



EU Heritage.

Skills for promotion,
valorisation, exploitation, mediation and
interpretation of European Cultural Heritage



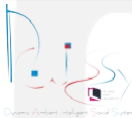
Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Modulo:	3. Strumenti e strategie digitali per i beni culturali
Sub-Unit:	3.1.3. L'interazione digitale con i visitatori
Autore:	Lilian Grootswagers
Supervisore tecnico:	Panagiota Polymeropoulou, Hellenic Open University
Supervisore scientifico:	ENCATC
Parole chiave:	Cultura, marketing, storytelling, engagement, utilizzatori, beni culturali

Questo lavoro è sotto licenza Creative Common [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License (CC BY-NC-SA 4.0)]



Template realizzato da:



DAISSY research group, Hellenic Open University (<http://daissy.eap.gr/en/>)

Lilian Grootswagers, Future for Religious Heritage

L'interazione digitale con i visitatori

CAPITOLO 1: Introduzione

Ciao, il mio nome è Lilian Grootswagers e sono il Presidente del comitato consultivo di Future for Religious Heritage. Sono stata coinvolta nella rete fin dall'inizio, 10 anni fa. Siamo stati invitati a condividere la nostra esperienza e soprattutto a discutere cosa scambiamo con i "visitatori".

Se un'immagine vale più di 1000 parole, immagina quanto vale un video. Il video è uno strumento fantastico per agganciare il tuo pubblico. A differenza di un lungo paragrafo, è estremamente facile da consumare. Il video è conciso e cattura l'interesse degli spettatori nei primi secondi. Un'immagine e un video potrebbero avere più impatto di un discorso. Ecco perché abbiamo creato questo breve filmato introduttivo per il nostro 10° anniversario.

Avendo appreso chi siamo e quali sono i nostri obiettivi, capirete che come rete abbiamo bisogno di trovare dei modi per coinvolgere le persone, non solo i professionisti e i membri, ma sicuramente anche il pubblico più ampio, per suscitare interesse e aprire il patrimonio religioso e renderlo più accessibile. Come? Naturalmente, ci sono molti modi per farlo, e i social media e la digitalizzazione offrono immense opportunità, ma anche sfide, naturalmente.

CAPITOLO 2: Le opportunità dei social media

I social media offrono opportunità per:

- **Costruire relazioni** (si tratta di collegare le persone alle persone)
- **Condividere le competenze** (offre l'opportunità di parlare di ciò che si conosce e di ciò per cui si vuole essere conosciuti, la condivisione delle competenze aiuta a costruire la credibilità, non solo online ma anche offline. Offre l'opportunità di connettersi o riconnettersi con persone su diversi argomenti e livelli)
- **Aumentare la visibilità**
- **Educare te stesso e gli altri...** (vedi l'esempio di *Explore churches* che sviluppa competenze video per chi lavora nel campo del patrimonio religioso)
- **Connettersi quando si vuole e si desidera** (i social media possono aiutare a connettersi prima, durante e dopo gli eventi di networking)

Durante la pandemia da Covid-19 la digitalizzazione ha dimostrato di essere uno strumento molto forte per rimanere connessi e dare visibilità; in più ha suscitato enormemente l'interesse per i social media e gli strumenti digitali. Ha un potenziale enorme, ma da dove cominciare e cosa si adatta al vostro obiettivo e alla vostra organizzazione?

Dal 2011, l'inizio della nostra organizzazione abbiamo sviluppato diverse iniziative. Imparando dalle nostre esperienze siamo andati avanti passo dopo passo. La lezione più importante che abbiamo imparato è che sono importanti la VISIBILITÀ, il BRANDING e l'ENGAGEMENT! Inoltre bisogna assicurarsi che ci sia un equilibrio tra le idee e le risorse (sia finanziarie che in riferimento al personale, si potrebbe essere sopraffatti dal traffico generato ecc.).

CAPITOLO 3: Passo dopo passo

Per interagire con i nostri visitatori abbiamo iniziato in modo semplice: creando una pagina web su ciascun canale social media. La cosa più importante è avere un design forte e riconoscibile - che risalti immediatamente e metta in mostra il marchio complessivo! (Quindi, logo e social media in un unico design riconoscibile!)

Assicuratevi anche che tutti i canali siano sempre pubblicizzati, collegati fra loro e che si riflettano l'un l'altro, e mostrino gli ultimi input. Un sacco di materiali e progetti sono realizzati nel corso degli anni, si hanno così tanti contenuti e infiniti modi di condividerli.

CAPITOLO 4: Esempi di progetti e campagne

Una volta aperto abbiamo creato il passo successivo: stimolare il coinvolgimento dei visitatori attraverso campagne di social media come:

- FRH Photo competition nel 2018
- Torch for heritage campaign nel 2018
- JUMP FOR HERITAGE nel 2020 (connessione patrimonio e sport/outdoor per raggiungere i giovani e creare una possibilità di stimolare l'impegno all'interno delle restrizioni pandemiche del covid 19: Creare un momento di gioia e patrimonio religioso in tutta Europa e portare nuovo pubblico e coinvolgere).

Una delle enormi possibilità che porta la comunicazione attraverso i mezzi digitali è che si può comunicare prima - durante e dopo gli eventi. Ad esempio, abbiamo comunicato tempestivamente che la conferenza FRH doveva essere sostituita da un evento ibrido.

L'altro nostro progetto in corso è quello di aprire al pubblico il patrimonio religioso di tutta Europa e di connettersi, sviluppando uno strumento per aprire e mostrare il patrimonio religioso in tutta Europa: Religiana (www.religiana.com), un progetto creato da Future for Religious Heritage, che è una risorsa completa per promuovere e proteggere il patrimonio religioso europeo con informazioni sugli edifici di tutta Europa. Religiana ha due scopi: promuove questi edifici come luoghi belli e unici da visitare e facilita le visite condividendo informazioni pratiche con gli utenti; allo stesso tempo aiuta a preservare il patrimonio europeo evidenziando le necessità di restauro e finanziarie.

CAPITOLO 5: Perché Religiana?

Il patrimonio religioso europeo - i 500.000 edifici tra chiese, cappelle, sinagoghe, moschee, cattedrali, monasteri, conventi, più i loro arredi, monumenti, sculture, dipinti, affreschi, argenti, paramenti, biblioteche: gli architetti, gli artisti e i musicisti che hanno ispirato nel corso dei secoli: la loro storia nazionale, locale e individuale che risale a ben oltre 1000 anni fa - che rappresentano una parte unica ed essenziale dell'identità culturale europea è ampiamente ignorata.

Il potenziale degli edifici del patrimonio religioso di attrarre visitatori e di rendere le visite piacevoli e utili è enorme. Gli edifici religiosi forniscono una finestra sul passato, dando ai visitatori la possibilità di imparare di più sui loro antenati e sul mondo in cui vivevano, oltre a mostrare il lavoro di alcuni degli artigiani più talentuosi.

Attraverso Religiana, Future for Religious Heritage ha creato una piattaforma che mira a permettere ai visitatori di accedere alle informazioni sul più grande museo d'Europa dalla comodità della loro casa, o mentre sono in viaggio, sostenendo i visitatori di questi bellissimi edifici. Contiene ad oggi più di 8000 edifici e sta crescendo ogni giorno.

C'è voluto un po' di tempo per far partire l'iniziativa, educare i proprietari degli edifici e renderla facilmente accessibile per farli partecipare. (il tutorial online è disponibile sul sito web) ma dimostra di avere successo ed è utile in molti modi:

Aprire i siti religiosi al turismo, al pubblico in generale e a coloro che sono particolarmente interessati da diversi punti di vista al religioso (diverse categorie sono costruite nelle voci di ricerca come: chiese nei film, rivolgendosi agli amanti dell'aria aperta ecc.)

Spero che vi abbiamo dato un'impressione dei nostri diversi tipi (tutti tramite mezzi digitali) per raggiungere e coinvolgere i visitatori.

Il mondo digitalizzato e le opportunità ci danno cibo per pensare ogni giorno... come gestirlo, dove si potrebbe essere, qual è la sfida, come gestire gli input/risposte negative ecc.

Penso che l'uso di mezzi e strumenti digitali apra nuovi orizzonti per connettersi con i visitatori sono quasi infiniti, offre anche opportunità inaspettate per connettersi e impegnarsi con altri campi e discipline.

FINE DELLA TRASCRIZIONE



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

EUHeritage.

Skills for promotion,
valorisation, exploitation, mediation and
interpretation of European Cultural Heritage

