



REMCREAD

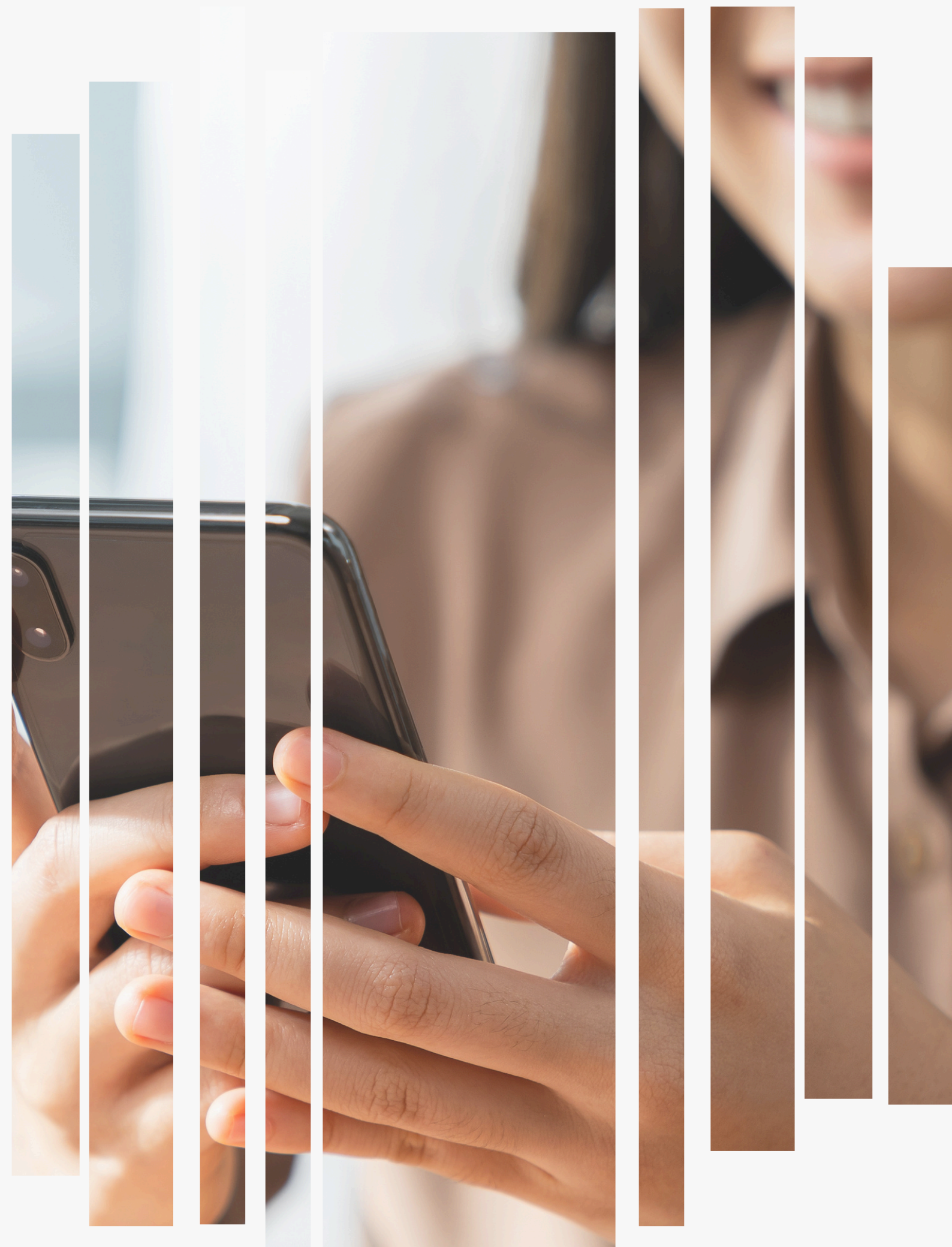
Empowering Refugee & Migrant Women
through Creative Methods and Digital Literacy

FOTO/VIDEO CON UNO SMARTPHONE LABORATORIO

[MODULO 4 •
Servizio di formazione sull'alfabetizzazione
digitale]



Co-funded by
the European Union





IN QUESTO WORKSHOP IMPARERAI

01 → L'importanza della narrazione visiva nella creazione di contenuti sui social media

02 → Tecniche di base di fotografia e videografia con gli smartphone

03 → Composizione di base, tecniche di illuminazione e registrazione audio per la creazione di contenuti di qualità

04 → Approfondimenti sulla strategia dei contenuti





CONTENUTI

01

IMPORTANZA DELLO
STORYTELLING VISIVO

02

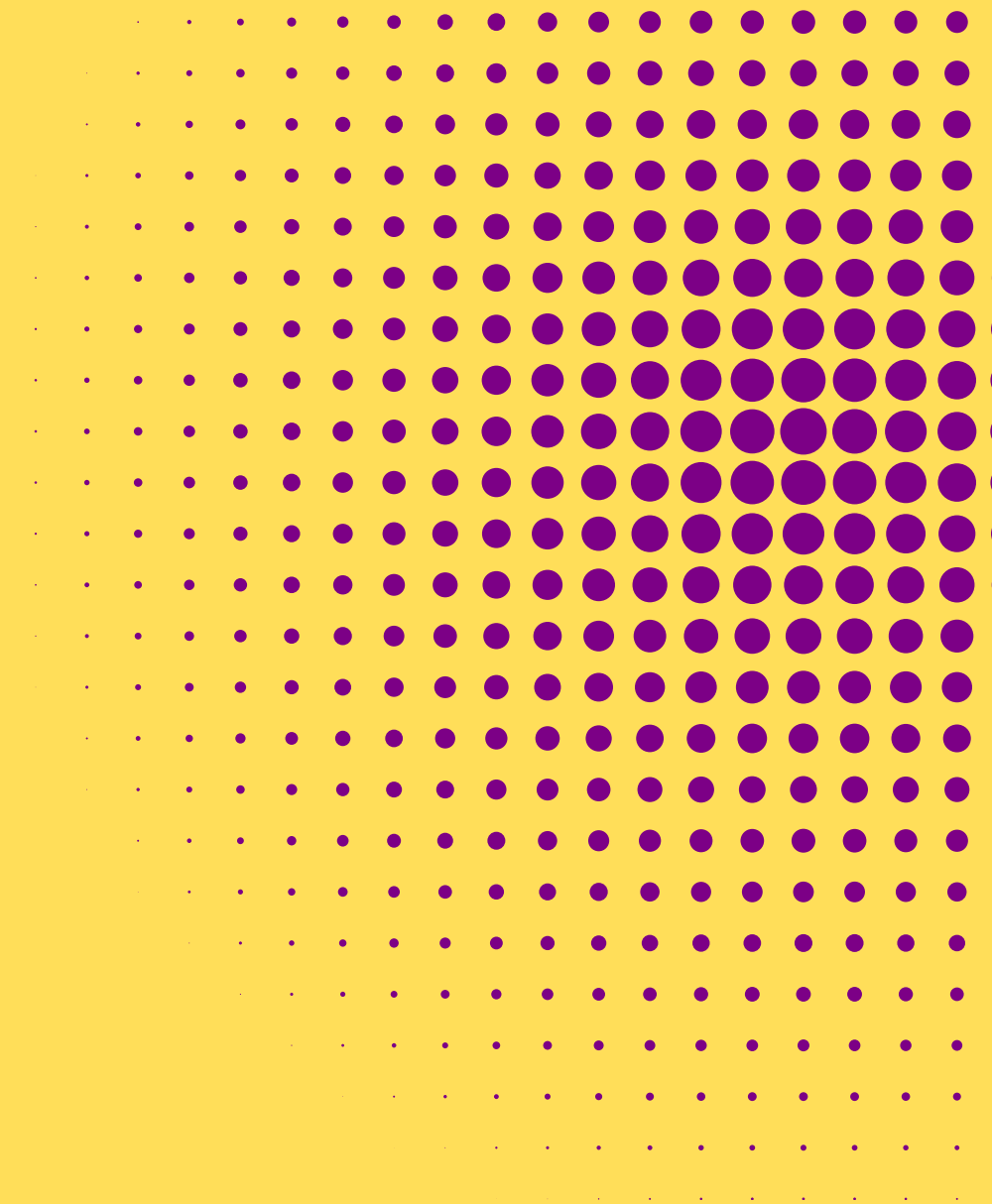
NOZIONI DI BASE SULLA
FOTOCAMERA DELLO
SMARTPHONE

03

COMPOSIZIONE,
ILLUMINAZIONE E
REGISTRAZIONE AUDIO

04

STRATEGIA DEI CONTENUTI





ATTIVITÀ 4.1

L'importanza dello Storytelling visivo





PUNTI CHIAVE DA TRATTARE



Le immagini possono trasmettere emozioni ed esperienze complesse in un modo che le parole non riescono a fare.

I contenuti visivi sono in grado di coinvolgere il pubblico in modo rapido ed efficace, soprattutto sui social media.

Se realizzato in modo etico e ponderato, lo storytelling visivo può sensibilizzare l'opinione pubblica, ispirare all'azione e contribuire al cambiamento sociale.

Attenzione allo sfruttamento: l'importanza di ottenere il consenso, rappresentare i soggetti in modo rispettoso ed evitare stereotipi dannosi.

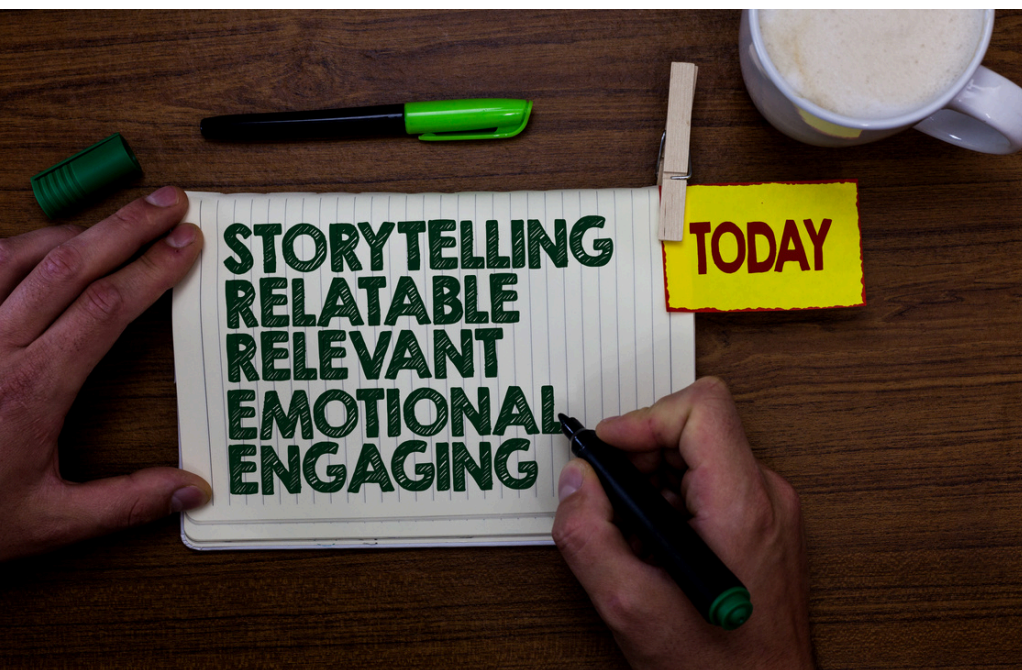


STORYTELLING

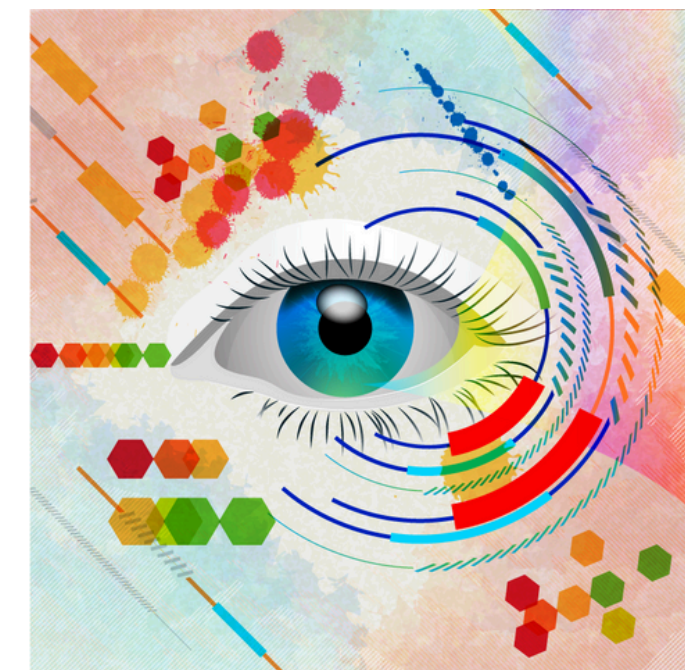
Guarda le
seguenti storie
visive



PHOTOS BY THE BLIND



WHO
IS YOUR
AUDIENCE





DOMANDE PER RIFLETTERE

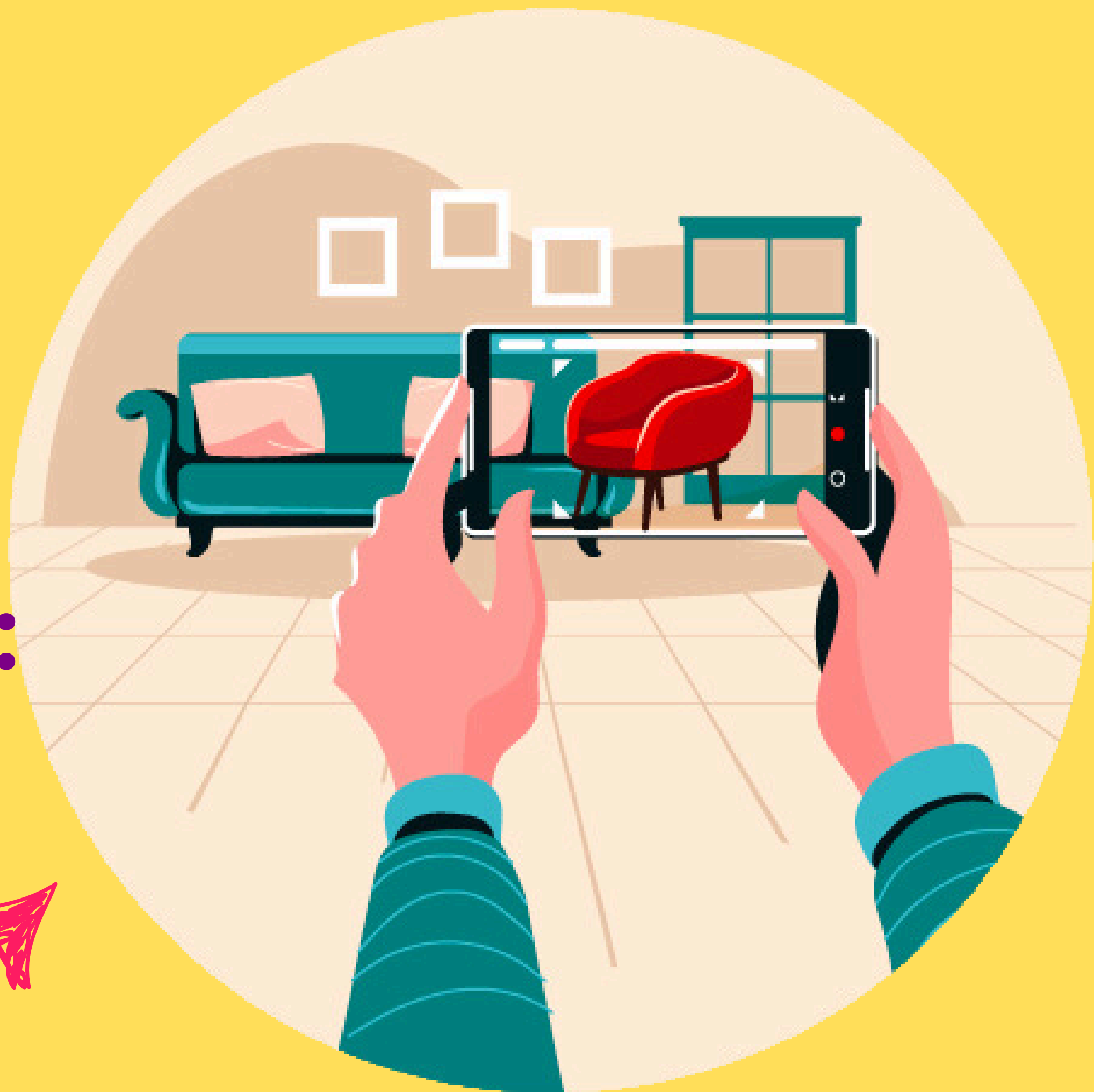
- Quali emozioni ha suscitato questa storia visiva?
- Quale messaggio o narrazione hai tratto dalla storia?
- In che modo questa storia si collega alle esperienze delle donne migranti o rifugiate con cui lavori?





ATTIVITÀ 4.3.1.

Nozioni di base sulla fotocamera: Impostazioni di base e composizione

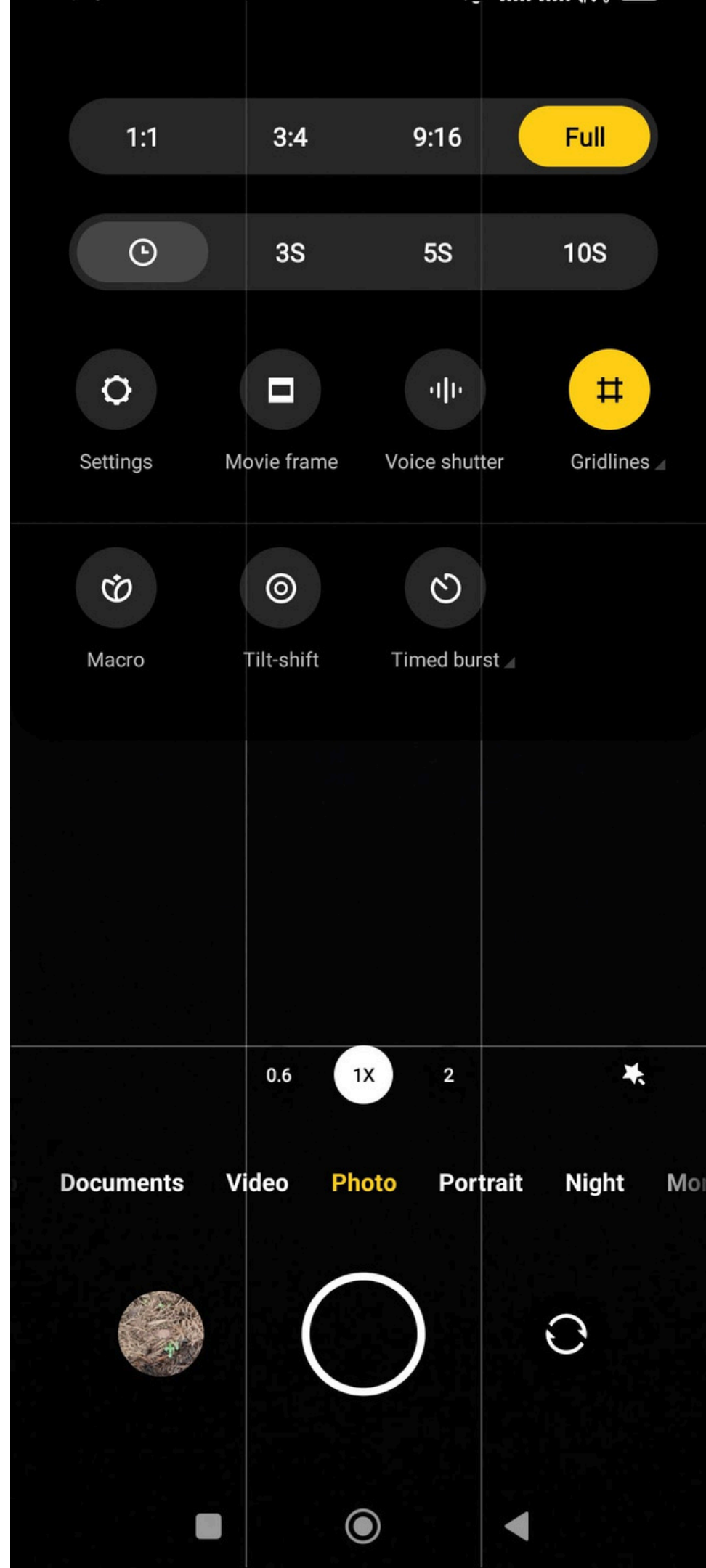




DOMANDE

- Cosa fotografi più spesso?
- Cosa ti piace fotografare?
- Cosa fai con le tue foto dopo averle scattate?





Impostazioni di base da controllare

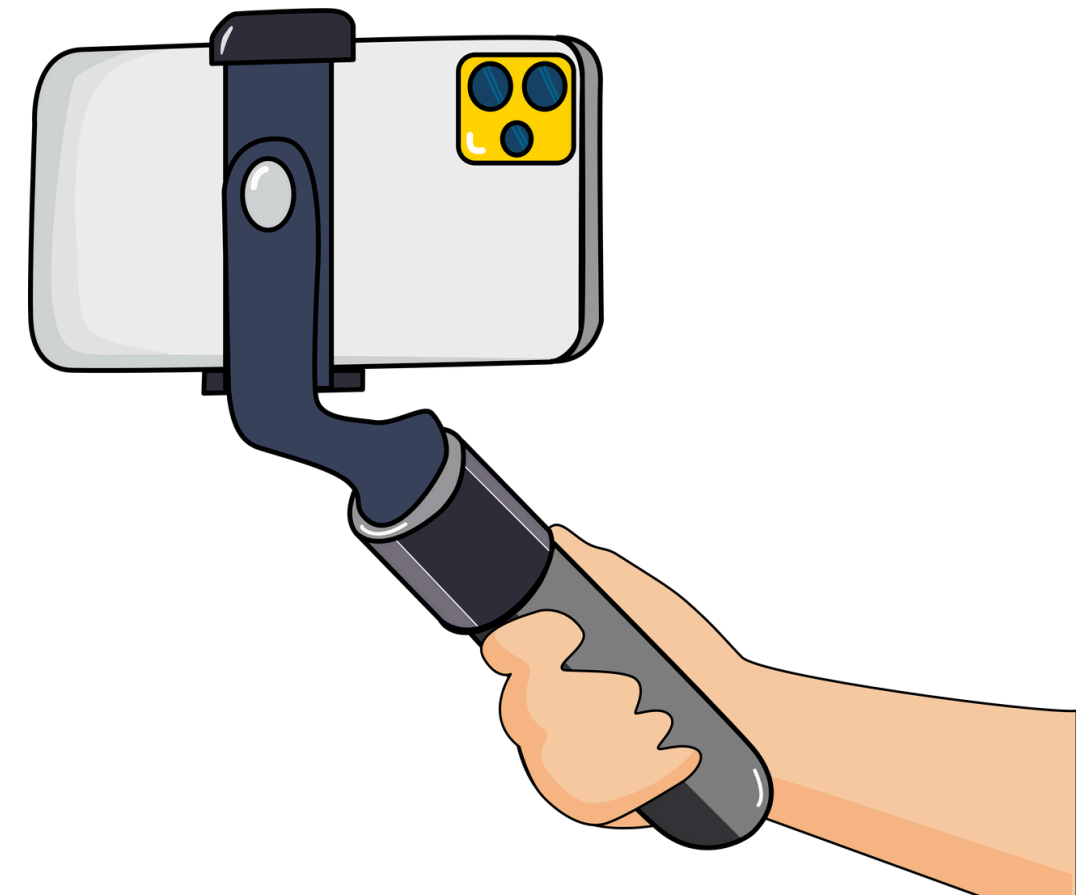
MODALITÀ DI BASE

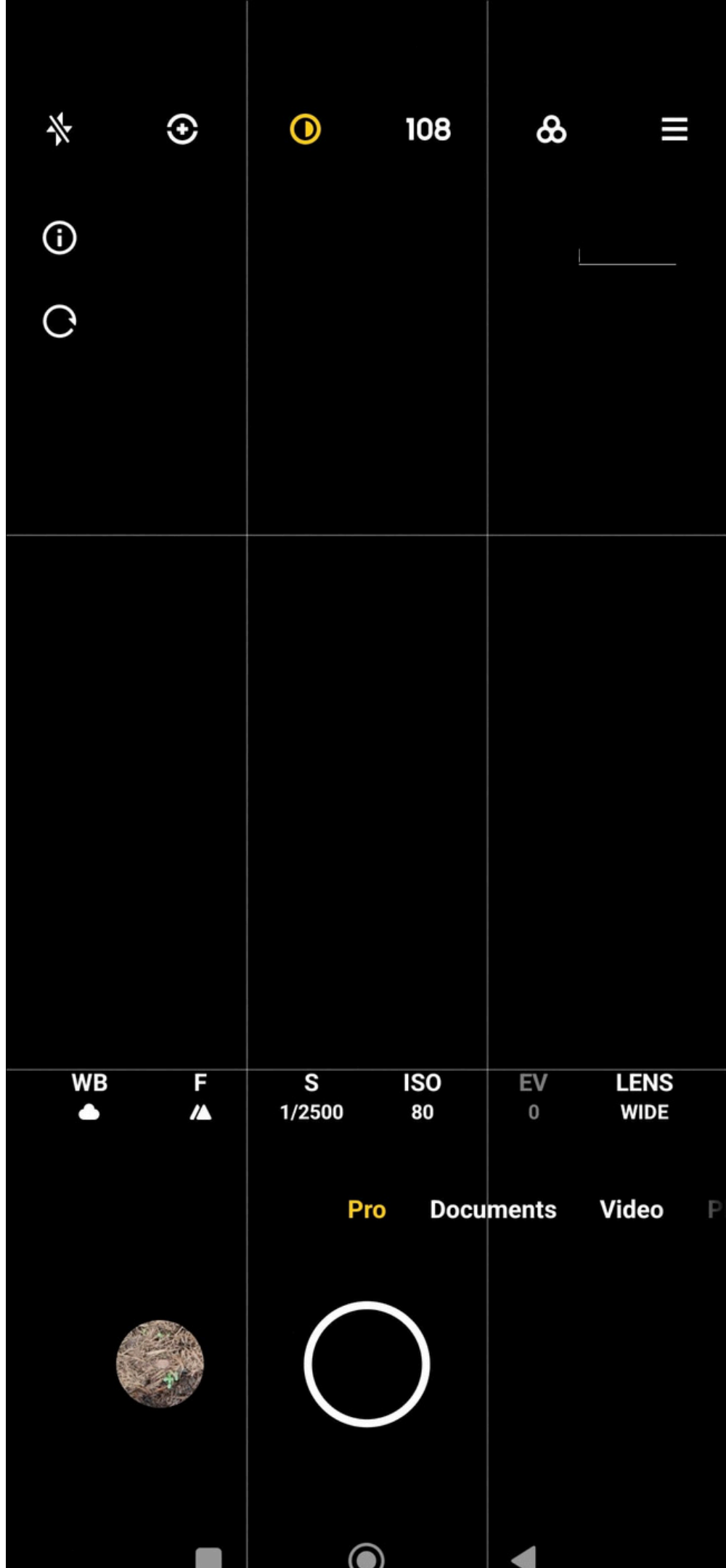
**IMPOSTAZIONI
FLASH**

FORMATO

HDR

GRIGLIA





Impostazioni di base da controllare

**MODALITÀ
PRO/MANUALE**

**COSA PUÒ ESSERE
MODIFICATO?**

F - DIAFRAMMA

ISO

**S - TEMPO DI
ESPOSIZIONE**

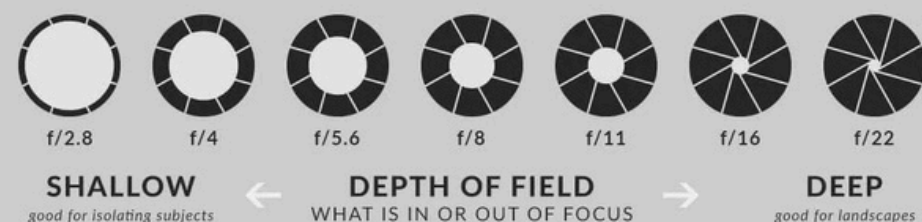
**WB -
BILANCIAMENTO
DEL BIANCO**



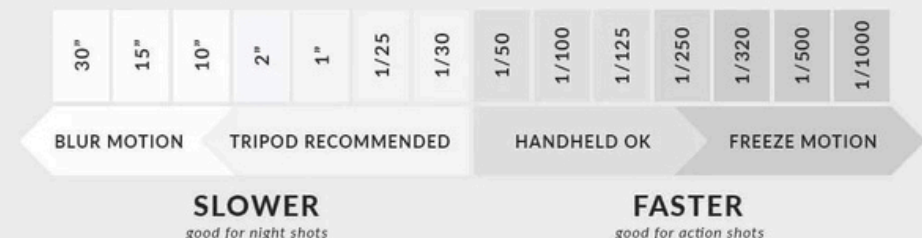


MANUAL PHOTOGRAPHY CHEAT SHEET

APERTURE



SHUTTER SPEED



ISO

100 ... 200 ... 400 ... 640 ... 800 ... 1600 ... 3200

LOWER (good for bright or outdoor shots) | LIGHT SENSITIVITY BASED ON FILM SPEED | HIGHER (good for lower light night shots)

EXPOSURE

TRY TO KEEP YOUR LIGHT METER AT "0"

-3 ... -2 ... -1 ... 0 ... +1 ... +2 ... +3

UNDEREXPOSED



OVEREXPOSED

DIAFRAMMA

È tutta una questione di luce e di quanta ne entra nell'obiettivo della fotocamera. Pensate al vostro occhio: quando c'è troppa luce, le pupille si restringono per far entrare solo la giusta quantità di luce, in modo da non sovraccaricare la vista.

ISO

È la sensibilità alla luce: più basso è il numero, minore è la sensibilità. Tuttavia, il numero consigliato è compreso tra 100 e 1600, a seconda della fotocamera. L'uso di numeri elevati può causare rumore nelle foto. Hai presente quelle pulci che a volte si vedono nelle foto? Quello è il RUMORE.

TEMPO DI ESPOSIZIONE

È tutta una questione di tempo: quanto tempo l'occhio/l'obiettivo rimane esposto alla luce. Più lento è il tempo (1/16, 1', ecc.), maggiore è la possibilità che la foto risulti sfocata. Per ottenere foto nitide, impostare sempre un tempo superiore a 1/100.

ESPOSIZIONE

L'esposimetro ti dice se la tua foto è sovraesposta o sottoesposta.



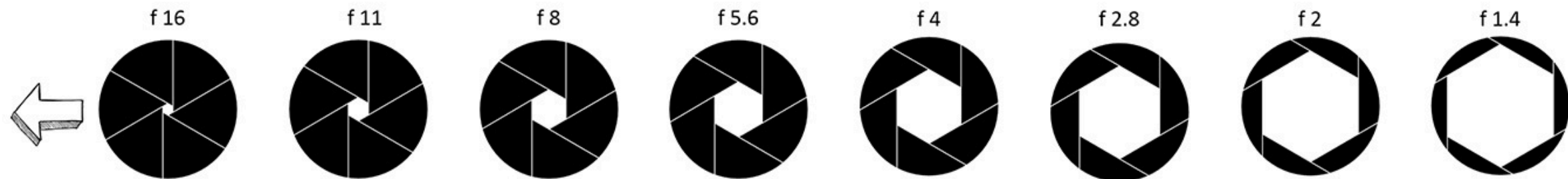


More available Light

Less available Light



APERTURE



- Small or Minimum Aperture
- All elements in Focus
- Wide Depth of Field
- Minimum light falling on Sensor



- Wide or Maximum Aperture
- Only Tent in Focus
- Narrow Depth of Field
- Maximum light falling on Sensor

SHUTTER SPEED



Handheld



Tripod



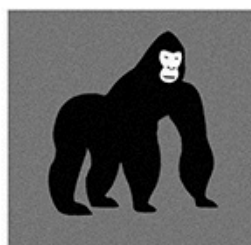
ISO



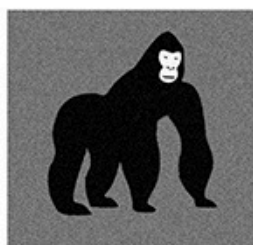
ISO 50



ISO 100



ISO 200



ISO 400



ISO 800



ISO 1600



ISO 3200



ISO 6400



COMPITO

Prendete i vostri telefoni ed esplorate tutte le modalità e le impostazioni disponibili sulla fotocamera, sia per le foto che per i video.

Scattate alcune foto in modo da poterle confrontare.





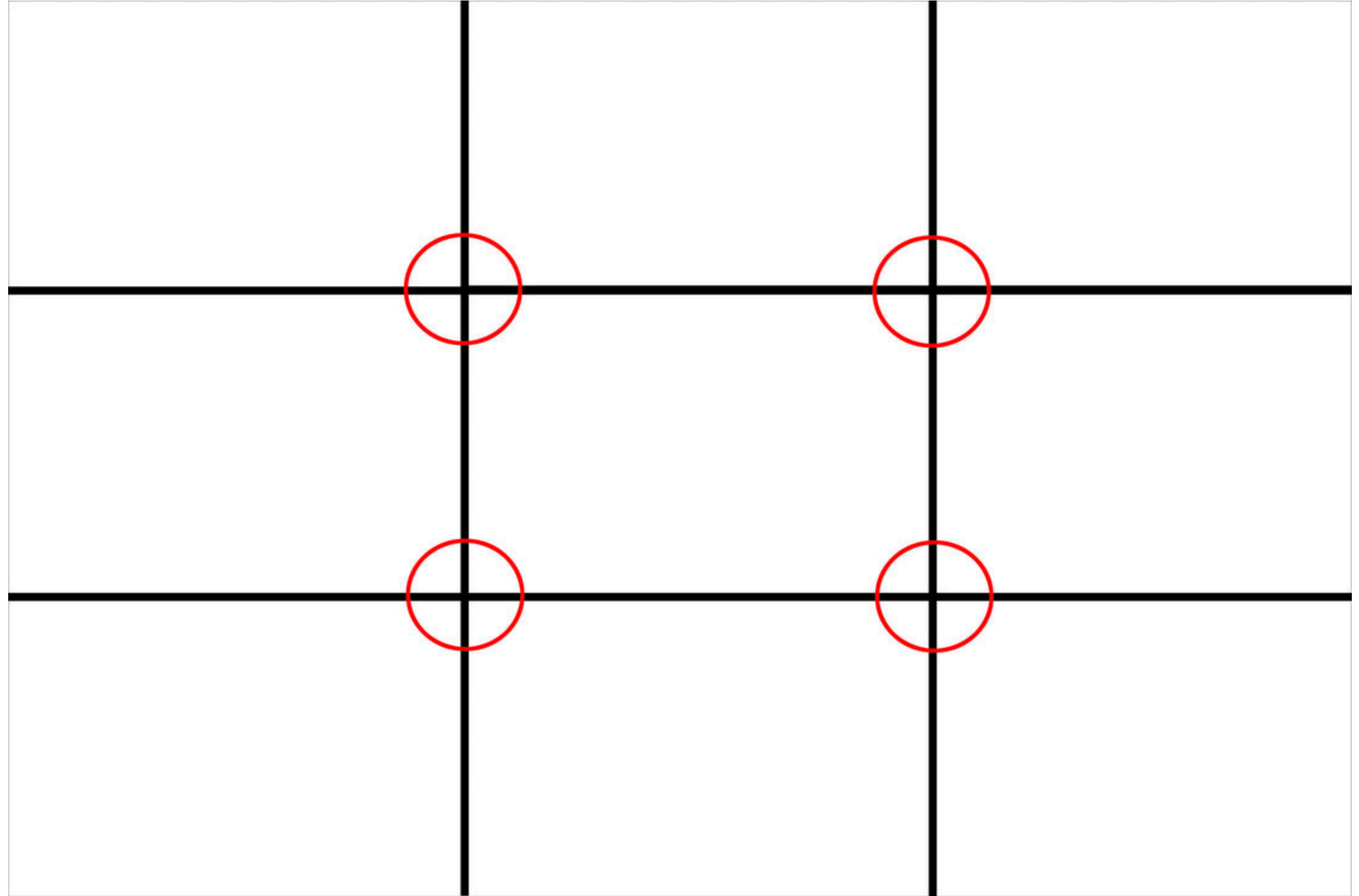
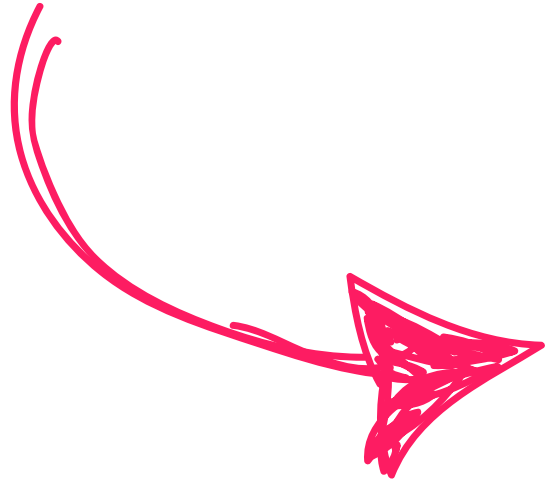
REGOLE DI COMPOSIZIONE

- LA REGOLA DEI TERZI / LA REGOLA D'ORO
- SIMMETRIA
- POSIZIONE DEGLI OCCHI
- LINEE GUIDA
- RIEMPIRE L'INQUADRATURA
- SPAZIO NEGATIVO
- MOTIVO
- INTERESSE IN PRIMO PIANO





LA REGOLA DEI TERZI





LA REGOLA DEI TERZI



Photo from <https://sunsetshutterbug.com>



LA REGOLA DEI TERZI



Photo by [micheile henderson](#) on [Unsplash](#)



SIMMETRIA



Photo by **Pedro Domingos** on **Unsplash**



POSIZIONE DEGLI OCCHI DA SINISTRA A DESTRA





LINEE GUIDA





LINEE GUIDA

Photo by [Vladimir Kudinov](#) on [Unsplash](#)





RIEMPIRE L'INQUADRATURA





SPAZIO NEGATIVO



Photo by [Natalie Kinnear](#) on [Unsplash](#)



PUNTO DI INTERESSE IN PRIMO PIANO





PUNTO DI INTERESSE IN PRIMO PIANO



Photo by **Christine
Siracusa** on **Unsplash**

USO DI MODELLI

Photo by Claudio
Schwarz on Unsplash





ATTIVITÀ 4.3.2.

Nozioni di base sulla fotocamera: Illuminazione





Consigli pratici fondamentali:

- Posiziona il soggetto vicino a una finestra per sfruttare al massimo la luce morbida e naturale.
- Evita di scattare con la luce diretta del sole di mezzogiorno, che può creare ombre nette e aree sovraesposte.
- Utilizza materiali economici, come lavagne bianche o tende, per diffondere o riflettere la luce e ottenere un effetto più morbido.



COME COSTRUIRE UNA LIGHTBOX FAI DA TE A CASA

Consigli pratici fondamentali:

per la fotografia di prodotti

- Scegli lo sfondo giusto
- Utilizza un colore pulito e uniforme per lo sfondo
- I colori bianchi o neutri sono i migliori
- Se possibile, utilizzare la luce naturale.
- Posizionare la superficie di lavoro vicino a una finestra o una porta aperta

Sperimenta con le angolazioni

- Livello degli occhi
- Angolo alto
- Livello basso
- Vista dall'alto





LUCE NATURALE:

Ora d'oro:

Il periodo immediatamente successivo all'alba e precedente al tramonto è noto come “ora d'oro”. Durante questo lasso di tempo, la luce solare è morbida, calda e diffusa, il che riduce le ombre nette e produce un effetto esteticamente più gradevole sia per le foto che per i video.

Giorni nuvolosi:

Le nuvole fungono da diffusori naturali, disperdendo la luce solare e riducendo le ombre nette. Questo crea una luce uniforme e morbida, ideale per fotografare o filmare in condizioni di illuminazione difficili.





ILLUMINAZIONE INTERNA

Luce al tungsteno:

Le lampadine tradizionali producono una luce calda e gialla che può creare un'atmosfera accogliente. Tuttavia, potrebbe essere necessario correggerla con regolazioni del bilanciamento del bianco nella fotocamera o in post-elaborazione.

Luce LED:

I pannelli LED sono efficienti dal punto di vista energetico, regolabili e disponibili in varie temperature di colore, il che li rende una scelta versatile per le installazioni interne.

Luce flash:

Usare il flash in interni può essere complicato, ma rifletterlo sul soffitto o sulle pareti per creare una luce più morbida e diffusa è spesso molto efficace.





OMBRA



Photo by [Elist Nguyen](#)
on [Unsplash](#)



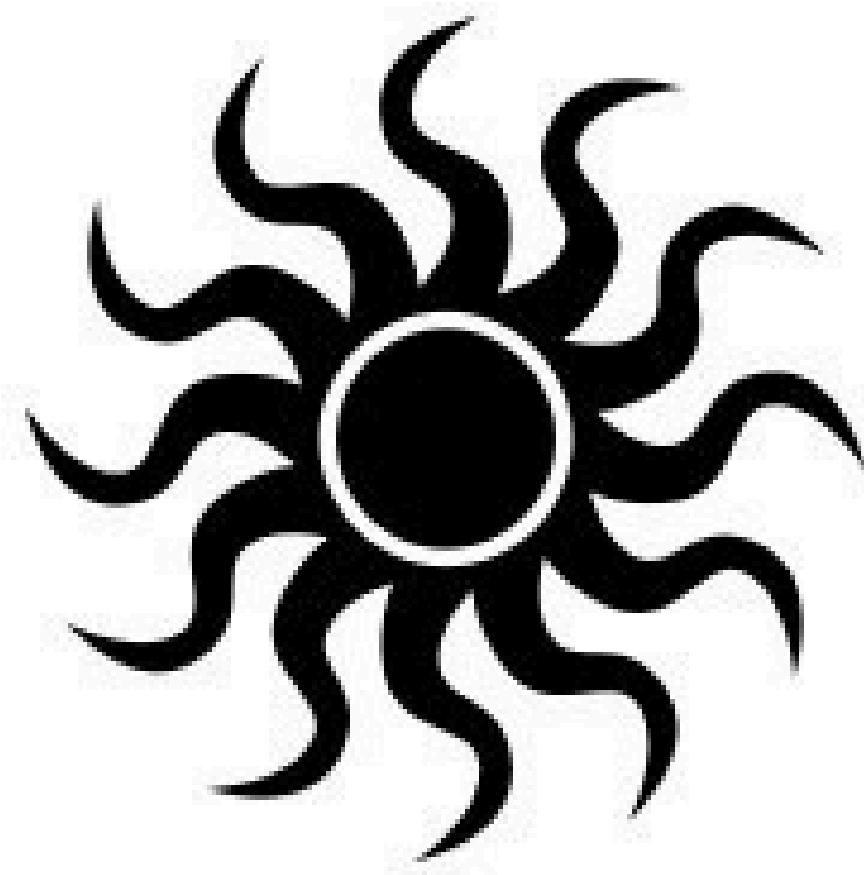
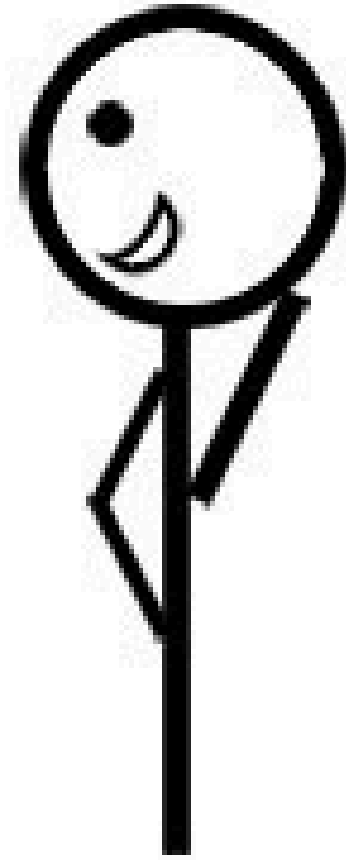
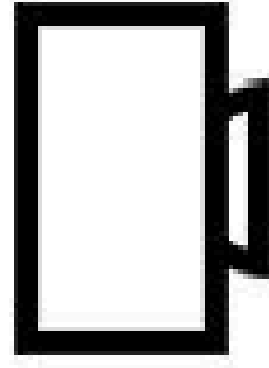
LUCE DIRETTA



Photo by [ly_han](#) on
[Unsplash](#)



CONTROLUCE





CONTROLUCE



Photo by [Tony Frost](#)
on [Unsplash](#)



COMPITO

Abbiamo preparato alcuni oggetti per voi, prendetene uno e, basandovi sulle regole che abbiamo appena esplorato, scattate una foto creativa di questo oggetto!





ATTIVITÀ 4.3.3.

Nozioni di base sulla fotocamera: Registrazione audio





Consigli pratici fondamentali:

- Il suono è l'elemento più importante in un video.
- Prima di registrare, verifica l'ambiente sonoro ascoltando i rumori di fondo (ad esempio traffico, persone che parlano, vento).
- Quando possibile, utilizza microfoni esterni per migliorare la chiarezza, specialmente per interviste o dialoghi.
- Tieni il microfono il più vicino possibile al soggetto per ridurre il rumore ambientale.
- Presta attenzione alle superfici e agli oggetti che potrebbero causare echi e riflessi all'interno.





COMPITO

In piccoli gruppi, i partecipanti registrano una voce fuori campo di 15 secondi utilizzando i loro telefoni in diversi ambienti (stanza silenziosa, all'aperto, spazio rumoroso). Confrontano la qualità del suono e discutono semplici soluzioni (ad esempio, utilizzare le cuffie come microfono, trovare luoghi più silenziosi).





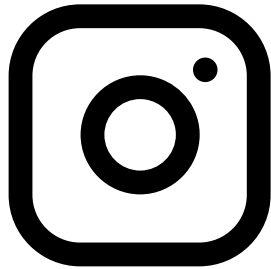
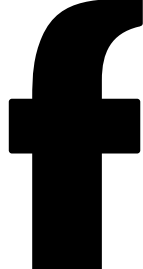
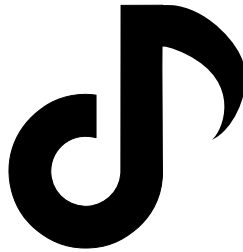

ATTIVITÀ 4.4.

Strategia dei contenuti





REQUISITI DI DIMENSIONE DEI SOCIAL MEDIA

				
FOTO DEL PROFILO	320x320	196x196	20x20	400x400
PAESAGGIO	1080x566	1080x566	1920x1080	1200x627
VERTICALE	1080x1350 1012x1350 in Grid view	1080x1359	1080x1920	720x900
QUADRATA	1080x1080	1080x1080	640x640	1200x1200
STORIES/REELS	1080x1920 (9:16) 1082x1440 (3:4) in Grid view	1080x1920	1080x1920	N/A
FOTO DI COPERTINA	N/A	851x315	N/A	1128x791



REQUISITI DI DIMENSIONE SU TIK-TOK





Consigli pratici fondamentali:

- Se desideri che le tue immagini abbiano la migliore risoluzione su Instagram, carica immagini che non superino i 1080px.
- Per le storie, l'area sicura è compresa tra 1080x1610px, assicurati di mantenere il testo, i loghi o i contenuti importanti in questo riquadro su IG e FB.
- Per evitare qualsiasi compressione o distorsione, carica un file JPG o PNG.
- Atteniti al formato verticale per le storie e i Reels su IG, FB e TikTok.
- Controlla regolarmente i requisiti di dimensione, poiché cambiano spesso. Una fonte affidabile è [Hootsuite.com](https://hootsuite.com).





STRATEGIA DEI CONTENUTI

PERCHÉ LA STRATEGIA DEI CONTENUTI È IMPORTANTE

- Mantiene il messaggio del tuo marchio chiaro e coerente.
- Ti aiuta a raggiungere il pubblico giusto al momento giusto.
- Crea fiducia e coinvolgimento nel tempo.
- Fa risparmiare tempo grazie a pubblicazioni pianificate e mirate.

ELEMENTI CHIAVE DI UNA BUONA STRATEGIA

- **Coerenza:** pubblicare regolarmente contribuisce alla riconoscibilità
- **Varietà:** mix di post educativi, stimolanti e divertenti
- **Pianificazione:** pubblica quando il tuo pubblico è più attivo

PIANIFICAZIONE DEI CONTENUTI

- Pianifica cosa pubblicare, quando e dove.
- Includi campagne, eventi e argomenti stagionali.
- Tieni traccia delle immagini, delle didascalie e degli hashtag.
- Apporta modifiche in base ai risultati.





Consigli pratici fondamentali:

1. Inizia con una ricerca sul pubblico
2. Crea un profilo per il tuo pubblico (consulta il modulo 2)
3. Definisci quale tipo di contenuto sarebbe più adatto al tuo pubblico e al tuo marchio (foto, video, testo, audio ecc.)
4. Fissa degli obiettivi
5. Crea la tua identità visiva: quali colori ti rappresentano, che tipo di immagini, stile ecc.
6. Crea il tuo calendario dei contenuti e inizia a condividerli!





MODELLO DI PIANIFICAZIONE DEI CONTENUTI



CALENDARIO MENSILE DEI CONTENUTI

SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY
31	01 STORIA	02	03 GIVEAWAY	04	05	06
07	08 POST	09	10	11 REEL	12	13
14	15	16 CITAZIONE	17	18 SPONSOR	19	20 CITAZIONE
21	22	23	24 SPONSOR	25	26 CITAZIONE	27
28	29	30	31	01	02	03



COMPITO

In piccoli gruppi, i partecipanti creano un calendario dei contenuti mensile.

Considerate i tipi di contenuto, la frequenza di pubblicazione e le campagne o gli eventi speciali.





REMCREAD

Empowering Refugee & Migrant Women
through Creative Methods and Digital Literacy



**Co-funded by
the European Union**

Finanziato dall'Unione Europea. Le opinioni e i punti di vista espressi sono tuttavia esclusivamente quelli dell'autore/degli autori e non riflettono necessariamente quelli dell'Unione Europea o dell'Agenzia esecutiva per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione Europea né l'EACEA possono essere ritenute responsabili per essi.

Progetto no. 2023-1-PL01-KA220-ADU-000156610

Maggiori informazioni sul progetto:

<https://www.remcreadwomen.eu/>





REMCREAD

Empowering Refugee & Migrant Women
through Creative Methods and Digital Literacy

**"SMETTI DI SOGNARE
E INIZIA
AD AGIRE"**

