

# «La cultura per i giovani»

## La filosofia televisiva del direttore di Sky Arte

**L'intervista** Roberto Pisoni racconta cosa dirà e come sarà il canale in alta definizione dedicato alle arti «nato» il primo novembre

STEFANIA SCATENI  
sscateni@unita.it

CON LA CULTURA NON SI MANGIA, DISSE DUE ANNI FA IL «RAGIONIER» TREMONTI DAL BASSO DEL SUO SCRANNO GOVERNATIVO. DISSE UNA SONORA FREGNACCIA E VENE SOMMERSO DALLE PERNACCIE. Ma se lo stato è cieco, il privato ci vede bene e punta sulla cultura, un po' per prestigio e un po' per convenienza: ad aprire un grande canale culturale italiano interamente dedicato all'arte in tutte le sue forme è la pay tv. In Gran Bretagna, la nascita di Sky Art è stata accolta con entusiasmo dalla stampa, tanto che il «Guardian» ha decretato: «quello che dovrebbe fare la Bbc lo sta facendo Sky Art». A pochi giorni dalla nascita dell'omologo italiano, ci chiediamo: «Quello che dovrebbe fare la Rai lo farà Sky Arte?». Domanda che solleva come una rete a strascico altre domande, del tipo: perché la televisione pubblica ha abdicato alla sua missione principale?, perché i governi tagliano i fondi alla scuola, alla ricerca e alla cultura?, perché la bellezza italiana viene abbandonata?... fermiamoci qui prima di deprimerci e salutiamo la nascita di Sky Arte, dal primo novembre attiva in HD sui canali 130 e 400, chiacchiando con Roberto Pisoni, il suo direttore.

### Perché un canale delle arti?

«Due i motivi. Uno, quello aziendale, è che al nostro pacchetto mancavano la scienza, ora coperta da DeASapere, e la cultura, contenuti che dovevano esserci. Il secondo è che trovo imbarazzante che in Italia non ci fosse un canale dedicato alle arti. C'è talmente tanto fare per la cultura nel nostro Paese, che riempire questo vuoto è stata un'occasione ghiotta. Ci siamo presi un grande impegno perché raccontare l'arte in televisione, in tutte le sue sfaccettature e in maniera nuova e originale, è una grande scommessa. Ma l'arte, nelle sue molteplici espressioni, sia antiche che contemporanee, sia colte che popolari, è un'esperienza che migliora la vita».

### Quanti spettatori vi aspettate di catturare?

«Circa l'8% degli italiani ha dei consumi culturali elevati, questo il primo dato guida. Il nostro target è 35-54 anni, che corrisponde anche al target della piattaforma. Pensiamo che il 60% del nostro pubblico sarà femminile e il 40% maschile. Il nostro obiettivo, comunque, è abbassare l'età degli spettatori: lavoriamo per un canale vivo, gioioso, che possa coinvolgere anche chi non frequenta le arti. Abbiamo prodotto dei programmi pensati per i giovani, come *Prove tecniche di trasmissione*, che ha coinvol-

to sette filmmaker per documentare la realizzazione di altrettante opere d'arte, e *Street Art contest*, un «talent» dedicato alla street art condotto da Frankie Hi-Nrg».

**Gli italiani non leggono, le sale teatrali chiudono, quelle cinematografiche anche... siete incoscienti o lungimiranti?**

«Credo che ci sia molta più vitalità di quanto dicano le cifre. Il paese è curioso, in tanti vanno alle mostre e quando nella *tv free* passano programmi di alto profilo culturale, c'è una grande attenzione. Penso che ci sia fame di contenuti e sono convinto che avremo sorprese: esiste un zoccolo duro che ha bisogno e voglia di partecipare».

**Tornando ai giovani, avrete uno spazio «didattico», uno spazio ad esempio dedicato alla «memoria»?**

«Siamo alla ricerca di contenuti che possano costituire e costruire una memoria, ci interessa raccogliere testimonianze dei grandi della cultura italiana. E costruire il nostro archivio. Vorremmo esplorare anche la possibilità di lavorare per la formazione, allacciare partnership virtuose, con musei e scuole».

### La parola d'ordine di Sky Arte?

«Interrogarsi sempre, per ogni disciplina, su come sia possibile raccontarla in maniera diversa da quello che è stato già fatto in tv; cercare la grammatica giusta per rendere i nostri contenuti un'esperienza televisiva. Nella vita, nella realtà, le arti ti «costringono» a uscire di casa, il nostro sogno è che la tv diventi un elemento di diffusione culturale direttamente a casa».

**Lavorerà quindi più sulla produzione che sull'acquisto di programmi già fatti?**

«Per ovvi motivi siamo partiti con una programmazione in larga parte di acquisizioni da canali che sanno lavorare, come Bbc, Sky Art e canali americani di alto profilo. Ma ci interessa molto di più produrre «in casa». Abbiamo già dei reportage sui principali festival italiani - il Festival Letterature di Mantova, Umbria jazz, Busker Festival, Spoleto, le Biennali Architettura e Musica - il programma *La mostra della settimana*, che racconta e documenta la nascita e l'allestimento dell'esposizione; *Lo potevo fare anch'io*, con Francesco Bonami e Maurizio Cattelan, trasmissione che ha profondità scientifica ma anche la leggerezza dell'*entertainment*, che affronta i luoghi comuni legati all'arte contemporanea per scoprire cosa è veramente. Abbiamo pensato a un programma su arte e bambini, a una serie di documentari-monografie su otto grandi fotografi - dal fotogiornalismo, alla cronaca, al costume, alla moda, alla pubblicità - che fanno parlare gli artisti, sentire i loro racconti, mostrarli all'opera. E ancora, ci sarà *Atto unico* in cui diamo carta bianca a un attore per 7-8 minuti: potrà mettere in scena qualsiasi lavoro abbia nel cuore di interpretare, che sia una canzone o un monologo o un testo».

Tanta carne al fuoco. Non ci rimane che aspettare che cuocia e nutrirci alla tavola della cultura.



## Kennedy&Dante Quel quadro pop-politico dopo le elezioni Usa

**La storia dell'opera realizzata davanti alla tv, che Rauschenberg donò al presidente appena insediato**

ANTONELLA FRANCIANI  
ROMA

«SIGNOR PRESIDENTE, QUESTO DISEGNO DOVREBBE APPARTENERE A LEI O A ME. SE LE PIACE SARÒ PROFONDAMENTE ONORATO SE LO ACCETTERÀ». Il Presidente è John F. Kennedy e chi scrive è Robert Rauschenberg, l'artista dell'avanguardia americana, precursore della pop art. Siamo nel 1961 e Kennedy si è appena insediato alla Casa Bianca dopo una campagna elettorale memorabile: per la prima volta nella storia della politica il dibattito fra i candidati, Kennedy e Nixon, viene trasmesso in diretta tv nel settembre del 1960 e seguito da 73 milioni di americani che vedono entrare nelle loro case i volti in bianco e nero dei due pretendenti. Era nata la video-politica e l'opera che Rauschenberg voleva donare al nuovo Presidente, intitolata appunto *Election*, era stata realizzata proprio davanti a un televisore mentre venivano trasmessi i risultati che davano Kennedy vincente.

Rauschenberg, già noto negli ambienti d'avanguardia per i suoi collage di cianfrusaglie raccolte per strada, nel 1960 parteggiava per il governatore del Massachusetts e per comporre *Election* interruppe un progetto cui stava lavorando da due anni: l'illustrazione dell'*Inferno* di Dante con una tecnica di sua invenzione, il *photographic transfer*, cioè il trasferimento su carta di foto tratte dai giornali con l'uso di un solvente. Le composizioni così ottenute dovevano raccontare l'*Inferno* in termini contemporanei, traducendolo in immagini riprese dall'attualità. Benché temporaneamente sospeso, il progetto entrò comunque nel quadro che Rauschenberg compose per celebrare la vittoria di Kennedy. Il suo Dante - la figurina presa da una pubblicità di mazze da golf di un anonimo atleta con un asciugamano ai fianchi come fosse appena uscito dallo spogliatoio o pronto a gettarsi nell'arena - appare in *Election*, segnalato da una grande D. «...il contenuto del disegno è arte e politica. Rosso, bianco + blu è il Suo colore», scrive nella lettera che accompagna il quadro, dove la coppia presidenziale è in evidenza con una Jackie sorridente dentro uno schermo televisivo e un Kennedy dal grande volto. In scala minore e appena visibili in alto a destra, i Nixon salutano uscendo dalla scena. Completano l'insieme simboli che alludono alla storia politica degli Usa e cornici di varie dimensioni che ricordano

lo schermo televisivo e i riquadri dei tabloid. *Election*, spiega Rauschenberg al Presidente, è l'unico disegno a tema dantesco nato «per necessità» fuori delle 34 illustrazioni dell'*Inferno*. Le simpatie politiche dell'artista sono però evidenti anche all'interno del ciclo, che ora si trova al Moma di New York. Nel *Canto XII*, dove sono puniti i violenti contro il prossimo, la figurina dell'anonimo atleta che l'artista usa per raffigurare Dante, è sostituita dall'immagine di Kennedy. Lo vediamo entrare nel settimo cerchio, attraverso «la roccia discoscusa», sorridente e con le mani in tasca, indisturbato da un Minosse raffigurato con le gambe muscolose di un atleta e dichiarato inoffensivo da una grande X. Lo segue un inedito Virgilio nei panni dell'intellettuale Adlai Stevenson, che aveva corso contro Eisenhower nelle due elezioni precedenti e ora sosteneva il futuro presidente. Nixon è invece immerso nel sangue bollente del Flegeton sulla cui sponda corrono i centauri raffigurati con auto da corsa e pistole al posto degli archi e delle frecce.

Rauschenberg si riteneva un artista-reporter. Dalla finestra e dal tubo catodico lasciava entrare la ricchezza e la complessità dell'America di allora per raccontarla a suo modo. Ma cosa c'entrava Dante coi suoi collage di stracci, radioline, animali impagliati, plastica e giornali? In quest'arte che non sembrava arte, perché proprio Dante? Se lo chiesero in molti nel 1960 quando videro i 34 pannelli danteschi esposti nella galleria di Leo Castelli a New York. L'artista disse a posteriori che voleva essere preso sul serio, e Dante era una garanzia. La scelta però non era stata casuale perché la *Commedia* godeva in quegli anni di un rinnovato favore fra poeti e traduttori. E la cultura americana se ne era appropriata fin dal XIX secolo trasformandola nel corso degli anni quasi in un *ready-made*, uno scenario pronto per l'uso su cui inserire narrazioni originali aderenti alla vita e alla cultura Usa. Ecco che anche Rauschenberg vede nell'*Inferno* un paradigma per raccontare il suo paese, coi suoi drammi, i suoi smarrimenti e le sue speranze. Illustrarlo con personaggi e scene ripresi dal fotogiornalismo non era un gioco, ma il suo modo di creare una lingua nuova che raccontasse il suo tempo. Agli albori della video-arte, Rauschenberg completava così, visivamente, la metamorfosi del Dante americano rendendo ogni Canto una sorta di fotogramma nel grande pannello in 34 parti che narrava l'epica di un *everyman* sulla falsa riga dell'*Inferno*, fra tradizione alta e vita quotidiana. *Election*, quell'extra nato «per necessità» e donato a Kennedy all'inizio del suo mandato, era nuovo e monito per l'alto passo che il nuovo Presidente aveva davanti.

### Addio alla scrittrice Han Suyin

Nei primi anni Cinquanta diventò famosa e ricca con un romanzo semiautobiografico di passione e lacrime: Han Suyin, la scrittrice britannica di origine cinese, autrice del bestseller «L'amore è una cosa meravigliosa» da cui è stato tratto l'omonimo film, è morta a Losanna all'età di 95 anni. Giovedì i funerali.

