

P.O. Box 986
34100 TRIESTE

JULIET

Poste Italiane S.p.A. - Sped. in abb. post. - 70% - DCB Trieste.

art magazine



Arte e Televisione

Arte e Televisione è un binomio che si dimostra sempre difficile da intendere. La Televisione è un'amante gelosa e possessiva, poco incline al compromesso e sempre con i minuti contati. L'Arte, anche lei donna, ha bisogno di dedizione, di pazienti cure e soprattutto di tempo, molto tempo, in genere, proprio quello che la televisione non concede. Sembrerebbe un amore impossibile, date le condizioni avverse, dato il fatto che si tratta di sovrapporre linguaggi differenti, tecnologie differenti. Invece non è così. Anzi, con l'incoscienza tipica di un grande amore, televisione e arte continuano a incontrarsi di nascosto, a darsi appuntamento negli orari più strani, a frequentarsi nonostante il morimorio della gente. Qualcosa c'è, di profondo, che le lega.

Si parla spesso di televisione di qualità, soprattutto ora che nel panorama televisivo è comparso un nuovo ingombrante soggetto (lo stesso che ha affondato Rai Sat Art) e l'avvento della televisione digitale terrestre comincia a non essere più così lontano. Lo *switch off* era previsto per il 2006, probabilmente slitterà al 2007, certamente l'Italia sarà il primo paese in Europa a sperimentarlo visto che per Gran Bretagna, Francia e Germania si parla del 2010, mentre per la Spagna addirittura del 2012. Presto o tardi che sia, la tecnologia digitale terrestre porterà con sé un ulteriore incremento degli spazi di trasmissione in ragione della maggior possibilità di sfruttamento di ogni singola frequenza. In pratica per ogni singolo canale di oggi se ne potranno avere da un minimo di quattro a un massimo di sei, secondo il tipo di programma da trasmettere. In più ci sarà la possibilità di interagire con la trasmissione in tempo reale e questo fatto apre nuovi scenari tanto dal punto di vista commerciale, quanto da quello sociale e politico (prima ancora di aver raggiunto l'*e-government*, già si profila il nuovo scenario del *t-government*).

È pertanto ancor più attuale la questione della televisione di qualità, e lo è a tal punto che, non a caso, Marco Gambaro, docente di Economia dei Media presso l'Università Statale di Milano, ha introdotto all'ultima edizione di Sat Expo a Vicenza - la principale fiera italiana del settore - un seminario dal titolo: "Tele-visioni: la TV di qualità. Dal sogno alla messa in onda". In quell'occasione Gambaro ha aperto i lavori ponendo una questione fondamentale. Che cos'è la televisione di qualità? Tutti la sappiamo riconoscere, ma nessuno la sa definire con chiarezza. La televisione di qualità non è necessariamente quella che tratta argomenti culturali, così come non sono necessariamente spazzatura i *reality show* o i varietà. Sul banco ci sono diverse problematiche che vanno dalla questione dell'utenza specializzata e della capacità della televisione di coglierne le esigenze, a quella dei critici e dei loro giudizi, non sempre allineati con le preferenze del pubblico. Anche il fattore *audience* aiuta solo in parte a capire, visto che i programmi di maggior successo puntano su un pubblico quasi del tutto indifferenziato e questo fatto innesca il dubbio che il pubblico scelga, un po' passivamente, ciò che meglio conosce - perché l'approccio risulta più facile, meno impegnativo.

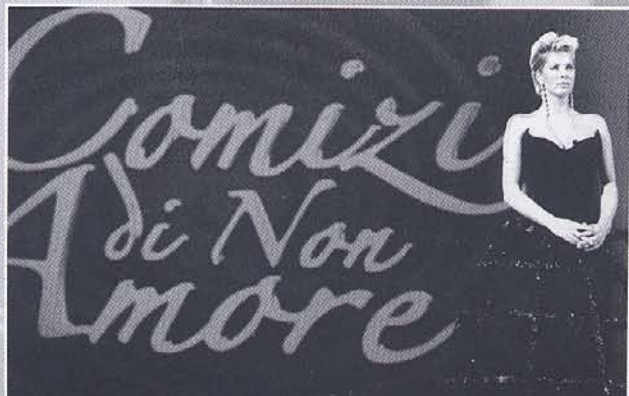
Per capire meglio che cosa significhi televisione di qualità, una strada può essere quella di spostare l'attenzione proprio sul pubblico e sulle preferenze di

quello che gli esperti di *marketing* chiamano "pubblico di fascia alta". Uomini o donne di età compresa tra i 25 e i 54 anni, residenti per la maggior parte nel Nord Italia, livello di istruzione superiore, reddito medio alto. Questo secondo Domenico Joppolo, amministratore delegato di Initiative Media, il profilo dello spettatore tipo (che, vale la pena di notare, non è molto lontano da quello del collezionista tipo). In tutto un bacino d'utenza di cinque milioni di individui, con un *focus target* che riduce dell'80% questa cifra; dunque non più di un milione sarebbero i potenziali utenti di una ideale tv di qualità. Il problema è che questo genere di spettatore alla televisione preferisce la radio, i libri e le riviste, vede la tv in fasce orarie particolari (la mattina presto e la sera tardi) e non è molto attratto dai programmi sportivi. Per chi investe in televisione, con l'intenzione di ricavarne dei profitti s'intende (rischiando moltissimo visto che il gioco richiede l'impiego immediato d'ingenti risorse senza alcuna certezza del risultato), il pubblico "di qualità" è decisamente quello meno interessante. D'altra parte è pur vero che, come ha recentemente dichiarato un televisionista esperto come Giovanni Minoli, che durate l'arco della carriera ha ricoperto quasi tutti i ruoli cardine della macchina televisiva, la qualità della tv dipende dalla qualità di chi la crea, autori e produttori, piuttosto che dal soggetto trattato o dal genere di contenuto. Programmi storici come "Indietro tutta" o "Mixer", o il recente successo di Rai Educational, di cui Minoli è direttore, sono lì a dimostrare la validità della tesi.

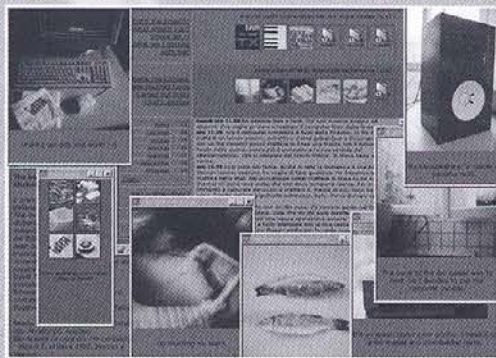
Dunque uno spiraglio sembrerebbe aprirsi, sia sull'opportunità di sfruttare l'enorme bacino di creatività che il circuito dell'arte alimenta, sia sull'effettiva opportunità di fare televisione di qualità sfruttando questa risorsa. Oltretutto pare che i produttori si stiano orientando verso le televisioni comunitarie, meno costose di quelle generaliste, con un pubblico potenzialmente maggiore di quelle tematiche e soprattutto più adatte a una raccolta pubblicitaria frammentata come potrebbe essere quella dell'era digitale. Ma come dare specificità a un programma televisivo dedicato all'arte senza che questo risulti un prodotto meramente informativo e magari tentando di evitare l'abuso del genere documentario? Anche in questo caso il problema risulta molto complesso, soprattutto dal punto di vista dei contenuti. Sulle pagine di questa rivista il regista Giuseppe Baresi dichiarava la sua difficoltà nel ridurre a dimensione televisiva il pur coinvolgente teatro di Marco Paolini. In effetti tale mi pare la questione di fondo. Ciò che è pensato per un determinato tipo di fruizione, difficilmente può essere adattato a un differente contesto.

Prendiamo a titolo di esempio un libro. Il libro è la cosa meno televisiva che riesco a immaginare, innanzitutto perché l'oggetto in sé non ha nulla di particolarmente attraente per lo spettatore

(a meno che non si tratti di una rarità, ma a quel punto è la rarità a incuriosire non il libro), secondariamente perché è impossibile comunicarne il contenuto in un arco di tempo televisivamente ragionevole. Quel che si può fare è, al massimo, un invito alla lettura. D'altra parte moltissimi sono i film o le *fiction* ispirate a testi letterari, da "Apocalypse now" al "Com-



missario Montalbano". Esiste quindi la possibilità di dare un'informazione su "Cuore di Tenebra" di Conrad ed esiste la possibilità di trasformare questo libro in uno "spettacolo" adatto alla tv. Se molti di noi cambiano canale quando inizia la *hit parade* dei libri più venduti, questi stessi vengono incuriositi dal film tratto dal tal romanzo o dall'analisi che dello stesso possono fare Baricco, Augias, Sgarbi o chi per essi - anche se in questo caso, come dicevo, si è incuriositi dai contenuti che l'oratore sovrappone al libro, che diventano ancora più interessanti se il libro l'abbiamo già letto. Con tutti i limiti che questo paragone ha, ritengo che per l'arte in televisione avvenga qualcosa di simile. Un conto è far vedere l'immagine di un quadro per pochi



Sopra: Nark Bkb "Minus Esse" 2000, sito web: <http://rhizome.org/artbase/2546>; pag. a sin. e a fondo pag.: "Comizi di non amore" di Francesco Vezzoli per la Fondazione Prada di Milano

secondi, un conto è sentire Philippe Daverio o Willy Montini che ne parlano, un conto sarebbe vedere in diretta una *performance* del tal artista che sta accadendo in una galleria a migliaia di chilometri di distanza, oppure, in via del tutto eccezionale, addirittura negli studi televisivi del centro di produzione. È certamente importante il valore informativo dei servizi che si vedono in tv su grandi rassegne, come la Biennale di Venezia, Art Basel, o su mostre di particolare rilievo storico, ma questi stanno all'arte come i *trailer* stanno al cinema. La mostra in sé è uno spettacolo poco o per nulla televisivo - a meno che non si voglia giocare sul fattore mondanità, ma questa mi pare una partita persa in partenza. Lo stesso vale per il documentario, certamente utile e interessante, ma nel caso dell'arte rivolto a un pubblico decisamente troppo ristretto (1,1 milione potenziale di spettatori secondo Joppolo). L'alternativa, per quanto impossibile se pensata con le logiche della tv generalista, sembra piuttosto essere quella di concepire programmi come fossero opere d'arte, immergendo totalmente la creatività nel mezzo. Qualcosa di simile, o almeno qualcosa che potrebbe far riflettere in questo senso, l'ha fatto Francesco Vezzoli nella recente mostra alla Fondazione Prada di Milano. Parte dell'opera d'arte è a tutti gli effetti un programma televisivo, che ironizza sulla televisione stessa e sui suoi meccanismi, ma ne rispetta formalmente le regole. Esiste un produttore, c'è un cast con stimati professionisti, la bella Ela Weber come conduttrice, e un team di tecnici che rendono alta la qualità del prodotto. In questo caso l'artista è autore televisivo, a tutti gli effetti, ma autore di una trasmissione che potrebbe andare in onda solo su una televisione dedicata all'arte. Un caso unico, il cui merito è totalmente da attribuire alla sensibilità di Vezzoli - che però dimostra concretamente quali risorse creative il mondo dell'arte potrebbe mettere in gioco, anche nel campo nella creazione di prodotti televisivi. Si pensi che prima della comparsa di programmi di successo come "Il Grande Fratello" o "Amici" un giovane artista veneto, Nark Bkb al secolo Stefano Tolio, aveva sperimentato qualcosa di simile chiudendosi nella cucina del proprio appartamento bolognese per nove giorni e comunicando con l'esterno solo tramite la *chat room* di un apposito sito web¹. Il caso vuole anche che la missione dell'artista nella *performance* fosse quella di creare un brano musicale al giorno...

Si potrebbero citare altri casi di opere d'arte adatte a una dimensione televisiva, ma ciò che importa in questa sede è affermare quanto superficialmente la televisione generalista abbia sin ora cercato, non a torto s'intende, nel mondo delle arti visive e, viceversa, quanto gli artisti abbiano ancora da sperimentare in questo senso. Vale forse la pena di riportare alcune profetiche frasi di una circolare dattiloscritta indirizzata agli aderenti al

Movimento Spaziale nell'aprile del lontano 1950 e firmata, tra gli altri, da Lucio Fontana e Carlo Cardazzo: "Il Movimento Spaziale si propone di raggiungere una forma d'arte con mezzi nuovi che la tecnica mette a disposizione degli artisti. Aderiscono al Movimento Spaziale artisti e letterati che sentono l'evoluzione del mezzo dell'arte, per il bisogno di esprimersi in modo diverso da quello usato oggi. La grande evoluzione degli Spaziali sta nell'evoluzione del mezzo dell'arte. [...] Gli artisti spaziali hanno a disposizione mezzi nuovi, come la radio, la televisione, la luce nera, il radar e tutti quei mezzi che l'intelligenza umana potrà ancora scoprire"². La televisione compiva allora i primi vagiti, ma purtroppo la storia ci dice che l'entusiasmo degli artisti non venne corrisposto più di tanto - e non li favorì il fatto che nel primo Comitato Culturale della televisione di stato italiana ci fosse un giovane Umberto Eco che forse proprio in quegli anni cominciava a sviluppare l'affascinante concetto di "opera aperta"³.

Cosa dire dunque di Telemarket o delle altre televisioni di questo tipo emerse dalla sua scia? Solo noiose televendite, oppure, secondo alcuni, il posto dove l'arte perde definitivamente la propria partita con la tv? Da un punto di vista televisivo si tratta di televendite, appunto, il valore teatrale delle quali si limita alla curiosità che può suscitare il venditore di turno. Ma è pur vero che la costante presenza di opere di grandi maestri dell'arte contemporanea è implicitamente un servizio reso alla diffusione del loro messaggio artistico, anche se fatto dichiaratamente a fini di lucro. Non è forse il caso più lampante di una televisione di qualità, ma è senz'altro un caso su cui vale la pena di riflettere. E se un giorno queste televisioni decidessero di aprire i propri palinsesti a generi come il video d'arte, la *performance*, l'installazione e trasmetterebbero con l'obiettivo di sempre l'enorme patrimonio che giace spesso dimenticato nei magazzini delle gallerie e negli archivi? Non farebbero la felicità e la fortuna di studiosi e appassionati, nonché, ovviamente, di certi rari e coraggiosi collezionisti?

Forse è il mercato stesso ad allontanare la televisione dagli artisti, forse non si è ancora riusciti a trovare la formula adatta in grado di assicurare i dovuti profitti agli investitori; forse un certo tipo d'arte potrebbe cominciare a considerare più da vicino la possibilità di lavorare sulla tv, di qualità. Vecchie utopie, nuove speranze.

Stefano Pirovano

1 Vicenza, Fiera di Vicenza, ottobre 2003, informazioni sul sito www.satexpo.it.

2 Faccio riferimento all'intervento di Giovanni Minoli durante la conferenza *Televisione e società* tenutasi il 6 marzo 2004 presso il Centro Culturale San Fedele di Milano.

3 Cfr. Stefano Pirovano, *Giuseppe Baresi*, "Juliet" n. 117 apr-mag 2004, p. 63.

4 Il progetto si intitolava "Minus esse" e venne presentato al pubblico in una mostra curata da Alberto Zanchetta alla Galleria Interno & Dum Dum di Bologna nel dicembre del 2000. La documentazione della *performance* si può trovare *on line* sul sito www.rizhome.org.

5 Documento pubblicato in P. Barocchi, *Storia dell'arte italiana*, vol. III, Einaudi, Torino, 1990, pp. 91-92.

6 Cfr. U. Eco, *Il problema dell'opera aperta*, comunicazione al XII Congresso Internazionale di Filosofia, Venezia 1958, in U. Eco, *La definizione dell'arte*, Milano 1968, pp. 163-70.