



L'ARTE NELLA TV DEL FUTURO

di ALESSIO GIAQUINTO

Oggi la televisione è comandata dai format prima ancora che dalle idee originali. La sua intera industria creativa esiste grazie a un mercato che si basa su programmi che vengono appositamente ideati per risultare esportabili in tutto il mondo. I format di maggior successo hanno la forza di conquistare il pubblico in ogni nazione in cui vengono adattati e trasmessi, imponendosi quindi come un trend internazionale che orienta il gusto generale e genera a cascata tanti nuovi programmi simili all'originale. Studiare lo scenario dei format significa capire come si orienterà un certo filone creativo nei prossimi anni e che tipo di contenuti il pubblico sta dimostrando di preferire in misura sempre maggiore. I programmi di arte non sembrano essere immuni a queste dinamiche: anche loro seguono i trend, cambiano pelle e si adattano ai generi televisivi di maggior tendenza.

Sui paradigmi usati per parlare di arte in tv si è già scritto molto in due libri imprescindibili quan-

do si studiano questi argomenti: *Arte e televisione* di Marco Senaldi (Postmedia, Milano 2009) e *Arte in TV*, a cura di Aldo Grasso e Vincenzo Trione (Johan & Levi, Monza 2014). Ancora molto poco, invece, si è scritto a proposito del nascente panorama dei format televisivi che si stanno interessando di arti visive.

Il filone più forte degli ultimi tempi è sicuramente quello dei *factual*, ovvero di quei programmi quasi sempre senza uno studio televisivo, talvolta senza conduttore ma con una voce narrante, in cui viene raccontata una storia che percepiamo "vera" o comunque legata alla vita reale. L'approccio all'osservazione è quello del documentario mescolato con il linguaggio tipico del reality show. *Muro*, una delle ultime produzioni originali di Sky Arte, è ad esempio

un *factual* che potremmo definire artistico-sociale, perché racconta il lavoro di otto street artist in altrettante città italiane seguendone tutti i processi, dal primo schizzo alla firma finale, con l'occhio sempre attento al contesto e alle reazioni della cittadinanza [nella

foto, Jim Avignon al lavoro a Ravenna].

In queste settimane negli Stati Uniti, Paese con un gusto tradizionalmente molto aggressivo in materia di format, è stato lanciato un nuovo *factual* con un approccio per certi versi opposto a quello di *Muro*. Si tratta di *Art Breakers* e racconta il lavoro quotidiano di due spregiudicate mercanti d'arte americane. In ogni episodio vediamo le due professioniste alle prese con una nuova bizzarra richiesta dei loro facoltosissimi clienti. In questo programma, le considerazioni rilevanti sono due. La prima

è che l'arte viene raccontata – raro caso televisivo – come un prodotto commerciale, che ha quindi un mercato e laute commissioni. La seconda è che il contenitore è molto più importante del contenuto. Nella trama di ogni puntata ci sono l'assegnazione della missione all'inizio, l'imprevisto a un certo punto e la suspense finale. Non importa che si stia parlando di opere d'arte. La logica drammaturgica è la stessa che avremmo trovato se ci avessero raccontato di chef che salvano ristoranti con cucine da incubo, meccanici che modificano automobili malandate o wedding planner che organizzano cerimonie perfette. Questo è quello che succede quando nel mondo della tv c'è un certo trend creativo predominante, a cui tutti tendono a ispirarsi.

Un altro genere sempre molto in tendenza è il *talent show*. Negli ultimi anni, in tv si sono viste competizioni per ogni categoria dello scibile umano. Compresa le arti visive. Fra gli ultimissimi arrivi, *The Big Painting Challenge*, andato in onda pochi mesi fa sul

Il filone più forte degli ultimi tempi è quello dei *factual*

PROVE D'ARTISTA IN TV LA SERIE GREEN PORNO



Nel 2008 Laura Michalchysh, produttore del canale via cavo The Sundance Channel, chiede a Isabella Rossellini di pensare a qualcosa che avesse come tema l'ecologia, tema storicamente molto a caro al fondatore del canale, nonché caro amico della Rossellini, Robert Redford. La durata doveva essere breve perché lo show sarebbe stato destinato prima al web e ai device mobili e, successivamente, inserito nel palinsesto televisivo come punteggiatura tra un programma e l'altro.

Nasce così *Green Porno*, piccola serie di divulgazione scientifica di episodi da due minuti, scritta, diretta ed interpretata dalla stessa Isabella Rossellini [photo Mario Del Curto]. Si parla dei comportamenti sessuali degli animali più curiosi ed è la stessa indimenticabile attrice di *Velluto Blu* a trasformarsi di volta in volta nell'animale (bellissimi i costumi e le scene) per mostrarci dettagliatamente cosa succede.

La prima stagione si è interessata degli invertebrati, la seconda delle creature marine e la terza dei pesci che normalmente finiscono nei nostri piatti. Belli anche i sequel *Seducere Me* e *Mammas*, sui temi del corteggiamento, dell'accoppiamento e della maternità.

Siamo di fronte a un oggetto televisivo non identificato che ha qualcosa a che fare anche con l'arte. Dentro c'è la performance, la divulgazione, l'autoironia. Non è la tv che parla di arte, ma è arte che parla in tv. Se non la conoscete, potete recuperarla su Internet.

Questi sono gli anni dei format. Sono loro a dettar legge, nella buona come nella cattiva sorte. E anche l'arte, se vuole andare in televisione, è costretta a farci i conti. Gli esiti? Altalenanti. Ma quando il dialogo si innesca, vengono fuori prodotti memorabili. Ve li raccontiamo.

primo canale pubblico della BBC, in cui dieci pittori amatoriali, ogni settimana, devono dimostrare il loro talento rappresentando soggetti pittorici sempre differenti, dalla natura morta al paesaggio o al ritratto. La produzione è stata la conseguenza di una convenzione tra la BBC e la prestigiosa Tate Britain, che successivamente infatti ha ospitato all'interno del museo i migliori lavori visti durante la serie televisiva. D'altronde non è proprio la Tate Britain ad ospitare la mostra annuale collegata al Turner Prize che ha la sua premiazione, da tempi non sospetti, su Channel 4? Citiamo un altro talent show perché differente da molte cose viste fino ad oggi. Si chiama *Crash Gallery*, arriva dal Canada ed è una sfida fra tre artisti che – contemporaneamente, in un tempo dato e con dei paletti da rispettare – devono creare un'opera in tempo reale davanti al pubblico, insindacabile giudice finale nella scelta del vincitore. Sembra di essere davanti a una sorta di esperimento-gioco sulle possibilità creative. È tutto molto pop e i

toni della competizione sono ovviamente molto accesi. Il risultato finale è divertente.

Quest'anno sembra infine esserci spazio anche per qualche proposta di *quiz show* a tema. Anche stavolta vediamo due cose completamente diverse tra loro. Il primo titolo è *The Quizium*. È andato in onda su BBC Four e vede una serie di esperti di arte, di storia e di materie scientifiche sfidarsi rispondendo a domande che hanno a che fare con il patrimonio dei musei inglesi più importanti. Il tono è leggero e divertito e la divulgazione viene fatta passare attraverso il linguaggio del gaming. L'altro titolo arriva invece dal Giappone, nazione che storicamente ama alla follia il game show demenziale e che non poteva fare eccezione nemmeno in materia d'arte. Presentato come grande novità nel recente *MipCom*

Quest'anno sembra esserci spazio anche per qualche proposta di quiz show

di Cannes, il mercato internazionale dedicato ai format televisivi, è un nuovissimo quiz show che tradotto potrebbe intitolarsi *Arte Moderna contro Rozza Arte Amatoriale*, in cui un gruppo di celebrities ha il compito di indovinare quale sia la vera opera d'arte tra due quadri astratti. Uno è stato realizzato da un artista contemporaneo giapponese, l'altro da una povera redattrice del programma, schizzando qua e là un po' di colore sulla tela. Risate e frasi tipo "questo lo potevo fare anch'io" vengono praticamente garantite dai creatori del format.

Chiudiamo la panoramica parlando del web, sede naturale della sperimentazione e dei programmi un pelino più di avanguardia. Proprio in queste settimane, sul sito web del canale pubblico canadese CBC troviamo un progetto

intitolato *The Collective*, il quale racconta di collettivi di artisti che realizzano, in totale autonomia produttiva e creativa, video che sono in grado di raccontare il loro lavoro al pubblico degli utenti dei social media del canale. Dalle prime cose che si sono viste, sembra interessante.

In conclusione? Dopo aver visto e analizzato così tanti programmi differenti, continuiamo a pensare che Marshall McLuhan, il teorico della celeberrima frase "il medium è messaggio", abbia tuttora ragione. Rimane infatti la sensazione che l'arte rischi sempre di cambiare troppo i suoi connotati per adattarsi alle logiche del racconto televisivo. Sembra aprioristicamente condannata a diventare un'altra cosa. Un contenuto freddo, nozionistico, spesso destinato a rimanere incomprensibile ai più. Per fortuna che ogni tanto ci sono delle belle eccezioni. E pare che accadano sempre nel momento in cui il mondo dell'arte e quello della tv smettono finalmente di guardarsi con la solita e reciproca diffidenza. ♦

SKY ARTS PRODUCTION HUB: IL FUTURO DELL'INDUSTRIA

Punta forte sull'arte una delle prime grandi operazioni strategiche messe in atto dalla Sky plc, la gigantesca media company leader in Europa nel mercato delle pay tv che, dalla fine del 2014, raccoglie sotto lo stesso gruppo i canali di Regno Unito, Irlanda, Germania, Austria e Italia. A giugno di quest'anno è stata annunciata la nascita a Milano dello Sky Arts Production Hub, primo centro di produzione paneuropeo del gruppo, a cui spetterà il compito di realizzare progetti e format che possano essere trasmessi nei canali di arte presenti nei vari territori. "È prima di ogni altra cosa il ric-

noscimento dello straordinario talento che il nostro Paese è capace di offrire in questo settore", ha dichiarato Andrea Scrosati, executive vice president programming di Sky Italia, "ed è anche una grande opportunità per il nostro mercato per sviluppare ancora di più professionalità, competenze e passione nel settore della produzione culturale".

Il primo progetto dovrebbe essere legato a un concorso che premierà il migliore fotografo amatoriale d'Europa, di cui è già cominciata la pre-produzione. "L'Italia", si legge in una nota, "è stata scelta per la sua reputazione internazionale in termini di

creatività, qualità produttiva e talento, caratteristiche che la rendono il posto ideale per produrre contenuti artistici in grado di attrarre mercati differenti".

L'investimento è corposo: dei 35 milioni di euro di budget a disposizione di Sky Arte Italia per i prossimi tre anni, 18 verranno destinati a finanziare la produzione affidata al nuovo hub paneuropeo. Il direttore Roberto Pisoni ha recentemente dichiarato che "le prime produzioni dello Sky Arts Production Hub, frutto della collaborazione con Uk e Germania, esordiranno in Italia a dicembre".

I FORMAT TV DEGLI ANNI DIECI

R.E.L.

- Olanda
- factual
- un artista e un critico girano l'Olanda cercando di spiegare l'arte contemporanea al pubblico televisivo
- senza pregiudizi e con molto sense of humour

Bite Size Plays

- Regno Unito
- short entertainment
- in ogni episodio un corto teatrale di 10 minuti
- prodotto sperimentale per durata e contenuti

Livraison d'artistes

- Canada
- emotainment
- artisti realizzano lavori per persone comuni che celebrino un momento importante della loro vita
- l'arte in TV a scopo terapeutico

Photo Finish

- Australia
- talent show
- fotografi amatoriali competono davanti a una giuria
- uno dei primissimi talent show sulla fotografia

Art Star Korea

- Corea del Sud
- talent show
- Giovani artisti competono in una serie di sfide
- il premio in palio è insolito per questo genere di programma: molti soldi, una mostra personale in un'importante galleria e un borsa di studio per andare all'estero

Grayson Perry: Who Are You

- Regno Unito
- factual
- il celebre artista vincitore del Turner Prize esplora il concetto di identità
- Perry spende del tempo con persone che stanno attraversando un momento di crisi personale e realizza per loro un ritratto che - si spera - possa aiutarli a trovare la loro reale identità

2010

2011

2012

2013

2014

2015

Fame in the Frame

- Regno Unito
- factual
- un pittore dipinge in ogni puntata un grande capolavoro della storia dell'arte sostituendo il soggetto originale con un ospite famoso che è venuto a trovarlo nel suo studio. Si parla molto della storia e delle tecniche del quadro celebre
- è divulgazione ma con un linguaggio diverso dal solito

Show Me the Monet

- Regno Unito
- talent show
- una giuria di tre esperti gira la nazione alla ricerca di lavori di professionisti e di artisti amatoriali per un prestigioso allestimento. I lavori selezionati vengono venduti all'asta
- forse il primo talent show moderno sulle arti visive

The Art of Survival

- Regno Unito
- adventure show
- quattro artisti (compreso un pittore) vengono "scaricati" ad Atene senza soldi e carte di credito. Devono usare il loro talento per tornare a casa nel Regno Unito
- è l'anno dei format delle gare di sopravvivenza e anche l'arte deve adeguarsi ai tempi

Konstkuppen

- Svezia
- factual
- il presentatore visita una città con un artista a cui spetta il compito di creare in soli sei giorni un'opera d'arte che lasci un segno sulla cittadinanza
- c'è l'impegno civile di fondo, caratteristica tipica dei format che arrivano dal Nord Europa

What Do Artist Do all Day?

- Regno Unito
- factual
- come da titolo, è un programma che offre un ritratto intimo di una serie di artisti nella loro normale vita quotidiana
- sul filone di quella che un tempo era la visita televisiva allo studio

Sky Arts Portrait of the Year

- Regno Unito
- talent show
- concorso che incorona il miglior ritrattista dell'anno secondo Sky Arts.
- per linguaggio, ritmo e cura dell'edizione, segna un'evoluzione nel suo filone

Art Ninja

- Regno Unito
- tutorial show
- "lavoretti" artistici da rifare con i bambini a casa
- l'arte incontra il DIY televisivo

Street Art Throwdown

- USA
- talent show
- primo mega talent show sulla Street Art. Dieci sfidanti in gara, due diverse prove da superare in ogni episodio. Si va dai murales alle installazioni, dai dipinti 3D alle azioni di assalto
- in palio una montagna di denaro...