

**Il progetto raccontato**

Benvenuti a questo nuovo Deep Dive. Oggi eh ci tuffiamo in una proposta specifica nata dai biblio volontari. Esatto. La numero tre, quella di Redigonda Giorgio. L'idea, beh, è usare il digitale per le nostre tradizioni orali. Mi sembra molto attuale. Sì, guarda, in pratica si tratta di mettere in piedi un gruppo, un gruppo che crei contenuti digitali, video, testi, magari podcast. Ah, interessante. Sulle tradizioni, sui racconti popolari locali e il documento che abbiamo è quasi beh è una guida, una guida molto dettagliata per lanciare questi, come li chiama? Cantastorie digitali. Cantastorie digitali. Bello. Allora, l'obiettivo di oggi è proprio capire come funziona questa guida, vero? Sviscerare un po' la struttura, le fasi, proprio così. Vedere come questa proposta suggerisce di partire. Ok, allora partiamo. Fase uno, le fondamenta, diciamo. Cosa dice la guida? Da dove si inizia? Beh, la prima cosa che sottolinea e mi sembra giustissimo È prima ancora di cercare chi dà una mano, servono obiettivi chiari, una strategia, giusto per non disperdere energie, immagino, soprattutto se si lavora con volontari. Esatto. Sembra banale, ma è cruciale. Quindi i passaggi chiave sono trovare un nome, uno che funzioni, tipo Voci della tradizione o canta storie digitali stesso che hai citato. Sì, appunto. Poi definire bene la mission, cioè cosa vuoi fare, ricercare, documentare, condividere queste storie. È la vision. Dove vuoi arrivare? Magari diventare un punto di riferimento, no? Certo. E poi insisti molto sulla nicchia, ho visto. Perché? Sì, questo è un punto forte della proposta. Dice partite piccoli, focalizzati o geograficamente, che so le leggende lombarde che menziona il drago Tarantasio, il lago di Como. Ah, ok. Quindi proprio su un'area specifica, oppure tematicamente creature fantastiche, leggende legate ai castelli, ai riti. Il punto è meglio approfondire bene un argomento specifico all'inizio, piuttosto che cercare di fare tutto e male. Proprio così. Costruisci un pubblico fedele. Eviti l'errore tipico di tanti progetti volontari che parlano troppo larghi. Nicchia definita, target identificato, appassionati, studenti, turisti, magari italiani all'estero. E poi chi fa il lavoro? Il team. Esatto. Fase due, il team. Qui la guida è chiara. Servono competenze diverse che si completino. Non un esercito, eh, ma chiave tipo, beh, ci vuole chi cerca le storie e le sa raccontare, lo storyteller, chi le scrive bene per i vari formati, quindi sceneggiatore o copywriter, ok? Poi ovviamente chi fa i video, chi li monta, chi si occupa dell'audio per i podcast e fondamentale oggi chi gestisce i social e la diffusione. Praticamente una piccola redazione multimediale. Ma sono volontari? Dove li trovi con queste competenze? È bella domanda. La guida suggerisce di partire dalla cerchia di amici, conoscenti, ma anche molto interessante cercare in gruppi social specifici, tipo gruppi Facebook di video hacker o appassionati di storia locale, proprio quelli o anche collaborare con associazioni culturali, le Proloco, per esempio, o coinvolgere studenti, magari da lettere, beni culturali, accademie. Ok, chiaro. Strategia, team e poi si inizia a produrre. Fase 3, l'azione. Come si organizza il lavoro? Qui la parola chiave è organizzazione. Si suggerisce un brainstorming per scegliere le prime storie, magari 5 o 10 per iniziare e poi fondamentale un calendario editoriale condiviso. Ha quindi strumenti tipo Trello, Asana, cose così. Sì, la guida li menziona non per burocratizzare, ma per rendere chiaro chi fa cosa e quando. Con i volontari è essenziale, sai? Certo, per non sovrapporsi o lasciare buchi. E che tipo di contenuti si potrebbero creare concretamente? Guarda, la guida è molto pratica qui per i video, suggerisce mini documentari, immagini dei luoghi, magari animazioni, la narrazione sotto, oppure interviste a esperti locali, anziani. Bello. E dove pubblicarli? YouTube. YouTube, sì, ma anche formati più brevi per Instagram, reels, TikTok, per catturare anche l'attenzione più veloce, no? Giusto. E per l'audio? Podcast. Podcast, certo, magari narrazioni immersive, effetti sonori, oppure tavole rotonde, discussioni tra i membri del gruppo, piattaforme come Spotify, Apple Podcasts, quelle classiche e la scrittura non la trascura, spero. No, no, anzi, blog o newsletter per approfondimenti, per citare le fonti, utile anche per essere trovati online e poi post sui social, magari carousel su Instagram, thread su ex, quindi un mix di formati e menziona anche strumenti pratici. Sì, oltre a Trello Asana per l'organizzazione suggerisce Slack o WhatsApp per comunicare velocemente, va per fare grafiche pulite senza essere grafici professionisti e anche risorse per musica royalty free tipo epidemic sound artist per dare un tocco pro senza problemi legali. Sembra davvero una guida ben pensata, molto concreta, però come dicevi creare i contenuti è solo una parte, bisogna farli conoscere. Fase 4, la distribuzione. Esatto. E la guida lo dice chiaro, la creazione è metà del lavoro, non basta pubblicare e sperare. E quindi che strategie suggerisce? Un approccio attivo. Usare i social non solo per postare il contenuto finale, ma anche per far vedere il dietro le quinte, il lavoro del gruppo. Questo crea coinvolgimento. Ah, interessante. Tipo work in progress. Sì. E poi collaborare con altri creator che parlano di temi simili, creare una community, magari con un hashtag dedicato, tipo hashtag canantastorie digitali che propone la guida stessa e non sottovalutare la stampa locale che spesso è molto interessata a che valorizzano il territorio. Quindi, riassumendo, l'idea di questi cantastorie digitali è beh, è un modo strutturato e moderno per non perdere il nostro patrimonio orale, le storie locali. Proprio così, un ponte tra passato e futuro di digitale, un progetto che può unire persone e dare, diciamo, nuova vita a storie che altrimenti rischierebbero di scomparire nel nulla. Sì, ridare voce a queste tradizioni. Bello. E questo ci porta alla riflessione finale per chi ci ascolta, no? Direi di sì. Ecco. La domanda potrebbe essere questa: in che modo questa digitalizzazione, questa diffusione così facile dei racconti popolari locali, come potrebbe influenzare il senso di appartenenza di una comunità, la connessione con il passato, specialmente magari tra le generazioni più giovani? Bella domanda su cui riflettere.

1.9

**Conclusioni del testo**

Questo estratto presenta una guida dettagliata per l'iniziativa "Cantastorie Digitali", un progetto volto a preservare e rivitalizzare le tradizioni orali locali attraverso l'uso del digitale. La discussione si articola in quattro fasi cruciali: la prima enfatizza la necessità di obiettivi chiari, una mission e una vision ben definite, e la scelta di una nicchia specifica per evitare la dispersione di energie. La seconda fase si concentra sulla costruzione di un team multidisciplinare di volontari, individuando le competenze essenziali come storyteller, sceneggiatori, videomaker e gestori di social media. La terza fase descrive l'organizzazione del lavoro e la produzione di contenuti multimediali (video, podcast, testi) con l'ausilio di strumenti collaborativi e un calendario editoriale. Infine, la quarta fase sottolinea l'importanza della distribuzione e promozione attiva dei contenuti attraverso social media, collaborazioni e stampa locale, per garantire che queste storie non solo vengano create, ma anche ampiamente conosciute e apprezzate.

Il testo presenta un "Deep Dive" su una proposta specifica, la numero tre di Redigonda Giorgio, che mira a utilizzare il digitale per preservare e diffondere le tradizioni orali locali. L'idea centrale è creare un gruppo di "Cantastorie Digitali" che produca contenuti multimediali (video, testi, podcast) basati su racconti popolari e leggende. La discussione esplora una guida dettagliata per lanciare questo progetto, articolata in quattro fasi chiave: le fondamenta (definizione di obiettivi, missione, vision e nicchia), il team (individuazione di ruoli e competenze diverse, ricerca di volontari), l'azione (organizzazione del lavoro, brainstorming per le storie, calendario editoriale e tipologie di contenuti da creare) e la distribuzione (strategie per la diffusione dei contenuti e il coinvolgimento della comunità). L'obiettivo finale è creare un ponte tra passato e futuro, ridando vita e voce a storie locali che altrimenti rischierebbero di scomparire, e si riflette sull'impatto di tale digitalizzazione sul senso di appartenenza comunitario, specialmente tra le nuove generazioni.

1.8

PE-1380-progetto-volontari.mm - Il progetto, ormai già avviato e destinato alla maturità di ottobre 2025.

VOLONTARI del progetto Creazione gruppi di volontari per vari progetti

Le proposte:

- 1 - Proposta cinemino con proiezioni serali a partire da ottobre nella biblioteca di Spazio27b - ipotesi film tratti da libri
- 2 - Biblioteca in tour con letture itineranti e possibilità di raggiungere quartieri/parchi/aree dove ancora non siamo conosciuti (da strutturare per la prossima primavera)
- 3 - Tradizioni e racconti da raccogliere in un video o libro - ricette originali e variazioni sul tema
- 4 - RSA proiezione del docufilm "regalaci la tua storia"
- 5 - Letture animate in biblioteca 3-6 anni individuare un tema che faccia da filo conduttore e attivare gruppo
- 6 - Musica, lavoro su dialetto e canzoni da "osteria", giochi di una volta
- 7 - Buone pratiche di sostenibilità: attività di lettura o laboratorio sulle buone pratiche di educazione civica
- 8 - Letture animate dallo scrittore del libro stesso (autori del gruppo volontari)

1.1

PE-1300-10

Generatore di idee Ciao! Ottima idea quella di usare Mastodon per condividere la tua passione per la storia locale! Per rendere i tuoi post più coinvolgenti e raggiungere più residenti, ecco qualche spunto:

Racconta storie, non solo fatti: Invece di limitarti a date e nomi, cerca di narrare aneddoti, curiosità e piccoli retroscena che rendano la storia più viva e interessante per chi legge. Pensa a come la vita quotidiana delle persone è cambiata nel tempo nel tuo territorio.

Usa immagini e video accattivanti: Un bel video o una foto d'epoca del tuo paese possono catturare subito l'attenzione. Brevi clip dei tuoi filmati storici, magari con un piccolo commento introduttivo, sono perfetti per incuriosire.

Fai domande e crea interazione: Incoraggia i residenti a condividere le loro memorie, foto di famiglia o aneddoti legati ai luoghi che presenti. Potresti lanciare un "angolo dei ricordi" settimanale o chiedere "Qual è il vostro ricordo più antico di questo posto?".

Organizza "passeggiate virtuali nella storia": Crea dei thread in cui racconti la storia di un luogo specifico del tuo paese, magari accompagnando i tuoi post con foto attuali e d'epoca dello stesso angolo.

Sfrutta gli hashtag locali: Usa hashtag specifici del tuo comune o della tua zona, come #LegnanoStoria, #MemorieLegnanesi, #StoriaLocaleLombardia. Questo aiuterà le persone interessate a trovare i tuoi contenuti più facilmente.

Collabora con altre realtà locali: Potresti entrare in contatto con associazioni culturali, biblioteche o altri appassionati di storia locale presenti su Mastodon per promuovere a vicenda i vostri contenuti e raggiungere un pubblico più ampio.

Sii costante e paziente: Costruire una community richiede tempo. Pubblica regolarmente contenuti interessanti e interagisci con chi ti segue.

C'è qualche aspetto in particolare su cui vorresti concentrarti o hai già qualche idea che vorresti sviluppare? Fammi sapere!

1.7

Proposta n. 3

By Redigonda Giorgio

Nota: Ho tutto pronto, rodato e collaudato. Mancano i volontari che intendono aderire.

Creazione di un gruppo con finalità di creare video, testi, podcast sul tema "tradizioni e racconti popolari" "Mostra il processo elaborativo"

Ottima idea! Creare un gruppo per produrre contenuti su tradizioni e racconti popolari è un modo fantastico per preservare e diffondere un patrimonio culturale di inestimabile valore. Ecco una guida strutturata per avviare il vostro progetto, dalla definizione del gruppo alla creazione dei contenuti.

Progetto "Cantastorie Digitali": Guida alla Creazione di un Gruppo Creativo L'obiettivo è creare un collettivo appassionato e organizzato. Ecco come procedere passo dopo passo.

Fase 1: Definizione del Progetto e Strategia (Le Fondamenta) Prima di cercare i membri, è fondamentale avere le idee chiare.

- 1) - Nome del Gruppo/Progetto: Trovate un nome che sia evocativo e facile da ricordare. Esempi: "Voci della Tradizione", "Radici Narranti", "Cantastorie Digitali", "Italia Dimenticata".
- 2) - Mission e Vision: -- Mission (Cosa fate): "Il nostro obiettivo è ricercare, documentare e condividere le tradizioni e i racconti popolari italiani attraverso video, podcast e testi per renderli accessibili a un nuovo pubblico." -- Vision (Dove volete arrivare): "Vogliamo diventare un punto di riferimento autorevole e coinvolgente per la riscoperta del folclore italiano, creando una community di appassionati."
- 3) - "Identificazione della Nicchia: "Tradizioni e racconti" è un campo vasto. Per iniziare, potreste concentrarvi su: -- Un'area geografica: Visto che vi trovate in Lombardia, potreste iniziare con le leggende lombarde (es. la storia del drago Tarantasio, le leggende del Lago di Como, le streghe della Valcamonica) per poi espandervi. -- Un tema specifico: Creature fantastiche (orchi, fate, folletti), leggende legate a castelli e borghi, riti e feste pagane, racconti legati a cibi e ricette, figure di santi e briganti.
- 4) - Definizione del Target: A chi vi rivolgete? 4.1) - Appassionati di storia e folclore. 4.2) - Studenti e insegnanti in cerca di materiale didattico. 4.3) - Viaggiatori e turisti interessati alla cultura locale. 4.4) - Italiani all'estero che vogliono riscoprire le proprie radici.

1.2

Il progetto è partito in proprio e in attesa di volontari, a fine ottobre, non solo progetto e iniziato volontariamente, ma è anche talmente maturo da terminare.

1.10

Fase 4: Distribuzione e Crescita (Farsi Conoscere) Creare ottimi contenuti è solo metà del lavoro. Sfruttate i Social: Create profili dedicati al progetto (es. Instagram, Facebook, TikTok) e condividete non solo il contenuto finale, ma anche il "dietro le quinte" (le vostre ricerche, le sessioni di registrazione, le visite ai luoghi). Collaborate: Contattate altri creator che trattano temi simili (storia, viaggi, mistero) per fare dirette insieme o promuovervi a vicenda. Create una Community: Fate domande al vostro pubblico, invitateli a condividere i racconti dei loro nonni, create un hashtag per il vostro progetto (es. #CantastorieDigitali). Contattate la Stampa Locale:

Conclusioni Un progetto sulla riscoperta del territorio è spesso di interesse per i giornali e le radio locali. In bocca al lupo per questa meravigliosa avventura! È un progetto con un potenziale enorme, capace di unire persone e di ridare vita a storie che meritano di non essere dimenticate.

1.5

Argomenti di discussione:

Medioevo in Legnano - in cucina (non come riette, ma come era normalmente intesa l'alimentazione quotidiana. Personaggi storici Legnanesi- Giochi di cortile dei bambini Filastrocche e tiretere in dialetto il dialetto legnanese. Voci ancora vive della zona. Evoluzione del quartiere Canazza. Milano nei secoli Leggende milanesi storie di cortile e di corriera. Racconti fantastici. Parlare e fiato Proverbi milanesi Conoscere storicamente i paesi vicini. Il Barbarossa raccontato. Racconta storie, non solo fatti: Dialetto locale parlato: podcast e video

1.6

Fase 2: Creazione del Gruppo di Lavoro (Il Team) Un buon team ha competenze diverse ma complementari. Non serve che una persona faccia tutto. Ruoli Chiave da Ricoprire:

- Il Ricercatore / Lo Storyteller (Il Cuore): La persona che scova le storie, consulta libri, archivi, e magari intervista anziani del posto. È l'anima del progetto.
- Lo Sceneggiatore / Il Copywriter (La Voce): Adatta le storie grezze ai diversi formati. Scrive i testi per i video, i copioni per i podcast e gli articoli per un eventuale blog.
- Il Videomaker / Montatore (L'Occhio): Si occupa delle riprese video (che possono essere anche animazioni, riprese di luoghi, o interviste) e del montaggio.
- Tecnico Audio / Producer Podcast (L'Orecchio): Registra le voci, cura il sound design (musiche, effetti sonori) e monta gli episodi del podcast.
- Il Social Media Manager / Divulgatore (Il Megafono): Gestisce i canali social, pubblica i contenuti, interagisce con la community e promuove il progetto. Come Trovare i Membri: Cerchia di amici: Iniziate dalle persone che già conoscete. Gruppi Facebook/Social: Cercate gruppi di videomaker, podcaster, scrittori, appassionati di storia locale della vostra zona (es. "Videomaker Lombardia", "Appassionati di storia milanese"). Associazioni Culturali: Contattate le Pro Loco, associazioni storiche o culturali del territorio. Spesso sono entusiaste di collaborare. Scuole e Università: Studenti di Lettere, Beni Culturali, Accademie di Belle Arti o scuole di cinema potrebbero essere interessati a fare esperienze.

1.3

Fase 3: Flusso di Lavoro e Produzione Contenuti (L'Azione)

Una volta formato il gruppo, definite un processo chiaro. - Brainstorming e Calendario Editoriale: - Decidete insieme le prime 5-10 storie da raccontare. - Create un calendario editoriale condiviso (usando strumenti come Google Calendar, Trello o Asana) per pianificare le uscite: es. un video ogni due settimane, un podcast a settimana.

2) - Produzione dei Contenuti (Esempi Pratici):

VIDEO: Formato "Documentario Breve": Raccogliete immagini dei luoghi dove è ambientata la leggenda (es. un castello, un bosco in Lombardia), unitele a illustrazioni o animazioni semplici, con una voce narrante che racconta la storia. Formato "Intervista": Trovate un esperto locale, uno storico o un anziano del paese e intervistatelo. Piattaforme: YouTube (per contenuti più lunghi), Instagram Reels/TikTok (per aneddoti brevi e curiosità). PODCAST: Formato "Narrazione Immersiva": Un narratore racconta la storia con l'aggiunta di musiche suggestive ed effetti sonori (il vento in un bosco, lo scricchiolio di una porta). È un formato molto potente per il folclore. Formato "Tavola Rotonda": Due o tre membri del gruppo discutono di una tradizione, analizzandone le origini e i significati. Piattaforme: Spotify, Apple Podcasts, Google Podcasts, Spreaker. TESTI: Blog/Newsletter: Scrivete articoli di approfondimento sulla storia, con fonti, immagini e curiosità. Questo aiuta anche a posizionarvi su Google. Post sui Social: Create carousel su Instagram con illustrazioni e testi brevi, o thread su X(Twitter) che riassumono una leggenda. Piattaforme: Un blog personale (WordPress, Medium), Substack, Facebook, Instagram. 3) - Strumenti Utili: Organizzazione: Trello, Asana, Google Drive (per condividere file). Comunicazione: Slack, Discord o un semplice gruppo WhatsApp. Musica e Suoni (Royalty-Free): Epidemic Sound, Artlist, YouTube Audio Library. Grafica Semplice: Canva.

1.4