

KIT DI AUTO-RACCONTO EUR(H)OPE



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



CEPS Projectes Socials



Q CODE

Indice

- INTRODUZIONE
 - The EUR(H)OPE Project
 - Introduzione al Self-Telling Kit
- MODULO 1: Sviluppare un progetto narrativo
 - Quando sono state tracciate per la prima volta le storie narrative?
 - Cos'è il giornalismo narrativo?
 - Usare le storie personali per un reportage coinvolgente e autentico
 - Strutturare la tua storia: universalismo vs auto-narrazione
- MODULO 2: Verificare fonti e informazioni
 - L'importanza della verifica: disinformazione e disinformazione
 - Verifica e Fact-checking
 - Come verificare le informazioni: ricerca e triangolazione dei dati
 - Come verificare le fonti
- MODULO 3: Usare informazioni e interviste
 - Linee guida per interviste
 - Ottenere i permessi per le interviste: consenso informato
 - Linee guida per usare le storie di altre persone
- MODULO 4: Linee guida per l'uso delle immagini
 - Elementi per la selezione di tracce narrative per produrre immagini coerenti
 - Suggerimenti sulla visione del progetto
 - Riferimenti alle fonti per le immagini e risultati fotografici condivisi
 - Regole per l'uso corretto delle immagini, inclusi permessi e credits
 - Usare immagini nello storytelling
 - Elementi di rispetto della privacy delle persone in merito a narrazioni discriminatorie e/o irrispettose
 - Elementi legislativi sull'uso delle immagini di minori e/o di altre categorie vulnerabili
- MODULO 5: Linee guida per l'archiviazione e la post-produzione
 - Archiviare i tuoi materiali
 - Linee guida per la post-produzione
- IMPLEMENTARE IL SELF-TELLING KIT
 - Come strutturare una storia di auto-narrazione
 - Esempi di attività
- CONCLUSIONI
- CREDITI

INTRODUZIONE

EUR(H)OPE Project

EUR(H)OPE è un progetto della durata di 24 mesi finanziato dal programma Erasmus+. Mira a costruire le capacità dei giovani tra i 18 e i 25 anni che vivono nelle comunità di confine del Mediterraneo e dell'Adriatico, coinvolgendoli in attività di formazione e di advocacy sull'identità europea attraverso tecniche giornalistiche e metodologie di educazione non formale (NFE). Il progetto coinvolge quattro organizzazioni non profit di Albania, Italia, Marocco e Spagna: Qendra Uja (Tirana), Associazione culturale QCODE (Milano), Fondazione Amici del Marocco (Tiznit) e CEPS Projectes Socials (Barcellona). Soprattutto, intende fornire alcuni spunti di riflessione sulla questione: cosa significa oggi il concetto di Europa per coloro che sono cittadini dell'UE, per coloro che lo diventeranno e per coloro che migrano per vivere nell'UE?

Immaginiamo l'Europa non come uno spazio burocratico, ma come un contenitore di immaginari, di identità, un modello di democrazia. È ancora così per i giovani di Paesi che fanno parte dell'Europa (Spagna e Italia), che hanno chiesto di entrare in Europa (Albania) e che rappresentano una delle principali rotte migratorie verso l'Europa (Marocco)?

Dotati dei giusti strumenti professionali, i e le giovani di questi (e di altri) Paesi potranno - ora e in futuro - sviluppare una propria narrazione generazionale per portare nei centri decisionali dell'UE proposte che contribuiscano a rendere l'idea di Europa sempre più solida e innovativa. E crediamo che se questa narrazione proviene da coloro che sono sempre rappresentati come coloro che attraversano le frontiere, possa essere ancora più importante e d'impatto.

Introduzione al Self-Telling Kit

Il self-telling kit è il primo grande risultato del progetto, co-progettato dai quattro partner del progetto e testato durante un corso di formazione tenutosi dal 9 al 13 dicembre 2024 a Tirana, in Albania. Durante il corso di formazione, 13 operatori giovanili

delle organizzazioni partner sono stati introdotti al kit di auto-racconto e hanno acquisito le competenze e le tecniche necessarie per analizzare le narrazioni attuali, sviluppare tecniche di intervista e preparare contenuti sia per l'auto-racconto che per il giornalismo narrativo, oltre a misurare la visione condivisa sul campo con interviste partecipative e lavoro di scrittura, insieme a un approccio di educazione non formale (NFE). Il feedback ricevuto da questi partecipanti è stato incorporato in questa versione finale del kit di auto-racconto.

Questo self-telling kit si basa su alcuni dei principali strumenti del giornalismo narrativo e vuole essere un riferimento e una guida per lo sviluppo di progetti di auto-narrazione o di reality storytelling. L'approccio che sta alla base del Self-Telling Kit è di tipo partecipativo ed è incentrato sull'idea che le comunità debbano essere messe in grado di raccontare le proprie storie. Il kit esplora diversi modi per farlo e si caratterizza anche per l'adesione ad alcuni dei principali canoni del giornalismo: la verifica e la protezione delle fonti, il fact-checking, la protezione delle vulnerabilità, il linguaggio rispettoso e la conoscenza dei contesti e delle sensibilità condivise, tra gli altri temi importanti.

Ci auguriamo che questo kit di auto-racconto ispiri i giovani e gli operatori giovanili di tutti i Paesi europei ed extraeuropei a condividere le loro esperienze su ciò che l'Europa significa per loro oggi e su come immaginano l'Europa nel prossimo futuro, nonché su come essa si pone in relazione ai valori su cui è stata fondata. Possono condividere le loro prospettive su come le politiche dell'UE influiscono sulla loro vita quotidiana, sull'istruzione e sulle opportunità di lavoro. Possono discutere delle sfide e dei vantaggi di vivere in una società multiculturale e di come la posizione dell'UE sull'immigrazione e l'integrazione influisca sulle loro comunità. Inoltre, possono riflettere sulle loro speranze e aspirazioni per il futuro dell'UE, comprese le loro opinioni sull'unità, la solidarietà e la conservazione dei valori europei di fronte al crescente nazionalismo e populismo. Dando potere e ascoltando direttamente le voci dei giovani, possiamo



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



acquisire una comprensione più profonda dell'identità europea in evoluzione e del ruolo dei giovani nel plasmare il suo futuro.



MODULO 1 - SVILUPPARE UN PROGETTO NARRATIVO

Quando sono state tracciate per la prima volta le storie narrative?

Molti autori discutono sulle radici del racconto e del giornalismo: alcuni ne fanno risalire le prime tracce al dramma e alla mitologia greca. Tuttavia, altri concordano sul fatto che questo genere iniziò a svilupparsi nel XIX secolo, durante quello che Fitzgerald avrebbe definito il “movimento letterario del sentimentalismo”. Nella seconda metà di quel secolo, quando i tempi cominciarono a cambiare, le donne continuarono a mantenere questa forma di narrazione. Questo stile è continuato nel XX secolo e negli anni '60 e '70 le agitazioni sociali e politiche hanno ispirato i giornalisti a resistere al giornalismo tradizionalmente obiettivo.¹

Cos'è il giornalismo narrativo?

Una narrazione personale è un processo emotivo con un inizio, una parte centrale e una fine.² Attraverso una narrazione personale, i personaggi liberano il loro dolore e permettono l'empatia con i lettori/ascoltatori, che vivono la tensione emotiva insieme al narratore. Nel processo di giornalismo narrativo, è necessario mantenere un certo grado di obiettività per comprendere il significato di un evento o di una situazione per esplorarlo nella scrittura. Tuttavia, è anche essenziale essere soggettivi, incorporando i propri pensieri e sentimenti personali per trasmettere efficacemente il messaggio.³ In effetti, incorporare storie personali nel reportage giornalistico può essere un modo molto efficace e attraente di rendere vivo il giornalismo, in particolare nel contesto di argomenti complessi e molto personali come la migrazione e l'identità.

Il **giornalismo narrativo** fonde l'impegno del giornalismo per l'accuratezza dei fatti e l'onestà dei resoconti con la narrazione e altri elementi letterari che migliorano gli

¹ Ibid.

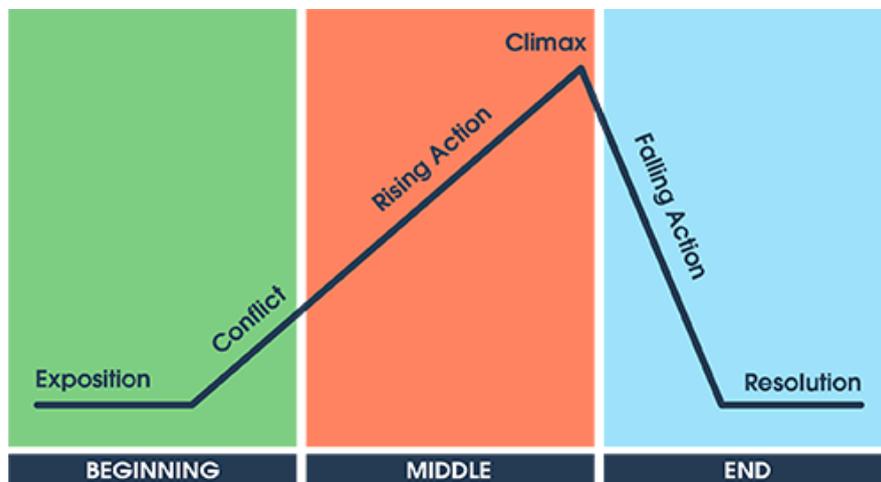
² Verghese, A, (September 1, 2020). Journalism must include personal narratives. *The Tulane Hullabaloo*. Available at:

<https://tulanehullabaloo.com/53850/intersections/journalism-must-include-personal-narratives/>

³ Ibid.

aspetti coinvolgenti della narrazione di un evento reale, rendendolo così ancora più attraente e relazionabile per i lettori. Il giornalismo narrativo può assumere molti nomi, tra cui giornalismo letterario, saggistica creativa, saggistica narrativa, long-form storytelling, immersive reporting, new journalism e molti altri, ma richiede essenzialmente che i reporter costruiscano la loro storia di saggistica attorno a un arco narrativo, che comprende i seguenti elementi:

- **Impostazione o esposizione della situazione**, dell'ambientazione, del tema principale e dei protagonisti (personaggi principali);
- **Trama**, o progressione degli eventi, che identifica il conflitto centrale e costruisce l'azione crescente della storia;
- **Climax**, o arco drammatico/punto di svolta, e la successiva caduta dell'azione; e **Denouement**, o risoluzione della storia.



Fonte: [Storyboard That](#)

Questa struttura è un **pilastro della narrativa letteraria** e rende la narrazione molto avvincente e coinvolgente, oltre a dare ai lettori una comprensione più profonda del soggetto della storia. Tuttavia, anche i principi giornalistici di **onestà**, **accuratezza** e **trasparenza** sono fondamentali per un buon pezzo di giornalismo narrativo: stiamo raccontando in modo avvincente una storia di **vita reale**, non di finzione. Non possiamo sacrificare la veridicità della storia in nome della struttura narrativa, ma dobbiamo

piuttosto verificare l'accuratezza e l'affidabilità delle informazioni e delle fonti che utilizziamo per raccontare l'intera storia. Questo aspetto è particolarmente importante nel **giornalismo narrativo digitale**, che è un campo molto più recente, ma che sta diventando sempre più prevalente con la crescente influenza dei social media e di altre fonti mediatiche digitali, che portano con sé maggiori opportunità per notizie e storie che non sono necessariamente verificate, in quanto si diffondono rapidamente e facilmente.

Usare storie personali per un reportage autentico e coinvolgente

Riuscire a coniugare con successo **reportage** e **narrazione** può essere difficile per i reporter, i citizen journalist e altri che non hanno familiarità con questa struttura. Come punto di partenza, può essere utile identificare qualsiasi interesse o legame personale con la storia in questione e incorporare alcuni elementi della propria storia personale nella narrazione, al fine di rendere la storia più personale e relazionabile. Questo metodo è particolarmente efficace nel giornalismo di lungo corso, anche se può essere utilizzato in quasi tutti i tipi di reportage, sia sulla carta stampata che online.

Ecco alcuni **suggerimenti chiave** per incorporare le proprie storie personali in un articolo giornalistico, al fine di massimizzarne l'efficacia e l'autenticità:

- Siate **genuini, onesti e autentici** nel raccontare la vostra storia per creare un vero legame con il lettore. Non inventate dettagli per rendere la storia più eccitante o più simpatica; cercate invece dei **legami umani reali** con i protagonisti della storia e mostrate come la vostra esperienza vi permetta di relazionarvi con loro. Questo, a sua volta, renderà più facile per il lettore relazionarsi sia con voi che con i soggetti della storia.
- Allo stesso tempo, è bene **conoscere il proprio scopo e il proprio posto all'interno della storia** e **sapere quando non inserirsi nella storia**. Collegate la vostra esperienza personale alla questione più ampia, ma non permettete che essa sovrasti la narrazione o si metta al centro della scena, soprattutto se ciò



può allontanare l'argomento/focus in questione o la rappresentazione di certe persone o comunità che storicamente sono state emarginate. La vostra storia deve aggiungere sapore, non essere la portata principale.

- Privilegiate le **voci delle persone che vivono la situazione** e poi aggiungete la vostra esperienza e, se del caso, le voci degli esperti per aggiungere ulteriore contesto e dettagli alla storia.
- **Riconoscere i propri pregiudizi e limiti** che possono impedire di raccontare l'intera storia.
- **Non dimenticate di verificare i fatti.** Solo perché si tratta di storie o esperienze personali, non significa che non dobbiate verificare i fatti e le loro fonti. La memoria umana è parziale e fallibile, anche la vostra!
- A livello narrativo, assicuratevi di includere un **linguaggio vivido e descrittivo** che renda vivi i dettagli specifici e di **concentrarvi sullo sviluppo della complessità dei personaggi** o delle situazioni principali della storia. Questi espedienti narrativi vi permettono di condividere appieno la situazione o la persona di cui state scrivendo, a volte disordinata, ma in definitiva reale.
- Tenete sempre a mente **la vostra destinazione**: dove volete arrivare con la storia, il tema principale o lo scopo che volete comunicare e ciò che volete che il lettore sperimenti nel corso del pezzo o che ne tragga alla fine.
- Allo stesso tempo, **non abbiate paura di concentrarvi sui piccoli dettagli oltre che sul "quadro generale" della storia**, perché è qui che c'è molta ricchezza.

Come dice il giornalista Tom French:

"...Bisogna avere fiducia nel potere e nell'importanza dei piccoli momenti. I giornalisti sono addestrati in modo da essere molto bravi nei grandi momenti. Ma più a lungo faccio questo lavoro, più devo imparare a credere che in quei momenti in cui sembra che non stia accadendo nulla davanti a me, sta accadendo qualcosa di molto importante. Devo solo imparare a prestare maggiore attenzione".⁴

⁴ Nieman Reports. (15 March 2002). Sharing the Secrets of Fine Narrative Journalism. *Nieman Reports*. Available at: <https://niemanreports.org/sharing-the-secrets-of-fine-narrative-journalism/>



- In caso di dubbio, **scrivete ciò che conoscete**, sia in termini di voce di scrittura che di argomento scelto. In questo modo è molto più facile produrre storie narrative autentiche e naturali che mettano in risalto la vostra voce di scrittori.
- Ricordate che nell'era di Internet, **una volta che una storia personale viene diffusa nel mondo, è legata al vostro nome per sempre**. Assicuratevi che la vostra storia sia qualcosa che vorreste fosse associata a voi tra 5, 10 o 20 anni.
- Infine, potete (e dovrete!) anche **leggere e studiare il giornalismo narrativo di altri scrittori** per vedere i diversi approcci e le tecniche che usano per combinare le loro storie personali con il reportage giornalistico.

Strutturare la tua storia: universalismo vs auto-narrazione

Come già detto, per iniziare a strutturare la vostra storia, dovrete innanzitutto chiedervi: **chi sono io in questa storia?** Se decidete di includere le vostre esperienze personali, dovrete avere una chiara comprensione del vostro scopo e del vostro posto nella storia. Ma anche se non le includete, dovrete sempre essere in grado di capire perché questa storia è importante, perché siete la persona giusta per raccontarla, cosa non vi piace di come è stata raccontata prima e perché la persona che la racconta dovrebbe sentirsi a proprio agio nel raccontarla a voi. Esistono due approcci principali al giornalismo narrativo:

- 1) **Universalismo:** l'importante è che la storia che decidiamo di raccontare rispetti il punto di vista delle persone coinvolte, e che questa storia - passando dal micro al macro - sia in grado di raccontare temi universali di interesse globale.
- 2) **Auto-narrazione:** questo approccio si nutre di storie (come tutte le narrazioni della vita reale), con la differenza che lascia che siano i protagonisti a raccontare le proprie storie ed esperienze e a definire le proprie narrazioni su se stessi, piuttosto che qualcun altro li renda oggetto di una storia. Presenta quindi una dimensione opposta alla narrazione: non è eticamente corretto "manipolare" le storie che ci vengono raccontate, puntando a un linguaggio più letterario.

L'auto-narrazione deve essere profondamente attenta a rispettare le parole che queste voci scelgono per sé. È anche importante ricordare che l'auto-narrazione non è una forma di diario, ma implica una chiara ricerca e una struttura narrativa.

❖ **La differenza tra la forma auto-narrativa e quella del diario**

L'**auto-narrazione** inizia con la raccolta di voci, fonti, dati e altri elementi che non sono solo nello sguardo del cronista. Le comunità coinvolte in un evento sociale, economico o politico dovrebbero trovare le voci "interne" (in base al background, all'istruzione, alla cultura d'origine, alla lingua nativa e non mediata, all'esperienza, alla conoscenza del contesto, ecc.) che si muovono nell'ambiente e che possono raccontare la propria storia senza stereotipi, esotismi o paternalismi, con una vera conoscenza della realtà quotidiana vissuta. Questo metodo non è un approccio dall'alto verso il basso o dal basso verso l'alto, ma coinvolge i narratori e i cronisti su base paritaria e collaborativa.

Il **diario**, invece, pur essendo una risorsa preziosa per la narrazione della realtà, è un veicolo di comunicazione non necessariamente destinato a essere letto da chiunque. Anche se viene pubblicato in un secondo momento, è pensato per riportare i pensieri dell'autore, non per dare voce a comunità, gruppi o interessi particolari.

La differenza sostanziale tra queste due forme sta anche **nell'ampiezza che diamo alle nostre narrazioni**. Nell'auto-narrazione, raccogliamo voci che ci aiutano a capire come una comunità coinvolta in un fenomeno vuole raccontare la sua storia, quali termini sceglie per farlo, quali fatti considera importanti e perché. Questo scenario richiede agli autori di confrontarsi con sensibilità, culture e immaginari che, se non conosciuti e rispettati, possono generare narrazioni tossiche e offensive.

A questo proposito, è importante ricordare che **l'auto-narrazione non esclude il ruolo del giornalista**: anzi, la presenza del giornalista arricchisce il lavoro narrativo perché tutto ciò che viene scritto sarà letto, cosa che non sempre è stata vera in passato.



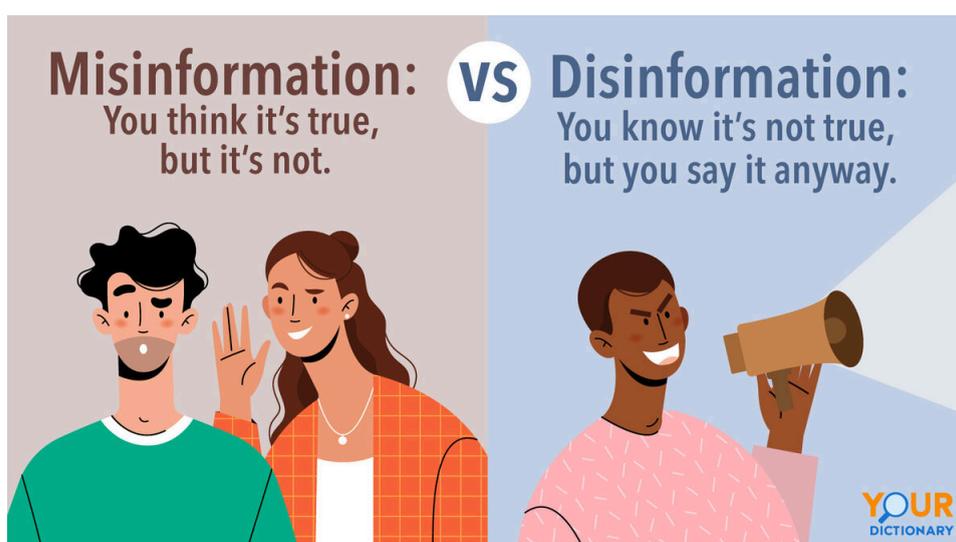
Questo cambia il rapporto, portando una parità tra la comunità e il giornalista, che può usare la sua posizione di potere per amplificare e diffondere ulteriormente le voci della comunità.

MODULE 2 - VERIFICARE FONTI E INFORMAZIONI

La verifica delle informazioni e delle loro fonti è cruciale e sempre più difficile da realizzare. Oggi i social media stanno acquisendo un ruolo sempre più importante, non solo in ambito sociale, ma anche dal punto di vista dei diritti umani, legale e della sicurezza. Pertanto, è estremamente importante verificare le informazioni che riceviamo, attraverso quello che viene chiamato colloquialmente “fact-checking”.

L'importanza della verifica: disinformazione e misinformazione

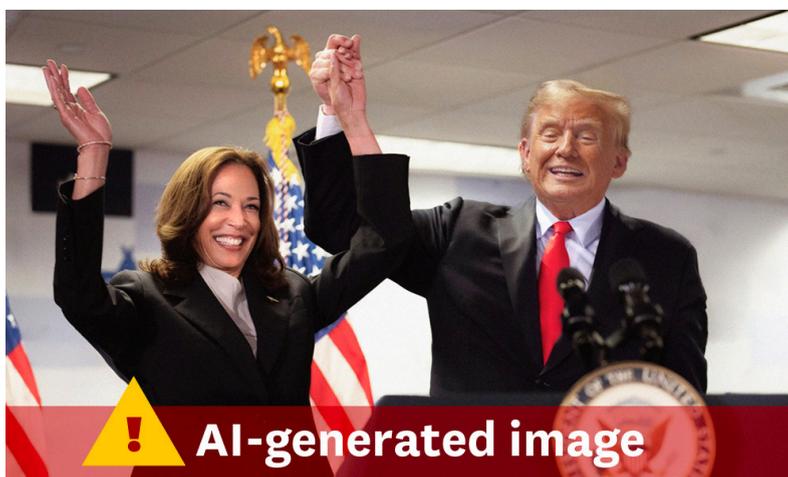
Per **misinformazione** si intende un'informazione falsa o fuori contesto che non viene presentata con l'intento di ingannare; si tratta di un'informazione la cui inesattezza non è intenzionale. Può trattarsi, ad esempio, di errori e imprecisioni di informazioni come date, titoli o nomi.



Source: [Open Library, ECampus Ontario](#)

La **disinformazione**, invece, è una falsa informazione con l'intento di ingannare o fuorviare i lettori/spettatori su qualcuno o qualcosa. Ciò si verifica spesso nelle narrazioni manipolate, in cui la disinformazione viene utilizzata per promuovere un'agenda o una posizione politica. Secondo la Commissione europea, la disinformazione (insieme alla manipolazione dell'informazione e all'interferenza straniera) può "minare le istituzioni e i processi democratici (come le elezioni) impedendo alle persone di prendere decisioni informate o scoraggiandole dal votare. E possono polarizzare le società mettendo le comunità l'una contro l'altra".⁵

Esempi di disinformazione possono essere **immagini, video o audio falsi**, che spesso sono difficili da riconoscere e possono anche essere creati facilmente grazie all'**intelligenza artificiale** (AI). Per questo motivo, prima di condividere un contenuto o di utilizzarlo per scopi accademici o professionali (o anche sui social media personali), è importante verificare se l'autore è una fonte ufficiale o una fonte nota nel settore, e se la storia è riportata o verificata da altre persone/entità.



[Source: Christian Hetrick, USC Price](#)

⁵ European Commission. (2024). Strategic communication and countering information manipulation. *European Commission*. Available at: https://commission.europa.eu/topics/countering-information-manipulation_en



Verifica e fact-checking

L'inserimento di storie personali nei servizi giornalistici può essere uno strumento potente per entrare in contatto con il pubblico e fornire un servizio approfondito e comprensibile su un argomento delicato o complesso. Come giornalisti, abbiamo sempre la **responsabilità di confermare la verità e l'accuratezza di ciò che scriviamo**. Dobbiamo assicurarci di verificare le informazioni che ci vengono fornite, così come le fonti. Ciò significa accertarsi che fatti, affermazioni, teorie e altre informazioni siano oggettivamente vere, approfondendo le loro affermazioni e/o confrontandole con altri dati. È importante fare una distinzione tra la verifica delle notizie da un punto di vista giornalistico e il fact-checking.

1. La **verifica** è una tecnica editoriale utilizzata per valutare e confermare l'accuratezza e la completezza di una notizia o di una dichiarazione.⁶
2. Il **fact-checking** è solo uno dei metodi di verifica applicati nel campo del giornalismo, che consiste nel confermare la veridicità di tutti i fatti inclusi in una notizia.

Quando si cerca di verificare le informazioni, è importante porsi le seguenti domande fin dall'inizio:

- "Chi dice questo?"
- "Come lo sanno?"
- "Quali sono i loro pregiudizi?"
- "Cosa potrebbe mancare?"

Come verificare le informazioni: ricerca e triangolazione dei dati

La ricerca è un principio fondamentale del buon giornalismo, in quanto tutti i giornalisti devono raccogliere informazioni e poi effettuare un fact-checking delle loro storie per

⁶ Silverman, Craig. (2014). Verification and Fact Checking. *Handbook of Verification*. Available at: <https://datajournalism.com/read/handbook/verification-1/additional-materials/verification-and-fact-checking>



verificare tutte le informazioni che hanno inserito. Questo è anche l'elemento che separa la narrativa non narrativa dalla fiction, poiché le storie di vita reale richiedono un grado di veridicità molto più elevato. Di conseguenza, tutti i **giornalisti utilizzano diverse strategie di ricerca per confermare i fatti, le cifre, le dichiarazioni e le altre informazioni che compongono una notizia**. Queste strategie possono essere suddivise in due tipi principali: ricerca primaria e secondaria.

- **Ricerca primaria**

Si tratta di tutte le ricerche e le indagini che un giornalista compie in prima persona, che spesso includono interviste, sondaggi o esperimenti, basandosi su osservazioni di prima mano o esperienze personali, o impegnandosi attivamente in qualsiasi altro tipo di raccolta di conoscenze di prima mano.

- **Ricerca secondaria**

Si tratta della raccolta di dati e informazioni attraverso fonti scritte e pubblicate da altri autori. Può includere pubblicazioni come giornali, libri, articoli, banche dati e recensioni, nonché la raccolta di informazioni da altri tipi di fonti, come effetti personali e archivi.

La ricerca primaria richiede ai giornalisti di partecipare attivamente alla raccolta e all'analisi dei dati, mentre la ricerca secondaria richiede di consultare e analizzare dati, fatti e situazioni utilizzando risorse online, biblioteche e archivi. La ricerca primaria è spesso la più utile per creare una struttura narrativa e molti dei dettagli principali di una storia, mentre la ricerca secondaria aiuta a scoprire dettagli di supporto che arricchiscono la storia e la rendono ancora più credibile, veritiera e avvincente.

- **Triangolazione dei dati**

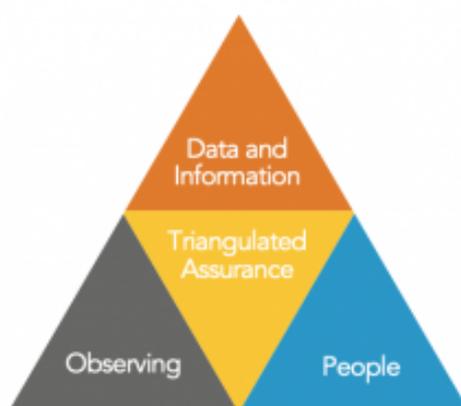
Oltre a raccogliere e verificare le informazioni attraverso questi metodi di ricerca, i giornalisti utilizzano anche un altro importante metodo di verifica chiamato

triangolazione dei dati. Si tratta di verificare due volte le informazioni rispetto a una o più altre fonti - che si tratti di persone, articoli, libri, ecc.

- Per esempio, se intervistiamo qualcuno sulla sua esperienza durante una protesta, dovremmo cercare di intervistare anche altri partecipanti per vedere se i loro resoconti dell'evento sono coerenti. Più persone confermano un'idea o un'esperienza, più è probabile che sia vera.

Un altro elemento chiave della triangolazione dei dati è l'**utilizzo di dati provenienti da diverse fonti, metodi o approcci teorici** per confermare le nostre informazioni ed evitare di trarre conclusioni distorte dai dati che abbiamo interpretato.

- Riprendendo lo stesso esempio, anche se i partecipanti alla protesta potrebbero condividere narrazioni simili di ciò che è accaduto, questo non esclude la possibilità che stiano condividendo questa narrazione per uno scopo specifico, o che il loro punto di vista comune li porti a interpretare la situazione in modo simile. Per questo motivo, possiamo anche parlare con gli astanti non partecipanti, con gli organizzatori della protesta o anche con le forze di polizia presenti per il controllo della folla, in modo da ottenere una varietà di punti di vista, che rendono più facile vedere l'intero contesto e avere una visione più obiettiva di ciò che è accaduto durante la protesta.



Source: [Good Governance Institute](#)

Ecco alcuni suggerimenti utili per verificare le informazioni utilizzate nelle vostre storie:

- **Scegliete le fonti di informazione giuste fin dall'inizio.** Assicuratevi che le vostre fonti siano inclusive, appropriate alla storia che state scrivendo, rappresentative del gruppo o della comunità di cui state scrivendo e, soprattutto, affidabili e credibili, con la reputazione di dire la verità. (Approfondiremo questo aspetto nella prossima parte di questo modulo).
- **Partite dal presupposto che ogni "fatto" che includete nella vostra storia potrebbe non essere vero e cercate di dimostrarne l'accuratezza.** Ciò significa chiedersi perché potrebbe essere vero o falso, come facciamo a saperlo, quali tipi di ipotesi e pregiudizi potrebbero guidare un'affermazione e perché i lettori dovrebbero credere che il fatto sia vero.⁷ **Dovreste farlo per ogni fatto che includete!**
- **Ricontrollate i piccoli ma fondamentali dettagli:** l'ortografia di nomi, aziende, titoli e nomi di luoghi; le statistiche o i numeri che includete; i riferimenti a orari e date; tutte le citazioni dirette di persone e altre fonti; e tutte le argomentazioni o le narrazioni che scrivete e che dipendono dai fatti, assicurandovi che siano logicamente coerenti con i fatti.⁸
- **In seguito, accertatevi che le parti siano in armonia con l'insieme.** Verificate che tutti i fatti verificati non solo siano veritieri di per sé, ma che abbiano anche senso e mantengano la loro veridicità se considerati nel contesto del quadro generale. Come dice un vecchio idioma, "Non perdetevi la foresta per gli alberi" (cioè, non perdetevi la comprensione dell'intero contesto o situazione perché vi concentrate su alcune parti di esso). In questo caso, occorre verificare sia la foresta che gli alberi! ☺

⁷ Zamith, Rodrigo. (2022). Verifying Information. *The American Journalism Handbook: Concepts, Issues, and Skills*. Available at:

<https://ajh.rodrigozamith.com/sourcing-and-verifying-information/verifying-information/>

⁸ Ibid.



- **Siate il più possibile trasparenti.** Assicuratevi che i vostri lettori non solo sappiano che avete verificato le informazioni, ma siano anche informati sui vostri metodi e processi di verifica, nonché sulle motivazioni che vi hanno spinto a scrivere la storia. Si tratta di un aspetto cruciale, poiché la trasparenza gioca un ruolo fondamentale per la vostra credibilità come giornalisti e narratori.
- **Per accelerare il processo, create una lista di controllo personale** per la verifica, in cui vi chiedete cose come:
 - Ho stabilito o verificato l'accuratezza di tutte le dichiarazioni o voci presentati come fatti nella mia storia?
 - Ho considerato i possibili pregiudizi che potrebbero influenzare questi fatti passando attraverso una verifica?
 - Ho ricontrollato l'ortografia di nomi e luoghi, l'accuratezza di numeri e citazioni e la versione finale di qualsiasi testo aggiornato relativo ai fatti che ho controllato (nel caso in cui siano state apportate modifiche)?
 - Posso verificare tutti i fatti con fonti autorevoli (e idealmente primarie)?
 - Tutti questi fatti verificati si sommano correttamente nel contesto dell'intero pezzo? Ha senso nel suo insieme?
 - Ho chiarito che la mia storia è solida e credibile dal punto di vista dei fatti e ho menzionato i miei metodi di verifica delle informazioni?
 - E qualsiasi altra considerazione che ritenete utile aggiungere all'elenco per snellire il vostro processo di verifica e renderlo una seconda natura.

☺

Come verificare le fonti

Con gli enormi progressi di Internet e dei media digitali negli ultimi tre decenni, così come l'avvento del ciclo di notizie 24 ore su 24, ora abbiamo a portata di mano informazioni pressoché illimitate, disponibili in qualsiasi momento, giorno e notte. Di

conseguenza, è più importante che mai **sapere come identificare buone fonti e verificare la loro credibilità e la veridicità delle informazioni che condividono.**

Un'applicazione particolarmente positiva di questa idea che "chiunque può essere un reporter sul web" è lo **sviluppo del giornalismo dei cittadini e delle cittadine, soprattutto in termini di movimenti politici** (come abbiamo visto durante la Primavera araba e le proteste di Black Lives Matter) e nel contesto di molte guerre in tutto il mondo, dove ai giornalisti tradizionali viene spesso negato l'accesso, censurati o addirittura uccisi per i loro reportage.

Tuttavia, il lato negativo di questa affermazione tradisce il fatto che oggi quasi tutti possono contribuire con le proprie storie personali, narrazioni, punti di vista e informazioni all'enorme banca di risorse ospitata su Internet, spesso con opinioni presentate come fatti e poca o **nessuna trasparenza sulle loro motivazioni.** Di conseguenza, è sempre più comune vedere disinformazione, informazioni errate e "fake news" circolare su siti web e social media su una gamma sempre più ampia di argomenti: dalla politica e dall'attualità alla salute, ai pettegolezzi sulle celebrità e altro ancora.



Source: The Soft Copy via [News Literacy Matters](#)

Questa realtà attuale porta a un'esigenza ancora più pressante di verifica delle informazioni e di identificazione di fonti credibili da entrambe le parti: in primo luogo, come giornalisti o narratori, dobbiamo essere sicuri di verificare le nostre informazioni



e fonti e, in secondo luogo, come lettori, dobbiamo anche assumerci una maggiore responsabilità nel valutare cosa è reale o fattuale rispetto a ciò che queste rappresentazioni narrative della realtà ci dicono. Ciò significa non solo sapere come identificare fonti credibili, ma anche praticare il pensiero critico e buone capacità di alfabetizzazione mediatica mentre interpretiamo le informazioni che ci vengono fornite da una varietà di fonti.

Ecco alcuni suggerimenti utili per identificare fonti credibili:

- Le fonti credibili solitamente hanno un certo **grado di autorevolezza nel settore**, sia perché sono istituzioni affidabili o esistono da molto tempo (e quindi hanno dimostrato di essere fattuali e affidabili nel tempo), sia perché sono estremamente trasparenti sui loro metodi di ricerca, scrittura e verifica e attribuiscono grande importanza allo svolgimento corretto di questi processi.
- Le fonti credibili possono anche essere autorevoli perché offrono **informazioni di prima mano** sugli argomenti di interesse e possono confermare la veridicità di tali informazioni.
- **La credibilità di una fonte dipende dall'argomento specifico che tratta e dal contesto specifico in cui opera.** Ad esempio, in molti paesi occidentali, i principali quotidiani e riviste tendono a offrire resoconti più affidabili e credibili rispetto ad altri pezzi scritti e autopubblicati da individui che non sono affermati nel settore. Allo stesso modo, le statistiche ufficiali del governo possono essere più credibili e affidabili dei risultati di un sondaggio condotto da individui con un programma specifico. Tuttavia, tutte le fonti dovrebbero essere lette criticamente, poiché anche le fonti generalmente credibili possono (e spesso lo fanno!) scrivere con un pregiudizio o un programma in mente.

- In generale, **puoi valutare la credibilità delle fonti ponendo le seguenti domande di base e interpretando le risposte nel tuo contesto specifico:**⁹
 - Chi è l'autore? (Autore)
 - Da dove viene la fonte? (Editore)
 - Per chi è stato realizzato? (Pubblico)
 - Qual è lo scopo dell'opera? (Scopo/Motivo)
 - In quale contesto è presentato questo lavoro? (Contesto)
 - Da dove provengono le informazioni che utilizzano? (Credibilità delle fonti)
 - Come si confronta questa fonte con le altre? (Verifica delle informazioni)
 - Recensione: C'è qualcosa incluso che ti sembra potenzialmente sospetto o falso? (Vedere il quadro generale)
 - Come pensi di utilizzare queste informazioni nel tuo lavoro? (Applicazione)

- **Per i siti web in particolare, considera i seguenti elementi:**
 - **Autore:** Sono elencati? Fanno parte di un'organizzazione accademica, scientifica, governativa o di altro tipo che può rispondere per loro e che ha altri pezzi credibili online?
 - **Data:** queste informazioni sono aggiornate o abbastanza recenti per i tuoi scopi? Questo può variare a seconda del contesto e dell'argomento di cui stai scrivendo.
 - **Le loro fonti:** utilizzano fonti credibili e le citano correttamente?
 - **Dominio:** in genere, i domini .com, .org e .net possono essere acquistati e utilizzati da privati, ma i domini .edu e .gov appartengono rispettivamente a college e università registrati e a siti web governativi.
 - **Progettazione del sito e stile di scrittura:** ortografia e grammatica scadenti e persino un sito web mal progettato possono indicare che la fonte è meno attendibile, poiché i siti web attendibili solitamente revisionano e cercano di presentare il loro contenuto nel modo più chiaro possibile, il che include il rispetto delle regole ortografiche e grammaticali e, spesso, la creazione di un design accattivante.

- Infine, ricorda che **utilizzare fonti credibili è fondamentale per creare un'informazione etica e aumentare la tua credibilità come scrittore/scrittrice**, perché i lettori sanno di potersi fidare e dirti la verità.

⁹ Information synthesized from: University Libraries, University of Washington. (9 January 2025). FAQ: How do I know if my sources are credible/reliable?. *Research Guides*. Available at: <https://guides.lib.uw.edu/research/faq/reliable>



- Allo stesso modo, **usare le tue capacità di pensiero critico** è un elemento fondamentale per verificare la veridicità sia dei singoli fatti che utilizzi sia della storia complessiva che creano.

MODULO 3 - USARE INFORMAZIONI E INTERVISTE

Linee guida per le interviste

Come abbiamo già notato, un aspetto particolarmente importante sia del giornalismo narrativo che dell'auto-narrazione è la loro **capacità di condividere e amplificare le voci emarginate, in particolare quelle di coloro che non hanno accesso ad attrezzature tecniche adeguate o a un vasto pubblico per sensibilizzare sulle loro situazioni.** L'auto-narrazione in particolare offre una grande opportunità alle comunità o agli individui di raccontare le proprie storie direttamente (sulla falsariga del giornalismo dei cittadini/e) o di raccontarle attraverso l'aiuto di un/una giornalista, che raccoglie le informazioni, struttura la storia e aiuta ad amplificare il messaggio diffondendolo attraverso nuovi formati o media, il tutto in modo completamente partecipativo. In questo modo, il rapporto di fiducia tra chi racconta e chi raccoglie la storia è fondamentale per evitare pregiudizi narrativi, atteggiamenti potenzialmente paternalistici e stereotipi dannosi o storie singole sulle persone al centro di queste storie. **Il nostro obiettivo nel progetto EUR(H)OPE è che i giovani e i migranti diventino il soggetto, non l'oggetto, del reportage sulla migrazione,** poiché sono i veri esperti delle proprie situazioni, esperienze e identità. Indipendentemente dall'approccio auto-narrativo che decidi di adottare, è probabile che dovrai preparare e svolgere interviste in modo da avere un'idea più approfondita della storia che qualcuno vuole raccontare, o raccogliere ulteriori punti di vista o elementi di interesse da aggiungere

alla storia. Questa sezione fornisce una chiara panoramica degli elementi che dovresti tenere a mente per organizzare e svolgere buone interviste.

1. Scelta delle domande e preparazione delle interviste

Secondo l'autrice Serena Carpenter e i suoi colleghi, i reporter o gli intervistatori dovrebbero creare intimità con la fonte per incoraggiarla a "rivelare le proprie convinzioni, esperienze e conoscenze" durante l'interazione. Di seguito, presentiamo l'analisi condotta da Carpenter e dai suoi colleghi che descrive i passaggi da seguire per ottenere quelle che chiamano Competenze di Intervista Giornalistica (JIC), elementi chiave che ci consentono di elaborare domande di intervista chiare, coerenti e convincenti e di prepararci adeguatamente per l'intervista stessa.

1. Ricerca	Sviluppare un elenco di domande tramite ricerche sulla fonte e sull'argomento della storia consente ai giornalisti di gestire meglio l'intervista anticipando le potenziali preoccupazioni dell'intervistato.
2. Ascolto	Un colloquio dovrebbe assomigliare a una conversazione, in cui l'intervistatore trascorre la maggior parte del tempo ad ascoltare, a fare domande di approfondimento e a usare l'empatia per creare fiducia e migliorare la comunicazione.
3. Aspetti professionali	I giornalisti dovrebbero affrontare i colloqui come se si trattasse di un colloquio di lavoro: vestirsi in modo professionale, essere educati e arrivare puntuali.
4. Espressione	I giornalisti devono esprimere chiaramente i propri pensieri, utilizzando un linguaggio semplice e privo di tecnicismi, per garantire uno svolgimento fluido della conversazione ed evitare incomprensioni.
5. Gestione dell'interazione	I giornalisti devono gestire il flusso dell'intervista, bilanciando il controllo senza dominare la conversazione e gestendo il tempo mentre si instaura un rapporto.
6. Comportamenti non verbali	Il linguaggio del corpo, le espressioni facciali e il tono della voce influenzano positivamente l'interazione, guidando la conversazione e aiutando a costruire un rapporto.

2. Elementi tecnici di registrazione



Nel loro articolo “Una guida pratica per la produzione di interviste registrate”, Rhianna Pedwell e i suoi colleghi delineano alcuni dei passaggi chiave per la raccolta di materiale che soddisfi gli standard ideali di ripresa o registrazione per le interviste:

- Visitare il luogo del colloquio prima del giorno programmato, idealmente nello stesso orario in cui avrà luogo il colloquio, e prendere nota di eventuali suoni che potrebbero distrarre nella registrazione finale.
- Registratevi mentre parlate o chiedete a un amico di sostituire l'intervistato.
- Se dopo aver ascoltato l'audio si riscontrano problemi quali echi, rumori di sottofondo o problemi di volume, si consiglia di modificare la configurazione.
- Avere un piano di riserva, come ad esempio utilizzare un dispositivo separato fuori dall'inquadratura per registrare l'audio in caso di incidente.¹⁰

3. Elementi di posizione

Un altro aspetto fondamentale della preparazione di un colloquio è tenere in considerazione i seguenti elementi: la posizione e come registrare con successo un colloquio, soprattutto quando il risultato finale verrà presentato in formato video (suggerimenti raccolti da MediaCollege.com¹¹).

1. Il background:	Lo sfondo della tua intervista dovrebbe essere pertinente all'intervistato e all'argomento. Chiedi se puoi modificare l'ambientazione spostando oggetti, assicurandoti che nulla li distraiga durante l'intervista e che si distinguano chiaramente.
2. Luci	Quando possibile, usa la luce naturale, posizionandola di fronte all'intervistato. Evita di filmare con una luce forte alle spalle, perché potrebbe oscurare il suo viso. Inoltre, evita luci forti come la luce solare diretta.
3. Frame	Assicurati che lo sfondo non distraiga dal messaggio dell'intervistato. Evita contenuti inappropriati o protetti da copyright e rimuovi tutto ciò

¹⁰ Pedwell, Rhianna; Hardy, James & Rowland, Susan. (2018). A 'How-to' Guide For Producing Recorded Interviews. CourseSource. Available at:

file:///C:/Users/Perdorues/Downloads/A_How-to_Guide_For_Producing_Recorded_Interviews.pdf

¹¹ <https://www.mediacollege.com/>

che potrebbe farli apparire goffi, come ombre o oggetti sporgenti. Ricontrolla la cornice per un aspetto professionale.

4. Metodi di coinvolgimento con gli intervistati

Durante l'intervista vera e propria, il coinvolgimento con l'intervistato è essenziale per raccogliere i materiali desiderati e produrre una buona narrazione. Ti consigliamo di tenere a mente i seguenti punti per garantire un buon coinvolgimento con l'intervistato:

Punti	Sommario
1. Incontro pre-intervista	Organizzare un incontro preliminare per ridurre la tensione; i colloqui prima del colloquio aiutano a ridurre il nervosismo dovuto alle riprese.
2. Ascolto attivo	Ascoltare attivamente, mantenere il contatto visivo e riconoscere l'importanza delle esperienze condivise dall'intervistato.
3. Sequenza di domande logiche	Poni le domande in ordine logico e usa i follow-up per raccogliere dettagli e mostrare rispetto.
4. Chiarimento e parafrasi	Chiarisci e parafrasa le risposte per assicurarti che siano state comprese e dimostrare che apprezzi il loro contributo.
5. Segnali non verbali	Monitorare il linguaggio del corpo e le espressioni facciali per valutare il comfort dell'intervistato.

5. Strumenti di archiviazione

Un ultimo aspetto critico delle interviste è che il materiale raccolto (sia esso audio, video o anche appunti) venga salvato e conservato correttamente. I materiali raccolti durante le interviste devono essere archiviati in luoghi sicuri, dove solo i membri dell'organizzazione possono accedervi. Dovreste anche considerare la possibilità di creare un account di backup per garantire che le informazioni raccolte siano sicure e non causino problemi nella produzione dei materiali finali.

- L'archiviazione digitale deve utilizzare soluzioni affidabili come il cloud storage e le unità crittografate per salvaguardare le interviste registrate.
- Le copie di backup di tutte le registrazioni devono essere create e conservate in luoghi separati per evitare la perdita di dati.



- I file devono essere chiaramente etichettati e organizzati per garantire un facile reperimento e consultazione.
- L'accesso alle registrazioni deve essere limitato al solo personale autorizzato, garantendo la riservatezza e la sicurezza del progetto di auto-narrazione.

Ottenere il permesso di intervistare: consenso informato

Ogni volta che realizziamo interviste per sviluppare e diffondere le nostre storie giornalistiche, è fondamentale **ottenere il permesso delle nostre fonti prima di intervistarle e gestire correttamente le informazioni personali delle nostre fonti sia durante che dopo l'intervista.**

Il giornalismo etico richiede che i giornalisti ottengano il permesso dalle loro fonti per utilizzare le loro storie, le loro dichiarazioni e qualsiasi altra informazione che condividono con noi nei nostri servizi, indipendentemente dal formato che utilizziamo per raccontare la loro storia. In particolare, **siamo tenuti a ottenere il consenso informato delle fonti a partecipare alle interviste e a utilizzare le loro informazioni nelle nostre storie.**

❖ Cos'è il consenso informato?

- Una dichiarazione formale scritta o un documento firmato da una fonte o da un partecipante che **accetta di condividere informazioni personali su un argomento e di farle apparire nella vostra storia.**
- Per dare il loro pieno consenso, le fonti devono **comprendere e accettare non solo la condivisione delle loro informazioni, ma anche lo scopo e l'uso previsto delle loro informazioni** in seguito.



- È inoltre fondamentale che il consenso sia **“ottenuto in circostanze che garantiscano che l'individuo non sia in alcun modo costretto”**.¹² Ciò significa che le persone non devono essere costrette, ingannate o corrotte a condividere le loro informazioni con noi, indipendentemente da quanto vogliamo raccontare la storia.
- **Nel caso dei bambini, i genitori devono fornire il consenso informato** per la loro partecipazione alla storia.
- **Il consenso informato si applica a qualsiasi tipo di partecipazione da parte delle nostre fonti:** partecipare a un'intervista, scattare loro una foto, registrare audio o video, ecc.
- È importante che **il consenso informato non sia solo verbale, ma debba essere confermato per iscritto** (o registrato). Questo può essere fatto in vari modi (ad esempio, tramite lettera firmata, e-mail, registrazione video, ecc.), ma il più delle volte si ottiene **firmando un documento specifico che conferma chiaramente il consenso informato del partecipante** in tutte le attività coinvolte nel processo di intervista.

Di seguito è riportato un **esempio di modulo di consenso informato**, per gentile concessione dell'organizzazione Philanthropy Without Borders,¹³ che potete utilizzare come punto di partenza per creare il vostro modulo di consenso. Non dimenticate di adattare questo modulo alle vostre esigenze e contesti specifici!

[Media Consent Form \(to download\)](#)

❖ **Trattamento dei dati personali**

¹² United Nations Communications Group. (December 2016). Ethical Guidelines for Journalists. UNICEF.org. Available at:

https://www.unicef.org/afghanistan/media/2136/file/afg-publication_UN%20Ethical%20Guidelines%20for%20Journalists%20-%20English.pdf%20.pdf

¹³ <https://philanthropywithoutborders.com/consentform/>



Come giornalisti e narratori, abbiamo anche **l'obbligo di proteggere le nostre fonti da danni o effetti negativi**, al meglio delle nostre possibilità. Parte del processo di ottenimento del consenso informato comprende una conversazione dettagliata (e spesso continua) con le nostre fonti sulla storia che stiamo scrivendo, sul modo in cui le loro informazioni contribuiscono a quella storia e sul tipo di conseguenze che potrebbero subire quando queste informazioni vengono pubblicate e identificate pubblicamente con loro. Ciò è particolarmente vero nel caso di giovani e persone in condizioni di vulnerabilità.

In alcuni casi, possiamo decidere di proteggere la riservatezza delle fonti per tutelarle da conseguenze negative. Ciò può significare oscurare alcuni dettagli in modo che non possano essere identificati pubblicamente con la fonte, oppure mantenere le nostre fonti completamente anonime.

Inoltre, ogni volta che trattiamo i dati personali delle nostre fonti, dobbiamo rispettare tutte le leggi vigenti sul trattamento dei dati privati o sensibili. In Europa, ciò significa aderire al **Regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR)**¹⁴, che regola il modo in cui raccogliamo, elaboriamo e conserviamo i dati personali dei cittadini dell'UE. Questo regolamento ci impone di definire e comunicare chiaramente perché, quando e come vengono trattati i dati personali e l'impatto del trattamento dei loro dati personali, nonché di ottenere il consenso informato per il loro trattamento. In termini pratici, anche se non trattiamo grandi quantità di dati personali, dobbiamo comunque prestare molta attenzione all'uso e alla condivisione di dati personali come numeri di identificazione personale, numeri di telefono, indirizzi e-mail, indirizzi di casa, ecc.

Linee guida per l'utilizzo di storie di altri

Ci sono molte altre considerazioni importanti da tenere a mente quando si utilizzano storie personali, informazioni e interviste di altre persone nei nostri progetti di

¹⁴ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32016R0679>



auto-narrazione. Tenete a portata di mano questo elenco per essere sicuri di creare un progetto di auto-narrazione etico, rispettoso e professionale:

- Chiedete sempre il permesso di raccontare la storia di qualcuno o di utilizzarne alcuni elementi.** Come abbiamo visto, ottenere il consenso informato per la partecipazione di un soggetto a un'intervista o per l'utilizzo di aspetti della sua storia è una parte fondamentale per rappresentare in modo adeguato e onesto la sua realtà, così come il suo coinvolgimento nel raccontare la sua storia.
- Innanzitutto, non fare del male.** Dobbiamo sempre cercare di proteggere le nostre fonti, sia che ciò significhi mantenerle anonime, fornire pochi dettagli identificativi o scegliere attentamente quali parti della loro storia raccontare e come. Non dobbiamo mai condividere parti della storia di qualcuno che possano portare a diffamare la sua persona o a esporla a danni in qualsiasi modo. È importante notare che sia le nostre intenzioni che le loro conseguenze non devono nuocere!
- Assicuratevi che la storia da raccontare sia la vostra, o riflettete nuovamente sul perché siete la persona migliore per raccontarla.** Questo implica necessariamente chiedersi cosa non vi piace di come è stata raccontata in precedenza e cosa potete fare per migliorarla, oltre a riflettere sul motivo per cui la persona che racconta la storia dovrebbe sentirsi a proprio agio nel raccontarla a voi.
- Coinvolgere le comunità di cui si racconta la storia.** Rispettate e promuovete il modo in cui la comunità interessata vuole raccontare la propria storia, in quali termini sceglie di farlo, quali fatti ritiene importanti e perché. Trattate loro come esperti e voi come facilitatori.
- Quando si sceglie un progetto giornalistico basato sull'auto-narrazione, bisogna essere particolarmente attenti a verificare i dati, i fatti e le voci scelte** per fornire un quadro completo e accurato della situazione che rappresenti pienamente le persone che raccontano la storia e la loro verità, oltre a collocare la loro verità nel contesto più ampio di ciò che accade intorno a loro.



- Condividere un'immagine completa e complessa di una comunità**, cioè non solo il suo trauma e la sua "resilienza", ma anche la sua ricca cultura, le sue conoscenze tradizionali, ecc. Evitare le narrazioni "pornografiche" che si concentrano solo sul trauma e sulle difficoltà che le persone affrontano in modo puramente eccitante, bilanciando invece questa realtà con altre parti della loro storia.
- Allo stesso modo, bisogna evitare lo stereotipo** della "storia unica" dei gruppi o delle comunità. Dovremmo sempre sforzarci di ritrarre le persone e le loro comunità come esseri complessi, non come gruppi monolitici, e dovremmo stare particolarmente attenti a non alimentare stereotipi negativi o "storie singole" sulle persone (cioè le comuni narrazioni dei media che riducono le persone a un'idea o a uno stereotipo, riducendo così la loro umanità).
- Evitare il paternalismo e l'"alterità" delle persone e delle comunità** che raccontano le loro storie, soprattutto in termini di narrazione da una prospettiva eurocentrica/nord del mondo. Dobbiamo credere e comunicare che le persone sono le migliori autorità sulle loro esperienze e realtà e consentire loro di raccontare le loro storie alle loro condizioni, nei loro contesti, senza esprimere giudizi di valore da un luogo di privilegio.
- Quando inquadrare e scrivete la vostra storia, considerate le 5W:**
 - Chi** sta raccontando la storia e chi la riceverà?
 - Cosa** necessita di essere detto?
 - Perché** la stai raccontando? (Qual è il risultato che vorreste raggiungere?)
 - Come** la storia dovrebbe essere raccontata per raggiungere questi obiettivi?
 - Si potrebbe anche pensare a **quando e dove** la storia viene raccontata come ulteriori elementi di successo della sua ricezione e della sua capacità di ispirare un cambiamento o un'azione successiva.



- Pensate a come **condividere il vostro potere, i vostri privilegi, le vostre conoscenze e i vostri strumenti** per facilitare progetti di auto-narrazione in cui le comunità raccontano le proprie storie, alle loro condizioni (e poi agiscono!).

In onda dal 1995 il programma radio e podcast [This American Life](#) è uno dei più interessanti esempi di giornalismo narrativo incentrato sulle storie degli altri per creare storie avvincenti e di forte interesse umano su argomenti complessi.

MODULO 4 - LINEE GUIDA PER L'USO DELLE IMMAGINI

Nei progetti di auto-narrazione, dove l'aspetto multimediale è spesso essenziale per la narrazione e la documentazione delle attività, è importante stabilire linee guida chiare per l'uso delle immagini. Queste linee guida dovrebbero riguardare, tra gli altri temi, i diritti di utilizzo, la riservatezza, l'etica e la qualità delle immagini.

Ecco alcuni punti chiave da tenere a mente durante la selezione e l'utilizzo di immagini e altri contenuti visivi per il vostro progetto di auto-narrazione, prendendo come esempio il progetto EUR(H)OPE:

Elementi per la selezione di tracce narrative per produrre immagini coerenti

- **Selezione delle immagini basata sulla storia:** le immagini devono corrispondere alle storie raccontate e riflettere le esperienze dei giovani e delle comunità. Scegliete immagini che rafforzino i temi del vostro progetto. Nel caso del progetto EUR(H)OPE, questi includono: migrazione, identità, cittadinanza attiva e collaborazione interculturale.



- **Coerenza tra i contesti:** anche se i contesti nazionali variano, è importante mantenere la coerenza tematica. Ciò si può ottenere utilizzando immagini che esprimano emozioni simili e pertinenti (come la speranza, la perseveranza e la solidarietà) e che si inseriscano nella narrazione generale del progetto.
- **Visibilità dell'impatto:** scegliete immagini che mostrino azioni concrete (come la partecipazione a workshop, scambi interculturali o corsi di formazione) e momenti chiave (discorsi, dibattiti, interazioni, ecc.).

Suggerimenti sul punto di vista del progetto

- **Messaggi principali:** il focus visivo del progetto deve riflettere la sua missione. Nel progetto EUR(H)OPE, ad esempio, ogni immagine deve trasmettere i valori della diversità, dell'inclusione, della solidarietà e dell'empowerment dei giovani.
- **Rappresentazione visiva dei valori:** le immagini devono illustrare la capacità dei giovani di esprimersi, di partecipare attivamente alla società e di superare gli ostacoli legati ai contesti sociali e migratori.
- **Impegno e partecipazione attiva:** l'accento va posto sulla partecipazione attiva dei giovani, sia nel lavoro di gruppo, sia nelle discussioni, sia nelle attività creative (arte, giornalismo, ecc.).

Riferimenti alle fonti per le immagini e i risultati fotografici condivisi

- **Licenze Creative Commons:** incoraggiare l'uso di immagini disponibili sotto licenze Creative Commons, assicurandosi di rispettarne le condizioni (attribuzione, condividi allo stesso modo, non commercializzazione).¹⁵
- **Banche di immagini gratuite:** utilizzate piattaforme riconosciute gratuite per accedere a immagini di alta qualità e libere da diritti d'autore con chiare condizioni d'uso, come ad esempio:
 - o [Unsplash](https://unsplash.com/): immagini ad alta risoluzione, utilizzo gratuito senza necessità di registrazione.

¹⁵ See <https://creativecommons.org/share-your-work/ccllicenses/> for more information.

- o [Pexels](#) e [Pixabay](#). Queste piattaforme offrono immagini royalty-free con un'ampia gamma di temi..
- **Banche immagini a pagamento:** per esigenze più specifiche, le banche immagini come [Shutterstock](#), [Adobe Stock](#) o [Getty Images](#) offrono immagini di qualità professionale, ma richiedono una licenza a pagamento.
- **Fotografi locali:** quando possibile, ingaggiare fotografi locali per catturare immagini che riflettano le realtà specifiche del progetto nei vari Paesi partecipanti.

Regole per l'uso corretto delle immagini, compresi i permessi e i crediti

- **Qualità visiva:** le immagini devono essere ad alta risoluzione per poter essere utilizzate in diversi formati (stampa, video, social network, relazioni, ecc.).
- **Uso corretto:** non alterare un'immagine in modo tale da distorcerne il significato o modificarne il contesto originale. Ritagli, ritocchi o effetti visivi devono rispettare l'integrità del messaggio trasmesso dall'immagine.
- **Credito d'immagine:** per ogni immagine utilizzata deve essere indicato il credito appropriato. Le immagini ottenute devono includere il nome dell'autore, la fonte e le condizioni di licenza, se applicabili.
- **Utilizzo su social network e siti web:** quando si diffondono immagini su piattaforme pubbliche, è fondamentale citare i crediti e utilizzare hashtag o descrizioni che rispettino l'etica e la missione del progetto.
- **Archiviazione e protezione:** le immagini devono essere archiviate in modo sicuro, con copie di tutti i consensi ottenuti. Ciò garantisce che, in caso di riutilizzo futuro, le immagini possano essere utilizzate nel rispetto dei diritti e della privacy.

Usare le immagini nella narrazione

- **Illustrazione di storie personali:** le immagini devono essere direttamente collegate alle storie raccontate dai giovani partecipanti. Devono rafforzare la



storia, apportando una dimensione visiva complementare al messaggio personale o collettivo.

- **Contenuti multimediali integrati:** ove possibile, le immagini devono essere utilizzate in combinazione con altri media (audio, video, testo, ecc.) per arricchire l'esperienza dello spettatore o del lettore.

Elementi di rispetto della privacy delle persone in relazione a narrazioni discriminatorie e/o irrispettose

- **Protezione dei partecipanti:** evitare immagini che possano minare la dignità delle persone, soprattutto nel caso di storie legate alla migrazione o ad argomenti sensibili. Non trasmettere immagini che possano esporre qualcuno a discriminazioni o pregiudizi.
- **Consenso informato:** assicurarsi di ottenere il consenso esplicito di ogni persona che appare nelle immagini, spiegando come verranno utilizzate. Questo è particolarmente importante nei contesti migratori, dove la riservatezza è spesso essenziale.
- **Ritratto corretto:** fare attenzione a non stereotipare o vittimizzare le persone fotografate. Le immagini devono mostrare le persone in contesti positivi, dinamici e responsabilizzanti.

Elementi legislativi sull'uso di immagini di minori e/o altre categorie vulnerabili

- **Consenso dei genitori:** se vengono fotografati dei minori, è preferibile ottenere l'autorizzazione dei genitori o del tutore legale prima di pubblicare o utilizzare le loro immagini per scopi pubblici.
- **Protezione dei gruppi vulnerabili:** per le popolazioni vulnerabili (rifugiati, migranti, persone con disabilità, ecc.) è essenziale garantire la riservatezza e la sicurezza personale. Nessuna immagine dovrebbe essere utilizzata senza un

consenso esplicito e informato e l'anonimato può essere un'opzione preferibile se è in gioco la sicurezza o la dignità delle persone.

- **Normativa nazionale:** ogni Paese partner deve rispettare la legislazione locale sull'uso delle immagini, in particolare quelle dei minori. I partner devono verificare le leggi applicabili nelle loro giurisdizioni.

L'uso delle immagini in un progetto di auto-narrazione deve essere conforme a rigorosi principi etici, rispettando i diritti degli individui e rafforzando i messaggi principali del progetto. Queste linee guida garantiranno un approccio responsabile e professionale alla gestione dei contenuti visivi. Queste regole possono e devono essere adattate in base ai contesti locali, alle specificità e ai quadri giuridici di ciascun Paese che partecipa al progetto.

MODULO 5 - LINEE GUIDA PER L'ARCHIVIAZIONE E LA POST-PRODUZIONE

Archiviare i materiali

Durante il lavoro di reporting e di auto-narrazione, è fondamentale **garantire che tutti i dati raccolti** (immagini, interviste, registrazioni, video, ecc.) **siano adeguatamente protetti e che vengano create copie di backup**, sia come salvaguardia contro la perdita di dati che per la loro sicurezza digitale. Oltre ai problemi di archiviazione dei file, se le informazioni riservate non vengono gestite correttamente, si possono verificare anche problemi legali o legati al tema della cybersecurity o della sicurezza digitale. È quindi fondamentale conservare i file contenenti informazioni riservate in modo che siano facilmente identificabili e che il loro accesso sia consentito solo a voi stessi o ad altri membri autorizzati della vostra organizzazione.

In pratica, non esiste un'unica formula per etichettare o rinominare i file e le cartelle, ma ogni persona dovrebbe sviluppare un metodo che ritiene utile per le proprie esigenze, facile da ricordare e da attuare. È fondamentale farlo di volta in volta (cioè man mano che si procede), senza cercare di salvare e rinominare tutto alla fine del progetto.

I partner del progetto EUR(H)OPE offrono i seguenti suggerimenti per una corretta pratica di archiviazione e conservazione dei file:



- **Conservate i file in cartelle organizzate e assegnate alle cartelle nomi sensati e facilmente memorizzabili.** È importante scegliere un metodo coerente per nominare le cartelle e i file del progetto. Ad esempio, includere la data, il nome della pubblicazione e un testo descrittivo, come “20240823_EUR(H)OPE_digitalpreservation” è un esempio di denominazione dei file semplice e comprensibile.
- Eseguite sempre **uno o più backup dei vostri file** per essere sicuri di non perdere l'accesso ai vostri materiali. Poiché i file digitali sono facilmente replicabili, è facile generare più copie per aiutarvi in caso di perdita di dati.
- È inoltre utile **salvare copie in posizioni diverse**, in modo che se si perde una cartella, i file siano sempre disponibili in altre cartelle o su altri dispositivi. Ad esempio, è possibile salvare un file sul computer, su un disco rigido esterno e nel cloud.
- **Per i file con informazioni riservate**, considerate la possibilità di aggiungere una password di protezione, di archivarli in una cartella nascosta o in un'unità crittografata, o di nominarli in modo da segnalare la loro riservatezza, ma non in modo così evidente agli altri.
- **Si consiglia di archiviare le interviste in luoghi sicuri**, dove solo voi e i membri della vostra organizzazione possono accedervi, garantendo riservatezza e sicurezza per tutta la durata del progetto.

Linee guida per la produzione e la post-produzione

Una volta pianificate e realizzate le interviste, raccolte tutte le informazioni pertinenti e gli aspetti visivi (come fotografie, infografiche, ecc.), e in generale una volta che tutti i materiali sono pronti a costituire la base del vostro progetto di auto-narrazione, potete passare alla fase di produzione e post-produzione. Vi consigliamo di tenere a mente i seguenti suggerimenti mentre strutturate la vostra storia, verificate tutti i fatti e le informazioni e mettete insieme il contenuto finale nella fase di post-produzione:

- **Inizia a lavorare sul prodotto finale** solo quando tutti i materiali raccolti sono disponibili, così da vedere più facilmente la “grande immagine” di come il materiale funziona insieme.
- **Ri-leggi o ri-ascolta tutte le interviste** (e non subito dopo averle fatte!) per assicurarsi di avere un quadro chiaro di ciò che ogni persona ha detto e di come potrebbe contribuire alla storia nel suo complesso. Dopo averli controllati, assicuratevi di inserirli con cura nel vostro reportage.
- **Decidete se utilizzare il punto di vista in prima persona del narratore o se è necessario raccogliere altre voci.** Raccogliete altre voci se c'è una buona ragione: per esempio, perché state guardando con i vostri occhi, perché siete parte della storia, perché portate un contributo diretto al lavoro sull'argomento, ecc.
- **Verificare che tutte le possibili opinioni diverse emerse dalle interviste siano ben rappresentate nel prodotto finale.** In questo caso, è possibile ricontrollare la veridicità delle affermazioni di ogni persona e confermare anche la veridicità e la rappresentatività della storia nel suo complesso, dopo aver incorporato tutti i diversi punti di vista.
- Assicurarsi che **tutti i contenuti multimediali pertinenti alla storia siano presenti** nel prodotto finale.
- **Eseguire un controllo finale sull'accuratezza** di tutti i nomi, luoghi, informazioni, citazioni e qualsiasi contenuto che possa non rispettare la sensibilità o la riservatezza di qualcuno o qualcosa.
- Anche **condividere i testi e/o i prodotti finali con gli intervistati prima della loro pubblicazione è una buona pratica.** Se ci sono dubbi o controversie su un certo elemento e si dispone della registrazione per dimostrare ciò che è stato detto, si può mantenere il punto nella storia, ma in generale è più importante prestare attenzione a come le persone si sentono rappresentate e a come sentono che le loro storie vengono raccontate.

IMPLEMENTARE IL SELF-TELLING KIT

Oltre ai contenuti teorici e ai numerosi suggerimenti, consigli ed esempi utili che abbiamo incluso in questo Kit di auto-narrazione, siamo lieti di fornirvi ulteriori informazioni che vi aiuteranno a sintetizzare ciò che avete imparato e ad adattare meglio queste informazioni alle vostre esigenze e contesti personali.

Le sezioni che seguono hanno lo scopo di aiutarvi a comprendere le basi per la strutturazione del vostro progetto di auto-narrazione, oltre a offrirvi diversi esempi concreti di attività che potrete mettere in pratica con i giovani, gli operatori giovanili o qualsiasi altro collettivo per ispirarli e metterli in grado di raccontare le proprie storie attraverso un progetto di auto-narrazione collettiva. Sentitevi liberi di adattare queste strutture e attività campione alle vostre esigenze, interessi, desideri, contesti, pubblico e altro ancora, per sfruttare la creatività e l'individualità delle esperienze di ogni persona (o gruppo)!

Come strutturare una storia di auto-narrazione

1. **Definire bene il progetto della storia:** quale storia vogliamo raccontare? Perché? Perché crediamo che sia universale? Perché crediamo di essere le persone giuste per raccontarla?
2. **Studio e ricerca:** analizzare come la stessa storia è stata raccontata prima di noi, se è successo, per trovare il proprio punto di ingresso e di sviluppo della storia.
3. **Fare un censimento di tutte le voci che è importante citare su quell'argomento,** assicurandosi che rappresentino il maggior numero possibile di punti di vista su quel tema. Dobbiamo anche assicurarci che si tratti di voci rilevanti, perché sono state scelte come rappresentanti da molti o perché hanno esperienze personali così importanti da essere necessarie per raccontare la storia.
4. **Elaborate un elenco di interviste** con persone e comunità rilevanti e programmatele.
5. **Pianificare e realizzare la fase di produzione del progetto,** compresa la registrazione di eventuali interviste, lo scatto di fotografie, la creazione di infografiche, ecc.
6. Dopo aver raccolto tutte le informazioni, **strutturate la storia con un arco narrativo chiaro** e decidete quali altre informazioni e dettagli pratici includere, in base al formato scelto (ad esempio, una storia scritta, un podcast, un documentario video, un progetto di fotogiornalismo, ecc.)
7. Assicuratevi di **verificare tutti i fatti e le informazioni che avete raccolto e utilizzato nella vostra storia** per garantire che il vostro progetto di

auto-narrazione sia vero, in linea con le buone pratiche giornalistiche, e che sia rispettoso e responsabilizzante per le comunità coinvolte.

8. **Concludete con una buona fase di post-produzione**, che comprende l'assemblaggio dei contenuti finali, l'editing, il salvataggio delle copie e l'archiviazione di tutti i materiali in modo chiaro e conciso.

Esempi di attività

Attività 1: creare un podcast

Questa attività vi guiderà attraverso i passi fondamentali necessari per creare un breve podcast (10-15 minuti), utilizzando i principi del giornalismo narrativo presenti nel Self-Telling Kit.

L'attività dovrebbe essere completata nell'arco di una mattinata, anche se è sempre possibile prolungare il tempo per consentire ai partecipanti di creare prodotti più curati e professionali.

Fase 1: Brainstorming e selezione dell'argomento (9:45 - 10:00, 15 minuti)

- Dopo esservi divisi in gruppi, fate un brainstorming collettivo e scegliete un argomento che vi interessa e di cui avete una certa conoscenza di base. Questo vi aiuterà a creare una narrazione forte per il vostro podcast.
- Utilizzate le seguenti domande per guidare il vostro brainstorming:
 1. Quale storia vogliamo raccontare?
 2. Perché siamo noi le persone giuste per raccontarlo?
 3. Perché è importante raccontare questa storia?

Fase 2: ideazione delle domande e strutturazione della storia (10:00 - 10:30, 30 minuti)

- Dopo aver selezionato un argomento specifico (più specifico è, più facile sarà), lavorate insieme come gruppo per progettare le domande dell'intervista.
- Assicuratevi che la vostra storia segua la struttura spiegata nel Kit per la narrazione di sé:



1. **Impostazione/Esposizione:** introdurre la situazione, l'ambientazione, il tema principale e i personaggi chiave.
2. **Trama:** delineare la sequenza degli eventi, evidenziando il conflitto centrale e l'azione crescente.
3. **Climax:** presenta il punto di svolta drammatico e la caduta dell'azione.
4. **Conclusione:** terminare con la risoluzione della storia.

Fase 3: assegnazione dei ruoli e pianificazione (10:30 - 10:45, 15 minuti)

- Decidete chi assumerà il ruolo di ospite (intervistatore) e di intervistato.
- Per l'intervistato, assicurarsi che le statistiche o le affermazioni condivise siano verificate.
- Pianificate l'introduzione e la chiusura del podcast:
 - **Introduzione:** breve presentazione dell'ospite e dell'intervistato. (Se si fa riferimento a elementi della formazione, consultare la bozza del kit per la narrazione di sé).
 - **Chiusura:** una conclusione breve e concisa per concludere il podcast.

Pausa caffè (10:45 - 11:00, 15 minuti)

Fase 4: Prove dell'intervista/ podcast (11:00 - 11:45, 45 minuti)

- Esercitarsi sulla struttura del podcast e simulare le interviste per assicurarsi che la consegna avvenga senza problemi prima della registrazione.

Fase 5: Registrazione del podcast (11:45 - 13:00, 1h15 minuti)

- Ogni gruppo produce il proprio podcast in studio.

Il podcast non deve durare più di 10-15 minuti. In bocca al lupo, tesorini! <3

Attività 2: racconto video

Questa attività vi guiderà attraverso i passi fondamentali necessari per creare un breve progetto di video storytelling (5-10 minuti al massimo), basato sui principi del giornalismo narrativo e del racconto di sé. Il copione è stato scritto per un'attività che può essere svolta in un'intera giornata (una sessione di "assaggio"), anche se è possibile adattarlo facilmente per creare produzioni di video storytelling più estese, estendendo il tempo previsto per ogni fase (in particolare le fasi di registrazione e post-produzione!).

Fase 1: Brainstorming e selezione dell'argomento (9:45-10:00, 15 minuti)

- Dividetevi in gruppi di 2-4 persone, fate un brainstorming collettivo e scegliete un argomento interessante e rilevante per tutti i membri del gruppo. Dovete avere una certa conoscenza di base dell'argomento per poter creare una narrazione forte.
- Utilizzate le seguenti domande per guidare il vostro brainstorming:
 - Quale storia vogliamo raccontare?
 - Perché siamo le persone adatte per raccontarla?
 - Perché è importante raccontare questa storia?

Fase 2: ricerca e raccolta di informazioni (10:00-10:30, 30 minuti)

- Dopo aver scelto l'argomento generale, dedicare un po' di tempo a riflettere più a fondo sul tipo di storia che si vuole raccontare e sul tipo di informazioni e input da raccogliere per raccontarla in modo completo. Questo può includere le seguenti tecniche (tra le altre):
 - **Mini-interviste con i membri del gruppo** per ascoltare le loro storie e decidere quali elementi sono fondamentali per raccontare la storia e quali possono contribuire a rafforzare o aggiungere interesse alla storia.
 - **Fare ricerche online** per ottenere ulteriori informazioni di base, definizioni, dati e persino consultare esempi di come altri hanno affrontato l'argomento. Ciò contribuirà ad arricchire la storia personale al centro del reportage.
- Poiché si tratta di un esercizio di auto-narrazione, in questa fase sarà utile **decidere il nucleo della narrazione** che si vuole trasmettere nel video.

Fase 3: strutturazione della storia e pianificazione degli aspetti visivi (10:30-11:00, 30 minuti)

- Con gli input della fase 2, delineate la struttura della vostra storia, usando carta e penna o lo strumento online Miro per tracciare ciò che volete raccontare e come.
- Assicuratevi che la struttura della storia segua un chiaro arco narrativo (come spiegato nel Kit per la narrazione di sé):
 1. **Impostazione/Esposizione:** introdurre la situazione, l'ambientazione, il tema principale e i personaggi chiave.
 2. **Trama:** delineare la sequenza degli eventi, evidenziando il conflitto centrale e l'azione crescente.
 3. **Climax:** presenta il punto di svolta drammatico e la caduta dell'azione.
 4. **Conclusione:** terminare con la risoluzione della storia.
- Una volta definita la struttura narrativa, **pianificate gli aspetti visivi necessari per trasmettere la storia**. Ricordate di tenere a mente la durata complessiva del prodotto video finale (5-10 minuti) e il tempo che potete dedicare alla sua realizzazione. Alcuni degli elementi che potreste scegliere di incorporare potrebbero essere:
 - Registrazione di interviste video con intervistati chiave o gruppi di persone
 - Registrazione di altri filmati dal campo
 - Registrazione di audio o suoni di sottofondo
 - Scattare o raccogliere fotografie che illustrino il vostro punto di vista
 - Raccolta di infografiche, visualizzazioni di dati e altro materiale grafico, ecc.

Pausa caffè (11:00-11:30, 30 minuti)**Fase 4: scrivere le sceneggiature per ogni elemento (11:30-12:00, 30 minuti)**

- Prendete l'elenco degli elementi visivi e **scrivete una sceneggiatura per ogni parte che guiderà le riprese**. Questo vi aiuterà a gestire il tempo in modo efficace e a essere più precisi nelle riprese, in modo da non dover fare tante riprese.
 - **Per le interviste**, compilate un elenco di domande e fate delle brevi prove. Pianificate dove volete registrare le interviste e quanto tempo ci vorrà.



- o **Per registrare filmati o suoni sul campo**, pensate a dove dovete andare per registrarli, a quanto devono essere lunghi i clip, ecc.
- o **Per le fotografie**, pensate a dove le farete o a dove potrete scaricare dal web fotografie non protette da copyright.
- o **Per le infografiche, le visualizzazioni di dati e altri materiali grafici**, pensate a dove potete scaricare questi elementi con licenze Creative Commons o a come potete crearne di vostri (usando programmi come Canva, per esempio), e a quanto tempo ci vorrà.

Fase 5: Produzione - Registrazione e raccolta di materiali (12:00-14:00, 2 ore)

- Utilizzando i copioni e il piano generale per le riprese, andate sul campo (o lavorate online) **per registrare e raccogliere tutti i contenuti grezzi necessari per la vostra storia**.
- Si consiglia di **dividere il lavoro tra i membri del team** in base alla posizione e al tempo necessario per la registrazione, al fine di utilizzare il tempo in modo efficiente.
- Assicuratevi di **salvare ogni pezzo** con un titolo facilmente identificabile che ne descriva il contenuto e la collocazione nella struttura della storia (ad esempio: Intervista a Carlos_Evento 1) per rendere più semplice la fase successiva di post-produzione.

Pranzo (14:00-15:30, 1h30 minuti)

Fase 6: Post-produzione - Montaggio e condivisione del video (15:30-17:30, 2 ore)

- Una volta che tutti i materiali visivi sono stati raccolti secondo il piano, è possibile utilizzare programmi gratuiti come Clipchamp o Adobe Express per caricare e montare i materiali in un video coerente.
- Se avete tempo e volete creare contenuti di video storytelling più interattivi, potete utilizzare il programma Stornoway, che consente agli utenti di cliccare e interagire durante la visione del video.
- Una volta terminato il contenuto, è possibile condividerlo su YouTube, Vimeo, sui social media o su qualsiasi altra piattaforma scelta!



Attività 3: “Storie di appartenenza”: creare una narrazione fotografica

Obiettivo: Esplorare e documentare l'identità e l'appartenenza europea attraverso il fotogiornalismo, incoraggiando i partecipanti a impegnarsi con le loro comunità locali e a riflettere sui valori e le esperienze condivise.

Durata: 5,5-7 ore (può anche essere estesa a più di un giorno).

Round 1: Briefing (30 minuti)

1. Introduzione al fotogiornalismo:
 - o Spiegare le basi della narrazione attraverso la fotografia: composizione, illuminazione, inquadratura e cattura delle emozioni.
 - o Discutere le considerazioni etiche: rispettare la privacy, ottenere il consenso e ritrarre i soggetti con dignità.
2. Esplorazione del tema:
 - o Introdurre il tema: “Appartenere in un'Europa che cambia”.
 - o Incoraggiare i partecipanti a riflettere sul significato di appartenenza nella loro comunità e su come migrazione, cultura e identità si intersecano.

Round 2: Lavoro sul campo - Catturare la storia (3-4 ore)

1. Interazione con la comunità:
 - o I partecipanti scelgono un soggetto o un argomento che incarna il tema. Alcuni esempi sono:
 - Un migrante che condivide la propria esperienza nel trovare casa in un nuovo Paese.
 - Un incontro per i giovani che mette in mostra lo scambio culturale.
2. Documentazione fotografica:
 - o Catturare una serie di 5-7 fotografie che raccontino una storia coerente sul soggetto scelto.
 - o Assicuratevi che ogni immagine abbia uno scopo, dall'ambientazione alla messa in evidenza di emozioni e azioni.

Round 3: Sviluppo narrativo (1 ora)

1. Selezione e sequenza:
 - o I partecipanti rivedono le loro fotografie e selezionano gli scatti più convincenti per creare un flusso narrativo.
 - o Disporre le immagini in una sequenza logica che valorizzi la narrazione.
2. Scrivere le didascalie:
 - o Scrivete una breve didascalia per ogni fotografia, fornendo un contesto e approfondendo la comprensione della storia da parte del pubblico.

Round 4: Condivisione e riflessione di gruppo (1-1,5 ore)

1. Presentare le storie:
 - o Ogni partecipante o gruppo presenta la propria storia fotografica al gruppo più ampio.
 - o Discutete le sfide che hanno affrontato, le decisioni che hanno preso e ciò che hanno imparato.
2. Feedback e riflessione:
 - o Facilitare una discussione su come queste storie si colleghino a temi più ampi di identità e appartenenza europea.
 - o Incoraggiare i partecipanti a riflettere sul potere del visual storytelling come strumento di advocacy e cambiamento sociale.

Materiali richiesti:

- o Macchine fotografiche o smartphone con buone capacità fotografiche.
- o Quaderni o dispositivi digitali per prendere appunti e scrivere didascalie.
- o Copie stampate dei moduli di consenso (se necessario).

Risultato:

L'esercizio è finalizzato a:

- o Migliorare le competenze dei partecipanti nel visual storytelling e nel giornalismo.



- o Promuovere una più profonda comprensione dell'identità europea e delle diverse esperienze all'interno delle loro comunità.
- o Produrre risultati tangibili (racconti fotografici) che possano essere messi in mostra durante le attività del progetto.



CONCLUSIONI

Questo kit di auto-narrazione ha cercato non solo di offrire una base di informazioni sul giornalismo narrativo e sulle tecniche di auto-narrazione, e suggerimenti concreti su come raccontare una storia attraverso un progetto di auto-narrazione, ma anche di ispirarvi a immergervi nel cuore delle esperienze personali e collettive. Attraverso l'auto-narrazione o l'auto-narrazione, è possibile esplorare le sfumature e le complessità del raccontare una storia, trasformando l'esperienza in un atto di condivisione che va oltre la semplice trasmissione di informazioni. Il giornalismo narrativo, infatti, non si limita a trasmettere i fatti, ma invita il lettore a vivere e riflettere sulle storie attraverso un punto di vista profondamente umano, in particolare quello delle persone che vivono in prima persona questi eventi.

In un mondo in cui i temi sono spesso trattati in modo superficiale, il progetto EUR(H)OPE lavora per ridare valore alla dimensione emotiva e soggettiva della narrazione, in modo che ogni storia possa essere ascoltata con ancora più empatia e comprensione. Ciò è possibile proprio attraverso l'utilizzo degli strumenti del giornalismo narrativo presentati in questo Kit di auto-racconto, oltre all'idea più grande di mantenere il principio di uno stile di narrazione di sé, capace di parlare a un pubblico il più ampio possibile, non solo a chi è già attento e sensibile a certe tematiche.

Ci auguriamo che le informazioni, gli strumenti, i suggerimenti, gli esempi e le strutture contenuti in questo Kit per l'auto-narrazione vi siano utili per creare i vostri progetti di auto-narrazione o per lavorare con i giovani, gli animatori giovanili o altri collettivi per aiutarli ad apprendere nuove abilità e a raccontare le proprie storie. Se decidete di condividere pubblicamente i vostri risultati, non dimenticate di taggarci su [Instagram](#) or [Facebook](#) o facci sapere attraverso [EUR\(H\)OPE project website](#) in modo da poterne godere e contribuire ad amplificarne la portata!

CREDITI

Questo kit per la narrazione di sé è stato creato grazie all'impegno congiunto dei **quattro partner del progetto EUR(H)OPE project** (Project code: ERASMUS-YOUTH-2023-CB-101131392), che è cofinanziato dal programma ERASMUS+ dell'Unione Europea nell'ambito della linea Capacity Building for Youth, da aprile 2024 a marzo 2026.

CEPS Projectes Socials



Q CODE

Il contenuto di questo Kit di auto-racconto e di tutti gli altri materiali del progetto riflette il punto di vista e le opinioni degli autori, e la Commissione europea non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni in esso contenute.

Si ringraziano i seguenti partner del progetto per la loro attiva collaborazione alla creazione del Kit di auto-racconto:

Contenuto e coordinazione

Rachele Renno y Christian Elia, Club Social QCODE

Entenela Ndrevataj y Rea Nepravishta, Qendra Uja

Danielle Bishop y Mariana Pfenniger, CEPS Projectes Socials

Safouane Oumha y Moustapha Ben Mouh, Fundación Amigos de Marruecos

Editing e correzione di bozze

Danielle Bishop y Mariana Pfenniger, CEPS Projectes Socials

Design grafico

Sofia Nardacchione, Club Social QCODE