

CULTURA & SPETTACOLI



PAESAGGI In alto e qui sotto, i castelli di Miglionico e di Monteserico a Genzano. A destra Santa Maria de Idris nei Sassi di Matera



IL VOLUME ESCE PER LA COLLANA «I LUOGHI DEI SENTIMENTI» DI MINERVA. LO CURA AMERIGO RESTUCCI CON PORTOGHESI, RUSSO E LE FOTO DI CAPELLINI

di ENRICA SIMONETTI

C' è un post-Covid e un post-Capitale della cultura: mai come quest'anno la Basilicata si trova ad affrontare il turismo, le scelte e le nuove strade di un paesaggio che entra nell'anima di chi lo visita. E «I Luoghi dei Sentimenti» è il titolo della collana con la quale Minerva Editore ha pubblicato un libro intitolato proprio *La Basilicata*, firmato dall'architetto e docente Amerigo Restucci, con testi di Paolo Portoghesi, Giovannino Russo e Gabriele Scarcia e fotografie di Lorenzo Capellini. Abbiamo incontrato Scarcia a Miglionico (Matera), sua città natale e con lo storico e critico d'arte lucano, autore di libri pubblicati da Electa-Mondadori, Rubbettino, Laterza, La nave di Teseo nonché vincitore del «Premio Letterario Basilicata» e del «Carlo Levi» dialoghiamo sul futuro del territorio aspro e incantevole in cui Leonardo Sinigaglia vedeva scorrere i fiumi, lenti «come fiumi di polvere».

Scarcia, un Virgilio per la Basilicata. Quale sceglie come prima tappa? E perché?
«La Basilicata andrebbe percorsa in lungo e in largo senza cartine stradali, senza mete prestabilite, magari attraverso i reticoli viari che univano i santuari pre-cristiani, sfiorando le vetuste infrastrutture consolari dell'Appia, della Popilia, dell'Herculia, sconfinando nei tracciati dei percorsi alternativi. Affidandosi ora al meteo ora alla luce naturale che, in determinati momenti della giornata, si declina accarezzando in maniera suggestiva e dissimile i campi dorati di spighe come pure i muri scalinati dei centri storici, privilegiando ora l'aspetto poetico ora quello spirituale di taluni scenari. In questo libro, io, Lorenzo Capellini e la sua «Canon», ci siamo incamminati per la Lucania, privilegiando questa specie di filosofia».

Il dopo Matera capitale... che fare?
«Considerando che al «dopo capitale» si è aggiunto il «dopo pandemia», la sfida si è fatta duplice ma giuriamo impossibile. Io credo che, adeguato al frangente, non potrà che esserci un altrettanto adeguato ripensamento delle politiche in materia, politiche che non devono smettere mai di garantire la stabilità della reputazione turistica di un territorio, perpetuando la promozione del proprio brand semplicemente comunicando che questo non ha perso valore, che continua a palpitarci, che ha un fascino antico, identitario, con la forte capacità di emozionare. Oggi è tempo di ripensare al territorio, alle sue pregnanze antropologiche, alle sue tradizioni, alla sua storia, favorendo un flusso turistico che si spalmi nell'intero comprensorio regionale. Chiaramente va sostenuta, di pari passo con una scelta oculata del capitale umano ripartito per competenze, la stesura di un aggiornato piano strategico del comparto, contraddistinto questo, da una operazione comunicativa che includa le tecnologie digitali, con una riprogrammazione della visibilità dei

Basilicata nell'anima tra passato e futuro

La regione e il «dopo Capitale». Ne parla Gabriele Scarcia

luoghi, nel mentre si va attuando man mano una governance per ricordare soggetti e funzioni».

Cosa manca alla Basilicata?
«Nel pratico, mi viene subito in mente che manca la stesura di quegli utilissimi Manuali per il restauro e il recupero dei nostri centri storici. Strumenti fondamentali, con regole chiare, rispettose e univoche, per dare valore all'edificio storico e alla sicurezza. Una iniziativa che spetta alla Regione, in raccordo con l'Università, le Sovrintendenze, la Chiesa, i Comuni. Manca d'altro canto, purtroppo, la percezione netta di quel che eravamo e di quel che vogliamo

tornare ad essere nell'alveo di determinati valori identitari, non solo come lucani ma come italiani. Penso a certe figure di teorici dell'ovvio... E poi manca in Basilicata una dialettica univoca o perlomeno collaborativa».

Il luogo dell'anima?
«Per me è sempre il successivo. Quello che non ho visitato o che ho visto distrattamente. Anche più luoghi, ricordati magari dagli intenti di una mostra d'arte, magari con il sottotitolo «capolavori distanziati», dove le opere selezionate coerenti a un medesimo argomento, sono distanziate fisicamente, geograficamente per ricomporsi nel-

mente del turista, man mano che il viaggio prosegue e si amplifica con la conoscenza dei borghi. Tutto ciò potrebbe consentire nell'organizzazione, anche il coinvolgimento di più regioni. Immaginiamo una mostra sull'arte veneta tra Puglia e Basilicata. In quest'ultima, i capolavori scultorei e pittorici convoglierebbero i flussi turistici verso Irsina, depositaria di un Mantegna, Miglionico con il polittico del Cima, Genzano di Lucania con il Bellini, Matera con il Bastiani per poi raggiungere la Puglia di Vivarini, Tintoretto, Palma il Giovane, Lotto. Un moto a luogo per l'arte. Nell'arte».

IL PROGETTO UNA «CALL» DELLA FARNESINA PER PROMUOVERE L'IMMAGINE DELL'ITALIA

Con i «Corti d'autore» il racconto della ripresa

«**R**accontare un Paese che riparte e si ripropone al mondo dopo la pandemia. Il cinema è da sempre uno strumento straordinario di promozione dell'Italia nel mondo, siamo il Paese che ha vinto più Oscar in lingua straniera, è un settore che occupa una marea di imprese. Lasciamo una sfida, e ci rivolgiamo ai tantissimi talenti italiani, chiedendogli come farebbero conoscere i nostri territori e le nostre specificità all'estero». È l'obiettivo, ha spiegato Marina Sereni, vice ministra degli Affari Esteri e della Cooperazione internazionale (Maeci), alla base della call di Corti d'autore, promossa dal Maeci in collaborazione con Anica.

A partire dal 2021 i cortometraggi saranno diffusi online sui canali della Farnesina e ac-

compagneranno tutte le attività, online e in presenza, di promozione dell'Italia svolta all'estero dal Ministero attraverso la rete di Ambasciate, Consolati e Istituti Italiani di Cultura della Farnesina. Non saranno spot ma veri e proprie opere d'autore che diano il via a una nuova narrazione sull'Italia.

Cinque le macro-aree artistiche che si possono raccontare: design, architettura, moda; editoria, lingua italiana (con riguardo anche al settimo centenario della scomparsa di Dante Alighieri); cinema e audiovisivo; spettacolo dal vivo; arte e patrimonio. La call rimarrà aperta fino al 4 settembre 2020 e gli esiti saranno comunicati entro il 18 settembre. A selezionarli ci sarà una giuria composta da Maria Pia Ammirati, Piera Detassis, Monica Maggioni, Ludovica Rampoldi e Gabriele Salvatore.

Vetrina

MEREDITH KOPIT AMMINISTRATORE DELEGATO
Una donna al vertice del New York Times

■ Cambio ai vertici del New York Times. Meredith Kopit Levien è nominata amministratore delegato. Prenderà il posto di Mark Thompson che lascerà a settembre. Nello spiegare la sua uscita, Thompson - quasi 63enne - mette in evidenza di aver scelto questo momento «perché abbiamo raggiunto tutto quello che mi era fissato quando sono arrivato al New York Times otto anni fa. Kopit sarà la seconda donna amministratore delegato del New York Times dopo Janet Robinson. È entrata nel quotidiano nel 2013 come responsabile della pubblicità, è stata promossa chief revenue officer nel 2015 e chief operating officer nel 2017.

UNA NUOVA SCOPERTA ARCHEOLOGICA
A Gerusalemme un deposito di 2700 anni fa

■ Un vasto deposito reale risalente a 2700 anni fa è stato scoperto a Gerusalemme, nel rione di Armona a breve distanza dall'ambasciata degli Stati Uniti. All'interno di un edificio costruito con pietre enormi che aveva pareti doppie sono stati trovati 120 manici di vasi che riportavano le tracce di bolle dell'epoca dei re Ezechiele e Menasse. A quanto pare nel magazzino erano gestite scorte di cibo per affrontare periodi di emergenza.