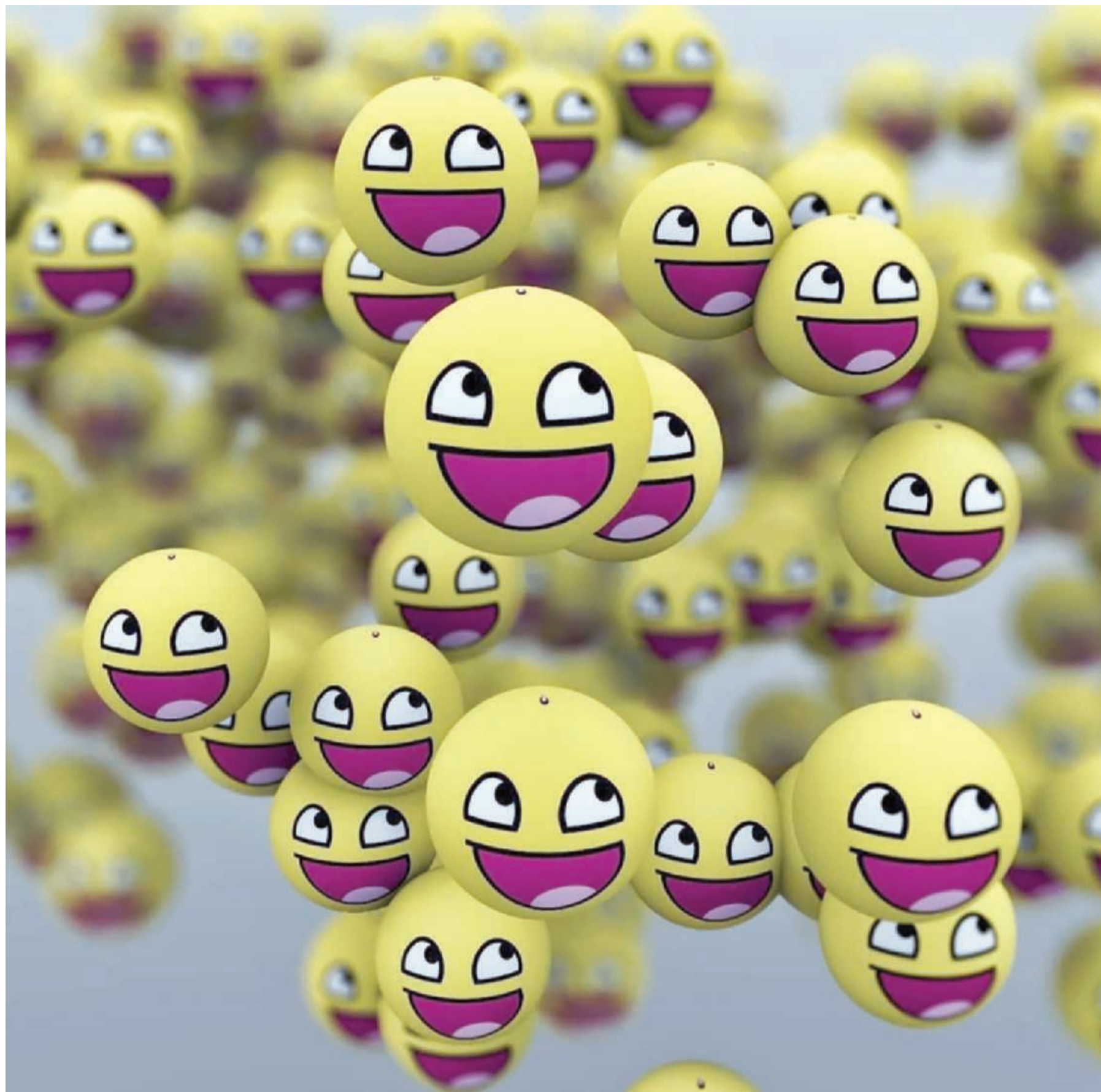


“Benvenuti a Dismaland”, il parco giochi(?) ideato da Banksy”

Banksy
STREET ARTIST

—Lo street artist ha annunciato l'apertura, dal 22 agosto al 27 settembre, del suo Luna Park allestito a Weston-super-Mare «È il contrario di Disneyland».



**Non solo Andy Warhol
Il Pop come non l'avete mai visto**

In settembre una mostra a Londra racconterà il movimento globale

Whaaam! Kapow! Pop! È pop.

Ma se pensate che l'arte Pop siano soltanto le opere di Andy Warhol e di Lichtenstein prenotate subito un volo per Londra e andate a vedere *The World Goes Pop*, imparerete tutto su questo movimento artistico, e non solo, perché la mostra che si inaugurerà alla Tate Modern il 17 settembre, racconterà la storia globale della pop art, dall'America Latina, all'Asia e dall'Europa al Medio Oriente, facendo per la prima volta il punto su tutto quello che è stato prodotto nel mondo tra gli anni

Testo di **Valeria Trigo**

Sessanta e Settanta. La mostra (aperta fino al 24 gennaio) propone un percorso attraverso 160 opere, realizzate tra il 1960 e il 1970 e firmate da artisti di tutto il mondo: testimonianza evidente di un fenomeno non soltanto anglo-americano, capace di andare oltre i suoi maggiori esponenti, Andy Warhol e Roy Lichtenstein.

Alla Tate Modern una panoramica con 160 opere, film, incontri e teatro

The World goes pop promette di farci immergere dentro quel movimento prorompente che ha colpito il mondo intero: la politica, il corpo, la rivoluzione femminista, il consumismo, le manifestazioni sono i temi che hanno suggerito le opere che gli artisti hanno realizzato: la mostra della Tate Modern rivela come il Pop non sia stato solamente una celebrazione della cultura consumistica occidentale, ma sia stato anche un linguaggio universale di protesta, oggi più attuale che mai.

Cenni storici, così per chiarire meglio il tema: la Pop Art è un movimento artistico emerso a metà degli anni '50 in Gran Bretagna: il termine «popular art» è stato coniato nel 1955 dagli inglesi Fielder e Banham per designare le forme visive e musicali collegate ai mass media. All'inizio degli anni '60 l'americano Alway adottò l'espressione «pop art» come sigla di un movimento d'avanguardia per definire un'arte colta che compie uno scambio con i mass media. negli Stati Uniti; ha presentato una sfida alle tradizioni d'arte includendo l'immaginario dalla cultura popolare come la pubblicità, le news e molto altro. Il materiale oggetto dell'espressione artistica è, a volte, rimosso visivamente dal suo contesto noto, isolato, e in combinazione con materiale estraneo. Il concetto di pop art si riferisce non tanto all'arte stessa, quanto piuttosto agli atteggiamenti che la determinano. La pop art è un'arte tipicamente statunitense: è negli Usa, che nasce, dall'esperienza dell'informale italiano (Piero Manzoni, lo stesso Warhol prenderà spunto dalle serie di M.) e di quello statunitense di Pollock, un informale legato alla stesura caotica del colore e privo di forma. E rieccoci al mago del Pop, l'artista che ha seminato il «verbo» del Pop in tutto il mondo. Ma ricordatevi, il Pop non è solamente Warhol.

Il dipinto.
Ushio Shinohara, *Doll Festival*, 1966.
COPYRIGHT USHIO E NORIKO SHINOARA



WhatsApp, la nuova frontiera della comunicazione pubblica

Il popolare servizio di messaggistica sta cambiando pelle e viene sempre più impiegato dalle amministrazioni per fornire informazioni in tempo reale ed interagire con i cittadini

A che ora passa l'autobus o la metro? Che succede in città? Informazioni su emergenze o eventi? Dubbi e domande sul tuo rapporto con la pubblica amministrazione? Notizie e suggerimenti per la tua salute? Tutto su WhatsApp. Sì, proprio così, la nuova frontiera della comunicazione pubblica e delle informazioni in tempo reale ai cittadini è proprio la famosissima e utilitissima chat «verde» di messaggistica istantanea. Comuni, aziende di trasporto pubblico e igiene urbana, polizia municipale, strutture di protezione civile, difensore civico, aziende sanitarie: sono gli esempi italiani di servizio pubblico che nell'ultimo anno si sono affidati a WhatsApp per informare e dialogare con i cittadini.

Testo di **Leonardo Bruno**



Whatsapp in città
FRANCESCO DI COSTANZO
ANDREA MARRUCCIO
Indiscreto

La prima notizia è che l'Italia è locomotiva europea di questo particolare settore, patria di esperienze positive da esportazione. Qualche bella pratica in Spagna e in Inghilterra, ma nel vecchio continente è l'Italia la regina della comunicazione pubblica in chat. Non siamo più a rimorchio, ma terra d'innovazione e di sperimentazione di nuove frontiere dell'informazione al cittadino. Il settore della nuova comunicazione, rappresentato dal web in generale ma soprattutto dall'utilizzo dei social network per l'informazione pubblica, è in crescita costante nel nostro Paese e la nuova frontiera WhatsApp (chat «cugina» dei social tradizionali come Facebook, Twitter, Google+, Instagram etc.) aggiunge un tassello importante che fa dell'Italia una nazione in moto, viva e attenta alle nuove possibilità comunicative e di servizio al cittadino.

L'idea che un breve messaggio in chat, così come un tweet o un post, da parte di un ente pubblico possa risolvere o alleviare i nostri piccoli o grandi problemi quotidiani rappresenta una sfida di grande concretezza del settore pubblico, spesso considerato elefantaco e poco incline alla risposta veloce e ad un rapporto diretto col cittadino. Lorna Perry, social media manager della contea inglese Shropshire Council, lanciando nel 2014 una sperimentazione di comunica-

zione attraverso WhatsApp, sottolinea l'importanza di trovare la propria amministrazione nei «luoghi» di comunicazione più usati dai cittadini. Niente di più condivisibile. Sembra banale ma è ciò che serve alla P.a.: essere dove stanno i cittadini e comunicare con loro usando se possibile anche un linguaggio che li faccia sentire a casa. E cosa più di WhatsApp, con i suoi oltre 800 milioni di utenti attivi al mese, può rappresentare una piattaforma dove trovare i cittadini?

L'app di messaggistica, recentemente acquistata da Facebook, è tra l'altro apprezzata e utilizzata da ampie fasce della popolazione e non solo dai più giovani. Ed è anche un piacere scoprire che enti e aziende pubbliche in chat parlano la «nostra stessa lingua», utilizzano emoticon (cuori, pollici alzati, sorrisi, ecc...) e un linguaggio molto vicino a quello che troviamo nelle nostre conversazioni tra amici, familiari, colleghi. Il settore pubblico cambia il suo modo di parlare e di porsi, anche questo un vantaggio per chi utilizza il servizio. Non è un caso allora che nella prima ricer-

ca italiana di analisi delle conversazioni via WhatsApp tra azienda pubblica e cittadino (realizzata dal ricercatore Antonello Romano dell'Università di Siena) risulti che la parola più utilizzata è «Grazie», oltre ad un interessante 5% di emoticon. In numeri parlano chiaro e raccontano che dove si è attivato un servizio completo via WhatsApp i cittadini apprezzano, i numeri crescono ogni mese, diminuiscono i reclami, aumenta la percezione di vicinanza di enti e aziende, si creano nuovi posti di lavoro e si dà spazio ad una nuova professione. A Roma, ad esempio, per il trasporto pubblico si è passati dai 500 utenti di marzo (mese in cui è partito senza pubblicità il servizio) agli oltre 40.000 di luglio. Numeri che aumentano di 5 volte al mese in tutte le realtà attive. Nelle ricerche si scoprono anche molte altre curiosità sul rapporto via chat tra cittadini e azienda pubblica: il venerdì è ad esempio il giorno in cui si utilizza maggiormente la chat, l'ora di pranzo (13-14) la più gettonata, «direzioni» e «scioperi» gli argomenti più discussi.