbolico e astratto, la mnemonica e il miglioramento del lessico nella lingua madre
4.	Organizzazione non governativa "Chapitò" di Lisbona in partnership con il Ministero della Giustizia – istituto per il reinserimento sociale	Ragazzi sotto i 18 anni che sono in carcere per recuperare dopo aver commesso reati penali	Team di insegnanti/educatori di Chapitò	In corso	"Arca dos contos", gioco di carte per creare storie. Catalogo di racconti popolari portoghesi	Ragazzi di 14/18 anni	La squadra inizia una storia, poi i ragazzi sviluppano insieme giochi, la continuazione e altre attività di gruppo	Coinvolgimento dei ragazzi nella creatività, nel credere in se stessi, nella speranza, nel lavoro di squadra e per il loro reinserimento nella società

Attività 3

16 Buone Prassi di Digital Storytelling a scopi didattici

Italia (P1 Cisita + P3 Bocchialini)

	Titolo	Descrizione della pratica di storytelling	Chi ha narrato la storia?	Quando?	Come?	Pubblico / gruppo target	Circostanza / evento	Finalità didattica / educativa
1.	Cooperativa assegnatari associati (Arborea, Sardegna)	La storia di un'industria cooperativa di latte, in Sardegna, dopo la bonifica delle paludi dalle zanzare	Insegnanti di scuola secondaria agroindustriale VET	Video girato nel 2014. Utilizzato nell'anno scolastico 2015/2016	Riproduzione del video e lezione frontale	Studenti di scuola secondaria agroindustriale VET	Lezioni scolastiche	Imparare come nasce prodotto di una fabbrica di latte; Come trasformare una terra morta in un ambiente produttivo (la comunità come imprenditore)
2.	Mulino Bianco Barilla	Pubblicità dei biscotti al forno "Galletti" di "Mulino Bianco Barilla", trasmessa nel 2014 attraverso la televisione nazionale	Insegnanti di scuola secondaria agroindustriale VET (disciplina: economia); Scuola Europea di Parma	Anni scolastici dal 2009 al 2013; da utilizzare anche nell'anno scolastico 2015/2016	Riproduzione del video pubblicitario e lezione frontale	Studenti di scuola secondaria agroindustriale VET e della Scuola Europea di Parma, anche con difficoltà di apprendimento. Disciplina: economia.	Lezioni scolastiche	Come sviluppare prodotti semplici e di alta qualità; passione e know how come ingredienti chiave di un imprenditore; incoraggiare gli studenti a credere in un "mondo buono" dove le loro qualità innate più semplici possono ottenere ottimi risultati
3.	Panificio	Video che	Insegnanti di	Anno	Riproduzi	Studenti di scuola	Lezioni	Come preservare la

	Lusignani, Pellegrino Parmense, provincia di Parma, Italia	racconta la storia della panetteria di questa famiglia. Intervista al proprietario della panetteria, che illustra la storia dei grani, dei lieviti e delle farine	scuola primaria e di scuola secondaria agroindustriale VET. Progetto co-finanziato da Regione Emilia Romagna, Provincia di Parma e Consiglio Comunale locale	scolastico 2014/2015	one del video e lezione frontale	primaria e secondarias; studenti di corsi professionali post-diploma su temi economici/ agroindustriali. Visitatori delle fattorie didattiche di Parma	scolastiche; lezioni in corsi professionali post-diploma; visite ai musei alimentari e alle fattorie didattiche	tradizione, la conoscenza dei grani e le tecniche di manipolazione del pane. Come gestire un'attività antica con la tecnologia moderna senza tradire la tradizione
4.	Caseificio Funtanazza, Sardegna	Video documentario di una fabbrica di formaggi, fondata da una famiglia che gestisce e produce formaggi e prodotti lattiero-caseari in modo tradizionale	4 Studenti dell'Università di Cagliari (Sardegna, Italia) facoltà di Economia, corso "Tecniche di comunicazione"	Anno accademico 2010/2011	Riproduzione del video per gli studenti	Studenti universitari	Corsi universitari	Raccontare la storia di un produttore locale e tradizionale del settore agroalimentare, promuovere l'economia locale e dimostrare che può essere di grande successo e valore anche nelle aree rurali. Incoraggiare gli studenti universitari ad impegnarsi in termini di auto-imprenditorialità nel settore agroalimentare
5.	Butta la pasta e mangiala tutta!	Indagine sugli sprechi alimentari e sulle abitudini dei consumatori nei supermercati	Studenti di scuola superiore intervistano consumatori nei supermercati	2013	Video ricerca	Studenti di scuola primaria e secondaria	Lezioni scolastiche	Ricerca sugli sprechi alimentari e sulle abitudini commerciali per sensibilizzare gli studenti relativamente alle problematiche legate al cibo

		italiani						
6.	Il pomodoro è verde?	Video sulla realizzazione di una salsa di ketchup sostenibile con gli scarti del pomodoro	Studenti del corso professionale ITS relativo ai processi agroindustriali	2015	Video presentati a Expo Milano 2015	Studenti di corsi di formazione professionale (VET), studenti di scuola superiore, corsi universitari e imprenditori	Expo Milano; eventi scolastici ed educativi	Stimolare studenti, giovani e imprenditori a sviluppare prodotti innovativi e sostenibili nel settore agroalimentare

Romania (P4 CICIA + P8 Liceul Aurel Rainu Fieni)

	Titolo	Descrizione della pratica di storytelling	Chi ha narrato la storia?	Quando?	Come?	Pubblico / gruppo target	Circostanza / evento	Finalità didattica / educativa
1.	La scuola uccide la creatività?	Ken Robinson parla di come creare un sistema educativo che nutre (piuttosto che minare) la creatività.	Ken Robinson	Gennaio 2007	Discorso al pubblico	Adulti - insegnanti	Ted Talks Conference, Stati Uniti	Il sistema di istruzione dal punto di vista della creatività. La creatività risulta attualmente importante nell'educazione tanto quanto l'alfabetizzazione e va trattata come se avesse parità di status.
2.	Insegnare agli insegnanti a creare la magia	Che cosa hanno in comune il rap, il barbiere e le messe domenicali? Tutti possiedono una magia segreta per affascinare e insegnare allo stesso tempo - ed è una	Cristopher Emdin - egli stesso insegnante di lungo corso, ora avvocato scientifico, Emdin offre la propria visione di come vivacizzare una classe.	Ottobre 2013	Discorso al pubblico	Adulti - insegnanti	Ted Talks Conference, Stati Uniti	Il discorso affronta in modo ispiratore i problemi del sistema educativo e quanto sia importante l'approccio giusto per valorizzare gli studenti.

		competenza che spesso non insegniamo agli educatori.						
3.	Alleviamo bambini che diventino imprenditori	Imprenditore sin da giovanissimo, Cameron Herold vuole che i genitori e gli insegnanti riconoscano e promuovano il talento imprenditoriale nei bambini	Cameron Herold, business coach canadese e imprenditore lui stesso	Marzo 2010	Discorso al pubblico	Adulti – insegnanti - imprenditori	Ted Talks Conference, Canada	Cosa succederebbe se si riconoscessero i tratti imprenditoriali nei bambini e si insegnasse loro ad essere imprenditori? Potremmo avere bambini che diffondono imprese anziché aspettare i sussidi pubblici.
4.	Come mettere in circolo le idee	Manav Subodh elabora tre principi per scatenare imprese e idee imprenditoriali in persone di tutto il mondo	Manav Subodh lavora come responsabile globale per l'imprenditorialità e l'innovazione nel gruppo Intel's Corporate Affairs	Marzo 2013	Discorso al pubblico	Adulti – insegnanti - imprenditori	Ted Talks Conference @ Intel, Stati Uniti	Illustra con semplicità la strada che intercorre tra l'aver un'idea e il metterla in pratica con successo

Bulgaria (P5 BCCI + P6 Pavlov)

	Titolo	Descrizione della pratica di storytelling	Chi ha narrato la storia?	Quando?	Come?	Pubblico / gruppo target	Circostanza / evento	Finalità didattica / educativa
1.	Flyver	Storia dello sviluppo di un software per "droni intelligenti", che può aiutare nel processo della cosiddetta "agricoltura intelligente"	Due giovani imprenditori bulgari, Anton Gavrilov e Tihomir Nedvedev	2014/2015	Attraverso video, sito web e blog del prodotto Flyver	Studenti e giovani imprenditori	Presentazione e storia del prodotto consegnata a JA Bulgaria (Programma "Junior Achievement")	Incoraggiare i giovani a seguire le orme di questi uomini e sviluppare la propria attività
2.	Scuola secondaria per l'imprenditorialità "Elin Pelin"	La scuola ha partecipato al bando "America per la Bulgaria" per la modernizzazione dell'ambiente di apprendimento delle scuole, per l'introduzione e l'uso di moderni metodi e tecnologie educative che migliorano i risultati degli studenti e	Detelina Arnaudova, Direttrice della Scuola secondaria per l'imprenditorialità "Elin Pelin"	2013/2015	Attraverso video, sito web and e trasmissioni televisive	Altro personale scolastico, presidi e insegnanti. Ragazzi e studenti	Inaugurazione del nuovo punto digitale attrezzato chiamato "Centro per i leader" nella Scuola per l'imprenditorialità Elin Pelin di Sofia	Migliorare l'ambiente di apprendimento nelle scuole bulgare dotandole di centri digitali per l'istruzione all'avanguardia, incoraggiando altre scuole a fare lo stesso

		aumentano la motivazione degli insegnanti						
3.	Progetto di una serie di e-book pubblicata da "Prosveta" Bulgaria	Serie di e-books in cui i le materie scolastiche vengono presentate sotto forma di storie interattive (come passeggiare in città storiche antiche o animazioni su come funziona una macchina o uno strumento).	Insegnanti di scuola primaria e secondaria	2014/2015	Attraverso l'uso di E-book a scuola	Insegnanti di scuola primaria e secondaria	Lezioni scolastiche in diverse materie	Trovare un modo efficace per interessare gli studenti ad argomenti di apprendimento e aumentare la loro motivazione

4.	"Jey Assist " app di moda	"Jey Assist" è un'applicazione gratuita per cellulare che aiuta gli utenti a rimanere aggiornati sul mondo della moda a Sofia e Londra. Attraverso di esso gli utenti possono seguire i loro marchi preferiti, ottenere informazioni sulle vendite e promozioni.	3 studenti universitari	2014	Riproduzione di un video	Studenti di scuola superiore, studenti universitari, giovani	Storia dello sviluppo dell'app realizzata in occasione della competizione annuale "Young Entrepreneur" a Plovdiv, in Bulgaria	Stimolare l'imprenditorialità negli studenti
----	---------------------------	--	-------------------------	------	--------------------------	--	---	--

Portugal (P7 CNJ + P9 Quinta da Lageosa)

	Titolo	Descrizione della pratica di storytelling	Chi ha narrato la storia?	Quando?	Come?	Pubblico / gruppo target	Circostanza / evento	Finalità didattica / educativa
1.	Camera dell'Agricoltura francese "Comprendere l'AEI" (Agricoltura ecologica intensiva)	Video relative alla Agricoltura ecologica intensiva	Camera dell'Agricoltura Pays de la Loyre	Marzo 2015	Video diffuso su Youtube	Imprenditori agricoli, agricoltori; potenzialmente anche studenti e insegnanti, o chiunque sia interessato a questi temi	Potenziale contesto di sfruttamento: Eventi/seminari di disseminazione locale	La Camera dell'Agricoltura desidera / organizza gruppi di formazione e eventi in cui gli agricoltori si scambiano buone prassi agricole
2.	Fondazione Nicolas Hulot "Une agriculture intensive..oui mais en quoi?"	Video didattico sull'agricoltura intensiva	Fondazione Nicolas Hulot	2013	Video diffuso su Youtube	Imprenditori agricoli, agricoltori; potenzialmente anche studenti e insegnanti, o chiunque sia interessato a questi temi	Potenziale contesto di sfruttamento: Eventi/seminari di disseminazione locale	Sensibilizzare a proposito di agricoltura sostenibile; elevato valore didattico per studenti e giovani (Movimento "I Field Good")
3.	Fondation Nicolas Hulot "Porquoi et comment reduire les pesticides"	Video sugli antiparassitari e sui danni che arrecano al genere umano, all'ambiente e agli animali. (petizione stop-pesticides.fnh.org)	Fondazione Nicolas Hulot	2015	Video diffuso su Youtube	Imprenditori agricoli, agricoltori; potenzialmente anche studenti e insegnanti, o chiunque sia interessato a questi temi	Potenziale contesto di sfruttamento: Eventi/seminari di disseminazione locale	Sensibilizzare a proposito di agricoltura sostenibile, abuso di pesticidi e tematiche ambientali; elevato valore didattico per studenti e giovani.

4.	Detecon International , "Trasformazione digitale: il mondo aziendale di domani"	Video di impresa relative all'IOT (Internet of things) di una azienda multinazionale tedesca che lavora in campo ICT, high tech, automotive, energia, settore salute	Detecon	Gennaio 2014	Video diffuso su Youtube	Studenti di economia e processi digitali	Potenziale contesto di sfruttamento: Lezioni scolastiche	Impatto della rivoluzione digitale sull'economia; stimolare lo studente a portare il proprio contributo personale attraverso l'innovazione digitale
----	--	--	---------	--------------	--------------------------	--	---	---



Cisita Parma scarl

R&D Department



Il progetto è finanziato dal programma europeo ERASMUS+ tramite INAPP, Agenzia nazionale italiana. Il contenuto di questo materiale non riflette l'opinione ufficiale dell'Unione Europea, della Commissione Europea e delle Agenzie Nazionali. La responsabilità per le informazioni e per i punti di vista espressi in questo documento è interamente degli autori. Progetto n. 2015-1-IT01-KA202-004608