

Digital Storytelling

Guida creativa allo Storytelling
digitale



BOOKLET

TABELLA DEI CONTENUTI



01

Premessa: Perché Raccontiamo

pag. 03-05

02

Lo storytelling nel mondo Digitale

pag. 06-08

03

Gli elementi per una “buona” storia

pag. 09-10



TABELLA DEI CONTENUTI



04

Il Racconta Storie 2.0

pag. 11-13

05

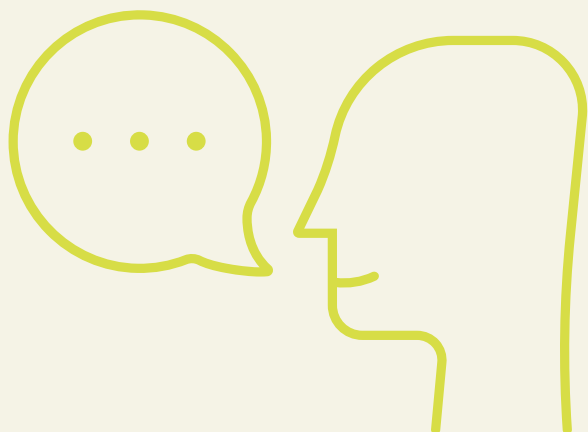
Storie famose- Crea la tua

pag. 14-17

06

Strumenti e piattaforme

pag. 18-20



EXTRA

pag. 21-24



01

Perchè raccontiamo



Raccontare... un gesto antico

Raccontare è qualcosa che ci portiamo dentro da sempre. È un gesto antico, più antico della scrittura stessa. Prima che esistessero le parole scritte, gli esseri umani incidevano simboli sulle pareti delle caverne, raccontavano storie attorno al fuoco, tramandavano miti e leggende con la voce, con il corpo, con i gesti.

E anche oggi, in mezzo a schermi luminosi e notifiche che ci interrompono, non abbiamo mai smesso di raccontare. Lo facciamo con un reel di pochi secondi, con una foto postata su Instagram, con una chat vocale o con un video caricato su YouTube. Cambiano i mezzi, certo. Ma il bisogno resta lo stesso: dare un senso alle cose, connetterci con gli altri, lasciare un segno.



Raccontare per...

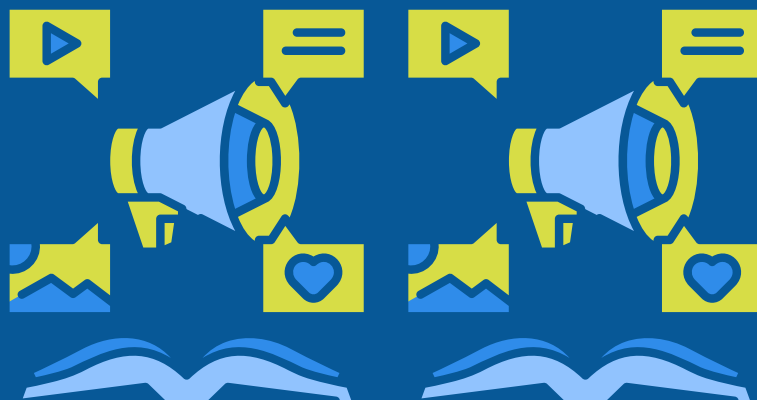
Raccontiamo per ricordare chi siamo, da dove veniamo, cosa ci muove. Le storie ci aiutano a capirci meglio — e a capire il mondo. Non sono solo intrattenimento: sono mappe emotive, strumenti per orientarci nella confusione, ponti tra le persone.

Anche la scienza lo conferma: quando ascoltiamo una storia ben raccontata, il nostro cervello si attiva in profondità. Non solo capiamo ciò che ci viene detto — lo viviamo. Sentiamo quello che sente il protagonista, immaginiamo i luoghi, proviamo empatia. Le storie sono l'unico linguaggio capace di toccare, allo stesso tempo, la mente e il cuore.

E poi c'è un'altra cosa: raccontare ci unisce. Le storie costruiscono comunità. Ogni volta che condividiamo un pezzo di vita, anche minuscolo, stiamo dicendo: “Ehi, anche tu provi questo? Anche tu hai vissuto qualcosa del genere?” È così che ci riconosciamo, è così che ci sentiamo meno soli.

Raccontare nel mondo digitale

Nel mondo digitale, tutto questo si moltiplica. Le storie viaggiano più in fretta, raggiungono più persone, possono essere riscritte, condivise, trasformate. Non c'è più solo chi racconta e chi ascolta: oggi siamo tutti, in qualche modo, narratori. E la rete è il nostro nuovo spazio.



02

Lo Storytelling nel mondo Digitale





Una evoluzione naturale

Lo storytelling digitale è molto più che raccontare storie su uno schermo. È l'evoluzione naturale della narrazione classica, un passaggio che somiglia un po' a quando il cinema ha preso il posto del teatro, o quando la fotografia ha affiancato la pittura. Ma qui non si tratta di sostituire: si tratta di trasformare, di allargare le possibilità.

Nel racconto digitale, chi narra non è solo uno scrittore. Diventa regista, grafico, musicista, montatore. Deve pensare in immagini, suoni, ritmi, transizioni. La parola scritta resta importante, certo — ma non basta più da sola. Oggi le storie si animano, scorrono, si ascoltano, si guardano. Sono vive.



Fusione tra linguaggi

Questa è la vera rivoluzione: la fusione tra linguaggi. Un breve video su Instagram può mescolare testo poetico, immagini visive potenti, suoni ambientali, movimenti di camera e musica evocativa. Un podcast può portarti dentro un universo narrativo fatto solo di voci, rumori, silenzi. Una webserie interattiva può farti scegliere il destino del protagonista. Nessun medium domina sugli altri: convivono, si potenziano a vicenda.



Forma d'arte ibrida

Lo storytelling digitale è anche una forma d'arte ibrida, aperta, fluida. Può nascere da un'idea improvvisa, da una conversazione, da una foto, da una canzone. Non ha una sola forma: può essere un documentario interattivo, un TikTok ironico, un reel emozionante, una mappa animata, una pagina Instagram che racconta una storia a episodi. Le possibilità sono infinite.



Fare la differenza

Ma attenzione: non si tratta solo di “usare i social” o “fare video”. La differenza la fa il senso, non il mezzo. Anche nella giungla veloce del digitale, una storia funziona solo se ha cuore, struttura, autenticità. Se riesce a farci provare qualcosa. Perché anche dietro una grafica animata o una clip di dieci secondi, c'è – o dovrebbe esserci – una voce che ha qualcosa da dire. Ecco cosa rende lo storytelling digitale così potente: non è solo un modo per comunicare, ma per connettere. Tra mondi, tra persone, tra sensibilità diverse. È un linguaggio universale, ma anche personale. Un'arte antica, reinventata per il tempo in cui viviamo.

03

Gli elementi per una “buona” storia





Gli elementi essenziali

Una storia ben costruita non è frutto del caso, ma il risultato di un insieme di elementi narrativi ben bilanciati, capaci di suscitare coinvolgimento emotivo, curiosità e identificazione. Questi elementi — universali e adattabili — sono validi tanto per la narrazione tradizionale quanto per le forme di storytelling digitale.

- **Il protagonista**

Ogni storia ha bisogno di un personaggio centrale, con cui il pubblico possa identificarsi, empatizzare o confrontarsi. Non è necessario che sia un "eroe" nel senso classico, ma deve possedere un obiettivo chiaro o un desiderio che lo muove. È la sua visione del mondo, il suo percorso interiore, a guidare l'evoluzione narrativa.

- **Il conflitto**

Il conflitto rappresenta l'ostacolo che si frappone tra il protagonista e il raggiungimento del suo obiettivo. Può trattarsi di un antagonista, di una difficoltà esterna, o di una tensione interna (dubbio, paura, senso di colpa). Il conflitto è il motore della narrazione: senza di esso, la storia risulta piatta e priva di tensione.

- **Il cambiamento**

Una narrazione efficace prevede un arco di trasformazione: il protagonista, attraverso il superamento delle difficoltà, modifica in qualche misura sé stesso o la propria visione del mondo. Questo cambiamento — anche minimo — conferisce alla storia profondità e significato, offrendo al pubblico una chiave di lettura o una riflessione.

- **L'emozione**

Al di là della struttura narrativa, ciò che rende una storia memorabile è la sua capacità di generare un impatto emotivo. Le emozioni — sorpresa, tristezza, gioia, empatia — sono il ponte attraverso cui il pubblico si connette alla narrazione. In ambito digitale, dove il tempo di attenzione è limitato, l'efficacia emotiva diventa essenziale.

- **L'autenticità**

Infine, ogni storia deve essere percepita come autentica. Anche nelle forme più fantastiche o creative.