

# L'inglese ai tempi dei *social media*

A cura di Fabio Iuliano e Laura Tinari

Ordine dei Giornalisti d'Abruzzo

GSSI, 16 maggio 2017

THINK  
*GLOBAL,*  
ACT *LOCAL*



# WHEN GLOBAL GETS LOCAL

## Former Italian rugby player ran 'Breaking Bad' crystal meth lab



Lorenzo Bocchini

By **Telegraph Reporters**

18 NOVEMBER 2015 • 2:01AM

**A**n Italian rugby star who was inspired by the TV show 'Breaking Bad' to build his own crystal meth lab at his London home is facing jail.

Lorenzo Bocchini, 36, cooked batches of narcotics at his hi-tech base in London's Little Venice after being inspired by fictional drug baron Walter White.

He even dyed the crystal meth blue - just as the dealers do in the cult TV show. When police stormed the Bocchini's laboratory they found £300,000 of drugs, £33,000 cash and a stun gun.

The former prop, who played for Italian club sides LAquila and Viadana between 2000 and 2010, has admitted a series of drugs offences including possession of crystal meth with intent to supply.

The hoard included 1,354 MDMA tablets, 34.9g of cocaine, and 813g of meth. Bocchini, brother Alessandro, 43, and his wife Justine, 36, were arrested after a police raid uncovered hoards of meth, MDMA, and £12,210 at their Bayswater home.



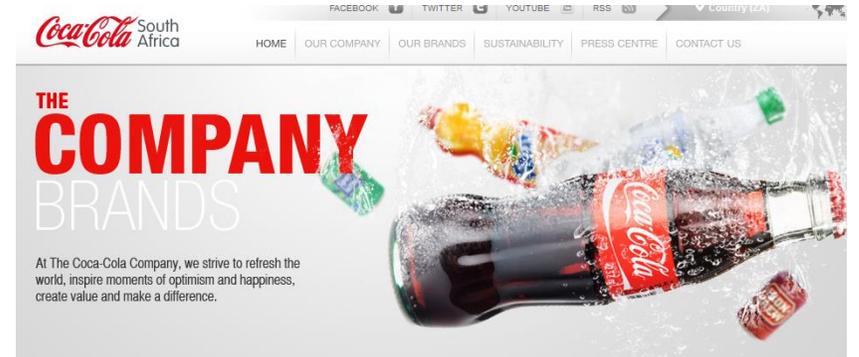
# TALKING ABOUT GLOCAL

Glocalization (a portmanteau of globalization and localization) is the adaptation of international products around the particularities of a local culture in which they are sold. The process allows integration of local markets into world markets.

The term first appeared in a late 1980s publication of the Harvard Business Review.

At a 1997 conference on "Globalization and Indigenous Culture", sociologist Roland Robertson stated that glocalization "means the simultaneity – the co-presence – of both universalizing and particularizing tendencies."

# GLOBAL PLAYERS



Far from diluting their brand, Coca-Cola's ability to incorporate their trademark design (that fabulous red and curvy typographic style) within the cultural, aesthetic sensibilities of their customers not only allows them to retain their impact, but to actively enhance it.

# BABEL

English is  
dead

long live  
glocalisation

When the internet was first conceived, it was to English-speaking parents.

Its nascent language, HTML, was programmed by an Englishman, Sir Tim Berners-Lee, and the first computers to be shipped across the world used the Roman alphabet.

The fact that [Google Translate](#) is used hundreds of millions of times a week, in more than 52 different languages, is a great justification for the hordes of us hoping to reach global audiences by creating one-size-fits-all solutions.



# Risks



# GLOCALIZED JOURNALISM

Glocalized journalism is a way of writing the news that describes and explains a community in the widest possible useful context, which is very often—I am tempted to say most often—a global context.

Glocal journalism exposes the local effects of global causes, the local reactions to global actions, the local opportunities of global trends, the local threats of global dangers, and the local love of global neighbors.

# LA CRONACA ITALIANA: Close to you

The image shows a Facebook profile page for 'La Cronaca Italiana'. At the top left is a yellow graphic with a map of Italy and the text 'La Cronaca Italiana' repeated in various sizes and orientations. Below this is the 'GTE local' logo. The profile name is 'La Cronaca Italiana' with the handle '@gelocalcronacaitaliana'. The navigation bar shows 'Home' selected and 'Post' below it. The main content area features a large photo of a stone wall with people walking. To the right are two smaller photos: one of a beach with turquoise water and one of a busy street at night with many umbrellas. Below the main photo is a banner for an Instagram profile with the text 'Il nostro profilo Instagram nelle Marche'. At the bottom, there are interaction buttons: 'Ti piace', 'Pagina seguita', 'Condividi', and 'Invia messaggio'.

La Cronaca Italiana  
@gelocalcronacaitaliana

Home  
Post

Ti piace ▼ Pagina seguita ▼ Condividi ...

Invia messaggio

# GLOBAL ENGLISH

## MICROSOFT + ENGLISH

A new cultural revolution at work: the emergence of English as a global communications phenomenon with a supra-national momentum that made it independent of its Anglo-American origins, a language as perfectly suited to the twenty-first century as British and American English had been (successively) in the nineteenth and twentieth centuries. I decided you could even express the idea in a quasi-scientific formula, English + Microsoft = Globish.

# TOOLS: *WordReference*



The Internet has done an incredible job of bringing the world together in the last few years. **One of the greatest barriers has been language.** Much of the content is in English and many, many users are reading English-language Web pages as a second language. I know from my own experiences with Spanish language Web sites that many readers probably understand much of what they are reading, but not every single word.

Today, I have **three main goals** with *WordReference*. **First, continue to create free online bilingual dictionaries for English to many other languages.** I strive to offer excellent translations for "all" English words, terms, idioms, sayings, etc. into "all" languages. This is a huge goal and will take time. There are many languages and creating quality dictionaries is neither cheap nor quick. Beyond English, I plan to do the same for Spanish, French, Italian and Portuguese. **Second, provide the world's best language forums, dedicated to relatively serious discussion about the meanings** and translations of words, terms and expressions in many languages. **Third, continue to innovate to produce the best website and reference tools for the world.**

*Michael Kellogg*  
*WordReference.com*  
*Weston, Florida*  
*USA*

# About pronunciation



# LEARNING APP



App come **Babbel** e **Duolingo** potrebbero costituire un **validissimo sostegno** nell'apprendimento e nel ripasso di una nuova lingua, ma **senza esercizio e senza una corretta mentalità rischia di essere uno strumento fine a se stesso.**



# GLI ITALIANI e I SOCIAL MEDIA

Fonte: Dati Blogmeter

Social di cittadinanza



Contribuiscono a definire  
l'agire digitale

Facebook 84%  
YouTube  
Instagram  
WhatsApp

Social funzionali



Soddisfano un need  
specifico

Google Plus 40%  
Twitter  
LinkedIn

# GLI ITALIANI e I SOCIAL MEDIA: Perché li utilizzano?

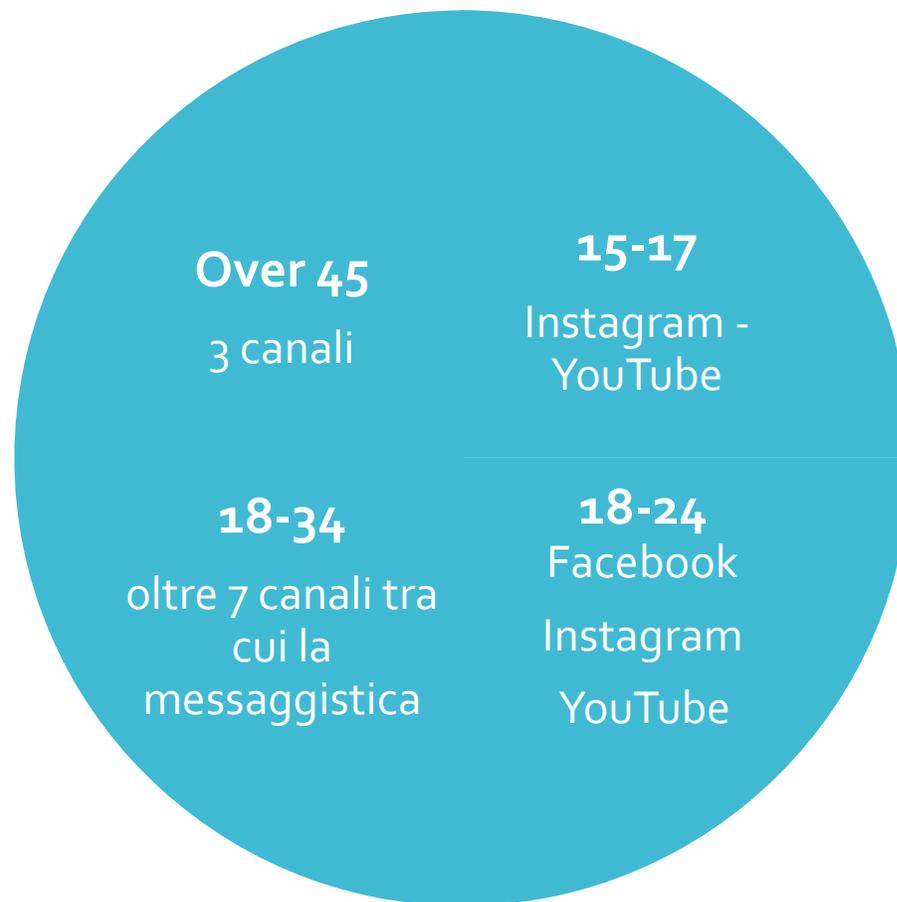
- Curiosità
- Interesse
- Creazione nuove relazioni
- Svago
- Piacere

## Social specifici:

- TripAdvisor – leggere o fare recensioni
- YouTube – informarsi
- Instagram – seguire brand o personaggi celebri

# GLI ITALIANI e I SOCIAL MEDIA:

Ad ogni età  
il suo social o  
il suo gruppo di social.



## SOCIAL MEDIA: What are they *for journalists?*

- Sono ambiente di relazione per chi fa comunicazione.
- Sono uno strumento fondamentale per chi fa informazione per informarsi e informare.
- Sono un mezzo per creare e promuovere il proprio Personal Brand.

# BUSINESS FREELANCE

Freelancer between  
*marketing* and  
*self-promoting skills*

- **UNDERSTAND YOUR MARKET:** avere chiaro che tipo di professionalità si vuole “vendere”, come la si vuole “vendere” e a chi la si vuole “vendere”.
- **CREATE A WEB SITE:** il primo contenitore in cui presentarsi, dove mostrare il proprio portfolio professionale, il curriculum, il lavoro. - *about.me* oppure *wordpress.com*
- **LAUNCH A BLOG:** uno spazio in cui fornire informazioni e punti di vista su topic specifici e di attualità, ti renderà *influencer* del settore e ti permetterà di promuovere il servizio che offri attraverso i social.
- **INCREASE YOUR SOCIAL MEDIA PRESENCE:** *Share, Engage, Network.* Condividere contenuti su topic di interesse, autoprodotti o prodotti da altri, postare per creare interazioni frequenti con gli altri, generare nuovi contatti.

# BUSINESS FREELANCE

Freelancer between  
*marketing* and  
*self-promoting skills*

- **GUEST BLOGGING:** invita altri bloggers a scrivere sul tuo blog, e viceversa, la comunicazione sarà più dinamica, divertente e con maggiori punti di vista.
- **BUILD A TEAM WITH OTHER FREELANCERS:** costruisci un team con altri freelancers professionisti affini ai tuoi interessi o al tuo modo di lavorare per condividere ed eventualmente scambiarsi il lavoro. Diventerà un'occasione di crescita personale e professionale.

# False friends

- direttore - *editor in chief*
- capo redattore - *executive editor*
- capo servizio - *managing/senior editor*
- editorialista - *columnist/leader writer*. Il termine *columnist* indica un giornalista che tiene su un quotidiano o su un periodico una rubrica fissa
- cronista - reporter

## Newspapers in Britain

British newspapers can be divided into the quality press and the popular press. The quality newspapers usually deal with home and overseas news. They also cover sports and cultural events, financial and travel news, book and film reviews.

The popular newspapers are smaller in size, being halfsheet or tabloid in format. They are characterised by large headlines and big photographs. They deal with sensational events, concentrating on the personal aspects of news. The language of the popular press is much more colloquial than that of quality newspapers. In Britain today there are five nationwide quality papers: "The Times", "The Financial Times", "The Daily Telegraph", "The Guardian" and "The Independent". "The Daily Mail", "The Daily Mirror", "The Sun", "The Daily Express" and "The Daily Star" are usually regarded as the popular press.

There are several regional daily papers including "The Scotsman" and "The Yorkshire Post". British people think that in the UK there is a free and objective press. They say that the British press is also investigative because it often uncovers scandals in the government, and if you are not satisfied with what you read in "The Times", you have the opportunity to go and pick up another newspaper and compare the articles.



### Your corner

- Write a short paragraph about the Italian press. Describe the most important newspapers in format, news coverage, language. Finally, give your personal opinion on the quality of Italian newspapers.



Italian  
vs  
British  
newspapers

# What about Italy

Italy does not have tabloid daily newspapers. The most popular dailies are the sport papers like *La Gazzetta dello Sport*, whose sales on Mondays exceeds those of all newspapers but *Il Corriere della sera* and *La Repubblica*.



# 5 W

1.	QUIS	«Chi»	"Who"
2.	QUID	«Che cosa»	"What"
3.	QUANDO	«Quando»	"When"
4.	UBI	«Dove»	"Where"
5.	CUR	«Perché»	"Why"
	QUANTUM	«Quanto»	"How"
	QUOMODO	«In che modo»	"How"

## 5 testimonies

♦ Crime

**Chris Dobson**  
I saw them on the monitor in the manager's office. I was doing my boss's job that week when he was on holiday. I tried to call the police, but there was no signal.

**Sol Cole**  
I said to the clown with the big shoes "stop the music!" then I felt a gun in my back and the clowns said "don't move" and they took my gun.

**Gary Evans**  
I was counting some money when the tall clown gave me a note. When I read it, I felt terrified.

**Eve Alike**  
It was the day before Christmas and we were shopping in the city centre. We had lunch in a café and while we were looking out of the café window we saw them. The small one was carrying a huge CD player.

**Bill Smith**  
It was ten to five and I was waiting in the queue. I heard some loud music so I turned round and saw three clowns, two men and a woman. They were dancing, but then they stopped and said "put your hands up."

**CENTRAL POLICE**  
Crime: City centre bank robbery  
Date: Dec 24  
WITNESS STATEMENTS



## Questions

- 1 When exactly did the crime take place?
- 2 How many criminals were there?
- 3 What did they look like?
- 4 What crime did they try to commit?

Read the statements again and match the witnesses above with their occupations 1-6. There is one extra occupation.

- |               |                          |
|---------------|--------------------------|
| 1 shopper     | 4 security guard         |
| 2 bank robber | 5 bank cashier           |
| 3 customer    | 6 assistant bank manager |

ONLINE  
JOURNALISM:  
the best is yet  
to come

Many newspapers started web versions in the mid-90s; today all Italian newspapers have digital versions. So far newspaper publishers have failed to grasp the opportunities opened by ICT.

The digital versions of most newspapers often look like mere 'transpositions' of their paper versions and lack real value in terms of content, services offered and aesthetics.

This is a missed opportunity in a country where traditional newspapers are bought by little more than half of the population, and where circulation of dailies among young people – who are heavy Internet users – is lower than in other European countries.

# Constantly Connected

## CONSTANTLY CONNECTED

by AMY COMSTOCK and BEN BACH

Status updates, tweets, blog posts, comments and viral videos. In recent years, online social networking sites have redefined our views of entertainment, how we interact with our peers and how we conduct our daily lives. They have rapidly spread from computer screens to cell phones, transforming what were once merely portable phones into devices that grant 24/7 access to Facebook, MySpace, YouTube, Twitter and all the other sites that keep us

**future filmmaker sought feedback from online community**

After hours of brainstorming, writing, shooting and editing, the final cut was complete, yet there were no film clippings laying on the editing room floor. The end result was a digital video, finished and Web-ready to upload to YouTube.com.

"[Making videos] started out as just for fun," Morris Moses, junior, said. "A couple friends were just like, 'Hey, let's make a video' and I was really enough to keep going."

Moses made over 25 parody videos of popular culture including commercials and movies, namely *Back to the Future*, his first parody of a movie starring two of his friends.

"*Back to the Future* is my favorite movie, as well as my friends', so we all thought it would be a good idea to do a spoof of it. It's one of the better, funnier videos we've done together," Moses said. "[My movies] are usually filled with inside jokes so many people don't understand the humor behind some of the videos, but it's something my friends and I can appreciate."

Although Moses made videos for entertainment, he also sought feedback from the YouTube community.

"I like to see the public reaction and see what people think of [my videos], whether they like them and laugh or even if they don't," Moses said. "Usually with friends, the feedback is positive and we laugh, but online it's harder. Sometimes the criticism is constructive but sometimes it's not."

Moses hoped the feedback he received could help him prepare for a career in film.

"[Film is] a visual art and something that I'm drawn to and hopefully something I can become really good at," Moses said.

**students broadcast themselves**

**YouTube**

**"Oh Gosh"**

close up, hands on her head. Shannon Mosher, junior, talks to the camera about recent events. "The best thing [about YouTube] is the feedback and getting your creativity and your thoughts out there," Mosher said. Mosher had 22 total video uploads.

**"Just Dance"**

**top ten videos**

1. [unclear]
2. [unclear]
3. [unclear]
4. [unclear]
5. [unclear]
6. [unclear]
7. [unclear]
8. [unclear]
9. [unclear]
10. [unclear]

**Are you a fan?**

Morgan Freeman's Voice  
Klump  
Fresh Prince  
Mi Feeny  
Michael Jackson  
Cash

"I'm a fan of Madonna's music. Nights on Facebook, I love the thrill and going in the houses and on the ride."  
ANGELINA DIAZ, freshman

"I'm a fan of Florida Atlantic. I'm an athlete and let me tell you, I had to arise."  
BRICE THOMAS, senior

**facebook vs. myspace**

31% prefer MySpace  
52% prefer Facebook  
9% prefer both  
8% prefer neither

**most followed 5 twitter accounts**

1. [unclear] 3,518,000
2. [unclear] 3,500,000
3. [unclear] 3,400,000
4. [unclear] 3,300,000
5. [unclear] 3,200,000

# Web 2.0

The concept of Web 2.0 surfaced in the wake of the dot.com crash of 2001 and discussions about what defined companies that were still prospering during the shake-out.

In general Web 2.0 represented a shift away from software companies that tried to lock people into using their products and media companies that published static content for a passive audience, toward a digital culture of public participation, re-mixing by individuals of data and information, harnessing the power of collective intelligence and providing services, rather than products.

It's all  
about  
digital

# BLOGS AND SOCIAL MEDIA

The rise of weblogs in the early 2000s was perhaps the best example of this emergence of “social media.”

For news organizations, Web 2.0 means moving away from using the Internet to draw a passive audience to a static publishing platform, and instead embracing the broader network, where communication, collaboration, interaction and user-created content are paramount.

# FACEBOOK INSTANT ARTICLES

*Nuove esperienze  
di lettura e  
modalità per raggiungere  
il proprio pubblico*

Pubblicazione di contenuti da parte di blog, magazine digitali, testate.

Un modo per permettere di fruire degli articoli di alcune testate direttamente dalla App Mobile di Facebook (in Italia la prima testata è stata la Stampa).

Caricamento della pagina giornalistica più veloce rispetto a quando si accede direttamente dal sito.

Modo interattivo di leggere contenuti editoriali.

Possibilità di condivisione veloce perché si resta nell'App (tasti: Share, Send in Message, Copy link, Email, Twitter, Pinterest).

**Primo concorrente: Apple News, consente una condivisione più ampia anche attraverso la App di Messaggistica e gli aggregatori di news.**

# FACEBOOK INSTANT ARTICLES

*10 steps*

per crearne uno

1. Accedi agli **strumenti di Articoli Interattivi** dalle impostazioni della tua pagina;
2. **Richiama il tuo URL** per pubblicare Articoli interattivi che puntano ai contenuti presenti su quel dominio;
3. **Scarica l'app Gestore delle Pagine Facebook** sarà necessaria per visualizzare un'anteprima degli Articoli interattivi, che potrai testare e sottoporre a debug.
4. Crea un **template di stile**: Facebook ti permette di personalizzare fino a 19 elementi, come l'occhiello, l'immagine e riga autore;
5. **Formatta i tuoi articoli**: farlo manualmente è il modo migliore per familiarizzare con il markup personalizzato di HTML 5, che Facebook usa per tradurre i tuoi contenuti nel formato nativo a prestazioni elevate di Articoli interattivi;
6. Scegli il metodo di distribuzione tra [API Instant Articles](#) e [Feed RSS](#);

# FACEBOOK INSTANT ARTICLES

*10 steps*  
per crearne uno

7. **Connetti** gli articoli alla tua Pagina Facebook;
8. Configura **inserzioni e dati statistici**: se intendi includere inserzioni nei tuoi Articoli interattivi, puoi integrare il server pubblicitario o Audience Network di Facebook direttamente nel tuo codice HTML. Puoi includere in modo analogo anche il monitoraggio dei dati statistici;
9. Verifica la **conformità dei tuoi articoli** alle normative per [Articoli interattivi](#) e alle [linee guida](#) di Facebook;
10. Invia **50 articoli per l'analisi di Facebook**, che mostrino l'aspetto e le funzioni interattive che intendi usare;
11. Ultimo step: inizia a pubblicare! Facebook ci ricorda che, pubblicando un Articolo interattivo, *non* viene creato un post di Facebook corrispondente contenente l'articolo nel diario della tua Pagina o nella sezione Notizie. Questo vale sia per la pubblicazione manuale degli Articoli interattivi che tramite API o un feed RSS.

LINKEDIN  
PULSE:  
*Publish your post*

Pulse è la nuova piattaforma blogging di LinkedIn.

Per inserirla nel tuo LinkedIn è necessario virare alla versione inglese cambiando le impostazioni del tuo profilo.

È anche un'App facile da utilizzare.

# CITIZEN JOURNALISM o EDITORIA SOCIALE:

*Nuove esperienze  
di lettura e  
modalità di raggiungere  
il proprio pubblico*

The concept of **citizen journalism** is based upon public citizens "*playing an active role in the process of collecting, reporting, analyzing and disseminating news and information*".

Frutto di una cultura partecipativa nata fuori le redazioni ad opera di lettori che diventano giornalisti. È uno dei fenomeni più diffusi nell'era digitale (**natura interattiva nuovi media e opportunità di collaborazioni offerte da Internet**). Sulla piattaforma esiste un gruppo di moderatori che seleziona gli articoli ricevuti.

Scrivere su un sito di editoria sociale aiuta a sostenere il tuo personal branding, ti consente di essere tra i primi risultati nelle ricerche su Google.

Principale esempio: *AgoraVox* (generalista) o *Hi-TechItaly.com* (tecnologia).

L'UFFICIO  
STAMPA 4.0:  
*Le Digital Media  
Relations* nell'era della  
della **connessione  
permanente**

I social media sono un'opportunità per fare rete e rafforzare le relazioni con i propri stakeholders.

Il web è sempre più il luogo prescelto su cui informarsi: ogni giorno si condividono almeno un milione di articoli sui social network –dal 2013 al 2015 +185% di condivisioni mensili; il 55% sui social ed è relativo ad articoli pubblicati sia sul web che cartacei-.

App, tablet e smartphone primi strumenti da cui raggiungere l'informazione.

A giugno 2016 nelle redazioni USA i redattori online superano quelli del cartaceo: 197.800 vs 183.200 (Ufficio statistico del Dipartimento del lavoro USA).

# L'UFFICIO STAMPA 4.0: *Le Digital Media Relations* nell'era della della **connessione permanente**

**Partecipazione, condivisione, collaborazione** le parole chiave.

- **Nuova realtà di cittadini/utenti attivi**, capaci di divenire informatori e cronisti , che affiancano i professionisti dell'informazione.
- **Reperibilità dei contenuti nel tempo**: nella comunità virtuale notizie, commenti e conversazioni restano reperibili per anni.
- Si sviluppa così **un ecosistema digitale fatto di relazioni** tra cittadini, consumatori, influencer, giornalisti, organi di informazione. Tutto ciò resta coinvolto in uno scambio costante di informazioni fatto di diffusione di notizie, recensioni e consigli.
- Utilizzo di servizi social esistenti e comuni (LinkedIn, YouTube, Facebook)
- Condivisione delle notizie
- Apertura della conversazione ai commenti

# L'UFFICIO STAMPA 4.0: *Le Digital Media Relations* nell'era della della **connessione permanente**

## CERCARE, ARCHIVIARE, ANALIZZARE

- **Filtrare** dati e informazioni
- **Archiviare** informazioni
- **Reperire** indirizzi su siti e servizi online
- **Monitorare** media online social network
- **Scoprire** bufale online
- **Individuare** opinion leader online e creare media list 4.0

## COMUNICARE NOTIZIE

- **Produrre e diffondere** comunicati stampa online
- **Creare** una Press Room online
- **Diffondere** notizie tramite piattaforme online e di social news
- **Raccontare** storie tramite Article Marketing e Storytelling
- **Scrivere** su un Microblogging
- **Condividere** Magazine
- **Condividere** video e photo
- Real time journalism
- Live e Mobile Live streaming

L'UFFICIO  
STAMPA 4.0:  
Dalle *comunità virtuali  
tradizionali* a quelle  
*contemporanee*

DA

Comunità virtuali tradizionali: newsgroup, forum, blog, wiki

A

Comunità virtuali contemporanee: social network, microblogging,  
siti questions & answers, siti di video, photo, documents sharing

# L'UFFICIO STAMPA 4.0: Gli influencer

**OBIETTIVO:** Individuare e mappare **opinion leader** e **influencer** per fare una media list 4.0.

## CON I *TOOLS* PUOI!

- **NIMBLE:** permette di creare la propria rubrica 4.0 classificando i propri contatti reperiti nei vari social.
- **BUZZOOLE:** permette di selezionarli in base al topic (fashion, politic, food,...)
- **KLOUT:** indice di socialità. Piattaforma che consente di capire la presenza degli **influencer** attraverso il *Klout score* ottenuto dal grado di interazione dei profili utente sui social -intreccia l'ampiezza del network dell'utente con i feedback che ottiene dai followers-. È anche strumento di monitoraggio per il personal branding.

# L'UFFICIO STAMPA 4.0: Virtual Press Office

## **I REQUISITI DI UN UFFICIO STAMPA ONLINE:**

- Area con lo storico della comunicazione
- Archivio aggiornato con gli ultimi comunicati stampa
- Agenda con conferenze ed eventi in programma
- Novità di interesse per i media

## **GLI STRUMENTI DI UNA CONFERENZA STAMPA:**

- Comunicato stampa
- Cartella stampa
- Intervista
- Press briefing
- Archivio dati/immagini
- Rassegna stampa

## **LE AREE DI UN'ORGANIZZAZIONE STAMPA:**

- Stampa
- Eventi
- Pubblicazioni
- Social

L'UFFICIO  
STAMPA 4.0:  
*Conferenze stampa a  
portata di smartphone*

**A PORTATA DI... TWITTER!**

Definire l'hashtag della conferenza stampa o dell'evento e altri a supporto a seconda dei temi.

Rintracciare gli account di coloro che intervengono @pincopallino.

Capire in anticipo i contenuti degli interventi per essere pronti a twittare in tempo reale.

Preparare i propri followers con tweet di avvicinamento all'inizio della conferenza stampa.

L'UFFICIO  
STAMPA 4.0:  
*Rassegne stampa  
digitali*

**CON I TOOLS DI *CONTENT CURATION*...**

**CREA IL TUO *STORIFY* CON IL MEDIA STORYTELLING.**

Creare una rassegna stampa, raccontando un evento come fosse una storia: tra online e cartaceo, inserendo link, foto, video. I contenuti possono essere aggiunti tutti contemporaneamente oppure inseriti all'interno della storia in momenti differenti.

**ELABORA IL TUO *EBOOK* CON *TWEETBOOK*.**

Un vero libro in cui raccontare un evento, convegno o una attività pronto per la stampa.

**REALIZZA IL TUO *NEWSPAPER* IN POCHI MINUTI.**

Trova automaticamente, pubblica e promuovi articoli con foto e video sul web. Potrai così costituire una tua community di riferimento che ti aiuterà nella promozione e condivisione.