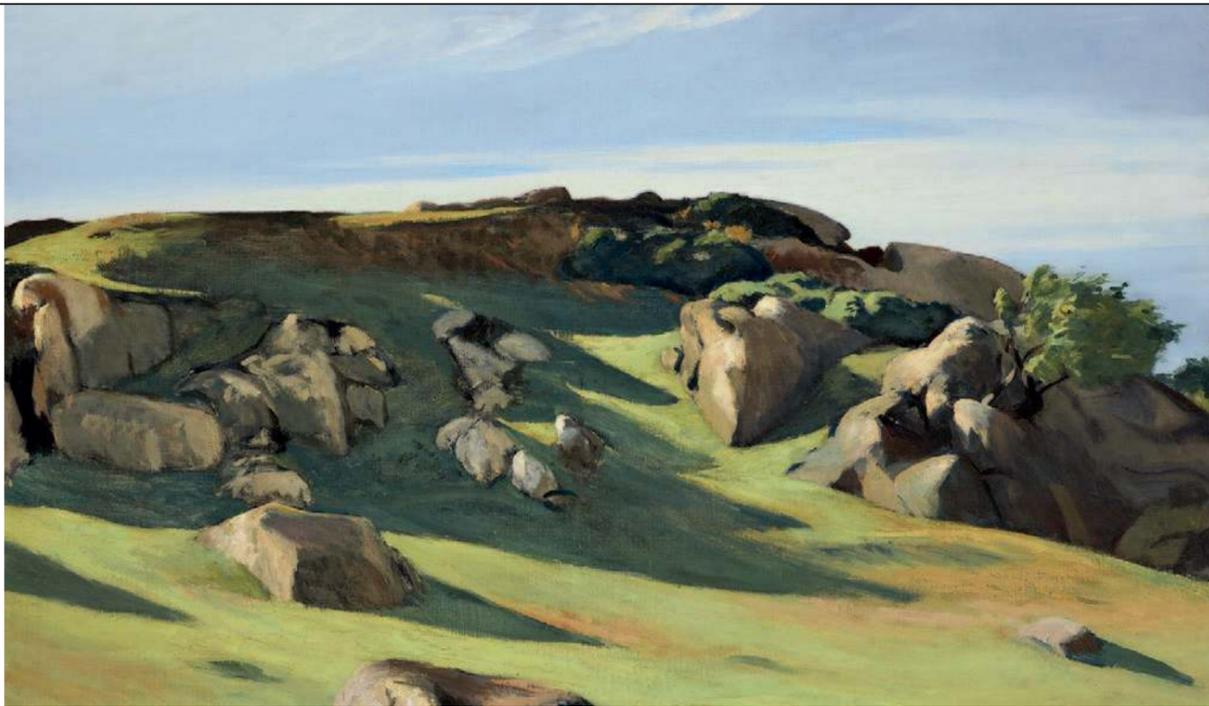


Fiere
Miart e la Milano Art Week
si spostano a settembre

La venticinquesima edizione di Miart, la fiera internazionale d'arte moderna e contemporanea che si tiene a Milano – inizialmente prevista dal 17 al 19 aprile – è riprogrammata nei padiglioni di Fieramilanocity dall'11 al 13 settembre a causa

dell'emergenza coronavirus. Come sempre insieme alla manifestazione principale avrà luogo anche la Milano ArtWeek con una serie di eventi e di appuntamenti dedicati all'arte contemporanea in tutta la città: sarà dal 7 al 13 settembre.



◀ **Deserti campi**

Dall'alto in basso, Cape Ann Granite (1928); Cobb's Barns and Distant Houses (1930-1933); Railroad Sunset (1929)

Guida alle visite virtuali

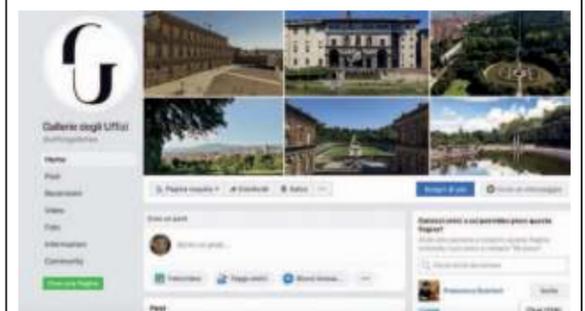
E i musei chiusi spalancano le porte ai social

di Chiara Gatti

Sopra l'ingresso della casa-museo di Giovanni Testori alla periferia di Milano è apparsa una scritta al neon che lampeggia non stop. E dice "Kultura 24h". L'artista serba Marija Sevic realizzò l'installazione già anni fa per protestare contro la lunga chiusura del museo di Belgrado. Alludeva al valore della cultura che pervade la vita al di là dalla barriera fisica. Non potrebbe essere più attuale. E mentre attorno alla dimora del grande scrittore aleggia l'aria surreale del coprifucio, molti musei come questo si attrezzano per restare aperti anche a porte chiuse. Virtualmente. Sempre più social, postati, instagrammati o twittati dai follower, stanno lanciando campagne online per promuovere il patrimonio senza interrompere la didattica, la comunicazione e neppure le mostre, in certi casi trahettate sul web con tanto di visite in streaming. Ecco allora le strategie che nell'etere viaggiano più veloci. Usando l'hashtag #museichiusimuseiaperti c'è chi, come il Museo Egizio di Torino, pubblica tutorial su come si restaura una stele nel backstage dei laboratori; o chi, come la Galleria d'arte moderna di Milano, chiede al pubblico di votare le opere preferite. In testa, brillano (con 1600 like) il candore aureo di Canova e l'eleganza vanitosa di Boldini. Scoraggiati (e meno fantasiosi) alcuni istituti sfoggiano sulla homepage il decreto ministeriale per la chiusura. Altri inventano soluzioni più visionarie. Il Castello di Rivoli annuncia allegro: «Nuova sede: Cosmo digitale» e snocciola decine di contenuti speciali, compreso un film "antico" di una performance torinese di Beuys uscito dagli archivi. Fra gli stakanovisti, che invece di rallentare rincarano le attività telematiche per una fruizione alternativa, spiccano la Pinacoteca di Brera e gli Uffizi con video-messaggi dei due direttori manager, James Bradburne e Eike Schmidt. Firenze vara l'iniziativa "Uffizi Decameron" ispirandosi a Boccaccio per raccontare storie da museo legate ai suoi capolavori, a Palazzo Pitti e al Giardino di Boboli. Brera risponde col progetto "Appunti per una resistenza culturale" e mette in fila fiabe per bambini, concerti ambientati nelle sale e clip coi dipendenti della Pinacoteca o della Biblioteca Nazionale Braidense che illustrano opere a scelta. Intanto i numeri dei suoi utenti schizzano sopra i 26mila in dieci giorni. «Se i visitatori non possono venire al museo, sarà il museo ad andare da loro» ripete il Polo Museale dell'Umbria che invade Twitter con descrizioni di tombe etrusche e retroscena di casa Borgia. Lanciatissime sui social sono anche le Gallerie Estensi promotori di un altro hashtag #acasacongieste, che allinea post tematici a raffica e un assaggio della biblioteca digitale estense (da giugno su una piattaforma ad hoc).

Super smart, il Museo archeologico di Napoli trasmette approfondimenti sulla sua MannTv, mentre Palazzo Strozzi inaugura il progetto "in contatto" sul blog del sito palazzostrozzi.org e il Maxxi di Roma punta sulle mostre in programma e annuncia contenuti inediti in arrivo a breve sul web. Chiudiamo col primo posto nella classifica delle immagini più gradite dai viaggiatori virtuali: oltre 21mila hanno cliccato in due giorni l'affresco di Pietro da Cortona a Palazzo Barberini. E il numero sta salendo. Anche la bellezza è contagiosa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



▲ **Uffizi social**

La pagina Facebook della Galleria degli Uffizi

razzo un'anziana signora legge, sul parapetto siede una fanciulla in costume. Si ignorano. Poi gli straordinari interni di *Lobby Hotel* (1943) e di treni *Chair Car* (1965): quattro passeggeri intenti solo ai loro pensieri. Ci sono altri dipinti con figure assenti malgrado la loro fisica presenza: esse rispondono sempre «preferirei di no» e ricordano l'inquietante *Bartleby*, lo scrivano di Melville. Hopper è un uomo colto e di molte letture.

Edward Hopper, ormai celebre, muore nel 1967 e la sua opera è stata una miniera per il cinema. Da *Intrigo internazionale* a *Psycho*, Alfred Hitchcock attinse a piene mani da Hopper pittore di scene urbane e di architetture – ne scrive David M. Lubin in catalogo – e così il Wim Wenders di *Paris, Texas*

che, in occasione della mostra, ha girato un cortometraggio in 3D dedicato ai luoghi hopperiani. Ma non sono i soli, aggiungo. Quando Fritz Lang, ebreo fuggito dalla Germania, giunse nel 1934 a Hollywood, era un regista celebre quanto disorientato in un nuovo mondo. Realizza una trilogia sociale e poi *Il vendicatore di Jess il bandito* (1940) e *Fred il ribelle* (1941). Sono due western con saloon, cavalcate e sparatorie in paesaggi spettacolosi dai colori acidi, il primo con protagonista Henry Fonda: non solo Lang ha digerito il più popolare genere americano, ma le pellicole hanno le tinte, le ombre e le luci che il suo mitico occhio ha attinto da Edward Hopper.

© RIPRODUZIONE RISERVATA