

Torna la settimana dei musei su Twitter, che avrà luogo sul social network per una settimana con l'hashtag #MuseumWeek



Dal 23 al 29 marzo, musei e gallerie d'arte di tutto il mondo si ritroveranno su Twitter per sponsorizzare e twittare eventi e mostre in 140 caratteri. È iniziato il countdown per la @MuseumWeek che già l'anno scorso ha avuto il suo discreto successo e conquistò 630 musei di tutta Europa, registrando oltre 260.000 tweet e coinvolgendo 74 musei italiani.

Per una settimana si dialoga su Twitter di un quadro, una scultura, un'opera d'arte. Sette giorni si affrontano sette temi di arte utilizzando sette hashtag.

Secondo le linee guida della *Museum Week*, nei giorni feriali i temi incoraggeranno la comunicazione online, mentre nel week-end si darà maggiore risalto alla partecipazione attiva dei visitatori in loco, anche con la promozione di interazioni fra istituzioni, comprese quelle all'estero. Ad oggi sono oltre 500 i musei e le gallerie d'arte registrate da tutto il mondo, presenti in 31 Paesi e 324 città. Ma le iscrizioni sono ancora aperte, e registrandosi sul [sito ufficiale](#), tutte le istituzioni culturali italiane potrebbero prendere parte gratuitamente all'iniziativa.

Twitter è una piazza in cui tutti gli utenti possono trovare spazio per esprimersi, connettersi con gli altri e condividere i propri interessi.

Per celebrare la ricchezza dei contenuti culturali attraverso Twitter e dare vita a un'esperienza unica e coinvolgente che riunisca gli appassionati d'arte provenienti da tutta Europa, l'anno scorso è nata la prima #MuseumWeek e questo anno si replicherà.

La #MuseumWeek conetterà direttamente le persone con le strutture museali, con le opere d'arte, con la storia e le scienze, in un modo nuovo e interattivo, consentendo un accesso diretto ad alcuni fra i principali musei d'Europa e alle persone dietro a queste realtà. Oltre a interagire e coinvolgere i followers, la #MuseumWeek fornirà alle istituzioni partecipanti tutti gli strumenti necessari per raggiungere un nuovo pubblico e prendere parte a una conversazione ben più ampia.

La prima edizione, ideata nel 2014 da alcuni community manager di musei e istituzioni culturali francesi in collaborazione con il team di Twitter, ha visto la partecipazione di 74 musei italiani e 630 fra musei e istituzioni internazionali, registrando oltre 260mila tweet.

Quest'anno hanno aderito grandi realtà del panorama italiano come la Reggia di Venaria di Torino, il Museo Madre di Napoli, il museo di Palazzo Reale a Genova e il network bolognese del percorso Genus Bononiae. A Milano partecipano tra gli altri il Museo del Novecento e la Pinacoteca di

Brera.

Fra i musei coinvolti a livello europeo, la Tate Modern Gallery (@Tate), il Museo della Scienza di Londra (@sciencemuseum), Leeds Cultural Institutions (@LeedsMuseums), il Museo del Louvre (@MuseeLouvre), il Museo d'Orsay (@MuseeOrsay), il Chateau de Versailles (@CVersailles), il Museo del Prado (@museodelprado), la Fundación Dalí (@MuseuDali), Museo Picasso (mPICASSOm) e il Reina Sofía (@museoreinasofia).

Una settimana a base di arte e social network, musei e Twitter. Non resta che cinguettare.

*(mlm)*