BRICKS | TEMA

Video prodotti dagli studenti: come valutarli?

a cura di:
Elena Balestrazzi

Videomaking , Valutazione Competenze, Creatività

L'importanza della comunicazione video

I Social Media, sui quali i nostri studenti spendono gran parte del loro tempo, comunicano sempre più utilizzando video. Ne è una prova il grande successo di Tik Tok e l'introduzione di *reels* nei più tradizionali Facebook e Instagram. Anche il *digital marketing* si basa sempre più su contenuti in formato di brevi video clip. A livello internazionale, gli utenti della rete, che hanno accesso a contenuti digitali in forma di video, sono passati dal 61% del 2016 all'86% del 2021[1].

Quali sono le ragioni di tanta popolarità? Il video è breve, vivace e visivamente attraente. Lo si può riguardare all'infinito oppure, al contrario, se ne può velocizzare la visione.

Il video è entrato nelle nostre vite quotidiane anche per ottenere semplici informazioni: al posto della lettura di un manuale d'istruzioni di una lavatrice, ad esempio, molto spesso si cerca in rete un tutorial, più immediato e pratico.

Nel contesto scolastico il video rappresenta lo strumento d'eccellenza per esprimere la propria creatività. Come guidare, allora, gli studenti ad una comunicazione efficace tramite video?

Le app disponibili e gratuite sono tante e gli studenti, grazie al loro intuito di *digital native,* non hanno bisogno di istruzioni particolari da parte del docente. Proprio per questa facilità di uso delle app, gli studenti sono portati a creare prodotti in poco tempo, entusiasmati dai colori, dalle immagini, dalla musica e dagli effetti speciali. Il risultato di queste facili creazioni, tuttavia, porta ad un risultato spesso non all'altezza delle aspettative del docente che si trova in difficoltà nel valutare il lavoro svolto che ha comunque comportato tempo e impegno da parte degli studenti. Come evitare quindi questa situazione imbarazzante che riguarda la valutazione?

Cosa valutare

Innanzitutto, sarà necessario condividere una rubrica prima di svolgere il lavoro, in modo che siano chiari i criteri di valutazione. La rubrica potrebbe comprendere quattro indicatori essenziali: concept, storytelling, efficacia comunicativa ed effetti grafici. Se si tratta di un lavoro di gruppo, anche la collaborazione dovrebbe essere una competenza da valutare.

A. Concept

Per concept si intende l'idea da comunicare e il messaggio da trasmettere al pubblico, che si può riassumere in: illustrare una tematica a scopo divulgativo, promuovere un'idea, sensibilizzare il pubblico per coinvolgerlo in una campagna sociale o proporre la risoluzione di un problema.

Come in ogni progetto, è necessario suscitare la motivazione dello studente illustrando le finalità del video e il destinatario, ovvero il potenziale pubblico al quale è rivolto. E' molto importante esplicitare il

[1] https://www.wyzowl.com/video-marketing-statistics/

target dell'audience al fine di studiare le strategie comunicative più efficaci. Il registro linguistico da utilizzare varia a seconda del contesto, dell'età e del settore specialistico al quale ci si rivolge.

Diversamente dalle forme tradizionali di prodotti creativi, rappresentate dal classico tema fino alla presentazione di slide, il video deve essere concepito per essere visualizzato da un pubblico esterno alla scuola. Si tratta, quindi, di un compito che pone lo studente nel ruolo di creatore di contenuti di cui si assume le proprie responsabilità mettendo alla prova soprattutto la propria competenza comunicativa, una delle *soft skills* più richieste oggi nel mondo del lavoro.

Molti docenti sono titubanti nel proporre la produzione di video a causa della propria inadeguata competenza tecnica, che tuttavia può essere compensata da un semplice tutorial messo a disposizione degli studenti. Il ruolo del docente risulta invece essenziale e strategico in qualità di guida e supporto per la creazione dei contenuti e delle modalità di presentazione.

L'illustrazione di un argomento risulta l'approccio più tradizionale, in quanto si chiede agli studenti di mettere alla prova la propria capacità di sintesi per la presentazione di contenuti già noti che vengono sintetizzati e assemblati, come ad esempio presentare la vita di un personaggio famoso, un evento storico, un fenomeno fisico e molto altro. Come docente di inglese, sono ormai anni che propongo la video-ricetta attraverso la quale ogni studente propone il piatto tipico della propria famiglia. E' un'occasione per riflettere sulle proprie tradizioni e, la presenza di studenti di etnie diverse, permette uno scambio culturale. Nell'ottica del Tinkering ho proposto anche, come compito per le vacanze estive, la creazione di un video su "Life Hacks" ovvero video-tutorial che forniscono suggerimenti per risolvere problemi pratici della vita quotidiana. Si va da come riciclare una maglietta cambiando colore o decorandola a come costruire una cornice con le conchiglie raccolte in spiaggia, fino alla risoluzione di problemi relativi all'uso dello smartphone.

Più complesso è il compito di utilizzare il video per **promuovere un'idea**. In questo caso, i progetti proposti richiedono anche una rielaborazione personale. Fra questi rientrano ad esempio "La mia casa ideale" in cui agli studenti viene richiesto di individuare un posto nel mondo nel quale vorrebbero vivere, nel rispetto di un budget concordato. E' stata, quindi necessaria, una ricerca online nei siti di agenzie immobiliari italiane e straniere per rendersi conto del costo reale delle abitazioni. E' stata un'occasione per riflettere sul proprio stile di vita (abitare in campagna, in città, in montagna, al mare), oppure sulla scelta di open-space rispetto a stanze ben separate. Anche la scelta dello stile di arredamento ha rappresentato un momento di riflessione sulla propria personalità.

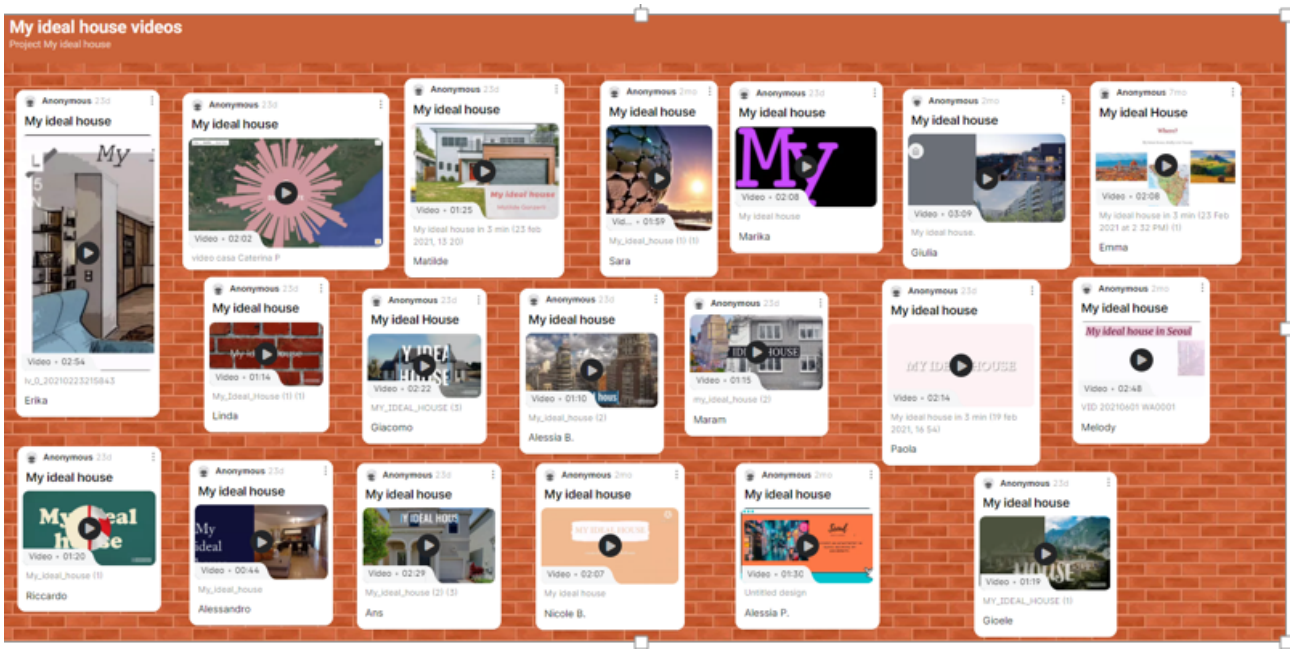

Figura 1 - Video del progetto "My ideal house"

Tornando al concept, un'altra tipologia di video è rappresentata dalla **sensibilizzazione su tematiche sociali** e, in questo caso, la recente introduzione di Educazione Civica ha rappresentato una grande opportunità, soprattutto per quanto riguarda gli obiettivi dell'Agenda 2030. In questo caso, attraverso il progetto ETwinning sono stati realizzati video in collaborazione con studenti stranieri. Ad ogni gruppo, composto da due studenti italiani e due olandesi, è stato chiesto di produrre a distanza un video relativamente al goal assegnato, naturalmente in inglese. Gli studenti sono stati lasciati liberi di incontrarsi online in orario extra-scolastico e di progettare insieme il prodotto finale rispettando il proprio ruolo e creando una sinergia volta a raggiungere un obiettivo comune: video caratterizzato da elementi di coerenza e continuità. Il progetto ETwinning, tramite lo scambio virtuale, ci ha permesso di superare le barriere fisiche e di collaborare con coetanei di una scuola straniera, rafforzando il senso di identità europea fra gli studenti.

Infine, il video rappresenta il prodotto finale di eccellenza per metodologie come il PBL, l'Inquiry o Hackathon, in cui l'elemento del **problem solving** rappresenta la sfida più difficile. Fra i PBL che ho proposto vi è "*La mia città ideale nel 2040*" , progetto nel quale gli studenti a gruppi hanno immaginato la città del futuro analizzandone vari aspetti fra i quali urbanizzazione e architettura, mobilità, modalità di lavoro, spazi di socializzazione, spazi verdi ecc...

Una delle citazioni più care a Steve Jobs era *"The best way to predict the future is to invent it".* Abituare gli studenti non solo a studiare il passato, ma anche ad immaginare il futuro è già una pratica ampiamente diffusa in alcuni sistemi scolastici del nord Europa.

B. Storytelling

Lo storyboard rappresenta la struttura della narrazione. Gli studenti, spesso, non amano impiegare tempo per la progettazione. E' lo stesso atteggiamento che ritroviamo nella produzione scritta del tema

tradizionale. Quando uno studente si trova a lavorare con un software di video-editing, è probabile che venga reso dalla frenesia di assemblare immagini, effetti grafici e sonori dimenticandosi della cura dei contenuti in termini di struttura dello storytelling e dello script.

Il ruolo del docente in questo caso è di visionare ed approvare prima lo storyboard e in un secondo momento lo script, tramite strumenti di condivisione come Google Classroom. Ogni video racconta una storia, seppure con finalità diverse. E' necessario, quindi, strutturarlo con una breve introduzione che susciti interesse e curiosità, per poi proseguire attraverso una narrazione che può prevedere un climax seguito da una soluzione proposta. Anche la conclusione, differenziata per la tipologia di concept, svolge un ruolo fondamentale per la buona riuscita del video.

C. Efficacia comunicativa

Il successo di un video si misura sulla capacità di mantenere viva l'attenzione dell'audience. Uno dei requisiti fondamentali è la **durata:** "*less is more*", direbbero gli inglesi. Il video è efficace solo se mantiene un ritmo veloce e se la durata si limita a pochi minuti. Pensiamo ai social media in cui è possibile notare che, se un video ha una durata superiore ai 2 minuti, il numero di visualizzazioni diminuirà drasticamente, come dimostra il grafico di Wistia[2].

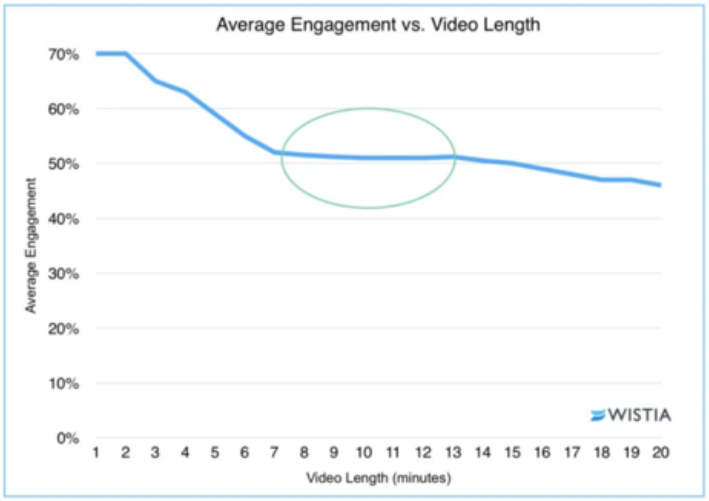

Figura 2 - Durata del video e interesse degli utenti

La capacità di sintesi è, quindi, una delle principali caratteristiche della produzione video. Richiedere agli studenti di essere sintetici, ma allo stesso tempo esaurienti ed efficaci, rappresenta un compito complesso, ma indispensabile nel mondo del web. Pensiamo agli inserti pubblicitari di YouTube che in 5 secondi devono catturare l'attenzione del pubblico.

Un ruolo fondamentale per essere efficaci dal punto di vista comunicativo è l'uso della **voce narrante**. Molto spesso, gli studenti, per superare i loro timori si limitano a leggere lo script. La conseguenza è l'utilizzo di una voce monotona che toglie spontaneità e naturalezza alla narrazione. Lo script, pertanto,

[2] https://wistia.com/learn/marketing/optimal-video-length#1-videos-up-to-2-minutes-long-get-tons-of-engagement

dovrebbe essere formulato con un registro linguistico meno formale e contenere esclamazioni o domande retoriche allo scopo di coinvolgere il pubblico. Un requisito fondamentale della voce è l'entusiasmo del narratore. Ancora una volta, il docente svolge un ruolo importante attraverso l'opera iniziale di motivazione per lo svolgimento del progetto in cui rende chiara la finalità da perseguire (informare, promuovere, proporre soluzioni).

Il ritmo della narrazione dovrebbe mantenersi veloce, tuttavia, la funzione di alcune **pause**, in cui si lascia spazio alla musica, rappresenta un momento essenziale, in quanto le pause lasciano tempo all'audience per riflettere sugli stimoli ricevuti attraverso le immagini e la narrazione.

Anche il ruolo di **titoli o didascalie** è fondamentale per facilitare la comprensione del messaggio, ma le parole utilizzate dovrebbero essere in numero minimo (quattro o cinque).

A. Effetti grafici

I software disponibili per la creazione di un video sono sempre più numerosi, anche in formato gratuito. Fra questi **Adobe Creator Cloud Express** rappresenta un valido strumento per coloro che sono alle prime armi, mentre **PowToon** offre la possibilità di ottenere animazioni molto efficaci.

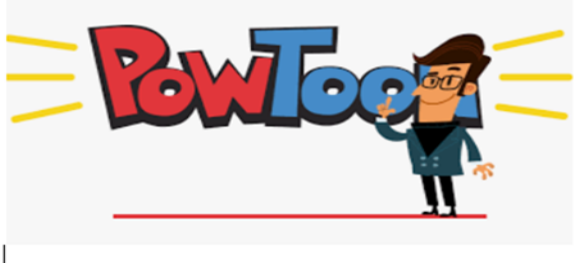

Figura 3 - Adobe Creative Cloud Express e PowToon

Tuttavia, gli studenti, spesso creatori di contenuti sui social media, preferiscono altre applicazioni che garantiscono un facile assemblaggio di immagini, video clip e didascalie e titoli nonché di brani musicali liberi da copyright. Ribadisco che il docente non dovrebbe preoccuparsi troppo delle conoscenze tecniche del video-making perché questa generazione di *digital native* apprende molto intuitivamente.

Nel valutare l'aspetto grafico del video uno degli elementi fondamentali è **l'utilizzo di immagini evocative** e, quindi, non semplicemente decorative, il cui scopo è quello di sottolineare e amplificare il messaggio che viene presentato. Ultimamente, al posto delle immagini vengono utilizzati brevi **videoclip** che forniscono maggiore dinamicità al video. Le possibilità di arricchire il video con effetti speciali sono tante e dipendono dal software utilizzato, i più comuni sono gli **effetti di transizione**, il **time-lapse** o **slow-motion** e **animazioni** di vario tipo.

Il **brano musicale** di sottofondo dovrebbe, allo stesso modo, essere coerente con il messaggio che si vuole trasmettere, pertanto, anche questo aspetto può essere considerato nella valutazione finale. Il

rispetto del copyright, soprattutto in relazione a immagini e musica deve essere assolutamente osservato, tuttavia, molti software propongono una gamma di opzioni fornite dalla software-house gratuitamente.

Quali competenze?

La creazione di un video rappresenta, quindi un'opportunità per sviluppare e valutare le 8 Competenze Chiave europee del 2018.

Figura 4 - Le 8 Competenze Chiave Europee del 2018

La **Competenza Alfabetico Funzionale** è messa alla prova attraverso la ricerca delle fonti, la selezione delle informazioni e, infine, la produzione dello script. La **Consapevolezza Culturale e Espressione** fa riferimento alle strategie utilizzate per fare presa sull'audience che devono essere studiate in funzione della target al quale ci si rivolge. La **Competenza Imprenditoriale** si può misurare in funzione della capacità organizzativa dello studente, della sua capacità di rispettare le scadenze e della sua capacità di dimostrare resilienza nella risoluzione dei problemi, anche tecnici. Sapersi mettere in gioco proponendo la propria immagine, o anche solo la propria voce narrante, sviluppa la **Competenza Personale e Sociale**. Dalla mia esperienza personale, posso affermare che il video rappresenta uno strumento che favorisce l'inclusione: non sono rari i casi di studenti con disturbi di apprendimento che trovano nel video uno strumento che li mette a loro agio rispetto all'interazione diretta davanti a un pubblico. A ciò si aggiunge l'uso limitato del codice scritto rispetto a codici audio-visivi più idonei a studenti DSA.

Se il video viene proposto come lavoro di gruppo anche la competenza sociale viene sviluppata in quanto il prodotto finale è il risultato di una collaborazione in cui ognuno ha svolto un ruolo e le decisioni comuni sono il frutto di una negoziazione. Ovviamente la **Competenza Digitale** è il perno di sviluppo del progetto, mentre competenze in ambito **STEM, Cittadinanza o Multilinguistica** dipendono dal tipo di tematica trattata.

Conclusione

Il pubblico al quale il video si rivolge può essere facilmente individuato fra le famiglie degli studenti.

Dai tempi della DaD abbiamo inaugurato una tradizione di "online party" di fine anno in cui gli studenti coinvolgono le famiglie in un incontro serale tramite GMeet per mostrare i loro lavori e illustrare il loro percorso formativo dell'anno. E' un modo piacevole e non impegnativo per le famiglie per conoscere cosa si fa a scuola. In questo modo si costruisce un ponte di comunicazione fra docenti e genitori. L'organizzazione dell'evento è affidata agli studenti che predispongono la scaletta della serata, scelgono i prodotti da mostrare e gestiscono il tempo per mantenere vivo l'interesse del pubblico.

In conclusione, la produzione di video è un modo coinvolgente e stimolante per sviluppare la creatività degli studenti e, allo stesso tempo, per avvicinarsi al mondo dei media in modo consapevole e responsabile.

Ricordando il grande Sir Ken Robinson nel suo celebre Ted Talk "Do schools kill creativity?"[3], lavoriamo per dare spazio alla creatività!

Elena Balestrazzi

Docente di lingua inglese presso Liceo Linguistico e membro Equipe Formativa Territoriale Emilia Romagna

[3] https://www.ted.com/talks/sir_ken_robinson_do_schools_kill_creativity?language=en