



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

**Team
Up!**

**Dicas de comunicação:
podcasts, vídeos e
exposições de fotografia**

Estas **Dicas de Comunicação: podcasts, vídeos e exposições de fotografia** foram desenvolvidas pelo projeto Team Up! - *Media for Adult Education / Os média na inclusão de pessoas adultas* (2021-1-FR01-KA220-ADU-000030069), com o co-financiamento do programa Erasmus+ da União Europeia.

O conteúdo deste manual é da exclusiva responsabilidade de ERIM, FORMA.Azione e KARPOS e 4Change - e não reflete necessariamente os pontos de vista da União Europeia.

Índice

Divulgação de um vídeo/curta-metragem	6
Divulgação de um podcast	8
Promoção da sua exposição fotográfica	11

Team Up! - *Media for Adult Education / Os média na inclusão de pessoas adultas* é um projeto inter-europeu que visa promover a literacia mediática (MIL) dos adultos e produzir meios de comunicação e ferramentas digitais no Sul da Europa.

Neste contexto, os 4 parceiros do projeto, 4Change (Portugal), FORMA.Azione (Itália), KARPOS (Grécia) e ERIM (França) desenvolveram este manual como uma continuação do [Manual de boas práticas para formação em Literacia mediática](#), onde encontrará as 30 ferramentas MIL, cobrindo tópicos desde o pensamento crítico MIL à propaganda e o [Currículo para Literacia mediática](#).

Na sequência da formação MIL que frequentou, desenvolveu competências para criar os seus próprios resultados mediáticos. Este documento fornece dicas e recomendações para divulgar eficazmente o(s) seu(s) vídeo(s), podcast(s) ou fotografia(s).

Divulgação de um vídeo/curta-metragem

Antes de partilhar o(s) seu(s) vídeo(s)

1. Adicione a menção "*Creative Commons*" no final do seu vídeo. Pode escolher qual é a melhor licença para si, dependendo do seu objetivo, [neste website](#).
2. Certifique-se de que todas as pessoas que aparecem no seu vídeo dão o seu consentimento, assinando uma autorização de utilização de imagens e filmagens (para menores, os seus pais ou representantes legais devem assiná-la).
3. Certifique-se de que adicionou a seguinte menção no final do seu vídeo:
 - a. O logótipo da UE.
 - b. Acrescentar a seguinte menção: "*A Comissão Europeia não é responsável pelo conteúdo da presente publicação*". Na descrição, não hesite em mencionar onde as pessoas podem obter mais informações sobre Erasmus+, indicando: «*Mais informações sobre o programa Erasmus+: <https://erasmus-plus.ec.europa.eu/>*»

Partilhar o(s) seu(s) vídeo(s)

Passo 1: Onde partilhar o(s) seu(s) vídeo(s)?

- YouTube
- Facebook (inclusive com Watch)
- Instagram, utilizando o IGTV, reels e publicações
- Pinterest
- Tik Tok
- Twitter

Passo 2: Como partilhar o(s) seu(s) vídeo(s)?

1. Comece por partilhar o seu trabalho na(s) sua(s) rede(s) sociais, seja na conta ou numa conta dedicada, se não quiser ser reconhecido. A melhor plataforma para partilhar o(s) seu(s) vídeo(s) é o YouTube, uma vez que é o mais utilizado. Poderá então partilhar o link no Facebook e/ou Twitter.
2. Ao partilhar o seu vídeo nas redes sociais, preste atenção a:
 - O título do seu trabalho;
 - As hashtags, i.e. #migrações, #pessoasemmovimento #pessoasmigrantes, etc. se o seu trabalho estiver relacionado com a migração;

- Adicione sempre uma descrição ao seu vídeo (ver secção seguinte);
- Identificar as pessoas que aparecem no vídeo e aquelas que contribuíram para o mesmo (**apenas** se concordarem!).

Passo 3: Impulsione o(s) seu(s) vídeo(s)!

1. Use palavras-chave para impulsionar o(s) seu(s) vídeo(s) e seja breve (cerca de 3 frases) para que a sua descrição apareça por completo na caixa de descrição. A descrição eficaz incluirá a informação chave sobre o vídeo: O que irá a audiência aprender? Porque é que este vídeo é novo, útil e relevante para eles ?
2. Para o título: Fazer uma pergunta (i.e., "O que fiz?!") ou ser direto (i.e., "Como amarrar um laço").
3. Não se esqueça da *thumbnail*, pois esta desempenha um papel na distribuição e na forma como os algoritmos do YouTube tratam o vídeo. Ao carregar o vídeo, pode optar por adicionar uma imagem de capa e o título (ou versão mais curta do título ou reformulação) escrito com letras grandes na imagem.
4. Os utilizadores da Internet raramente vêem um vídeo com mais de 2 minutos de duração: Se o seu vídeo durar mais de 2 minutos, não hesite em seleccionar as melhores partes do seu vídeo para produzir um "trailer", antes de o partilhar nas redes sociais e de o redireccionar para o YouTube.

Divulgação de um podcast

Os podcasts são muito populares porque podem ser ouvidos em qualquer lugar e em qualquer altura. Como de costume, as plataformas desempenham um papel importante: tornam mais fácil para os locutores encontrarem a sua audiência e para os ouvintes centralizarem os seus podcasts. Se quiser ou precisar de conselhos para desenvolver o seu podcast, [não hesite em consultar este manual desenvolvido durante o projeto Speak Up!](#)

Antes de partilhar o seu podcast

- Certifique-se de que mencionou no início do seu podcast que: "Este podcast foi feito no âmbito do projeto Team Up!, financiado pelo Programa Erasmus+ da União Europeia".
- Na descrição, mencionar onde as pessoas podem encontrar informações sobre o Erasmus+, indicando: "*Mais informações sobre o programa Erasmus+:* <https://erasmus-plus.ec.europa.eu/>" e acrescentar: "*A Comissão Europeia não é responsável pelo conteúdo desta publicação*".
- Se quiser continuar a fazer podcasts, tente registar 3 a 4 antes de começar a transmitir o seu podcast. Assim, poderá adicionar regularmente novos episódios, e o seu público saberá com antecedência quando irá transmitir o seu novo podcast!

1. Defina qual é a sua marca

Para que o seu podcast possa ser facilmente identificado, tenha cuidado com estes detalhes:

- Encontre um título único para o seu podcast que mais ninguém tenha. Pode fazê-lo percorrendo o iTunes, Deezer ou Spotify.
- Encontre *a sua* introdução e mensagem final para o seu podcast: Ajudará os seus ouvintes a identificá-lo facilmente.
- Escolha uma carta gráfica (cores a que se agarrará quando difundir o seu podcast).

2. Descreva o seu podcast

Uma descrição do podcast explica o tópico do seu programa e o que um ouvinte pode esperar ouvir. Com uma descrição interessante, será mais fácil atrair os ouvintes, por isso é importante pensar um pouco na sua criação! Aqui estão alguns conselhos para escrever a descrição do seu podcast:

- **Selecionar palavras-chave.** Antes de escrever a descrição, pense numa lista de palavras-chave que alguém possa utilizar para encontrar o seu podcast. Use

essas palavras-chave na sua descrição para aumentar as hipóteses de aparecer nas buscas. As palavras-chave devem ser verdadeiras e relevantes: Caso contrário, os algoritmos das plataformas de distribuição podem sancionar o podcast.

- Ao escrever a descrição, tenha sempre em mente esta questão: **"Porque haveria de ouvir este podcast? O que há de novo e original neste podcast?"**.
- **Ser claro e breve.** Certifique-se de que a sua descrição resume eficazmente o seu podcast em 2 a 3 frases.
- **Ser direto.** Inclua o máximo de informação possível sobre o seu programa em poucas palavras. Isto ajudará a captar a atenção com o seu resumo, mas mantenha-o claro e vá direto ao assunto!

Eis [um exemplo de Riverside](#): *"Todos querem saber o que está a acontecer no mundo, mas nem todos têm tempo ou paciência para ler um monte de artigos jornalísticos. Junte-se ao repórter reformado Jack Correspondent enquanto ele recolhe semanalmente as histórias mais importantes de todo o mundo. Acompanhe os acontecimentos atuais e receba as suas notícias semanais em menos de uma hora, com notícias focadas e com curadoria".*

Partilhar o seu podcast

Para que o seu podcast seja transmitido em todas as plataformas, deve colocar o seu áudio online. Pode fazê-lo carregando os seus ficheiros áudio para a sua plataforma anfitriã. Irá criar automaticamente um feed RSS.

1. Onde partilhá-lo?

- O feed **RSS** é obrigatório para registar o seu podcast em aplicações e/ou plataformas tais como Deezer, Spotify, SoundCloud ou Itunes. Ao fazê-lo, as plataformas têm acesso aos dados do seu podcast (imagem, título, apresentação, ficheiro áudio...) e exibem automaticamente na sua plataforma os novos episódios.
 - Para registar o seu podcast em Deezer, Spotify, ou Itunes, pode seguir os seus conselhos nestas páginas: [Deezer](#), [Spotify](#), [Apple Podcasts](#), [Soundcloud](#), [Google Podcasts](#).
 - Ao multiplicar o número de plataformas em que carrega os seus podcasts, aumentará a sua visibilidade e aumentará o envolvimento do público.
- **A alternativa do YouTube:** Mais utilizado para vídeo, mas também pode partilhar os seus podcasts nesta plataforma: Carregue o áudio e coloque uma thumbnail. A única desvantagem de usar o Youtube é que os episódios terão de ser lançados manualmente. No entanto, esta prática está a ganhar popularidade e pode ser usada como ferramenta promocional para o seu áudio!

- Se tiver um blogue, pode **utilizar um leitor integrado**. O seu podcast irá aparecer na sua plataforma através de um código incorporado, dado por todas as plataformas de podcast.

2. Espalhar a palavra

- Publique um Tweet ou um post no Facebook com um link para o seu podcast e fixe-o (i.e., mantenha-o em destaque).
- Reproduza o seu podcast várias vezes em todas as suas redes sociais.
- Partilhe-o com os seus amigos e família! A divulgação de boca em boca é a forma mais eficaz de ter os outros a par do seu podcast.
- Criar imagens de citações no Canva. Partilhe-as como atualizações sociais autónomas com um link para o seu podcast.
- Personalize as suas mensagens em função das redes sociais. O que funciona no Facebook não funciona necessariamente no Twitter:
 - O Facebook é mais usado para discussões e publicações longas;
 - O Twitter é sobretudo usado para atualizações curtas;
 - As suas publicações - os seus posts - de Instagram só terão sucesso se tiverem uma imagem forte.
- Partilhe o seu podcast na sua assinatura de e-mail.

Promoção da sua exposição fotográfica

Para promover uma exposição fotográfica, deve espalhar a palavra sobre a mesma. Esta forma de produção mediática só pode cumprir o seu objetivo quando envolve o público.

Descreva a sua exposição

A descrição é o terceiro contacto que os visitantes terão com a sua exposição, depois de verem o cartaz e o título. É por isso que é fundamental que a sua descrição explique as ideias, temas, inspirações e conceitos que formaram a sua exposição.

Passo 1: Sobre o que é a sua exposição?

Para incluir o seu público e permitir-lhe compreender o seu trabalho, certifique-se de que inclui a grande ideia na sua descrição. Proceder desta forma permitirá ao seu público compreender o seu trabalho e o processo pelo qual passou... E concentre-se no mais importante: **a sua exposição, não a sua biografia!** Para a sua biografia, dedique um documento, página ou espaço em separado. A sua biografia não vai ajudar o público a compreender a sua exposição, sobre o que se trata e o que pretende partilhar.

Tenha em mente que a descrição da exposição é uma declaração: Qual é a mensagem chave da sua exposição? Qual é o seu objetivo? Porque é original e nova? Porque é que o tema que escolheu e a sua abordagem é relevante e interessante? O que irá o público aprender? Qual é o tema principal? Que ângulo escolheu para abordar o tema e porquê? Qual é o contexto da exposição, tematicamente e/ou regionalmente?

Passo 2: Não usar jargão técnico

Nem todos estão familiarizados com as artes e os seus múltiplos conceitos: Tente ser concreto sobre a sua exposição, explicando brevemente os conceitos a que se refere, sem a tornar demasiado abstrata para o seu público e sem dar demasiados pormenores técnicos na descrição.

Passo 3: Ao descrever as imagens, seja breve

Como quer que as pessoas saibam muito sobre cada fotografia (o que é normal!), sentir-se-á tentado a escrever muito sobre cada imagem. Mas para que o seu público absorva toda a informação, concentre-se na ideia principal e/ou conceito da sua fotografia. Tente resumi-la acrescentando:

- O título da obra de arte

- Suporte
- Data

Ao escrever uma descrição da imagem, tenha em mente que:

- Cada descrição é lida independentemente das outras e nem todos os visitantes lêem todas as descrições. Acrescente uma visão das suas práticas criativas, o conceito, etc.
- Quando se refere a um período específico, o movimento artístico... tente resumilo numa frase.
- Seja breve e mantenha apenas a informação essencial e mais original que tenha acrescentado valor às próprias imagens, à exposição e à sua declaração.
- Contar uma pequena história sobre a imagem: O que precede esta imagem? Qual é o contexto da sua criação? Porque é nova e original? O que é que ela traz à declaração da exposição? Quem são as pessoas na imagem ou lugares expostos? E porque são tão importantes? Existe algum episódio relacionado com essa imagem?

Espalhe a palavra

Uma vez assegurada a parte logística (i.e., orçamento viável, espaço de exposição, ou em plataforma digital, se quiser exibi-la online, etc.), bem como a descrição da sua exposição, eis alguns conselhos para a divulgar offline, assim que souber onde será exibida:

- Partilhe as informações do evento com o departamento de cultura da sua Câmara Municipal ou qualquer outra instituição relevante;
- Partilhe a data, horas, endereço, cartaz, descrição da exposição em todas as suas redes sociais (i.e., Facebook e Instagram, especialmente através da utilização de hashtags). Partilhe também informações adicionais sobre a abertura e possíveis eventos tais como palestras, visitas guiadas, encontros com artistas... Criar momentos fortes em torno da exposição ajudará a atrair mais público e permitir-lhe-á mergulhar no conteúdo da sua exposição e tornar-se seu embaixador, divulgando o trabalho junto das suas comunidades;

- Entre em contacto com jornais locais, *bloggers* e revistas, centros comunitários, espaços criativos, escolas de arte, galerias de fotografia, clubes de fotografia, bibliotecas, museus... e utilize a promoção direcionada nas redes sociais para localizar pessoas interessadas no tema da sua exposição, mas também nos domínios dos média, fotografia e artes;
- Imprimir e distribuir cartazes da exposição em espaços públicos e em locais relevantes, tais como cafés de arte, galerias, museus, bibliotecas. Também se pode deixar cartões/postais na exposição. Se a sua comunicação impressa for visualmente apelativa e se der informações sobre o evento, trará-lhe-á público.

Team Up! – *Media for Adult Education*
é um projeto das organizações



FORMA.Azione



karpos

Colaboração em Portugal:



ENTIDADE REGULADORA
PARA A COMUNICAÇÃO SOCIAL

<https://mediaforinclusion.eu>



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union