

L'agone 2024



Carnevale, il MIBACT lancia #larteinmaschera, la nuova campagna social dei musei italiani

Descrizione

Al via #febbraioalmuseo e #larteinmaschera, la nuova campagna social promossa dal Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, guidato da Dario Franceschini: una galleria di maschere, volti, travestimenti, momenti di festa nell'arte, che spazia nei secoli e nei generi, provenienti dalle più belle collezioni dei musei statali.

Il mese di febbraio si apre all'insegna di una vera e propria festa dei musei grazie alle oltre quaranta le locandine digitali di questo mese che animeranno il profilo Instagram @Museitaliani e dei musei statali, alla scoperta delle maschere e dei travestimenti che hanno popolato l'immaginario, la cultura e l'arte italiana e internazionale: dalla Maschera Teatrale alla decorazione della Casa del Bracciale d'Oro degli Scavi di Pompei, alla Porta Virtutis di Federico Zuccari esposta alla Galleria Nazionale delle Marche di Urbino; dal Musicante in Costume di Salvatore Postiglione in mostra a Palazzo Pistilli a Campobasso al particolare de Il Cavaliere di Pietro Longhi della Pinacoteca di Brera di Milano, dal Carnevale di Firenze in Santa Croce di Giovanni Signorini esposto alla Galleria d'Arte Moderna di Palazzo Pitti a Le Peintre et le Temps di André Masson esposto alla Galleria Nazionale d'Arte Moderna e Contemporanea di Roma, da Netsuke, Maschera di Vecchio conservata al Museo d'Arte Orientale di Venezia fino al Minotauro pentito di Giorgio De Chirico, in mostra al Museo Tattile Statale Omero di Ancona.

Anche per questo mese l'invito rivolto ai visitatori è quello di una vera e propria caccia al tesoro digitale nei musei italiani, muniti di smartphone o macchina fotografica, alla ricerca di maschere in dipinti, sculture, vasi figurati, arazzi e affreschi delle epoche e delle collezioni più disparate. Tutti possono condividere le proprie foto con gli hashtag #febbraioalmuseo e #larteinmaschera e invadere i social con opere da tutta Italia, seguendo un filo rosso che unisce, nella bellezza, le straordinarie collezioni dei Musei Italiani. Per questo mese c'è grande attesa di presenze e partecipazioni, anche per l'appuntamento con la domenica al museo che si rinnova dal prossimo 5 febbraio. La campagna è promossa su tutti i social network del Mibact e dei musei statali, ma ha il suo cuore nel profilo Instagram @museitaliani, nato lo scorso agosto, in occasione delle Olimpiadi di Rio, per rilanciare le opere del patrimonio culturale italiano dedicate allo sport.