

Del «Ritratto di Anna Canepa eseguito da Les Levine» traduciamo e pubblichiamo la seconda parte, concernente l'attività video. Anna è nata a Trieste nel 1940, ha studiato arte dapprima a Genova e poi arte e architettura a Firenze. Dopo il '64, viaggia in Europa. Si reca per la prima volta negli Usa alla fine del '67. Dopo essersi stabilita a New York, diventa una delle più attive e note agenti di artisti, più recentemente di artisti video, tra

RITRATTO DI ANNA CANEPA, I.A.V.A. (AGENTE INTERNAZIONALE PER VIDEO ARTISTI), ESEGUITO DA LES LEVINE

Anna Canepa ha rappresentato, per molti anni, artisti in situazioni diverse, sia in Europa che negli Stati Uniti. Di recente, ha deciso di dedicare tutte le sue energie alla presentazione della neonata arte del video. Dall'anno scorso Anna rappresenta il mio lavoro televisivo. Più volte abbiamo discusso vari aspetti del video, questa volta m'affascina l'idea di rovesciare i nostri ruoli: è l'artista che presenta il suo agente invece dell'agente che presenta l'artista.

Les Levine

Il videotape fu per me il pretesto per fare qualcosa di nuovo, ovviamente non come idea. Sappiamo tutti che il VT non è un'idea totalmente nuova. Pensai che era una possibilità per esprimere idee. Niente di più, niente di meno. Non m'interessava alla differenza tra il VT o il film o la performance o che so altro. Era un medium come qualsiasi altro e poteva crescere. Un medium complicatissimo come ogni medium ai suoi inizi. Ricordo che uno dei primi video che vidi era quello di Nam June Paik andato in onda a Boston. Non ne fui molto eccitata, e non per colpa di Paik: non mi eccitò il videotape in sé.

Ero cosciente di ciò che facevo quando decisi che il VT sarebbe stato il mio ingresso in una certa direzione. Cominciarono a porsi i problemi: era una cosa valida da farsi? era capita come volevo che fosse capita o sarei stata capace di rendermi molto chiara nella mia posizione? Vedevo che il VT era estremamente facile come comunicazione. E' tanto più facile comunicare un messaggio con un VT che in qualsiasi altra forma d'arte. E non era così sfruttato come messaggio, come messaggio d'arte. Voglio di-

l'Europa e l'America. Ha promosso mostre di Kaprow e Les Levine, tra gli altri; collaborato con le gallerie Stefanotty, Pourquoi pas, Galleriaforma, Martano, Gerard Piltzer, Germain, e altre. Ha organizzato The Video Distribution di New York e collaborato con Art-Tapes di Firenze. Ogni tanto la cerchiamo (collabora anche con riviste, Data e Art-Rite) e se non è a New York, è in Venezuela oppure in Australia.

re che se prendi un'idea tradizionale che vada dal disegno alla pittura alle idee alla scrittura e al film, la gente sa di che si tratta; sanno già cosa pensarne. Ma il video era piuttosto nuovo, sicché la gente non era veramente preparata su come agire verso il video, e ciò mi affascinò molto. E' come dare un messaggio.



Anna Canepa

Introdurre lo scrittore come un artista figurativo

In quel periodo era impossibile mostrare il videotape in Europa. Ma quando decisi di lavorare con il VT agli inizi del '73, sapevo che i problemi tecnici stavano per essere superati, e molto presto. Nel frattempo dovevo formare la mia educazione sul VT. Cominciai come un video *freak*. I video *freaks* sono coloro che semplicemente vanno a vedere la televisione per sapere di più sul medium, per imparare e maturare con il medium. Per dedicarsi a questo mezzo che sta crescendo ed è affascinante come tutto ciò che sta crescendo.

Prima del video, ciò che mi aveva più interessato era la *idea art*. Ciò che potevi fare con l'arte usando l'arte, non co-

me oggetto, ma per porti domande: «Perché faccio arte? Perché faccio queste cose?». (...) Cercavo un messaggio concettuale che fosse possibile leggere, che non fosse troppo sofisticato, che lasciasse ogni forma d'arte tradizionale, che attirasce ognuno come una rivista, non come un libro, ma dandogli informazioni molto basilari. La mia idea era di cercare uno scrittore e introdurlo come un artista figurativo. Era quella la idea. Mi sarebbe tanto piaciuto portare Burroughs in Europa come un artista che esponesse nel contesto di una galleria di arte, ma capivo che non ci sarei riuscita, e che Burroughs comunque non avrebbe mai voluto.

Occuparsi di tutto ciò che l'artista può creare

Il video ti può permettere di fare documentazione senza che diventi semplice documentazione. Puoi andare dritto al centro del mondo, non come quando tieni una cinepresa, perché la tua mente è diversa. Non è importante ciò che tieni in mano, una cinepresa o una telecamera. E' importante come affronti il problema. Così che puoi pensare di fare qualcosa per il video e farlo con il film solo perché non possiedi una telecamera. Ma il modo con cui affronti ciò che vuoi dire è più immediato con il video. E' stato questo che ha acceso veramente il mio interesse per il video. La possibilità di documentare qualunque cosa, anche te stesso, la tua mente.

Le gallerie come Castelli mostravano già il VT, certo, ma una reale struttura video non esisteva ancora; era un'altra possibilità per un artista di esprimersi; ma non esisteva come medium in sé; era come dare a un artista una matita diversa; solo una curiosità. Il video può raggiungere un sacco di cose e un sacco di gente in un sacco di direzioni differenti. Così sentivo che non era giusto considerare il video come un'estensione dell'arte. Il video come medium esiste di per sé. Ma non possiamo ancora definire un campo del video, uno spazio del video. Che cosa definirà la differenza tra un lavoro video di uno psichiatra e un lavoro video di un artista?

Ciò che m'interessa è il risultato finale. Deciderò dopo se è un'opera d'arte o no. E' molto interessante vedere come ogni cosa funziona nella dimensione video. Nel momento in cui ti consideri un mercante devi commerciare qualunque cosa l'arti-



Les Levine

sta possa creare. Non rifiuterai una performance se uno dei tuoi artisti vorrà fare una performance. Così, perché rifiutare di avere a che fare con i videotapes? Dico, vediamo che cos'è un VT. Cioè, rifiuto ogni paragone con gli altri media. Il VT non è mai stato considerato per se stesso fino a un anno fa. Era sempre un'estensione di qualcos'altro già affermato. Voglio affermarmi nel presentare l'idea del VT in se stesso.

Anche una « idea » può essere un oggetto

Il video per me è come un libro. E' un messaggio da mente a mente. Sicché può essere un libro d'arte o un libro tecnologico. Prima, il video era maneggiato come un oggetto unico, era trattato esattamente come altri oggetti. Anche una « idea » può essere un oggetto. Così il video era un oggetto da vendere in una galleria come un quadretto. L'attenzione andava in parecchi modi e il video era uno di questi modi. Ma il video non è prodotto perché una persona lo veda una volta a casa sua, né solo per essere tenuto in un museo; puoi chiuderlo in un museo, ma con l'idea precisa di usarlo costantemente. Il video è come le copie Xerox, come le fotografie e i dischi, come i libri, non i libri di lusso, ma i libri di idee. Usi il video perché è più facile, un messaggio visivo più veloce della lettura.

La parola « oggetto d'arte » è ottocentesca e io la rifiuto. Niente di peggio che porre il video in questa posizione. Ha invece tali capacità di essere prodotto in massa. Non appena produci in massa qualcosa, questa va ridefinita su molti piani (...) Tutta la televisione fin dal principio è stata per un auditorio di massa. Il video appartiene a questa categoria, non appartiene all'arte nel senso tradizionale.

(...) Dobbiamo considerare la tecnologia come parte del messaggio artistico contemporaneo sicché il messaggio artistico più in questo caso la tecnologia daranno il totale messaggio contemporaneo, che sarà mostrato alla televisione a un uditorio vastissimo. Ma se vuoi attirare un vasto uditorio, devi considerare tutti i mezzi possibili. Non voglio neppure chiamarle concessioni. C'è la tecnologia. Gli artisti hanno più scelte e devono usarle tutte. Il colore è più attraente del bianco e nero. L'ideale sarebbe uno schermo enorme con un'enorme immagine a colori. Dobbiamo accettare la tecnologia come parte della vita attuale, non come una cosa oscena da cui ritrarsi. Si possono raggiungere incredibili livelli di natura perfetta attraverso la tecnologia, raggiungere un prodotto finale così raffinato, così sofisticato, probabilmente irrealizzabile con mezzi naturali.

Se vogliono annoiarsi accendendo la televisione, non vedo perché non debbano annoiarsi accendendo il videotape

Quel che penso sarà necessario al fine di trattare il VT sono due cose: dare all'artista tutte le possibilità di realizzare un prodotto finale, un perfetto prodotto tecnologico; e cercare di raggiungere un vasto pubblico in modo molto semplice. Distribuendo quanti più nastri è possibile. Ricorrendo alla pubblicità, perché no? Una cosa molto importante è il prezzo. Dev'essere alla portata del più vasto uditorio possibile. L'ideale sarebbe un videotape come un disco fonografico. Sicché non appena combini la distribuzione con una migliore qualità — e questo prodotto puoi davvero distribuirlo largamente — allora hai una situazione paragonabile a quella dei libri e dei dischi e così via.

La gente dice a questo punto che il VT è noioso. Possono aver ragione. Dipende solo da quel che cercano. Tutta la televisione è noiosa. Se vogliono annoiarsi accendendo la televisione, non vedo perché non debbano annoiarsi accendendo il VT. Non c'è niente di male nell'essere annoiati. Talvolta ti fa sentire meglio. Personalmente, mi piace molto il video. Penso che sia importante comunicare con ognuno e il videotape può proprio parlare ad ognuno.



Per gli appassionati dell' arte contemporanea una rivista redatta da artisti: EXTRA.

No 1: H. Haacke, U. Lüthi, D. Buren, D. Miachals, J. Kosuth, J. Le Gac – No 2: B. Venet, A + P Poirier, A. Dias, K. Blossfeldt, Art & Language, J. Kosuth, I. de Freitas – No 3: R. Barry, T. Atkinson, H. Darboven, R. Gibson, R. Opalka, S. LeWitt – No 4: D. Askeveld, catalogue raisonne – No 5: HP Feldmann, V. Burgin, R. Miels, G. Zorio, G. Penone – No 6 (Ottobre 1975): Salvo, catalogue raisonne.

Ogni edizione è limitata a 500 esemplari. EXTRA è una rivista trimestrale. Prezzo dell' abbonamento: DM 30 (Europa), \$ 20 (America)

EXTRA · Postfach 101326 · D-5000 Köln 1