

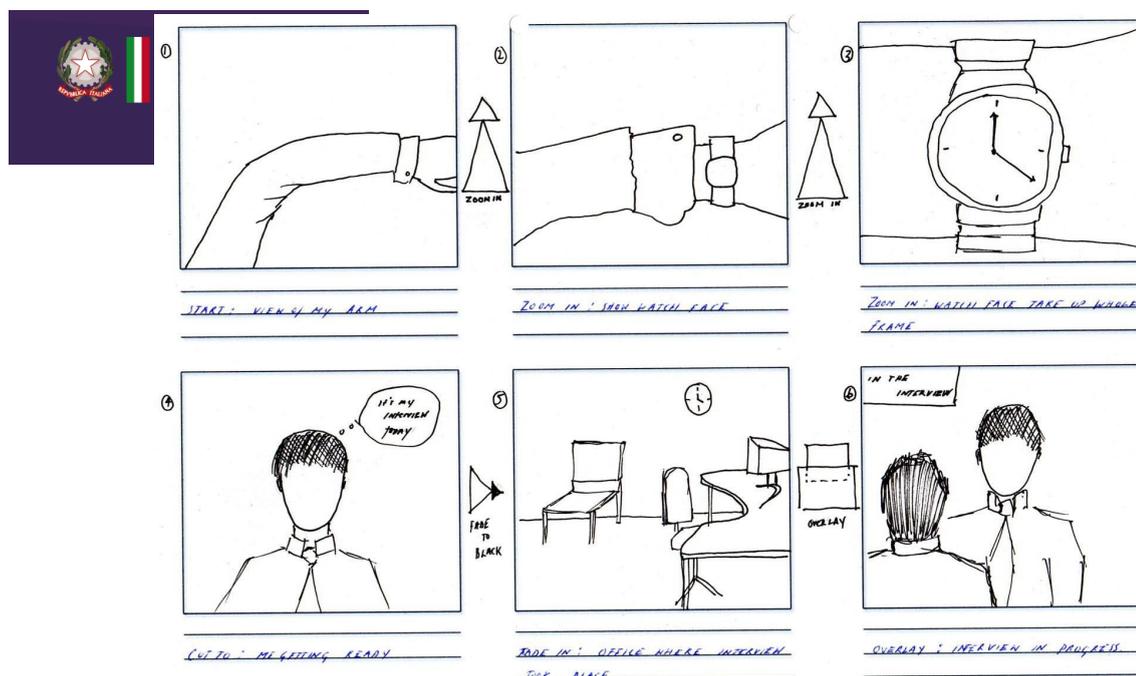
Storyboard

Narrare storie nuove (anche nel web)

La creazione di un prodotto digitale prevede la definizione di step molto precisi: sarebbe un errore improvvisare o lasciare al momento creativo il compito di sintetizzare le idee e trasformare in un qualsiasi formato. Pensiamo a quando progettiamo una lezione: definiamo tempi (quando si inizia e quanto dura il segmento della lezione), ruoli (il nostro, di docenti, ma anche quello degli studenti come uditori, parte attiva, co-autori), battute (il contenuto della lezione), materiali (libri, app, video, risorse didattiche in generale). Lo stesso accade quando siamo impegnati nella scrittura di un video, di uno spot, di un qualsiasi prodotto che preveda una narrazione. Veniamo alle definizioni: «una serie di schizzi che vengono utilizzati come strumento di pianificazione per mostrare visivamente come si svolge l'azione di una storia» (Tumminello, 2005, p. 11); «una bozza di progettazione composta da immagini consequenziali» (Cristiano, 2005). Si tratta chiaramente di simulazioni (in sequenza) di ciò sarà il prodotto finito (pensiamo a un cartone animato), di mediazione tra professionisti (come accade nel caso del cinema quando il regista detta, azione per azione, il senso del film rendendolo accessibile a tutto il personale impegnato nella realizzazione del prodotto).

Esempi

Gli storyboard possono essere creati a mano, su carta, o in formato digitale ad esempio con App come Storyboard that. Riportiamo qui un esempio cartaceo.



Seguendo i riquadri capiamo che la prima inquadratura sarà concentrata sul braccio del protagonista per andare, poi, in zoom sull'orologio e sul quadrante. Si torna poi al protagonista, passando con un fade in verso la scena più ampia, rappresentata in questo caso da un ufficio e, infine, al protagonista che incontra un altro soggetto per un colloquio.



Sapremo allora che ci serviranno due attori, un set con oggetto d'arredo riconducibili a un setting di lavoro, un orologio e che il tempo è una questione importante.

In altri casi, lo storyboard contempla non solo le immagini e una parte dedicata al testo generico, ma una divisione di quest'ultimo che prevede i dialoghi, la descrizione della musica, delle luci e del taglio che si vuole dare alla scena per renderla emotivamente significativa. Con questo procedimento non solo siamo in grado di predisporre ciò che ci servirà, ma anche di capire se occorre ritornare alle componenti del video: riscrivere una battuta, aggiungere un particolare, selezionare suoni. Il lavoro di squadra, tipico della produzione nella scuola e nel campo della Media Education, non può che beneficiare di uno strumento organizzativo e riflessivo pensando a due tematiche: i gruppi non sono composti necessariamente da professionisti, i gruppi devono gestire una complessità importante.

La storyboard dovrebbe dare risposta ad almeno cinque punti: chi, cosa, quando, dove e perché. Quali sono i personaggi nell'inquadratura, e come si muovono? Cosa dicono i personaggi? Che tipo di inquadratura è? Quanto tempo passa tra le inquadrature? Cosa voglio ottenere?

La creazione di una storyboard vi aiuterà a pianificare il video, inquadratura dopo inquadratura.

A questo link possiamo trovare esempi di storyboard che hanno orientato la realizzazione di film famosi:

<https://www.communicanimation.com/pensacreativo/11-famosi-storyboard/>

La medaglia consegnata a Forrest Gump, l'attacco al Gladiatore nell'arena, Via col vento, Inception, Bond, Jurassic Park nella famosa scena ambientata in cucina, la doccia di Psycho e tanti altri. Sarebbe interessante mostrare agli studenti i diversi stili di storyboard, facendoli entrare nel film ma anche nella professionalità alla base di un prodotto filmico.

Benefici

La rappresentazione visiva di ciò che andrà a contenere il formato è un utile esercizio in due direzioni: da un lato, lo storyboard consente a più persone di lavorare insieme alla realizzazione del prodotto finito, senza perdere i pezzi del lavoro. In ogni momento, regista, costumista, sceneggiatore, attrezzista possono capire a che punto della storia si collocano e cosa serve per trasformare l'idea in prodotto concreto. Questo consente, evidentemente, di non perdere tempo e di lavorare in maniera sinergica. Dall'altro lato, lo storyboard consente di verificare cosa manca e cosa è necessario, divenendo indispensabile anche nelle brevi produzioni. Infine, la conoscenza dello storyboard consente ai ragazzi, sul fronte dell'analisi e non della produzione, di comprendere il processo di costruzione dei media, l'artificiosità del prodotto, la dimensione architettonica, divenendo al tempo stesso capaci di riconoscere i dettagli dei diversi linguaggi. Non solo video, però, gli storyboard possono essere utili per progettare una lezione, un prodotto audio, un sito.

Lecture

Tumminello, W. (2005). *Exploring Storyboarding, 1st edn.* Canada: Thomson-Delmar Learning.
Cristiano, G. (2005). *Analyzing Storyboard, 2nd edn.* Los Angeles: Iradidio Books.