

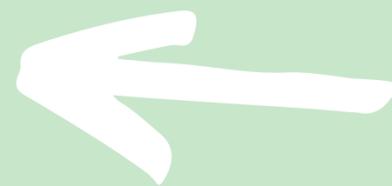
## ESEMPIO DI CREAZIONE DI UNA PRESENZA INCLUSIVA SUI SOCIAL MEDIA

Nel secondo esempio parleremo di come raggiungere le persone con problemi di vista. Sapete bene che le immagini sono un modo molto importante per catturare l'attenzione di qualcuno e quindi il suo interesse per ciò che avete da offrire. Se lavorate spesso con le immagini, prendete in considerazione l'idea di rendere il loro contenuto accessibile a tutti. In questo modo non solo onorate il diritto di tutti ad accedere alle informazioni (Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti delle persone con disabilità), ma dimostrate anche alle persone (potenziali clienti) che tenete conto delle loro esigenze.



### Come funziona?

Quasi tutti gli smartphone sono dotati di screen reader che consentono alle persone con disabilità visive di "leggere" (tramite sintesi vocale) le informazioni digitali: testi di qualunque tipo, siti web, link, menu, immagini e grafici con testo alternativo, emoji, tastiere. Sono utili anche per effettuare telefonate, interagire con le applicazioni e altre funzioni dei telefoni.



### Cosa sono i testi alt e le descrizioni delle immagini?

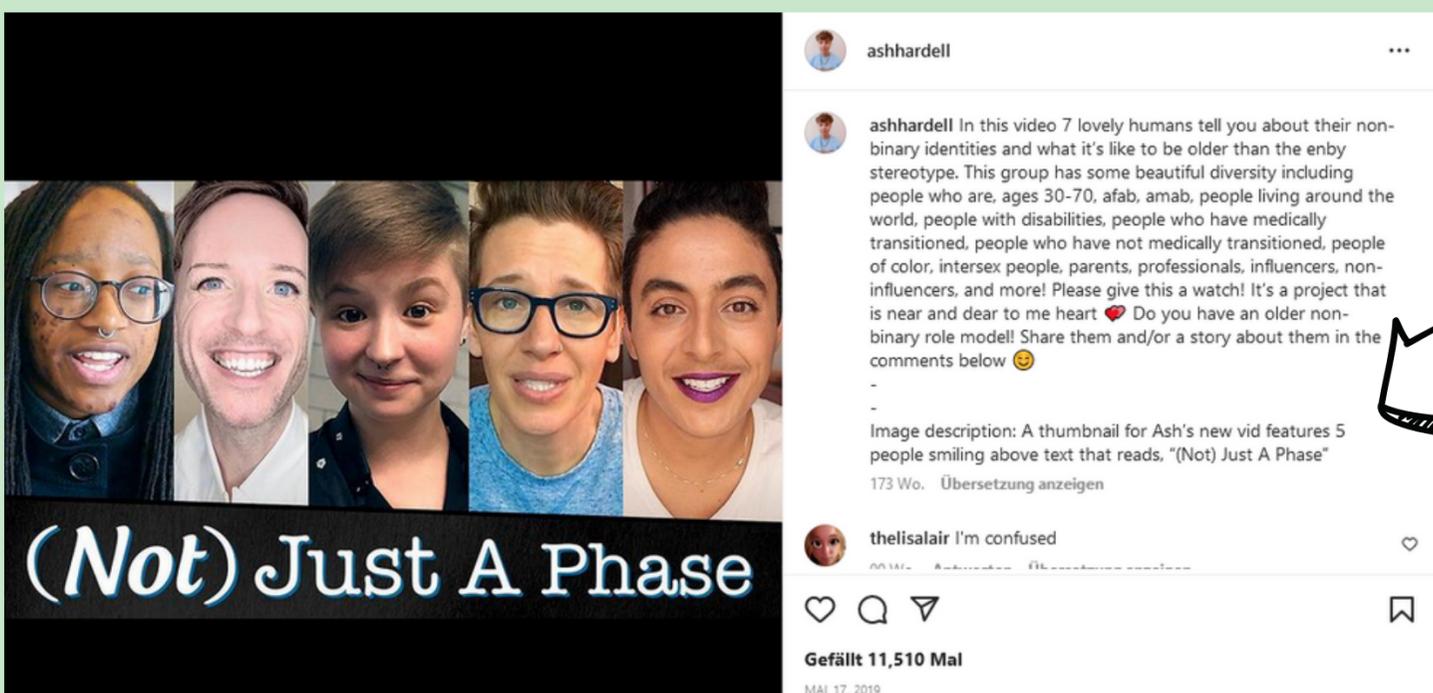
**Le descrizioni alt**, spesso generate automaticamente da un'intelligenza artificiale, offrono informazioni molto sintetiche, ad esempio "persone, in ginocchio, notte, luci".

**Le descrizioni delle immagini** "create dall'uomo" offrono molte più informazioni: "Kim è inginocchiata di fronte a Ty, che è in piedi. Kim ha in mano un anello. Entrambi sorridono. Indossano abiti da sera eleganti davanti a una fontana. Sono circondati da alcune persone che li guardano. Tutti ridono e applaudono".

Questo è il contesto necessario per capire che si tratta di un post su un fidanzamento.

## Esempi

I nostri esempi provengono dagli account Instagram di Molly Burkes e Ash Hardells. Entrambi sono attivisti e autori statunitensi che rendono accessibili i loro contenuti attraverso le descrizioni delle immagini.



**Buono a sapersi:** le descrizioni delle immagini possono (e devono!) essere utilizzate ovunque ci siano immagini: home page, Instagram, blog... In questo modo rendete accessibili i vostri contenuti e aiutate le persone a trovare la vostra istituzione **su Google e altri motori di ricerca:** le descrizioni alt giocano un ruolo importante nell'ottimizzazione dei motori di ricerca. Utilizzatele a vostro vantaggio!

Ammettiamo che la creazione di descrizioni di immagini richiede un po' di pratica. Ma se tenete a mente i seguenti suggerimenti, diventerete dei professionisti in men che non si dica:

**1**

**Iniziate con una frase che contenga le informazioni più necessarie.** Cosa direbbe a una persona al telefono se ha fretta?

**2**

**Continuate con la spiegazione:** aggiungete una descrizione più accurata con dettagli importanti. Come descrivereste l'immagine se voleste che qualcuno la vedesse davanti ai suoi occhi?

**3**

**Quante informazioni siano sufficienti dipende dalla vostra considerazione e dal vostro gruppo target.** Alla domanda, la maggior parte delle persone ha optato per "prima il contenuto principale, sotto la descrizione". In questo modo le persone possono decidere se continuare a leggere/ascoltare o scorrere oltre l'immagine. Chiedetevi sempre: Che cosa è essenziale?  
Se parlate di un taglio di capelli sbagliato, potreste descrivere i capelli della persona ritratta nell'immagine.

**4**

**Usate un linguaggio chiaro e "facile da capire".** Cercate di evitare parole straniere e date al maggior numero possibile di persone la possibilità di cogliere il significato di ciò che dite.

**5**

**Tenete la vostra opinione fuori dalla descrizione.** Le persone cieche e ipovedenti dipendono dalle descrizioni in molti contesti. Apprezzano la possibilità di formarsi un'opinione personale su ciò che viene descritto. Potreste trovare brutto il maglione viola con le nuvole rosa. Ma non tutti sono d'accordo. Quindi, per favore, siate neutrali.