



**Team
Up!**

Suggerimenti per la diffusione dei prodotti mediatici

- Video / cortometraggi
- Podcast
- Mostra Fotografica

Il Manuale è stato elaborato nell'ambito del progetto Team Up! - Media for Adult Education (n° 2021-1-FR01-KA220-ADU-000030069), grazie al supporto del programma Erasmus+ dell'Unione Europea. I punti di vista e le opinioni espresse sono quelle degli autori e delle autrici (4Change, ERIM, FORMA.Azione e Karpos), e non riflettono necessariamente quelle dell'Unione Europea o dell'Agenzia Esecutiva Europea per l'Istruzione e la Cultura (EACEA). Pertanto, né l'Unione Europea, né l'EACEA possono essere ritenute responsabili per i contenuti del documento.

Team Up! è un progetto europeo trasversale che ha l'obiettivo di promuovere l'alfabetizzazione digitale e mediatica (MIL) delle persone adulte attraverso la produzione di strumenti mediatici e digitali nell'Europa meridionale.

In questo contesto, i 4 partner del progetto, 4Change (Portogallo), FORMA.AZIONE (Italia), KARPOS (Grecia) ed ERIM (Francia) hanno elaborato il presente manuale come prosecuzione delle Linee Guida sulla MIL, inserendovi 30 strumenti sulla MIL riguardanti temi che vanno dal pensiero critico sulla MIL alla propaganda ed il Programma per la realizzazione di workshop sulla MIL.

Dopo aver frequentato la formazione sulla MIL, avete acquisito delle competenze tali da creare autonomamente dei prodotti mediatici. Questo documento offre dei suggerimenti e consigli per diffondere in modo efficace i vostri video, podcast e composizioni fotografiche.

Table of contents

Prima di condividere la vostra opera	5
Durante la diffusione dei video	5
Prima di condividere il podcast	7
Come diffondere il podcast?	7
Come descrivere la mostra	12

Diffusione di un video / cortometraggio

Prima di condividere la vostra opera

1. Inserite il riferimento ai “Creative Commons” al termine del video. Potete scegliere la licenza che più fa al caso vostro, a seconda dell'obiettivo, [su questo sito web](#).
2. Assicuratevi che tutte le persone apparse nel vostro video abbiano dato il proprio consenso, firmando un'autorizzazione all'utilizzo delle immagini e delle riprese (per i/le minori, il modulo deve essere firmato dai genitori o chi ne fa le veci).
3. Assicuratevi di inserire quanto segue al termine del vostro video:
 - a. Il logo dell'UE;
 - b. La seguente dicitura: “La Commissione Europea non è responsabile per il contenuto di questa pubblicazione”. All'interno del campo della descrizione, inserite altre fonti da cui è possibile ottenere maggiori informazioni su Erasmus+, indicando: “Per maggiori informazioni sul programma Erasmus+: <https://erasmus-plus.ec.europa.eu/>”

Durante la diffusione dei video

FASE 1: DOVE CONDIVIDERE I VIDEO?

- a. YouTube
- b. Facebook (anche con Watch)
- c. Instagram, tramite IGTV, reel e post
- d. Pinterest
- e. Tik Tok
- f. Twitter

FASE 2: COME CONDIVIDERE I VIDEO?

1. Condividete il video innanzitutto sui profili dei social media, vostri personali o creati appositamente per il video, qualora non vogliate essere riconosciuti/e. La miglior piattaforma per la condivisione del

video è YouTube, dato che è la più utilizzata; dopodiché il link può essere condiviso su Facebook e/o Twitter.

2. Quando condividete il vostro video sui social media, prestate attenzione a:

- a. Il titolo dell'opera;
- b. Gli hashtag, ossia #immigrazione, #personeinmovimento #immigrati, ecc. se il vostro elaborato riguarda l'immigrazione;
- c. Aggiungete sempre una descrizione al video (vedi sezione successiva);
- d. Taggate le persone che appaiono nel video e che hanno contribuito alla sua realizzazione (**solo** se sono d'accordo!).

FASE 3: DARE VISIBILITÀ AI VIDEO!

1. Utilizzate delle parole chiave per dare maggiore visibilità ai video e non siate prolissi/e (circa 3 frasi) nella descrizione, affinché rientri nell'apposito riquadro. Una descrizione efficace dovrà fare riferimento ad informazioni chiave del video: cosa imparerà il pubblico? Perché il video è nuovo, utile e rilevante per chi lo guarda?

2. Per il titolo: Ponete una domanda (ad es. "Cosa ho fatto?!") o andate dritti/e al punto (ad es. "Come fare un nodo alla cravatta")

3. Non dimenticate il thumbnail che gioca un ruolo fondamentale nella diffusione, anche rispetto a come gli algoritmi di YouTube tratteranno il video. Al momento di caricare il video, potete scegliere di aggiungere un'immagine di anteprima ed un titolo (o una versione breve del titolo o una sua riformulazione) scritto in caratteri grandi sull'immagine.

4. Gli/le utenti del web raramente guardano video che durano più di 2 minuti: Se il vostro video dura più di 2 minuti, scegliete le parti migliori del video per creare un "trailer", prima di dividerlo sui social media tramite il link di YouTube.

Diffusione di un podcast

I podcast sono uno strumento molto popolare, dato che gli ascoltatori e le ascoltatrici possono accedere ai vostri contenuti da qualsiasi luogo (trasporti, lavoro...). Come spesso accade, le piattaforme sono fondamentali: esse infatti rendono più facile per chi presenta trovare il proprio pubblico e per gli ascoltatori e le ascoltatrici concentrarsi sui loro podcast. Se intendete creare un podcast e vi servono dei consigli, date un'occhiata a questo [manuale elaborato nell'ambito del progetto Speak Up!](#)

Prima di condividere il podcast

- Assicuratevi di aver indicato all'inizio del vostro podcast che: “Questo podcast è stato realizzato nell'ambito del progetto Team Up!, finanziato dal Programma Erasmus+ dell'Unione Europea.”
- All'interno del campo della descrizione, inserite altre fonti per maggiori informazioni su Erasmus+, indicando: “Per maggiori informazioni sul programma Erasmus+: <https://erasmus-plus.ec.europa.eu/>” e aggiungere “La Commissione Europea non è responsabile per il contenuto di questa pubblicazione..”
- Qualora intendiate continuare a realizzare dei podcast, provate a registrare 3 o 4 audio in anticipo rispetto all'inizio della trasmissione del vostro podcast. In tal modo, potrete aggiungere su base regolare dei nuovi episodi ed il vostro pubblico saprà in anticipo quando sarà trasmesso il prossimo podcast!

Come diffondere il podcast?

PRIMA DI DIFFONDERE IL PODCAST

Definite il vostro segno distintivo

Affinché il vostro podcast sia facilmente identificabile, prestate attenzione a questi dettagli:

- Trovate un titolo unico e distintivo per il vostro podcast. Per verificare che il titolo non sia già stato usato, date un'occhiata su iTunes, Deezer o Spotify.
- Trovate la intro e la coda del vostro podcast: aiuterete il pubblico a distinguerlo più facilmente.
- Scegliete una carta grafica (i colori che vi guideranno nella diffusione dei vostri podcast).

Descrizione del podcast

La descrizione del podcast spiega l'argomento della vostra trasmissione e cosa il pubblico si aspetterà di ascoltare. Una descrizione accattivante aiuterà ad attirare il pubblico, quindi pensate bene a questo aspetto! Ecco alcune dritte per creare la descrizione del vostro podcast:

- Nell'elaborare la descrizione, tenete sempre a mente le seguenti domande: **"Perché ascolterei questo podcast? Cosa ha di nuovo e originale?"**.
- **Spiegate il vostro podcast in modo chiaro e conciso.** Assicuratevi che la descrizione riassume il vostro podcast in 2 o 3 frasi.
- **Scegliete le parole chiave.** Prima di scrivere una descrizione, pensate ad un elenco di parole chiave che le persone potrebbero utilizzare per trovare il vostro podcast. Utilizzate le parole chiave nella descrizione per aumentare le probabilità che il podcast appaia nelle ricerche. In ogni caso, le parole chiave devono essere genuine e pertinenti, altrimenti gli algoritmi delle piattaforme di distribuzione bloccheranno gli audio.
- **Siate diretti/e.** Inserite più informazioni sulla trasmissione nel minor numero di parole possibili. Questo aiuterà a catturare l'attenzione sulla presentazione, che dovrà comunque essere chiara e diretta!

Ecco un [esempio da Riverside](#)¹: *"Chiunque vuole sapere cosa sta succedendo nel mondo, ma non tutti/e hanno il tempo o la pazienza di leggere la matassa di articoli di giornale disponibili. Unitevi al reporter*

¹ Riverside è un software audio e video con qualità da studio, con grande tradizione nel campo dei podcast.

veterano in pensione il Corrispondente Jack, che ogni settimana fa un punto sulle storie più importanti provenienti da tutto il mondo. State al passo con gli eventi e l'attualità, ascoltando un'oretta di notizie mirate e selezionate."

A questo punto, concentratevi sulla diffusione!

Affinché il vostro podcast sia trasmesso su tutte le piattaforme, il file audio deve essere innanzitutto messo online. Come? Una volta registrato il podcast, caricate i file audio sull'host, che creerà automaticamente il cosiddetto feed RSS.

DOVE DIFFONDERE IL PODCAST?

- Il **feed RSS** è obbligatorio per registrare il vostro podcast su applicazioni e/o piattaforme come Deezer, Spotify, SoundCloud o iTunes. In questo modo, le piattaforme possono avere accesso ai dati del vostro podcast (immagini, titolo, presentazione, file audio, ecc.) e mostrare automaticamente sulla loro interfaccia i nuovi episodi che mettete online.
 - Per registrare il vostro podcast su Deezer, Spotify, o Itunes, potete seguire i suggerimenti presenti su queste pagine: [Deezer](#), [Spotify](#), Apple Podcasts, SoundCloud, Google Podcasts
 - Più saranno le piattaforme su cui caricherete i vostri podcast, maggiore sarà la loro visibilità, nonché il coinvolgimento del pubblico rispetto ai contenuti.
- **L'alternativa YouTube:** anche se di norma è più utilizzato per i video, potete condividere i vostri podcast anche su questa piattaforma. Basta caricare l'audio ed un'anteprima con la locandina del vostro canale podcast per tutto il video. L'unico aspetto negativo è che gli episodi devono essere caricati manualmente. Tuttavia, sempre più persone usano YouTube per i podcast, anche come strumento promozionale!
- Se avete un blog, potete **decidere di utilizzare un lettore integrato**. Il podcast apparirà sulla vostra piattaforma (attraverso un codice integrato, fornito da tutte le piattaforme di podcast) ed i visitatori e le visitatrici potranno ascoltarlo.

Condividetelo

- Inserite un link al podcast nei vostri tweet o post di Facebook.
- Condividete il vostro podcast più e più volte su tutti i social media.
- Condividetelo con amici e familiari! Il passaparola è il modo più efficace per far conoscere il vostro podcast.
- Create delle immagini con citazioni su Canva. Condivideteli come aggiornamenti social distinti, con un link al podcast.
- Personalizzate il vostro post a seconda del social media utilizzato. Quello che funziona su Facebook, non va necessariamente bene anche per Twitter:
 - Facebook, ad esempio, consente dei post più lunghi e delle discussioni più approfondite.
 - Twitter è fatto per aggiornamenti brevi.
 - I post di Instagram saranno efficaci solo se corredati da un'immagine forte.
- Inserite il vostro podcast nella firma della vostra e-mail.

Promozione delle mostre fotografiche

Se si vuole promuovere una mostra fotografica, bisogna spargere la voce al riguardo, dato che tale forma di prodotto mediatico può raggiungere il suo scopo solo se coinvolge il pubblico.

Una volta risolti gli aspetti logistici (ad es., budget adeguato, spazio per la mostra, o su piattaforma digitale, se si intende realizzarla online, ecc.), ecco alcune dritte per spargere la voce sulla vostra mostra fotografica, dopo che avrete scelto dove realizzarla:

- Convidete le informazioni sull'evento nel dipartimento culturale comunale o presso altre istituzioni rilevanti;
- Convidete la data, ora, indirizzo, locandina, descrizione della mostra su tutti i social media, compresi i vari gruppi (ossia Facebook e Instagram, specialmente utilizzando hashtag). Inserite anche delle ulteriori informazioni sull'apertura e su possibili eventi come discussioni, visite guidate, incontri con artisti/e, tavole rotonde...Creare questi eventi attorno alla mostra aiuterà ad attirare più persone ed a farle calare nel tema della vostra mostra, diventando ambasciatrici delle vostre opere nelle proprie comunità;
- Contattate giornali, blogger riviste locali, centri della comunità, spazi creativi, scuole d'arte, gallerie fotografiche, circoli di fotografia, biblioteche, musei, utilizzate un tipo di promozione mirata sui social media per individuare persone interessate al tema della vostra mostra, ma anche ai campi dei media, della fotografia e delle arti.
- Stampate e distribuite le locandine della mostra in luoghi pubblici e rilevanti, come gli art café, le gallerie, i musei, le biblioteche. Potete anche lasciare dei volantini / cartoline della vostra mostra. Se la vostra comunicazione stampata è visivamente accattivante e fornisce informazioni sull'evento, il pubblico non tarderà ad arrivare.

Come descrivere la mostra

La descrizione della mostra è il terzo punto di contatto che visitatori e visitatrici avranno con essa, dopo aver visto la locandina ed il titolo. Ecco perché è fondamentale che la descrizione spieghi le idee, i temi, le ispirazioni ed i concetti alla base della vostra mostra.

FASE 1: DI COSA TRATTA LA MOSTRA?

Per coinvolgere il pubblico e far sì che capisca le vostre opere, assicuratevi che l'idea madre appaia nella descrizione. In questo modo il pubblico potrà capire le vostre opere ed il processo alla loro base...E concentratevi sulle cose più importanti: Parlate solo della mostra, non della vostra biografia!

Dedicate un documento, pagina o spazio distinto per la vostra biografia. La vostra biografia non aiuterà il pubblico a comprendere la mostra, di cosa tratta ed il messaggio che volete condividere.

Tenete a mente che la descrizione della mostra è una dichiarazione. Qual è il messaggio principale della mostra? Qual è l'obiettivo? Perché è originale e innovativa? Perché avete scelto quel tema e per quale motivo è rilevante e interessante? Cosa imparerà il pubblico? Qual è il tema centrale? Quale prospettiva avete adottato per affrontare il tema e perché? Qual è il contesto della mostra a livello tematico e/o regionale?

FASE 2: NON UTILIZZATE TECNICISMI

Non tutti hanno familiarità con l'arte ed i suoi svariati concetti: siate concreti/e nell'esposizione e spiegate brevemente i concetti a cui fate riferimento, senza renderli troppo astratti per il pubblico e senza dare troppe informazioni tecniche nella descrizione.

FASE 3: LA DESCRIZIONE DELLE IMMAGINI DEVE ESSERE BREVE

Poiché vorrete dire tante cose alle persone su ciascuna fotografia (ed è normale!), avrete la tentazione di scrivere molto su ogni immagine. Ma affinché il pubblico assorba tutte le informazioni, concentratevi

sull'idea e/o il concetto principale della fotografia. Provate a riassumerlo inserendo:

- Titolo dell'opera
- Mezzo
- Data

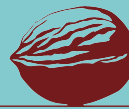
Quando scrivete la descrizione di un'immagine, considerate che:

- Le descrizioni vengono lette in modo autonomo dagli altri e che non tutti i visitatori e le visitatrici leggeranno tutte le descrizioni. Aggiungete una panoramica delle vostre pratiche creative, del concetto, ecc.
- Quando fate riferimento ad uno specifico periodo o movimento artistico, provate a riassumerlo in una frase.
- Siate concisi/e, inserendo solo le informazioni essenziali e più originali, che diano valore aggiunto alle immagini, alla mostra ed a ciò che vuole raccontare.
- Raccontate una breve storia sull'immagine (non ovviamente tutte le immagini presenti in mostra!). Cosa è avvenuto prima di questa immagine? Qual è il contesto in cui è stata creata? Perché è innovativa e originale? Qual è il suo contributo al programma della mostra? Chi sono le persone o quali sono i luoghi mostrati nell'immagine? E perché sono così importanti? C'è un aneddoto legato a questa immagine?

Team Up! - Media for Inclusion
is implemented by



FORMA.Azione



karpos