

Master universitario in: “Management dei Beni Culturali e Ambientali” A. A. 2009 - 2010

Titolo della tesi: “Web 2.0 Strategie per la comunicazione e promozione del patrimonio culturale. Il caso Futouring”

Candidata: Grazia del Giudice

Abstract

L'oggetto dello stage è consistito nel definire una strategia di comunicazione finalizzata a promuovere il Distretto Tecnologico dei Beni e le Attività culturali di FILAS – Finanziaria LaZIALE di Sviluppo - attribuendo risalto ad uno dei progetti specifici, “Futouring”.

Futouring è un brand che riunisce i risultati delle prime azioni del Distretto per la valorizzazione del patrimonio culturale laziale ma è anche uno strumento che fornisce servizi per supportare la mobilità del turista con contenuti multimediali, virtuali e interattivi, ampliando così le modalità di fruizione culturale del territorio.

In particolare, è stato individuato nel web e nei social network il canale attraverso il quale promuovere e divulgare il progetto “Futouring”. Attraverso i social network e il web 2.0 è possibile stabilire rapporti di reciproca interazione e puntare ad un maggiore coinvolgimento dell'utente nelle iniziative del Distretto.

Grazie a tali strumenti quindi, è possibile raggiungere il duplice obiettivo di rendere l'utente non più semplice ricevitore passivo delle informazioni, ma parte attiva di un processo di comunicazione bidirezionale e di diffondere con maggiore immediatezza e spontaneità i contenuti promozionali.

The purpose of the internship was to develop a communication strategy to promote the Technological District of Cultural Heritage of FILAS - Finanziaria LAZIALE di Sviluppo - and give prominence to a specific project, "Futouring".

Futouring is a brand that brings together the results of the first actions of the District for the enhancement of cultural heritage of Lazio, but is also an instrument that provides services to support the mobility of the tourists with multimedia, virtual and interactive content, widening the ways of cultural fruition.

In particular, web and social networks are the channels through which promote and disseminate the project "Futouring", because it is possible to interact with users and involve them in the initiatives of the District.

Thanks to these tools so you can reach the goal of making the user no longer a simple passive receiver of information but an active part of a process of two-way communication and to disseminate with more immediacy and spontaneity the promotional content.