

L'Audiodescrizione nei Branded Content: il valore del Brand oltre l'imperativo etico

L'accessibilità è un requisito legale imminente e un vantaggio competitivo nei report di sostenibilità. È un Asset strategico.

Abstract

In un mercato dove la responsabilità sociale d'impresa (CSR) guida le scelte dei consumatori, l'accessibilità diventa un pilastro fondamentale del racconto di marca. Questo workshop, in collaborazione con OBE (Osservatorio Branded Entertainment), esplora come l'audiodescrizione trasformi il contenuto audiovisivo in un'esperienza universale. Analizzeremo come la traduzione dell'immagine in parola permetta ai brand di raggiungere il pubblico dei disabili visivi, trasformando un limite sensoriale in un'opportunità di narrazione creativa e inclusiva, elevando il valore etico e la portata della comunicazione di marca.

Argomenti affrontati:

1. Obblighi di legge inascoltati. EAA e la scadenza del 2030.
2. Disabilità sensoriali: persone cieche, ipovedenti e sorde.
3. Sottotitoli e audiodescrizione. (Esempi di scene di film con entrambi gli ausili obbligatori per legge)
4. Impatto sociale e inclusività: un valore aggiunto che potenzia il racconto della marca.
5. Che cos'è l'audiodescrizione? Lavoro creativo. Oggettività. Chiarezza. Semplicità.
6. L'esistenza di linee guida europee e di regole di buona prassi di Laura Giordani.
7. L'AD come mestiere del cinema: la filiera della post-produzione. Figure professionali coinvolte: Audiodescrittore, Speaker, Fonico di doppiaggio, Sincronizzatore, Fonico di Mix. (in breve)
8. Esempi di accessibilità di alcuni spot.