



#SOCIALMUSEUMS

Social media e cultura, tra post e tweet

a cura di

Luca De Biase e Pietro Antonio Valentino

SilvanaEditoriale

Progetto editoriale



Associazione

Coordinamento editoriale e organizzativo
Silvia Boria, Giovanna Castelli, Alfredo Valeri



Silvana Editoriale

Direzione editoriale
Dario Cimorelli

Art Director
Giacomo Merli

Coordinamento editoriale
Sergio Di Stefano

Redazione
Filomena Moscatelli

Progetto grafico e impaginazione
Nicola Cazzulo

Coordinamento di produzione
Antonio Micelli

Segreteria di redazione
Ondina Granato

Ufficio iconografico
Alessandra Olivari, Silvia Sala

Ufficio stampa
Lidia Masolini, press@silvanaeditoriale.it

Diritti di riproduzione e traduzione
riservati per tutti i paesi
© 2016 Silvana Editoriale S.p.A.,
Cinisello Balsamo, Milano
© 2016 Associazione Civita
www.civita.it

A norma della legge sul diritto d'autore e del codice civile, è vietata la riproduzione, totale o parziale, di questo volume in qualsiasi forma, originale o derivata, e con qualsiasi mezzo a stampa, elettronico, digitale, meccanico per mezzo di fotocopie, microfilm, film o altro, senza il permesso scritto dell'editore.

Sommario

Premessa	9
<i>Gianni Letta</i>	
Prefazione	11
<i>Luca De Biase, Pietro Antonio Valentino</i>	
PARTE PRIMA	
Domanda, offerta di cultura e social media: la ricerca di Civita	15
<i>Pietro Antonio Valentino</i>	
Il social media marketing nel settore culturale: problematiche, strumenti e sfide	49
<i>Alfredo Valeri</i>	
Metodologia della ricerca	61
<i>Massimo Misiti con Giorgia Mannucci</i>	
Indagine su social media e consumi culturali della popolazione italiana	76
<i>Massimo Misiti</i>	
Analisi sull'utilizzo dei social media da parte dei musei in Italia e all'estero	86
<i>Giorgia Mannucci con Valeria Sciucchini</i>	
PARTE SECONDA	
Social media e istituzioni culturali	153
<i>Alfonso Fuggetta</i>	
Metodi di misurazione delle campagne digitali nel settore culturale	164
<i>Andrea Albanese</i>	
Social media e crowdfunding per la cultura	175
<i>Ivana Pais, Alfredo Valeri</i>	

Cinema e social media. Una fotografia	185
<i>Matteo Cassese</i>	
I social media per affiancare l'arte e l'editoria d'arte a partire dal caso Artribune	191
<i>Massimiliano Tonelli</i>	
Social media per gli eventi e le reti culturali. Il punto di vista del gestore	196
<i>Umberto Pastore</i>	
Cultura e comunità online. Social media per comunicare, creare, giocare	203
<i>Massimo Misiti</i>	
#Invasionidigitali e la partecipazione alla creazione di valore culturale	215
<i>Elisa Bonacini, Marianna Marcucci, Fabrizio Todisco</i>	
Tweetfonia e istituzioni sociali	219
<i>Jasper Visser</i>	
#svegliamuseo: un progetto per "svegliare" i musei italiani online	221
<i>Francesca De Gottardo</i>	
CONCLUSIONI	
Proposte e linee guida	227
<i>Luca De Biase, Pietro Antonio Valentino</i>	
Riferimenti bibliografici	237
TAVOLE	240