

GUIDA

Come creare podcast e utilizzarli nella formazione culturale

I podcast, o programmi audio online, sono uno strumento eccellente per le organizzazioni non governative, le biblioteche e i musei. Perché? Perché offrono l'opportunità di raggiungere un vasto pubblico senza spese promozionali significative. Gli ascoltatori possono sintonizzarsi sui podcast in qualsiasi momento e ovunque, rendendoli spesso un compagno quotidiano. Questa forma di comunicazione interattiva crea opportunità per costruire relazioni e dialoghi con il pubblico. È anche un nuovo mezzo che può servire come strumento educativo, promuovendo la consapevolezza culturale, sociale e ambientale e incoraggiando l'uso creativo degli smartphone.



Figure 1: <https://pixabay.com/pl/photos/podcast-mikrofon-ekwipunek-audio-3696504/>

Inclusività

I podcast hanno il potenziale per raggiungere persone appartenenti a gruppi poco serviti, anche se sparsi in tutto il Paese (come i non vedenti, le persone con disabilità fisiche (ad esempio, visive), i migranti e le persone in crisi di rifugiati). Questo strumento dà voce a coloro che spesso vengono messi a tacere. È una piattaforma dove tutti possono esprimere le loro opinioni, condividere le loro esperienze e parlare di importanti argomenti sociali, politici, artistici e culturali.

Costruire relazioni con il pubblico

I podcast facilitano anche la creazione di relazioni e il networking. Grazie agli ospiti esperti in un determinato settore, le organizzazioni non governative, le biblioteche e i musei possono stabilire contatti e avviare interessanti collaborazioni con altre istituzioni e leader che condividono obiettivi e passioni simili. Questo rappresenta anche un'opportunità per un impegno più approfondito con gli ospiti della nostra istituzione, per aumentare il riconoscimento e per diversificare le attività legate alla raccolta di fondi.

Il volto umano di un'istituzione

I podcast sono anche un modo eccellente per mostrare il volto umano di un'organizzazione non governativa, costruire il marchio personale dei suoi leader e mostrare le persone che stanno dietro all'organizzazione. Ciò consente di aumentare il coinvolgimento e il sostegno alla missione dell'organizzazione, facilita il reclutamento e migliora le opportunità di networking.

Tutto ciò significa che il lancio di un podcast può essere un momento critico per la vostra organizzazione. Di seguito vi mostreremo passo dopo passo come utilizzare questo mezzo dinamico e unirvi alla comunità dei podcaster per apportare cambiamenti positivi nel mondo. Fate sentire la vostra voce e sfruttate il potenziale dei podcast per lavorare a favore della società, dell'arte, della cultura e della storia locale!

Per chi e a cosa servono i podcast?

- **Per coloro che spesso si ripetono durante incontri con il pubblico:** preferiscono registrare il loro messaggio una volta e farlo bene.
- **Per educatori e animatori culturali:** che vogliono condividere le proprie conoscenze ed ampliare l'offerta della loro istituzione culturale attraverso podcast e corsi audio online.
- **Per bibliotecari:** che desiderano organizzare sessioni di formazione su come avviare un podcast, attirando persone nella loro biblioteca.
- **Per dipendenti di organizzazioni non governative (soprattutto nel settore culturale ed educativo) e rappresentanti del settore GLAM (Gallerie, Biblioteche, Archivi, Musei):** i podcast offrono una piattaforma per raggiungere un pubblico più ampio.
- **Per individui desiderosi di esprimersi e mostrare il proprio lavoro al mondo:** è un mezzo per l'espressione personale e l'esposizione professionale.
- **Per organizzazioni che mirano a comunicare la propria missione:** per guadagnare credibilità, aumentare il riconoscimento e l'autorità e reclutare nuovi volontari.
- **Per chiunque si concentri sulla costruzione di un brand personale e voglia affermarsi come esperto:** per ricevere inviti a parlare in pubblico, partecipare a conferenze e contribuire a pubblicazioni legate al tema del proprio podcast.
- **Per coloro che lavorano con individui o beneficiari precedentemente trascurati, sparsi per il paese:** persone con disabilità fisiche (ad esempio, visive), migranti, persone in crisi rifugiati.
- **Per distretti, città e regioni che vogliono promuovere il turismo:** per mostrare la propria unicità, cultura e storia locale.
- **Per organizzazioni che raccolgono fondi per le proprie attività:** i podcast fungono da efficace strumento promozionale.

Il miglior formato di podcast per il settore GLAM:

- solo (ad esempio, una conferenza o una recensione di un libro),
- interviste o conversazioni con esperti, persone interessanti, partecipanti alla classe,
- formato giornalistico come in radio (ad esempio, reportage),
- audiodramma / narrazione / quiz show,
- chiedere a un esperto,
- podcast del corso - un corso online in forma di podcast.

Quali domande dovete porvi quando iniziate a creare un podcast nella vostra organizzazione?

1. Volete condurlo voi stessi o sarà un podcast gestito dalle vostre cariche, in cui mostrerete solo come si fa?
2. Perché volete realizzare un podcast?
3. Qual è la vostra idea per il podcast? Di cosa parlerà?

4. Esistono già podcast su questo argomento (polacchi e stranieri)?
5. Che cosa avete bisogno di imparare e che cosa avete già e sapete?
6. Quali risorse avete già a disposizione (comunità, conoscenze, accesso a esperti che possono essere ospiti, una voce piacevole, un microfono, una stanza tranquilla al lavoro)?
7. Quali sono gli ostacoli che vedete - cosa vi sta fermando ora? Perché il vostro podcast non è ancora partito?
8. Cosa ascoltate voi stessi e perché?
9. Prima di caricare il vostro primo episodio su Spotify

Lista di controllo e strumenti

- Prima di caricare il vostro primo episodio di podcast su Spotify, facciamo un elenco di ciò che vi serve e compiliamo un kit di strumenti.
- Cosa vi serve per iniziare a registrare un podcast e cosa avete già? Cosa imparerete e cosa sapete già?

Preparare la strategia

- Scegliere il formato.
- Definite il vostro pubblico di riferimento.
- Stabilite un obiettivo: perché state realizzando il podcast.
- Pianificare l'ordine e la frequenza di pubblicazione degli episodi.
- Struttura - intro, outro, introduzione. Lunghezza dell'episodio.
- Stabilite quanto tempo potete dedicargli.
- Decidere se registrare con il telefono o acquistare un microfono.

Completa il profilo:

- nome del podcast,
- descrizione e BIO - di cosa parlerà il podcast,
- scaricare l'applicazione: [Spotify for Podcasters](#), iscriversi e completare il profilo,
- esercitarsi a registrare in quell'applicazione.

Pianificare lo stile grafico e i jingle

- Scegliete i colori e i font (con caratteri polacchi) per la copertina.
- Pensate a ciò che volete mostrare sulla copertina dell'intero podcast e createla sulla base di un modello in Canva.
- Selezionate un jingle e degli intermezzi dalla libreria di Spotify per podcaster.
- Registrate un'introduzione e un'outro con il nome del podcast.

Prepara il primo episodio

- Decidete il luogo di registrazione, caricate il telefono, preparate gli appunti e collegate il microfono, se ne usate uno.
- Registrare un trailer - di cosa si tratterà - e caricarlo su Spotify.
- Registrate e rivedete il materiale per il primo episodio: verificate se la qualità è buona, se ha valore educativo, se fornisce soluzioni, se ispira, intrattiene e motiva.

Attribuzione Mobile Culture 2023, www.mobileculture.eu, www.cultureshock.pl CC BY 4.0

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Il sostegno della Commissione europea alla realizzazione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti, che riflettono solo il punto di vista degli autori. I contenuti, che riflettono esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.