

## Musei e comunicazione sui social media

Sara Cozzani | Segreteria Operativa SIMBDEA

Come comunicano i musei sui social media? Come si presentano agli utenti? Che tipo di contenuti condividono e quale registro utilizzano?

Questo intervento cercherà di rispondere a queste domande portando alcuni esempi concreti di strategie comunicative adottate da musei nazionali e internazionali.

Sono sempre di più i musei che scelgono di essere presenti anche sui social media, e sebbene Facebook sia ancora il canale più utilizzato, è Instagram la piattaforma con la percentuale di crescita maggiore<sup>1</sup>. Tuttavia, solo i musei più strutturati possono permettersi di affidare a un'apposita figura professionale, quella del social media manager, la gestione del loro profilo istituzionale. Nel caso dei musei più piccoli, invece, è spesso lo stesso direttore o curatore del museo a dover ricoprire anche questo ruolo, con tutte le difficoltà e le limitazioni che a volte questo comporta.

I social media hanno un enorme potenziale comunicativo, che i musei possono sfruttare attraverso specifiche strategie narrative per arrivare a diverse tipologie di pubblico. I musei possono "raccontarsi" quotidianamente, coinvolgendo il pubblico in maniera più diretta e creando un senso di appartenenza a una comunità, mettendo in relazione il museo con "l'esterno" e facendo rete con altri musei.

Considerate le percentuali di crescita di questi canali di comunicazione, è importante capire come i musei li utilizzino e se ne servano, e quale impatto possano avere sulla gestione e sulla vita dei musei.

**Parole chiave** *Musei, comunicazione, social media*

### Bibliografia

Mandarano N. (2019), *Musei e media digitali*, Carrocci editore, Roma

Ferrari C. (2017), *La comunicazione dei beni culturali. Il progetto dell'identità visiva di musei, siti archeologici, luoghi della cultura*, Design, Milano

Izzo F. (2017), *Musei e tecnologie: Valorizzare il passato per costruire il futuro*, CEDAM, Assago

Giaccardi E. (a cura di) (2017), *Heritage and Social Media: Understanding heritage in a participatory culture*, Routledge, Londra e New York

---

<sup>1</sup> Secondo l'Osservatorio innovazione digitale nei beni e attività culturali utilizzo l'utilizzo nel corso del 2018 è cresciuto dell'8%, passando dal 15% al 23% <https://www.franzrusso.it/condividere-comunicare/i-musei-italiani-sono-sempre-piu-sui-social-media-ma-pochi-hanno-progetti-innovativi/>