



# COME USARE I SOCIAL MEDIA NELLA DIVULGAZIONE DELL'ARTE? CASO: UTILIZZO DI INSTAGRAM PER LA DIVULGAZIONE DELL'ARTE

## Obiettivo generale

L'obiettivo di questa scheda pratica è quello di presentare diversi esempi di feed Instagram dei musei e di mostrare come utilizzare Instagram per divulgare e promuovere l'arte con gli studenti durante i laboratori artistici.

In questa scheda pratica potrete:

- ✓ Scoprire i feed dei musei su Instagram,
- ✓ Imparare a usare Instagram e le sue possibilità,
- ✓ Riutilizzare la vostra conoscenza dell'applicazione per creare un feed piacevole con i vostri studenti.

## Avrete bisogno di:

- ✓ un computer o un telefono con accesso a Internet
- ✓ un account Instagram
- ✓ il contenuto utilizzato per il feed (testo, immagine, suono, video, ecc.)

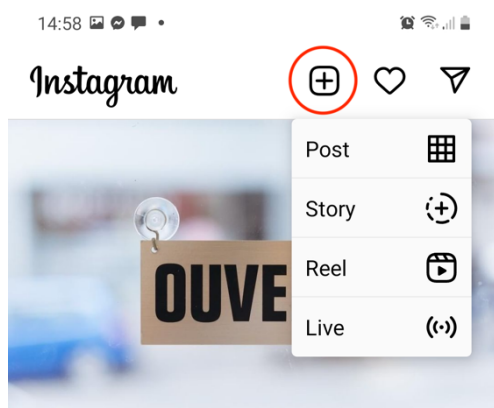
## Sfide e problematiche

Oggi, per qualsiasi organizzazione, è fondamentale essere presente sui social media: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Pinterest ecc.

Instagram è uno dei media più importanti per l'arte, per gli artisti, i musei e il pubblico. Instagram è incentrato sull'immagine, quindi le opere d'arte (disegni, dipinti, sculture) sono perfette. Un'opera d'arte suscita emozioni, crea discussioni, quindi porta all'interazione e al coinvolgimento.

Il pubblico di Instagram è molto numeroso, piuttosto giovane e non necessariamente visita i musei. L'utilizzo di questo social media permette alle istituzioni di creare legami con questo pubblico, rendere l'istituzione più attraente, coinvolgere il pubblico e incoraggiarlo a creare la propria esperienza di visita. Infatti, se qualcuno posta una foto di un'opera di una mostra, partecipa alla divulgazione di quest'opera e alla promozione del museo.

Tuttavia, prima di lanciarsi su Instagram, dovete valutare i vostri obiettivi e prepararvi. I social media richiedono tempo, competenze e impegno. Per prima cosa dovete rispondere a: è rilevante creare un account Instagram per la mia struttura? A quale scopo? (visibilità, interattività...) Per quale pubblico? Poi bisogna stabilire un piano di comunicazione. Con questo strumento creerete degli appuntamenti per gli utenti. Inoltre, faciliterà il lavoro del museo e dei responsabili dei social network: sarà possibile preparare i post in anticipo e sapere cosa fare senza dover cercare per ore cosa pubblicare. Infine, dovrete curare la vostra immagine pubblicando foto di qualità ed esprimendovi con un tono appropriato. Attenzione, i social media sono un investimento a lungo termine.



Su Instagram ci sono molti strumenti per comunicare. In questa lezione parleremo solo di come postare foto o video dal computer o dal telefono su Instagram. Gli altri strumenti disponibili sono le storie, i video e le dirette. Ma non è possibile crearli da un computer, è necessario utilizzare un telefono.

Le storie sono foto o video disponibili sul vostro profilo per sole 24 ore. In esse è possibile aggiungere link al proprio sito web o al proprio negozio, oltre a creare un sondaggio. I Reel sono video ispirati a TikTok. Si sceglie la musica e si realizza un breve video (massimo 60 minuti) intorno al suono. Il feed, in cui appaiono i vostri post, è la vetrina della vostra istituzione.

## Adattamento

### 1. Preparazione

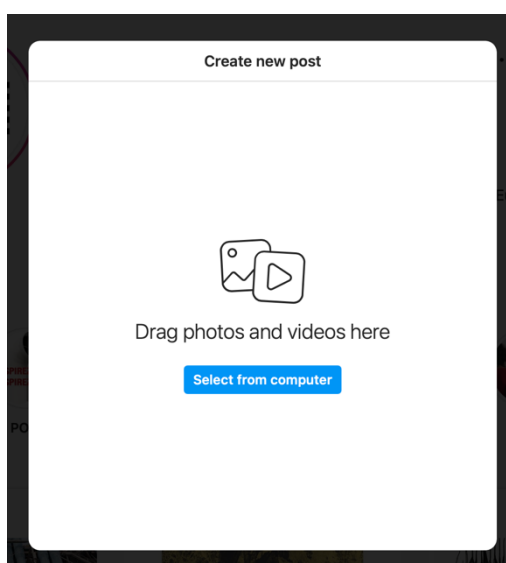
Per postare su Instagram, si consiglia di aver già preparato i contenuti (immagini, video, testi) in una cartella. Le foto o i video devono essere di buona qualità. Il testo deve essere adeguato alla struttura e al pubblico di riferimento. Molti musei scrivono i testi nella lingua locale e anche in inglese. Non dimenticate di aggiungere gli hashtag, che sono fondamentali per questo social media, ne parleremo più avanti.

## 2. Creare il tuo post

Sul computer o sul telefono, aprire il sito web o l'app di Instagram e accedere al proprio account. Fate clic sul riquadro con la crocetta, nella parte superiore della pagina. Sul telefono selezionare Pubblica.



Appare questa schermata.



## 3. Aggiungere immagini o video

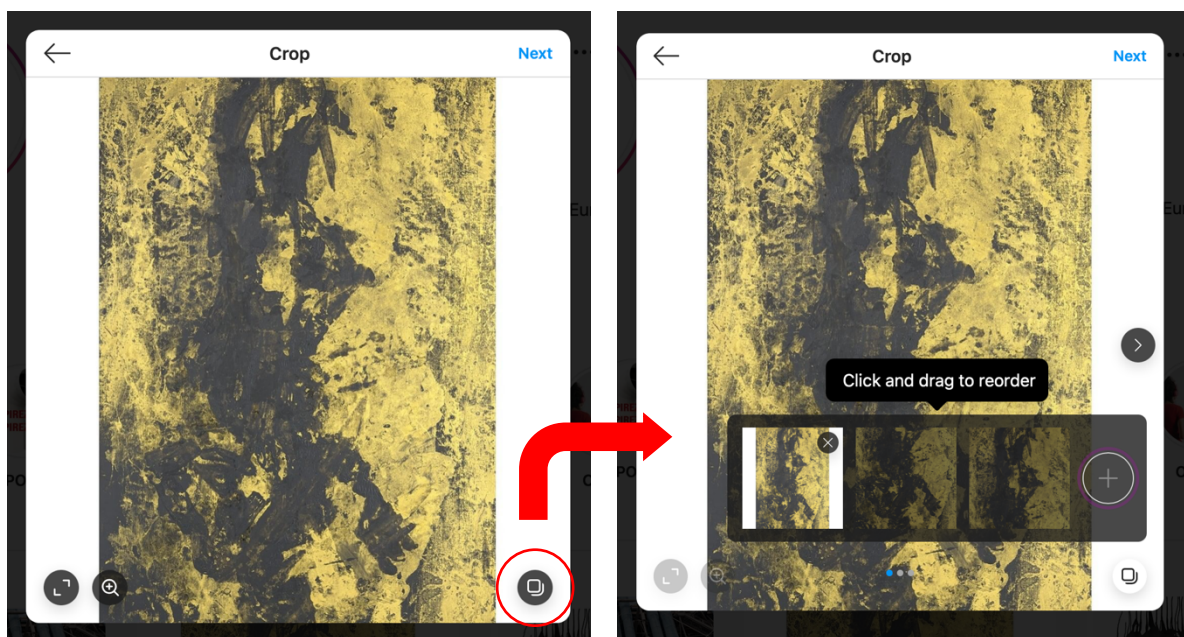
Trascinare e rilasciare immagini o video selezionati dal computer (o dal telefono). Potrete aggiungere immagini o video in seguito, se ne avete dimenticato uno. Attenzione, potete postare un'immagine di qualsiasi dimensione, ma nel vostro feed ci saranno solo immagini di 1080x1080px, quindi è meglio se l'immagine è quadrata.

Per quanto riguarda il soggetto del post: può essere una foto di un'intera opera d'arte, o uno zoom su di essa, o un'ampia ripresa della vostra galleria o mostra. Potete anche deviare le opere, facendo parlare i personaggi dipinti o le sculture, ad esempio. Un soggetto molto interessante per il pubblico è il backstage della vostra istituzione. In Francia, molti musei usano l'hashtag

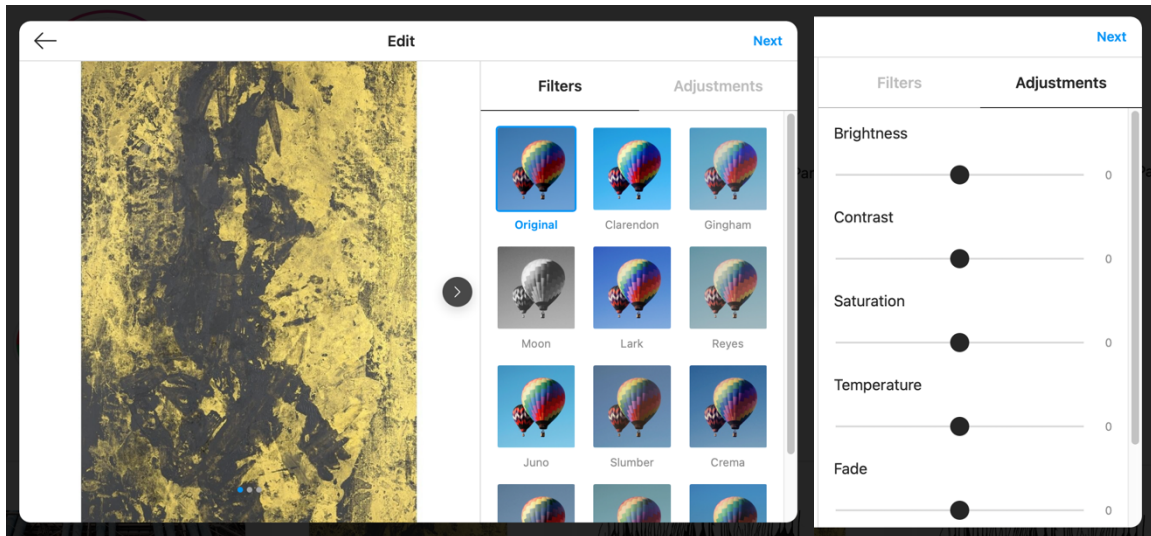


#jourdefermeture (#closingday) per pubblicare immagini dell'arte in corso o della costruzione di una mostra. Tutti questi argomenti sono a scopo informativo. Ma potete anche creare un contest o qualsiasi altra cosa per coinvolgere il vostro pubblico. Per esempio, il Centro Pompidou di Parigi propone ai visitatori di partecipare con l'hashtag #LeCentrePompidouVuParVous (#ThePompidouCenterSeenByou). Chiedono di postare un'immagine scattata durante una mostra e la condividono sul feed del Pompidou.

Una volta aggiunta l'immagine, appare questa schermata. È possibile ritagliare l'immagine o ingrandirla. È anche possibile creare un carosello, cioè aggiungere altre foto.



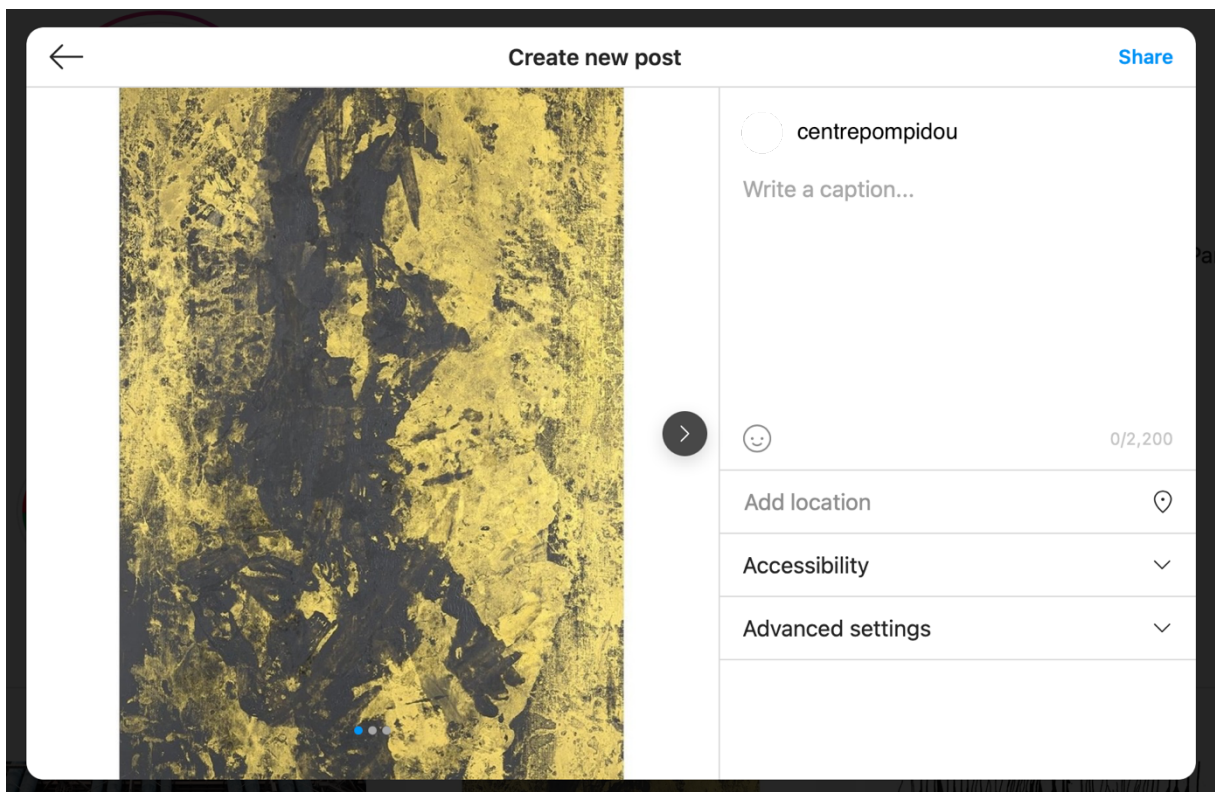
Una volta terminato, fare clic sul pulsante "Avanti". Viene visualizzata una schermata per la modifica del post. È possibile applicare filtri, regolare la luminosità e il contrasto ...



Una volta terminato, fare clic sul pulsante "Avanti".

#### 4. Aggiungere il testo

Appare questa schermata. È il momento di aggiungere una descrizione per l'immagine.



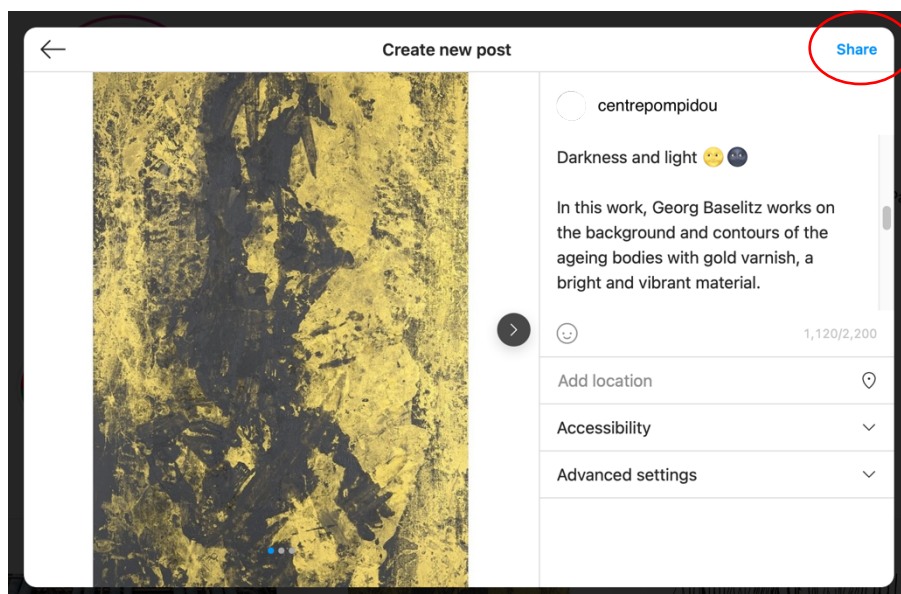
La descrizione può contenere solo gli elementi principali dell'opera: nome, artista (indicato se ha un account Instagram con la @), breve descrizione.

Può essere anche più lunga. È possibile aggiungere emoticon, ma devono corrispondere all'immagine della struttura. Un'altra cosa da aggiungere sono gli hashtag. Vengono utilizzati da Instagram per attribuire una categoria al post e mostrarlo alle persone a cui piacciono post simili. Per questa immagine postata dal Centro Pompidou, possono essere: #CentrePompidou #Museo #Parigi #Art #ExpoBaselitz #GeorgBaselitz #Exhibition #ContemporaryArt #Painting.

In questa schermata è possibile aggiungere la localizzazione dell'opera d'arte o della mostra che si presenta. La scheda di accessibilità è un riquadro in cui è possibile scrivere una descrizione della foto o del video per le persone ipovedenti.

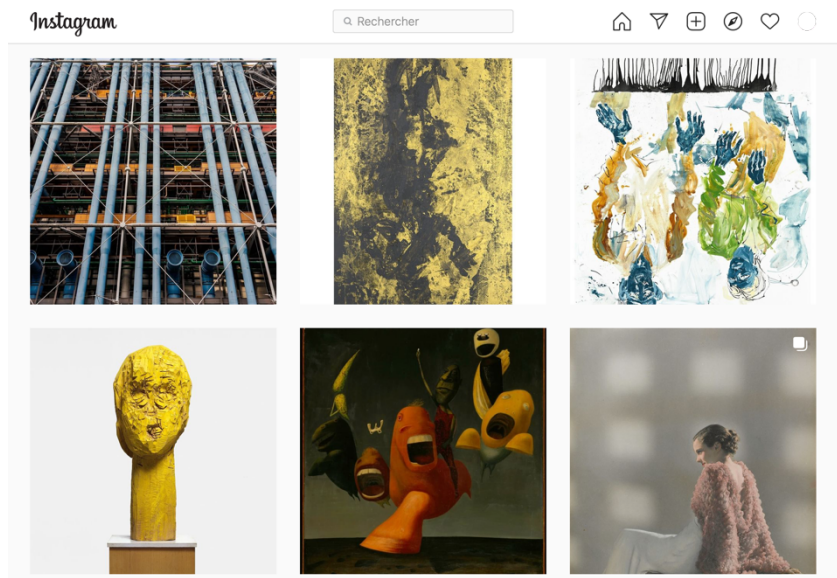
## 5. Pubblicare

Una volta aggiunto tutto, è possibile pubblicare il post.



Il post apparirà così nel vostro feed.

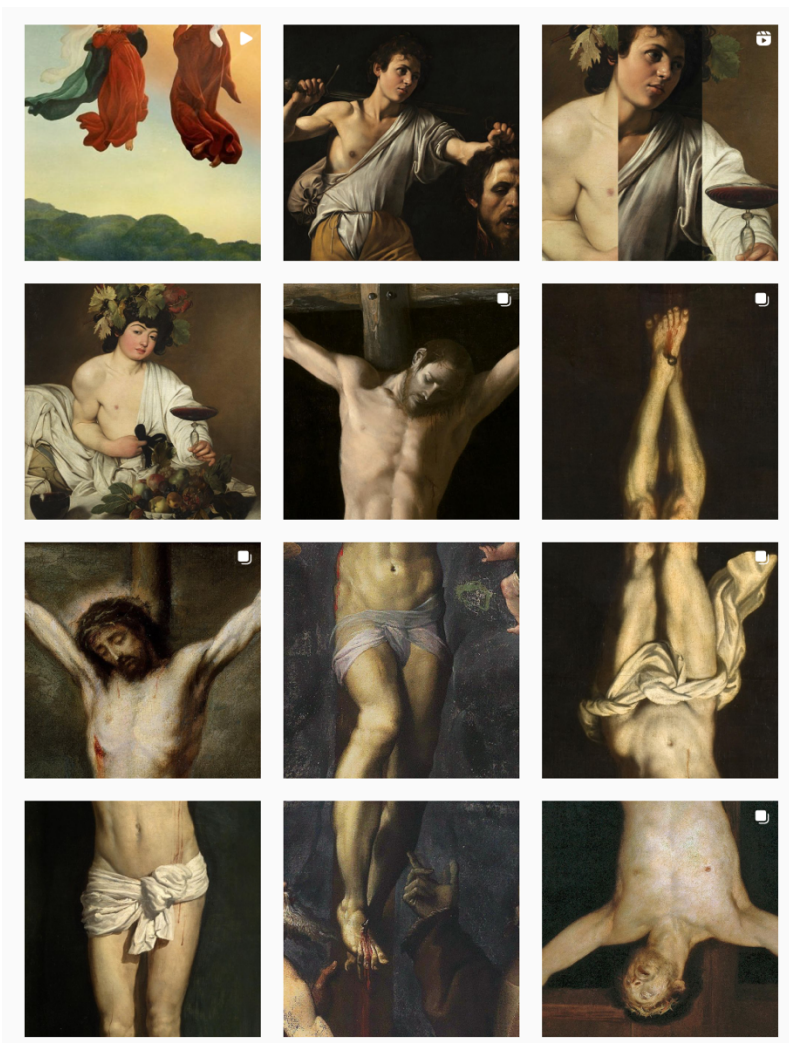




E così se qualcuno ci clicca sopra.



Si può provare a creare un bel feed, ad esempio facendo così.  
(@mr.bacchus)



## Esempi pratici e ispirazione

Account Instagram attivi di musei:

- [@themuseumofmodernart](#) (MoMA a New-York)
- [@metmuseum](#) (Il Metropolitan Museum of Art a New-York)
- [@museelouvre](#) (Louvre Museum a Paris)
- [@centrepompidou](#) (Pompidou Center a Paris)

## Risorse aggiuntive

Altri account Instagram, non museale, che divulga l'arte:

- [@mr.bacchus](#)
- [@arthistoryhaggards](#)
- [@la.minute.culture](#) (il profile minute culture pubblica ogni settimana un'immagine di un dipinto con una battuta. In un articolo fornisce maggiori dettagli sull'arte, l'artista, il movimento...)
- [@daily\\_paintings](#)

