

doppIO 2.0

Social Network *lovemarking* di un evento culturale



A cura di:

Paola Attolino, Fabrizia Chiarelli, Danilo Di Gioia, Carmen Sarmiento, Francesca Sinigaglia, Manuela Toran

Coordinamento, direzione e supporto tecnico di:

Paolo Pieri-Nerli e Francesco Luglio



Master in Tecnologie Integrate per i Beni Culturali - 2013

Indice

Presentazione pag. 3

Premessa pag. 4

Capitolo 1 (analisi)

Presente e futuri del web:

Open Linked Data; Data Mining Automation; Serendipity pag. 5

Fenomenologia del Web Social Network:

Social Listening: il monitoraggio nei Social Media pag. 6

Le figure: *storyteller / evangelist / blogger / seeder* pag. 21

Caso studio di *lovemarking* “Voglio vivere così” pag. 25

Beni Culturali e Social Media: analisi dello “stato dell’arte” pag. 28

Capitolo 2 (tesi)

Quale possibile “relazione affettiva” fra beni culturali e web social network? pag. 30

Capitolo 3 (sintesi)

Il progetto “doppIO 2.0” pag. 33

Il sito web pag. 34

I Social Network pag. 35

hashtagging e database pag. 36

La “mostra 2.0” pag. 36

Conclusioni pag. 41

Presentazione

Il progetto qui esposto nasce dalle riflessioni e discussioni maturate all'interno della fase di **Workshop** del corso Master in Tecnologie Integrate per i Beni Culturali (MICT) V edizione, 2013. Il workshop, tenutosi durante il mese di marzo 2014 alla conclusione del periodo di lezioni, ha come scopo lo sviluppo di un progetto di valorizzazione ispirato a situazioni reali (un'esposizione, un museo, un evento o un luogo) e trattato con le tecniche e gli strumenti dell'Information and Communication Technology (ICT).

Gli spunti possono anche rimandare ad alcune esperienze maturate durante il master (visite tecniche, incontri, conferenze) e comunque intendono affrontare sempre temi tecnologici o pratiche dell'ICT all'avanguardia, oggetto di applicazione, anche in campo internazionale, degli ultimissimi anni.

Finalità del workshop non è il praticare tali tecniche (se non marginalmente) ma essere in grado di comprenderne il funzionamento e il potenziale e di saperlo coerentemente impiegare in un progetto pensato e sviluppato interamente dalla classe con il supporto tecnico e scientifico dei docenti.

Quest'anno lo spunto è stato offerto dal dilagante fenomeno dei **Social Networks**, e quindi dei loro meccanismi e logiche, in parte anche all'interno del settore dei beni culturali ed in particolare degli eventi culturali. In tal senso il fenomeno è difficilmente distinguibile da quello correlato dei Social Media visto che la sua principale caratteristica è di fatto relativa alla comunicazione.

È quindi sembrato naturale quest'anno affiancare il lavoro a quello della classe del Master in Management degli Eventi Artistici e Culturali (MOE) che non solo ha condiviso parte delle lezioni teoriche, comuni ad entrambi i corsi, ma ha condotto il proprio workshop nello stesso lasso di tempo.

In quel contesto il tema, scelto in autonomia, per progettare l'evento si è incentrato sul **concetto di "doppio"** con l'obiettivo di evidenziare come l'atteggiamento degli artisti nei confronti di ciò che è sdoppiabile (i.e. personalità, interiorità, esteriorità ecc.) si sia evoluto nel corso del tempo. Da qui il titolo scelto per l'evento mostra: "doppIO - la percezione di sé dalla tela al touch"

Il lavoro del workshop MICT ha preso spunto da tale scelta finalizzando il proprio progetto ad un'**azione di coinvolgimento emotivo** (*lovemarking*) del pubblico dei Social Network nei confronti dell'evento e delle tematiche in esso trattate, attraverso le logiche e gli strumenti dell'attualità web. Da qui il titolo di copertina.

Per questo stesso motivo il gruppo di lavoro si è "configurato" come azienda di consulenza per offrire un servizio dedicato e specialistico ai progettisti dell'evento.

Ne è nato un **lavoro di coordinamento e di mutua contaminazione** fra i due workshop i cui esiti ci sembrano degni di interesse.

Questo scritto è anche occasione per mettere nero su bianco, lasciandone quindi una traccia, gli esiti delle molteplici riflessioni, ricerche e discussioni condotte a più riprese all'interno del periodo di lavoro in gruppo.

Premessa

Ricorre quest'anno il primo "quarto di secolo" di **internet**, il protocollo di interconnessione dei computer che assieme alla diffusione esponenziale dell'hardware (dai computer desktop e portatili prima agli *smartphones* e ai *tablet* poi) ha rappresentato il fenomeno di massa chiave nel passaggio di millennio e ha finito per modificare il significato stesso del termine software.

Se infatti i computer prima dell'avvento di internet erano utili in quanto in grado di far girare dei programmi che svolgevano svariati compiti (dalla scrittura al disegno al calcolo matematico) riuscendo a ritagliarsi un ruolo significativo in tutti i settori produttivi, professionali, delle amministrazioni o dello svago e quindi avevano senso solo grazie a tali software, oggi si potrebbe dire che **l'utilità di un computer sta nel potersi connettere** a internet.

In tal senso una delle maggiori realtà aziendali che ha fatto dei servizi web la sua fortuna finanziaria e in parte tecnologica come "bigG" (ovvero **Google**, paragonando tale appellativo a quello di "bigBlue" con cui veniva chiamato il colosso dell'informatica IBM) ha potuto di recente pensare ad un sistema operativo denominato "Chrome OS" che ha come unica funzione quella di garantire all'apparecchio che lo ospita l'accesso a internet grazie ad un'interfaccia simile a quella del browser web "Chrome" già nota al pubblico. Sarà infatti la connessione in rete ai server Google a garantire la disponibilità di svariati "softwares" o applicativi / applet / plugin nella forma non più di programmi da installare ma di servizi web che "girano" da remoto in una finestra del browser.

Ma se questo scenario, del quale si risconterà nei prossimi anni il favore di pubblico o il fallimento, è già possibile ed operante, ben altro reale e conclamato successo sta vivendo il cosiddetto **Web 2.0** ovvero quella implementazione del funzionamento delle pagine in rete (avviato tramite l' **html**, acronimo di Hyper Text Markup Language) che da alcuni anni ha reso possibile la comunicazione "a doppio senso" in internet ovvero non solo ottenere servizi o informazioni rese disponibili da altri (un notiziario, le pagine di una enciclopedia, l'ascolto della radio, l'acquisto di articoli di un negozio on-line ecc.) ma far sì che l'utente sia in grado di riversare in rete le proprie informazioni. Questo ha reso possibile la diffusione di **repository**, ovvero database, liberamente accessibili al pubblico ma soprattutto frutto di questo processo di upload (in parte controllato dal gestore, ovvero non completamente libero, per ovvi motivi di copyright o anche solo morali) come Wikipedia, Youtube, OpenstreetMap ecc. che non potrebbero esistere o crescere senza il predetto meccanismo.

Il fenomeno ha da dieci anni a questa parte dato vita allo sviluppo dei **Web Social Networks** ovverosia di reti di relazioni sociali rese possibili dal web 2.0 e incentrati su legami di vario genere (amicali, familiari, per svariati tipi di interessi o temi, casuali ecc.) operanti in base allo scambio di informazioni fra soggetti appartenenti ad uno stesso gruppo. Ad un iniziale sviluppo disordinato di numerosi servizi in tale settore ha fatto seguito una selezione da parte degli utenti internazionali di un numero ormai ridotto e chiaramente indirizzato verso servizi come: Facebook, Tweekter, Foursquare, Pinterest ecc. Ognuna di queste "**piattaforme**" **on-line di servizi Social** si è specializzata per determinate forme medialità (i video, l'audio, il testo, le immagini ecc.) e anche in base allo strumento di acquisizione, con sempre maggior rappresentatività di quelli portatili.

Chiave di riferimento ai contenuti, temi, discussioni trattati nei Web Social Networks sono gli **hashtags** (etichette, ovvero un titolo alfanumerico preceduto dal simbolo #) che, come vedremo, risultano anche fondamentali per seguire in tempo reale l'evoluzione e i tempi di vita dei vari post prodotti dagli utenti.