



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea Magistrale
in Economia e gestione delle arti e delle
attività culturali
ordinamento ex D.M. 270/2004

Tesi di Laurea

L'espressione artistica nei Borghi tra Street Art e nuove tecnologie

Il Caso di Civitacampomarano in Molise

Relatore

Prof. Marco Olivi

Secondo Relatore

Prof. Raffaele Campion

Correlatore

Prof. Giovanni Boldon Zanetti

Laureando

Alessia Tesone
Matricola 867999

Anno Accademico

2021 / 2022

INDICE

INTRODUZIONE	5
CAPITOLO I: I Musei a cielo aperto. Cos'è la Street Art?	8
1.1 Italia: un <i>patrimonio</i> a cielo aperto.	8
1.2 Breve storia dell'espressione artistica sui muri.....	12
1.3 Le tendenze odierne del Post Graffitismo.....	18
1.4 I luoghi della Street Art.....	19
1.5 Comunicare e diffondere la Street Art.....	21
1.6 Espressione individuale vs network collettivo. Imbrattamento o partecipazione?24	
1.7 Il potenziale turistico	27
CAPITOLO II: La Street Art per la rigenerazione del territorio e dei borghi italiani	29
2.1 L'Italia dei margini	29
2.2 La street art tra <i>territorializzazione</i> e <i>capacitazione</i>	36
2.3 Iniziative pubbliche virtuose.....	39
CAPITOLO III: Il diritto: limite o beneficio per la creatività?	45
3.1 Street Art tra legalità, legittimità, illegittimità e illegalità.....	45
3.1.1 L'illegalità: il diritto come limite	45
3.1.2 La città condivisa o contesa.....	48
3.1.3 La protezione della Street art attraverso il Diritto d'autore.....	51
3.2 La tutela e la valorizzazione della street art come interesse culturale e collettivo	53
3.3 La legislazione regionale per l'arte di strada	55
3.3.1 Regione Lazio.....	56
3.3.2 Regione Puglia	59
3.3.3 Regione Abruzzo.....	60
CAPITOLO IV: Il caso molisano di Civitacampomarano (CB)	61
4.1 La Regione Molise	61

4.1.1	Lo scenario socio-economico regionale	63
4.2	Il Comune di Civitacampomariano	66
4.3	Cvtà Street Fest.....	68
4.4	I risultati del Cvtà Street Fest: una sinergia vincente	76
4.4.1	Il Festival come <i>Capacitatore della Comunità Locale</i>	77
4.4.2	Il Festival attivatore di Capitale Economico	78
4.4.3	Il Festival per la valorizzazione del patrimonio tangibile e intangibile.....	80
4.4.4	Se l'arte cambia il destino	81
CAPITOLO III: Il digitale nella Street Art		83
5.1	Esistere tra materialità e immaterialità.....	83
5.2	L'arte digitale.....	84
5.3	La crypto art, gli NFT, la blockchain e il loro ingresso nel mondo dell'arte	86
5.3.1	Risvolti giuridici nel campo degli NFT	87
5.3.2	La crypto art.....	88
5.4	Il valore dell'arte decentralizzata.....	91
5.5	La Digital Street Art: distruttiva o creativa?	93
5.6	La rivoluzione dello spazio dedicato all'arte di strada.....	98
5.6.1	Streeth	98
5.6.2	NFT Mural Collective	100
5.7	Prospettive e scenari futuri.....	101
CONCLUSIONI		105
APPENDICE A.....		109
BIBLIOGRAFIA.....		120
SITOGRAFIA.....		127
INDICE DELLE IMMAGINI.....		129
RINGRAZIAMENTI.....		130

INTRODUZIONE

Se si volesse ricercare ciò che lega tutti gli sfaccettati fenomeni di arte di strada, emergerebbe che il desiderio di far ascoltare la propria voce è comune a molte opere che popolano lo spazio pubblico.

Affermare la propria esistenza, tuttavia, non risulta semplice, non solo nel mondo della cultura. Da tale riflessione nasce il parallelismo tra questa tipologia di arte e il territorio italiano: numerose aree del Paese, perlopiù interne o periferiche, vengono spesso trascurate e dimenticate, con il rischio di cancellare un enorme sostrato culturale che contribuisce a formare l'identità storica della nazione.

Ma proprio quando la società e le istituzioni dimenticano e lasciano inascoltate le voci, è l'Arte a intervenire e provare a ridare vita a spazi non più considerati.

Sono ovviamente numerosi gli esempi di rigenerazione di uno spazio collettivo attraverso la street art, ma se questo avviene in aree interne o piccoli borghi spopolati, l'impatto è ancora più straordinario.

Il punto cruciale della ricerca riguarda le politiche pubbliche culturali, poiché si vuole indagare la possibilità di attivare il capitale culturale di un territorio attraverso la Street Art, rafforzando il potenziale turistico ed economico di aree soggette allo spopolamento e all'abbandono. In particolare viene proposta l'osservazione della rigenerazione urbana del borgo molisano di Civitacampomarano (CB).

Il fenomeno, nonostante possa eventualmente apportare effetti e esternalità positive, ha una complessità giuridica evidente. Tanti sono i problemi che investono il campo normativo dell'arte di strada, argomento estesamente discusso e dibattuto, che però merita di essere indagato per gli effetti che provoca nella gestione di tali attività. Il tema offre particolari spunti di analisi poiché investe numerose sfere, da quella privatistica a quella pubblica, ma tocca da vicino anche la libertà di espressione del singolo. La tesi cerca di offrire una disamina del rapporto tra Street Art e legge italiana, vagliando quali siano stati i punti di contrasto tra i vari interessi in gioco e se, e come, il diritto sia intervenuto al riguardo.

In questo quadro, risulta opportuno rivolgere particolare attenzione all'applicazione delle nuove tecnologie, non solo dal punto di vista della comunicazione e diffusione delle opere attraverso i nuovi media, ma anche da quello delle nuove tendenze riguardanti gli NFT – token non fungibili e non sostituibili – e la tecnologia blockchain¹.

Se la natura effimera è forse l'aspetto più evidente delle opere di arte di strada, l'applicazione del digitale porta a una ribellione naturale, poiché contrasta la fugacità e garantisce l'estensione dell'esperienza oltre i confini del muro. Gli artisti, grazie agli NFT, hanno la possibilità di essere ascoltati in tutto il mondo, possono vendere e commercializzare le proprie opere, possono ampliare il loro pubblico e diffondere al meglio i messaggi di intenso valore contenutistico da sempre veicolati da questo tipo di arte. Immortalare i murales sulla blockchain permette a queste opere di vivere ben oltre la loro "data di scadenza"².

La tesi mira ad analizzare un quadro intricato dal punto di vista giuridico e amministrativo sia sul fronte materiale che su quello digitale e vuole essere uno strumento di documentazione e analisi per progetti di riqualificazione territoriale dei piccoli comuni. Si vuole indagare se la Street Art possa essere una strada per la rivitalizzazione dei borghi e la rinascita di un'Italia quasi dimenticata, la cui essenza è celata tra i muri di case abbandonate.

Ridare vita ai muri di paesi e borghi ormai spopolati porta nuova vita, rinnova, ricostruisce e rigenera. Attira un flusso di turisti, abitanti, escursionisti che ricominciano a vivere gli spazi, guardandoli con occhi diversi. Lo sguardo non è più quello malinconico di un passato ormai scomparso, ma è ricco di speranza, pieno di una vita che lentamente

¹ Gli **NFT (Non - Fungible - Token)** sono «gettoni non fungibili», un codice digitale che viene certificato attraverso la tecnologia **blockchain (una catena di blocchi)**. Si tratta cioè di una stringa di numeri unica e distintiva del bene a cui si riferisce. L'NFT è dunque associabile a una dichiarazione di proprietà, supportata da un certificato prodotto dalla blockchain, a cui si deve il recente successo commerciale.

Questo però, comporta problemi sull'uso e la sostenibilità: gli NFT sono un fenomeno temporaneo e una speculazione che avrà vita breve? La proprietà dei diritti d'autore viene intaccata o minacciata attraverso queste forme di commercio? Quali saranno le metodologie per conservare queste opere digitali?

²SUHITA SHIRODKAR, *Finally, a good use for NFT*, in Wired, 31/01/2022
<https://www.wired.com/story/nft-street-art/> - URL consultato il 26/03/2022

si era allontanata da questi luoghi. L'emigrazione ha avuto un forte effetto negativo proprio su queste zone, ma gli occhi di chi torna oggi possono vedere effetti strabilianti e territori rigenerati attraverso un'arte nata fuori dall'ordinario.

La cultura italiana continua a vivere tra i sentieri, i vicoli dei paesi, i muri delle case, gli ambienti persi e abbandonati. È un'Italia, questa, lontana dai problemi di overtourism e inquinamento eccessivo. Questa Italia è quella delle tradizioni culinarie, degli insegnamenti degli antenati, dei dialetti, delle relazioni sociali e familiari ricche di storie ed emozioni. È un'Italia che, in un'ottica post-pandemica, sta riprendendo un posto nella mente dei visitatori, che si sta affermando tra i connazionali ma anche all'estero, e che può puntare sulle nuove tecnologie per una tanto auspicata rinascita. La domanda alla base di questa tesi, pertanto, è questa: è possibile dare un futuro a questi territori attraverso l'arte di strada?

CAPITOLO I

I Musei a cielo aperto. Cos'è la Street Art?

1.1 Italia: un *patrimonio* a cielo aperto.

Se si volesse rintracciare il *quid pluris* dell'Italia, subito si incorrerebbe nella definizione di "Museo a cielo aperto". Il nostro Paese conta, infatti, il maggior numero di Patrimoni UNESCO³, costituendo un unicum territoriale che attira visitatori da tutto il mondo.

I dati sul flusso turistico sono chiari: prima della pandemia da Coronavirus, nel 2019 le presenze erano di circa 436,7 milioni, in tendenza positiva dell'1,8 per cento rispetto al 2018⁴, collocando l'Italia al 5° posto della classifica mondiale per visitatori secondo l'UNWTO (l'Organizzazione Mondiale del Turismo)⁵.

Il Paese, dunque, con il suo incredibile capitale culturale e paesaggistico riesce ad essere tra le mete più amate dai viaggiatori, soddisfacendo la domanda dei segmenti più disparati, e in particolare quello del turismo culturale. Secondo un'indagine pubblicata nel 2019 dal Ciset – il Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica, la spesa in ambito culturale da parte dei turisti internazionali ammontava a 21 miliardi di euro, ovvero il 66% della spesa totale internazionale⁶.

Il patrimonio culturale e paesaggistico costituisce, quindi, un importante asset e una risorsa per il territorio da trasmettere alle generazioni future. La Costituzione Italiana già alla metà dello scorso secolo nell'articolo 9 sosteneva: "*La Repubblica promuove lo*

³ Il Patrimonio culturale nella Convenzione sulla Protezione del Patrimonio Mondiale culturale e naturale, adottata dall'UNESCO nel 1972, consiste in:

1. *"Monumenti: opere architettoniche, plastiche o pittoriche monumentali, elementi o strutture di carattere archeologico, iscrizioni, grotte e gruppi di elementi di valore universale eccezionale dall'aspetto storico, artistico o scientifico,*
2. *Agglomerati: gruppi di costruzioni isolate o riunite che, per la loro architettura, unità o integrazione nel paesaggio hanno valore universale eccezionale dall'aspetto storico, artistico o scientifico,*
3. *Siti: opere dell'uomo o opere coniugate dell'uomo e della natura, come anche le zone, compresi i siti archeologici, di valore universale eccezionale dall'aspetto storico ed estetico, etnologico o antropologico."*

⁴ ISTAT (2022), *Il conto satellite del turismo in Italia – anno 2019, Il valore aggiunto turistico vale quasi 100 miliardi di euro e rappresenta il 6,2% del totale economia*, <https://www.istat.it/it/files/2020/12/C19.pdf>

⁵ UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, December 2020, URL <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.7>

⁶ XIX Conferenza L'Italia e il turismo internazionale. Risultati e tendenze per incoming e outgoing nel 2019, organizzata da Ciset, Università Ca' Foscari di Venezia in collaborazione con la Banca d'Italia e svoltasi a Treviso il 9 maggio 2019.

*sviluppo della cultura e la ricerca scientifica e tecnica. Tutela il paesaggio e il patrimonio storico e artistico della Nazione”*⁷, collocando tra i suoi principi fondamentali proprio la promozione e la tutela del patrimonio per le generazioni presenti e future.

L'UNESCO ha effettuato una ripartizione tra patrimonio culturale e patrimonio naturale, ma anche una distinzione tra quello materiale e immateriale.

Il termine “patrimonio culturale” ha, infatti, subito una profonda evoluzione nel corso degli ultimi decenni, e soprattutto grazie alla Convenzione di Parigi del 2003⁸, esso non si limita a includere i prodotti tangibili della storia, come monumenti e oggetti, ma considera anche le tradizioni e le manifestazioni culturali ereditate dai nostri antenati come le espressioni orali, le pratiche sociali, gli eventi rituali e festival, le conoscenze e le pratiche nella realizzazione di prodotti artigianali. Questo know-how viene tramandato di generazione in generazione, assicurando un senso di comunità e identità attraverso la creatività umana⁹.

Tale categoria viene definita dall'UNESCO “patrimonio immateriale”, per il quale è necessario evidenziare delle componenti determinanti. In primo luogo, questa tipologia di patrimonio non intende la tradizione come prodotto relegato nel passato, ma essa ha profonde connessioni con il contemporaneo e le pratiche urbane che attualmente si svolgono. Il secondo fattore centrale è l'inclusività, in quanto le pratiche prese in considerazione contribuiscono a creare un senso di identità e responsabilità tra le diverse generazioni, i diversi gruppi sociali e, eventualmente, tra comunità fisicamente distanti. Il

⁷ Costituzione Della Repubblica, art.9. Recentemente modificato, l'8 febbraio 2022, con l'aggiunta del comma *“Tutela l'ambiente, la biodiversità e gli ecosistemi, anche nell'interesse delle future generazioni. La legge dello Stato disciplina i modi e le forme di tutela degli animali.”*

⁸ Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale conclusa a Parigi il 17 ottobre 2003, su https://unesco.blob.core.windows.net/documenti/5934dd11-74de-483c-89d5-328a69157f10/Convenzione%20Patrimonio%20Immateriale_ITA%202.pdf

⁹ Tali disposizioni vengono assoggettate al Codice dei Beni Culturali (d. lgs. 42/2004) qualora siano rappresentate da testimonianze materiali e sussistano i presupposti e le condizioni per l'applicabilità dell'articolo 10 (secondo l'art. 7 bis, articolo introdotto dall'art. 1 del d.lgs. n. 62 del 2008). Questo significa che, per la legge italiana, la materialità è condizione necessaria affinché si applichino le norme del Codice Dei Beni culturali. Secondo C. Barbati, M. Cammelli e G. Sciuillo: *“In ogni caso è da tenere presente che istituti previsti nella disciplina del Codice, quali la prelazione, l'espropriazione e l'esportazione, presuppongono la materialità del bene, sicché quando il legislatore estendesse l'ambito degli attuali beni culturali ai (o a categorie di) beni immateriali, non potrebbe eludere il tema di modulare la disciplina del Codice oppure di integrarla o modificarla”*.

patrimonio immateriale, inoltre, è “rappresentativo”, cioè non ha valore assoluto in quanto bene culturale, ma dipende strettamente dalle tradizioni, le conoscenze e le abilità tramandate nel corso storico in un particolare contesto. Infine, esso si sostanzia grazie alla comunità, cioè viene considerato patrimonio solo nel momento in cui la collettività interessata lo riconosce e lo valuta tale.

Recentemente, il dibattito sul patrimonio ha coinvolto la categoria di “paesaggio culturale”, che, nell’ottica di questa tesi, è importante considerare. Viene definito tale il sito che grazie all’*“azione combinata della natura e delle attività dell’uomo, può risultare di rilevante interesse e di valore universale”* (UNESCO, 1997). Questo concetto è stato anche sviluppato nella normativa italiana del Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio¹⁰. Esso viene individuato all’articolo 131, come *“territorio espressivo di identità, il cui carattere deriva dall’azione di fattori naturali, umani e dalle loro interrelazioni”*¹¹. La tutela, espressa dal Codice e di potestà statale, viene riservata all’aspetto materiale, al fine di salvaguardare e proteggere i valori che esso esprime. La valorizzazione viene eseguita nel rispetto della tutela, ed è subordinata ad essa, ma il codice promuove e sostiene lo sviluppo della cultura, attraverso le amministrazioni pubbliche competenti che eseguono apposite attività di informazione, diffusione e fruizione del paesaggio. Come espresso al comma 5, art. 131, le amministrazioni possono anche prevedere la realizzazione di nuovi valori paesaggistici coerenti e integrati.

L’Italia, dal punto di vista paesaggistico, presenta una ricchezza fuori dal comune e una molteplicità di varianti estremamente accentuate. Lo studioso Salvatore Settis dà una definizione particolarmente accurata nel Dizionario della Lingua Italiana (Zingarelli, 2014, pag. 1594): *“Paesaggio è l’equilibrio fra natura e cultura. Fra spiagge, monti, colline, pianure come furono un tempo e come sono ora, popolati di città, di villaggi, di cascate. Ogni paesaggio ha la sua storia: fatta di creatività e di distruzioni (guerre, terremoti, barbarie); di meraviglie e di errori. Questa diversità rispecchia quel che siamo (come il volto di ciascuno è ‘lo specchio dell’anima’): perciò ognuno ha il paesaggio che si merita. L’Italia fu il ‘giardino d’Europa’, dove «l’architettura è una seconda natura, indirizzata a fini civili» (Goethe).*

¹⁰ D. lgs. 22 gennaio 2004, n. 42

¹¹ Ivi, Parte III, Titolo I, Capo I

Prima al mondo, ha posto la tutela del paesaggio tra i suoi principi fondamentali (Costituzione, art. 9). Ma a questi valori siamo sempre meno fedeli. Quale paesaggio lasceremo alle generazioni future?”.

Il paesaggio, aspetto del territorio percepito dall'uomo attraverso la sua azione e il suo sguardo, viene influenzato dalle popolazioni, rappresentando una sintesi visibile delle caratteristiche naturali, sociali e culturali delle attività umane.

La visione e la formazione del paesaggio sono, dunque, estremamente influenzate dall'uomo e anche il fenomeno della Street art si inserisce in una “scrittura” del territorio. Questa forma di espressione ha portato alla sussistenza di un'altra categoria di “museo a cielo aperto” all'interno del più grande museo rappresentato dal territorio italiano.

Nonostante le città d'arte siano il richiamo maggiore per chi visita l'Italia, si sono progressivamente affermati degli itinerari fuori dalle rotte comuni incentrati sulla scoperta delle opere d'arte pubblica contemporanea, che consentono ai turisti di avvicinarsi alla comunità locale e alla storia del territorio in modo non convenzionale. Sono nati percorsi inconsueti che coinvolgono i luoghi più vari: dalle periferie delle grandi città ai borghi sparsi sul territorio, luoghi che vengono accomunati da opere portatrici di critica sociale e politica, eventi di attualità, fatti di storia locale e nazionale. La scoperta di questi itinerari fuori dai grandi flussi turistici, consente di vivere un'esperienza più intima e empatica con le destinazioni e la comunità che le abitano, immergendosi in un contesto vivo, attivo e vivace.

Questo tipo di esplorazione fa sentire il visitatore in un particolare “museo a cielo aperto”, dove resta incantato da spettacolari e suggestivi capolavori sui muri degli edifici.

Oltretutto, il fenomeno porta a ritornare in luoghi già visti e conosciuti, alla ricerca di nuove opere, installazioni e graffiti che mantengono la realtà urbana coinvolta sempre attuale e pertinente alla contemporaneità. Dunque, è obbligatorio porsi la domanda: quanto è trainante questa forma d'arte e che impatto ha sul territorio?

Volendo considerare queste opere come parte integrante del patrimonio di uno specifico luogo, è opportuno comprendere le motivazioni alla base di questo consistente movimento, e fare chiarezza su cosa sia l'arte di strada per comprenderne le origini e gli sviluppi.

1.2 Breve storia dell'espressione artistica sui muri

La Street Art è un fenomeno artistico difficilmente circoscrivibile, che viene realizzato negli spazi più disparati, con molteplici mezzi espressivi e su diversi supporti. Oggi secondo la definizione di Blanché (2015), si può dire che consista in immagini spontanee, caratteri, e forme create o applicate a superfici dello spazio urbano che, intenzionalmente, cercano di comunicare con una cerchia ampia di persone. Viene realizzata in modo performativo, site-specific, effimero e partecipatorio. Può essere fruita online e considerata diversa dai Graffiti e dalla Public Art.¹²

Senza dubbio, discutere di Street Art non porta istintivamente a collegare questa forma espressiva al **25.000-20.000 a.C.**¹³. Ma se essa, invece, fosse chiamata “pittura parietale” e quindi si volesse fare riferimento alle grotte spagnole di Altamira e quelle francesi di Lascaux, Chauvet e del Pech Merle, allora il nesso sarebbe ben più evidente. I messaggi che gli esseri umani hanno voluto esprimere, si sono, di fatti, espressi sui muri ben prima che la “Street Art” fosse riconosciuta come un movimento internazionale. A prescindere dal periodo storico, molte sono le testimonianze che vedono l'uomo lasciare un segno sulle pareti.



Figura 1.1 Mano di Pech Merle, Pubblico Dominio,
<https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=557567>

¹² Questa definizione di Street Art viene data da U. BLANCHÉ, “Street Art and related terms”, *sauc*, vol. 1, no. 1, pp. 32 - 39, Dec. 2015. “Street Art consists of self-authorized pictures, characters, and forms created in or applied to surfaces in the urban space that intentionally seek communication with a larger circle of people. Street Art is done in a performative and often site-specific, ephemeral, and participatory way. Street Art is mostly viewed online. It differs from Graffiti and Public Art”

¹³ DOGHERIA, D., (2004) *Street Art*, Giunti Editore Spa, 2004, pp. 2-40

Volendo stabilire un parallelismo tra l'antenato preistorico che abitava le grotte sopracitate e l'odierno street artist, la volontà di lasciare il segno emerge come caratteristica comune. Queste testimonianze figurative e grafiche nelle grotte, nonostante avessero principalmente un valore propiziatorio, legato ai rituali e a forme di buon auspicio, erano anche uno strumento per segnalare la presenza dell'uomo all'interno della grotta. Infatti, si pensa che l'uomo che ha lasciato il negativo della sua mano a Pech Merle, volesse proprio segnare lo spazio che abitava.

La stessa volontà dell'uomo preistorico si trasmette nel tempo: se consideriamo un secolo molto più vicino ai nostri giorni, è possibile notare che tra il 1980 e 1990, quando si afferma il fenomeno del Writing, le *tags* (cioè le firme) vengono apposte proprio per segnare lo spazio urbano con il proprio nome e appropriarsi di un luogo.

Partendo dalle grotte di Pech Merle e dalle altre testimonianze in Africa e in Sudamerica (nella Cava de las Manos), anche in Italia, in Valcamonica, troviamo i cosiddetti petroglifi, cioè incisioni e pitture su pietra realizzate in particolari riti comunitari. Numerosi esempi si riscontrano inoltre in molte altre regioni italiane, come nelle note pitture rupestri di Matera.

Andando avanti nella cronologia, **nell'antica Roma**, caratterizzanti furono le grottesche e le ancora ben conservate pitture di Pompei e Ercolano. La decorazione a grottesca è spesso relativa a figure mitologiche o esseri ibridi, rese in modo ludico, colorato e fantasioso, con finalità estetica ma anche pedagogica e didascalica, oltre che espressione di comicità o paradosso. Il nome, secondo il noto studioso del '500 Benvenuto Cellini¹⁴, proviene dalla *domus aurea* di Nerone, rinvenuta presso il colle Esquilino di Roma nel 1480. Essa venne scambiata appunto per una grotta e per molto tempo ha attirato l'attenzione dei più famosi artisti dell'epoca, di conseguenza fortemente influenzati da queste figure.

¹⁴ CELLINI, B., *Vita di Benvenuto Cellini orefice e scultore fiorentino scritta da lui medesimo restituita alla lezione originale sul manoscritto Poirot ora Laurenziano ed arricchita d'illustrazioni e documenti inediti dal dottor Francesco Tassi. Vol. 1. [- 3.]: 1*, su books.google.it, Biblioteca Nazionale Centrale di Firenze, 1829. Url consultato il 30 marzo 2022,

Le decorazioni di tale tipo venivano in realtà criticate nel I secolo a.C. dal celebre architetto Vitruvio¹⁵, che affermava: "*Neque enim picturae probari debent, quae non sunt similes veritati, nec, si factae sunt elegantes ab arte, ideo de his statim debet «recte» iudicari, nisi argumentationis certas rationes habuerint sine offensionibus explicatas*". Dichiarava cioè che non sono degni di apprezzamento i dipinti che non rispecchiano la realtà, ma che rivelano solo eleganza e abilità tecnica.

Suddetta tipologia di pittura si afferma comunque in modo preponderante, da una parte decorando e abbellendo gli edifici, dall'altra spesso criticando e ironizzando sulla società del tempo. La funzione quindi non si presenta così diversa dalle pitture che alla fine del '900 inizieranno a popolare le strade delle principali città del mondo.

Dal Trecento in poi, si afferma la volontà, che accomuna gli artisti nel corso dei secoli, di catturare l'attenzione dello spettatore attraverso effetti illusionistici, sviluppando metodi stupefacenti per la resa tridimensionale di oggetti, architetture ed altri elementi grafici. Il grande Giorgio Vasari, nel '500, dedica un'intera sezione delle sue *Vite*¹⁶ alla trattazione delle migliori tecniche per "dipingere il muro" come il chiaroscuro, il guazzo, l'olio su muro, la pittura su pietra o lo "sgraffito".

Quest'ultimo procedimento, descritto da Vasari nel 1568, risponde a esigenze funzionali e decorative. Lo "sgraffito" veniva infatti utilizzato a Firenze per proteggere i palazzi dall'azione della pioggia, ma aveva ovviamente anche una funzione ornamentale già dal XIII secolo¹⁷, raggiungendo il massimo splendore nel Rinascimento. I motivi ornamentali spaziavano da forme geometriche o classiche a elementi vegetali, allegorie o grottesche, tutte con lo stesso obiettivo di integrarsi con l'architettura e marcarne profondamente l'aspetto.

¹⁵ VITRUVIO, *De Architectura*, libro VII, Capitolo V §§3-4, URL http://www.hs-augsburg.de/~harsch/Chronologia/Lsante01/Vitruvius/vit_ar07.html, consultato il 30 marzo 2022.

¹⁶ VASARI, G., *Le Vite de' più eccellenti architetti, pittori, et scultori italiani, da Cimabue, insino a' tempi nostri*, Nell'edizione per i tipi di Lorenzo Torrentino, Firenze 1550, A cura di Luciano Bellosi e Aldo Rossi, Prefazione di Giovanni Previtali, Giulio Einaudi Editore 1986

¹⁷ PELLEGRINO, S., *Lo sgraffito a Firenze. La tecnica secondo Vasari e il ruolo dei motivi ornamentali nella composta partitura decorativa della facciata*, 2004, Url https://www.academia.edu/8548769/Lo_sgraffito_a_Firenze_La_tecnica_secondo_Vasari_e_il_ruolo_dei_motivi_ornamentali_nella_composta_partitura_decorativa_della_facciata, consultato il 31 marzo 2022.



Fig. 1.2 Palazzo Bianca Cappello a Firenze decorato con la tecnica dello sgraffito (Foto di Richard Mortel da flickr.com)

Se si volesse considerare il muro come espressione di critica sociale, è necessario esaminare **gli anni '30 del '900**, quando esso assume la sua massima forma con l'affermazione del "Muralismo". Dapprima utilizzato dai governi come *instrumentum regni* con funzione propagandistica, successivamente dalla popolazione come *vox populi* e espressione del dissenso politico. In Italia, nel 1933, l'artista Mario Sironi arriva addirittura a sviluppare un Manifesto della Pittura Murale, con l'idea di produrre un'arte sociale e educatrice. Con diversa finalità ma analogo gigantismo si afferma, invece, in Messico la corrente del muralismo messicano, che recupera la pittura precolombiana di epoca Maya, dando vita a un'arte estremamente popolare e di critica nazifascista, che vede tra i suoi esponenti grandi nomi come Diego Rivera e Clemente Orozco.

Negli **anni '70** si afferma definitivamente il murales politico, collaborativo e di potente impatto politico-militante.

A forti immagini di critica sociale si accompagnano spesso scritte creative di contestazione, oppure poetiche, soprattutto negli anni della "Controcultura" (1967-1977). Bisogna ricordare che lo spazio pubblico non viene popolato solo da scritte e immagini, ma anche da manifesti, ufficiali e non ufficiali, che vengono incollati nel contesto urbano e su cui hanno un forte impatto.

Proprio in questi anni, il museo e la galleria vengono in parte abbandonati, la strada diventa uno dei luoghi dove fare cultura. Cambia, infatti, l'idea stessa di arte, come si può evincere dai numerosi movimenti che trasformano l'arte in vita e la vita in arte (ad

esempio il movimento Fluxus¹⁸). Il postmodernismo, secondo la studiosa Claudia Galal (Galal 2009), si riflette fortemente sulla Street Art, e i movimenti come il Dadaismo e il Surrealismo formano i fondamenti teorici del Post Graffitismo.

La ricerca di uno spazio e dell'affermazione del proprio passaggio in un luogo risulta poi essere il presupposto per il fenomeno del "**Graffitismo**", che si afferma sul finire degli anni '70 nelle metropolitane, sui treni e nelle periferie di New York e delle grandi città del Nuovo Continente. Il cosiddetto fenomeno del "**Writing**" consiste quindi in una sorta di "guerrilla" e di bombardamento ("bombing") del proprio nome sui posti più difficili da raggiungere, ottenendo notorietà nelle comunità di writers ma, al contempo, anche tra le forze dell'ordine.

Il lavoro di "labor limae" sulla resa della propria firma è un esercizio stilistico perseguito da molti writers, che probabilmente infastidiscono il passante nelle strade, ma sono notevole segno di affermazione e distinzione nelle "crews", cioè le comunità di artisti di strada.

Le due figure di punta della Graffiti Art o Aerosol Art saranno Keith Haring e Jean-Micheal Basquiat, l'uno diventerà noto per le sue figure colorate e ispirate al mondo dei fumetti, l'altro per il suo stile primitivo. Haring va oltre la strada (Dogheria 2004)¹⁹ e entra nelle gallerie d'arte, commercializzando le proprie opere e affermandosi come artista di fama mondiale. Haring stesso riceverà la prima commissione pubblica italiana di arte di strada a Pisa nel 1989, dove realizza l'opera "*Tuttomondo*", su una parete della chiesa di Sant'Antonio. La Graffiti Art parte comunque dal "ghetto", in aree problematiche della città, come il Bronx di New York, ed è un'arte illegale che cerca di contrastare le ideologie dominanti, il consumismo e la società di massa.

¹⁸ "*Fluxus era piuttosto un atteggiamento amorfo, fluido, che mirava ad incorporare l'intera esistenza nell'arte e renderla partecipe della vita di ognuno di noi*", FRANCESCA TRIBÒ, *FLUXUS: quando tutto divenne arte*, su Art For Breakfast URL <https://artforbreakfast.it/2017/10/19/fluxus-quando-tutto-divenne-arte/>, consultato il 31 marzo 2022.

¹⁹ DOGHERIA, *op. cit.* p. 13

Oltre alla cultura dei writers, si affermarono anche altre culture marginali, come i canadesi “Adbusters” che combattevano lo strapotere delle pubblicità delle grandi aziende sui muri delle città con azioni di anti-marketing, oppure la cultura hip-hop, i cyberpunk, i rave.

Dopo le considerazioni sulle origini storiche del fenomeno, non è possibile trovare una risposta univoca e unitaria alla domanda “Che cos’è la Street Art?”, ma con questo termine si può indicare un campo sconfinato che include diverse forme di arte, come le installazioni, i dipinti murali, gli sticker, gli stencil e i poster. Sempre più si afferma la commistione con la musica, la fotografia, la videoarte, la light art e i nuovi media in generale.

Provando, dunque, a dare una definizione sicuramente non completa, si può affermare come questa forma di espressione, partendo da una **matrice spontanea e illegale**, possa **diventare** – non senza contrasti - **parte**: della **cultura popolare**, sempre più di tendenza grazie ai nuovi mezzi di comunicazione; del **mercato**, attraverso la commercializzazione delle gallerie e case d’asta; delle **istituzioni**, con la commissione pubblica di opere per la rivitalizzazione di aree urbane.

Risulta utile ricordare che è possibile riferirsi a Street Art anche con termini come *arte urbana* o *Urban Art*, che comprendono in modo generico anche il *graffiti-writing* e l’arte pubblica o arte commissionata, “oltre che le installazioni stradali, le video proiezioni, e pratiche come lo *yarn bombing* (l’arte di decorare monumenti o oggetti pubblici con uncinetti colorati o lavori a maglia), il *subvertising* (sovvertire le pubblicità) ed esperienze quali il cosiddetto *muralismo urbano* o *wall painting* (grandi rappresentazioni pittoriche a vernice o spray, spesso commissionate, con una grande ricerca tecnica e stilistica da parte degli artisti)”²⁰.

²⁰ “Street Art” in Treccani Enciclopedia Online, url <https://www.treccani.it/enciclopedia/street-art/#:~:text=Street%20art%20Complesso%20di%20pratiche,essere%2C%20in%20una%20fase%20posteriore%2C>, consultato il 31 marzo 2022.

1.3 Le tendenze odierne del Post Graffitismo

Considerando, quindi, la pluralità di forme ed espressioni caratteristiche di quest'arte, bisogna citare quali siano state negli ultimi anni le tendenze più affermate.

Una di queste è sicuramente l'utilizzo dello stencil, che riesce a superare i limiti dell'unicità e dell'aura dell'opera d'arte, tanto ricercata da Benjamin²¹, per sconfinare nel campo della serialità e nella ripetizione. Lo stencil consente di riprodurre ripetutamente lo stesso disegno attraverso una maschera, creando un negativo che può essere realizzato velocemente e sempre identico a se stesso.

La stessa caratteristica accomuna anche gli stickers e i poster, di qualunque dimensione. Esempio lampante è sicuramente l'artista JR, che inizialmente realizzava opere illegalmente, ma che negli ultimi anni lavora sempre più per commissione pubblica, apponendo su edifici grandi opere grafiche.

La Sticker Art, invece, "si è affermata nella cultura hip hop e non per fini artistici"²², ma ha popolato lo spazio urbano, invadendo muri, lampioni, scale e qualsiasi altra superficie dove i messaggi possono essere recepiti da un vasto pubblico.

La diffusione e la popolarità della street art provengono da una dimensione globale di questo tipo di arte, prodotta in tutti i continenti, portatrice di significati politici e sociali, ma anche espressione di un contrasto intrinseco: valorizza o deturpa? È pura espressione della libertà di pensiero o è subordinata alle istituzioni? Va protetta oppure è necessario che si conservino le sue caratteristiche di estemporaneità e fugacità?

Il Graffitismo tipico della "subway" americana si è modificato fortemente, traendo ispirazione da molteplici fonti, non solo dalle avanguardie storiche, come accennato in precedenza, ma anche dall'estetica del fumetto. Risulta necessario, per provare a dare una risposta alle domande sopra espresse, procedere in un'analisi approfondita di questa particolare espressione artistica.

²¹ BENJAMIN, W., *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica (1892.1940)*, Einaudi, Torino, 1974.

²² GALAL, C., *Street Art*, Casanova e Chianura Edizioni, Milano 2009, pp. 20-44

1.4 I luoghi della Street Art

Per analizzare a fondo questo tipo di arte, bisogna prendere in considerazione diverse collocazioni spaziali.

Partendo da una dimensione circoscritta, è immediato associare la Street Art ai muri degli edifici. Molte opere sono, infatti, site-specific: nascono sui muri e per i muri, ma questa non è l'unica dimensione riservata a tale tipo di arte.

Non bisogna, di fatti, dimenticare l'azione travolgente delle forme citate in precedenza, come la Sticker Art, che invade lampioni, cassette della posta, oggetti dell'arredo urbano. Lo Yarn Bombing, che popola anche giardini e alberi. Le illustrazioni create sui cartelli stradali del francese Clet Abraham. Le installazioni, come le sculture gonfiabili iperrealistiche di Mark Jenkins, collocate nello spazio urbano.

La strada stessa, o la pavimentazione in generale, quando viene resa supporto per macrofotografie incollate oppure per dipinti che sfruttano l'anamorfismo e l'illusione ottica 3D (come ad esempio le opere dell'americano Kurt Wenner).

Geograficamente, invece, bisogna sottolineare come la Street Art non sia destinata solo alle grandi città o ai punti più attrattivi di un territorio. Essa supera i confini delle regioni, degli stati e dei continenti, per essere espressione di intere comunità. Al contrario delle altre forme di arte contemporanea, che spesso possiamo trovare solo nei circuiti tradizionali di fiere, mostre e gallerie, l'arte pubblica di strada travalica qualsiasi tipologia di confine. L'arte è spesso legata al suo aspetto commerciale ed economico e per essere promossa è soggetta al potere delle gallerie, delle fiere e delle Biennali. Con l'avvento di Internet e del web, nuovi modelli di marketing e vendita sono sempre più adottati dagli artisti stessi, che usano i social media per pubblicizzarsi sulla scena artistica contemporanea.

È possibile ammirare opere nelle città più grandi e note ormai a livello internazionale per la produzione di arte di strada, ma anche nei borghi abbandonati e nelle piccole cittadine. Il fatto che quest'arte non abbia regole, si riflette in parte anche nella sua libertà di apparire nei posti più disparati della terra. Così come può essere legata a specifici festival che promuovono la creazione di nuove opere, può anche essere frutto dell'inventiva estemporanea di un singolo artista.

Il fenomeno della Street Art è emerso soprattutto nelle periferie delle città metropolitane, dove i riscontri sono stati di natura sociale, ma anche economica²³ (Forte e De Paola 2019): i centri nevralgici rimangono le grandi metropoli, a partire da New York, a Londra, fino a Milano e Roma per l'Italia.

In Italia, ci sono state esperienze e tentativi di istituzionalizzazione e musealizzazione dell'arte di strada, come nella Triennale di Milano del 2006, nel Padiglione di Arte Contemporanea PAC di Milano del 2007 o nel caso della discussa mostra di Bologna del 2016²⁴. Nonostante le grandi mostre collettive possano apparire in contraddizione con lo "spirito dell'Arte Abusiva" (Galal 2009), che solitamente si oppone ai circuiti espositivi tradizionali, esse rappresentano una grande opportunità di veicolazione dei messaggi che questa tipologia di arte reca in sé. Se, infatti, si vuole attirare l'attenzione dello spettatore in modo più incisivo, allora un'esposizione "convenzionale" riesce a diffondere il contenuto in modo molto più mirato. Questa pratica porta però a non pochi problemi per quanto riguarda la de-contestualizzazione e la perdita del significato essenziale della street art, legata a filo doppio con messaggi di protesta e contestazione politica.

Nel 2016, secondo l'A.N.C.I. (Associazione Nazionale Comuni Italiani) più di 180 comuni italiani erano attivi nella valorizzazione dell'arte di strada, con quasi 300 progetti artistici e 30 festival in tutto il paese²⁵.

Si alternano ormai numerosi i festival, come ad esempio "CVTà Street Fest" di Civitacampomarano (CB), "Murali Festival" a Forlì, "Memorie Urbane Street Art Festival" sviluppato in 13 città del sud Italia (tra il Lazio e la Campania), il noto "Borgo Universo" di Aielli in Abruzzo, il lucano "AppARTengo Festival" a Stigliano (MT), "Manufactory

²³ FORTE, FABIANA, DE PAOLA, P., "How Can Street Art Have Economic Value?" *Sustainability* 11, no. 3: 580, 2019 <https://doi.org/10.3390/su11030580>

²⁴ Il celebre artista Blu ha cancellato i suoi stessi murali nel centro sociale XM24 a Bologna perché era previsto che venissero staccati dallo spazio pubblico e privatizzati, al fine di esporli in una mostra "Street Art, Banksy & CO", organizzata dalla Fondazione Genus Bononiae.

²⁵ A.N.C.I., *Street Art. L'avvio di Lavori Del Primo Tavolo Di Esperti Per Un Programma Di Valorizzazione Nazionale Nei Comuni D'italia*, 23-11-2016. Consultato online su www.anci.it, il 06 aprile 2022.

Festival” nel Delta del Po, “Vedo a Colori” a Civitanova Marche, “Cheap Festival” di Bologna, “Subsidenze Festival” a Ravenna, “FestiWall” a Ragusa.

Questa proliferazione estesa su tutta la Penisola è espressione di una volontà creativa che raggiunge anche i luoghi più remoti, simbolo di una resistenza artistica che si dispiega e invade le strade d’Italia, segnandone profondamente il profilo.

Un altro spazio che la Street Art occupa non è quello tangibile della strada, bensì la dimensione mediale. Dai media tradizionali, come le riviste stampate, i giornali, i libri, la radio, la televisione, fino a quelli più innovativi, come i siti web, i social media, fino ad arrivare al metaverso. La Street Art ha conquistato grandi fasce di pubblico, attirando su di sé un’esposizione mediatica massiccia.

Quasi tutti gli artisti hanno un sito personale su cui comunicano il proprio operato, documentano le loro creazioni e le collocano geograficamente nello spazio, dove tutti possono recuperare le informazioni necessarie per scoprire maggiori dettagli sull’opera.

Il web diventa un’estensione della strada perché viene popolato attraverso il materiale fotografico, il quale permette di superare i pericoli di distruzione delle opere e dà loro un formato digitale che va oltre l’eventuale censura delle autorità e i danni del tempo.

1.5 Comunicare e diffondere la Street Art

Negli ultimi anni si sta affermando l’idea che il “*place to be*” (Glaser 2015) della Street Art non sia più la strada, ma internet²⁶.

La pratica odierna della presentazione fotografica, documentazione, circolazione, ricezione e commercializzazione online delle immagini della Street Art porta a una riconfigurazione della dimensione non solo locale di questo campo artistico, ma anche di quello globale, ridisegnando le relazioni di potere e le norme che la regolano.

²⁶ GLASER, K. The ‘Place to Be’ for Street Art Nowadays. *SAUC - Street Art and Urban Creativity*. 1, 2 (Dec. 2015), 6 – 13, 2015. DOI: <https://doi.org/10.25765/sauc.v1i2.23> consultato il 5 aprile 2022.

Secondo i recenti studi, la definizione di “Arte di Strada” sta progressivamente diventando una semplice etichetta e la dimensione fisica della strada sta perdendo sempre più la sua portata. Nel momento in cui l’opera viene documentata e fatta circolare sui siti web o sui social networks (Instagram, Facebook, Flickr, Twitter, per nominarne alcuni), sembra che il posto fisico non abbia più rilevanza, bensì prevalga quello digitale dell’URL. Questo porta alla conseguenza che gli street artist, oggi, cercano di posizionare in modo forte le proprie opere nell’ambiente mediale, con la tendenza a dare sempre meno attenzione, ad esempio, alla ricerca di una zona particolarmente frequentata dai turisti dove realizzare l’opera.

Il posizionamento più frequente è quello dei gruppi o delle pagine Facebook con più traffico, che sono in grado di ridimensionare il peso della dimensione locale, allargando l’audience a livello globale. Il fenomeno, infatti, ha assunto connotati e caratteristiche transfrontaliere, riducendo gli attributi topici, nonostante i lavori siano sempre legati al contesto territoriale in cui sorgono.

Nel corso degli ultimi anni, Instagram, la piattaforma più utilizzata al mondo per la condivisione di immagini, è entrata nell’uso quotidiano dei maggiori artisti come Banksy, Os Gemeos, Blek le Rat, JR. L’account @Instagrafite ha raggiunto più di 931.000 seguaci e documenta alla propria community di appassionati di arte di strada tutti i nuovi lavori che appaiono in giro per il mondo. Instagram e i social networks in generale, come sostengono Lachlan John MacDowall e Poppy De Souza (2018), non sono una semplice forma di condivisione e mostra delle opere, ma stanno rimodellando dalle basi le pratiche, l’estetica e il consumo della street art, così come l’interazione dell’uomo con la città²⁷.

Uno degli esempi più interessanti, che riassume al meglio questa dinamica, può essere individuato nella “residenza artistica informale”²⁸ attuata dal celebre Banksy nell’ottobre

²⁷ MACDOWALL, L. J., E DE SOUZA, P., *I’d Double Tap That!!: street art, graffiti, and Instagram research*, in *Media, Culture & Society* 2018, Vol. 40(1) 3–22, url <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0163443717703793>, consultato il 6 aprile 2022.

²⁸ MACDOWALL, L., *Instafame: Graffiti and Street Art in the Instagram Era*, consultato sull’URL https://books.google.it/books?hl=en&lr=&id=omitDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=street+art+social+media&ots=TWZsN0RQvn&sig=kEchJFY3oiXD0gteBN6dDxY7g1E&redir_esc=y#v=onepage&q=street%20art%20social%20media&f=false il 6 aprile 2022.

2013 a New York. L'artista ha trasformato la Grande Mela in un grande percorso per una caccia al tesoro urbana, nella quale gli strumenti principalmente utilizzati sono stati proprio Instagram e il sito web dell'artista. Banksy ha sfidato la comunità, le autorità, gli appassionati e i collezionisti a inseguire le sue tracce, realizzando un'opera e un post Instagram al giorno, senza condividere la posizione, cosicché i suoi seguaci dovessero cercare e scovare i lavori realizzati. Attraverso l'hashtag #banksynny, la community ha creato una rete dove le opere che venivano rintracciate nel tessuto urbano venivano condivise online. Questa operazione ha portato a un movimento interno nella città, al visitare zone poco conosciute, anche addirittura, in alcuni casi, all'appropriazione delle opere da parte di privati e alla loro tentata vendita, alla successiva esposizione all'interno delle gallerie d'arte e, infine, a un traffico mediatico travolgente. Banksy, dunque, con questo intervento, ha invaso non solo le strade di New York, ma anche i giornali, le televisioni e i feed delle persone di tutto il mondo.²⁹

In ultima analisi, tale tipo di arte, pone di fronte a numerosi dissidi e dilemmi. È, infatti, evidente la dialettica tra fisico e digitale, ma anche tra globale e locale e - come si vedrà in seguito - anche tra legale e illegale, tangibile e intangibile, deturpazione o valorizzazione, dentro o fuori (le istituzioni o la strada), arte o non arte, anonimato o autografia.

Dal punto di vista del digitale, il confronto sembra risolversi nella misura in cui si riconosca che gli artisti sono indubbiamente influenzati dalle caratteristiche materiali, politiche e sociali del luogo in cui realizzano la loro opera, ma allo stesso tempo riflettono su come esse appaiano a livello fotografico e quale sia potenzialmente il loro impatto mediale (e globale). I media, quindi, influenzano non solo la distribuzione e il consumo dell'opera, ma anche la loro produzione.

A fronte di una riflessione attenta, non sembra, dunque, che il "*place to be*" dell'arte di strada si sia categoricamente spostato sulla rete, ma è innegabile che essa ne influenzi gli sviluppi e le dinamiche, in uno scambio costante e reciproco, che sta avvenendo anche grazie al mondo degli NFT e della blockchain³⁰.

²⁹ Trailer del documentario "*Banksy does New York*", prodotto da HBO:

<https://youtu.be/kzPGOCYET9Y>

³⁰ Per un'analisi approfondita, consultare il Capitolo V della tesi.



Figura 1.3 "Nobody Likes Me" di iHeart a Vancouver (Canada), da widewalls.com

L'opera del bambino che si dispera poiché non ha interazioni su Instagram, è diventata, ironicamente, celebre grazie alla condivisione da parte di Banksy sui suoi canali social.

1.6 Espressione individuale vs network collettivo. Imbrattamento o partecipazione?

Il fenomeno dell'arte urbana viene di sovente associato ad abusivismo e imbrattamento. I graffiti, i murales, i poster, gli sticker, la guerrilla art, i flash mob, e tante altre tipologie di arte pubblica non autorizzata, sono l'espressione del dissenso politico e sociale nelle città³¹.

La Street art spesso rappresenta la protesta verso i sistemi di potere, realizzata in condizioni estreme e pericolose, ma dotata, anche per questo, di visibilità grazie alla sfida delle regole.

La dimensione individuale dell'artista che esprime il proprio parere in uno spazio pubblico, viene però inglobata in quella che diventa una dimensione sociale di produzione artistica. Si può distinguere tra le tag dei "graffitari" che realizzano opere per una cerchia ristretta, come le "gang" o per pura sfida alle istituzioni, e ciò che invece viene identificata come "Street Art", realizzata a favore della comunità.

³¹ FERRARA, L., MONDINO, M., STANO, S., *I "graffi" della protesta Street art, barriere artificiali e forme di espressione del dissenso*, sulla rivista LEXIA (2012), pp. 161-205

A quest'ultima forma si può associare il concetto di arte come produzione sociale teorizzato dal filosofo Howard Saul Becker³². Proprio alla sua visione sociologica, pragmatista e anti-elitista di arte, è collegabile l'idea di produzione artistica intesa come "attività di molte persone, coordinata dalle convenzioni che esse condividono e dalle organizzazioni in cui esse lavorano"³³. La produzione artistica è al centro di questa concezione, assumendo che la rete di cooperazione attorno ad essa assume rilevanza maggiore rispetto all'idea di oggetto artistico dotato di aura sacrale (concepito da filosofi come Greenberg e Adorno). Viene affermata l'impossibilità dell'autonomia dell'arte rispetto alla società, agli individui, alle attività economiche.

La Street Art incarna proprio queste caratteristiche, poiché la sua produzione non è solo un fenomeno creativo, ma è un complesso fenomeno sociale che muta a seconda del tempo e dello spazio. Esso non è pura esibizione artistica, ma il pubblico ha un ruolo importante nella ricezione dell'opera e nella sua diffusione.

È per eccellenza l'arte democratica, decentralizzata, universale, che vuole comunicare in modo orizzontale i messaggi proposti, e non rivolgersi solo a un pubblico ristretto della cultura "highbrow"³⁴ e dell'establishment.

Il muro diventa simbolo di ribellione e ri-semantizzazione poiché non è più una barriera divisoria ed esclusiva, ma è reso inclusivo ed è metaforicamente abbattuto attraverso l'arte (come è avvenuto per esempio con il muro di Berlino o con la barriera tra Israele e i territori palestinesi).

La dimensione sociale è particolarmente sviluppata perché molti esponenti di quest'arte hanno intessuto delle reti o network di rapporti e condivisione di obiettivi, collegando posti molto distanti tra loro. Sono portatori di multiculturalità, contaminazione e inclusività poiché, realizzando le opere in giro per il mondo, diffondono messaggi contro l'oppressione, la guerra e educano alla tolleranza. La Street Art dà voce alle opinioni, alla

³² BECKER, H. S., *Art Worlds*, 1982

³³ *Ibidem*

³⁴ Highbrow culture: cultura altamente colta e sofisticata, significa anche élite. Trae la sua origine dalla pseudoscienza della frenologia, indicando un connotato fisico di "sopracciglia elevate.

comunità, al territorio. Comparendo tra le strade, riesce ad attirare l'attenzione del passante distratto e alienato, risvegliando le coscienze spesso assopite degli abitanti della metropoli (Galal 2009).

La tendenza di questi artisti è spesso quella di collaborare con le comunità nelle quali lavorano. Numerosi sono gli esempi virtuosi in questo senso, come, per citarne uno, la città di Vitoria – Gasteiz nella regione basca della Spagna, che è diventata una vera e propria galleria urbana grazie all'arte di strada³⁵. Gli artisti che hanno lavorato alle numerose opere del centro storico, hanno scelto e creato i contenuti partendo proprio dalla comunità di riferimento, collaborando con gli abitanti e rendendoli partecipi del processo creativo. In questo modo i murales raccontano una storia legata al posto, connessa a chi lo vive, e non è solo attrattiva turistica oppure causa di incremento dei prezzi immobiliari. Secondo gli artisti responsabili del progetto, in questo modo chi visita Vitoria – Gasteiz deve relazionarsi con gli abitanti del posto per comprendere le storie dietro le opere. Esse sono lì e narrano una determinata storia perché inscindibilmente connesse a quel luogo, e assumono maggior significato e maggior apprezzamento se le persone che le vivono possono ritrovarsi in esse, e con esse comunicare la propria identità al mondo.

I murales, in questo contesto, non sono visti dunque in modo teleologico come semplice prodotto da completare, bensì assumono rilevanza nel momento in cui sono un processo condiviso tra persone - dagli artisti, agli abitanti, fino ai visitatori - portando dunque la dimensione estetica e decorativa in secondo piano rispetto a quella che è la dinamica sociale.

³⁵ VILLAJOS, S., WERCKMEISTER, V., GARCÍA, L., *Street Art and Intangible Heritage: a contextualising approach to public art in Vitoria-Gasteiz*, su *On The W@terfront*, vol.61 , nr5. 10 luglio 2019
https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/692247/street_villajos_OTW_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y

1.7 Il potenziale turistico

Avendo brevemente considerato le caratteristiche peculiari di questa forma di arte, bisogna segnalare il ruolo che essa ricopre nello scenario turistico.

La Street Art è stata elevata a attrattiva turistica da numerosi governi in tutto il mondo, garantendo, difatti, la valorizzazione di parti neglette della città, come le periferie, oppure di zone scarsamente visitate nel territorio.

Le destinazioni turistiche cercano di soddisfare la domanda di diversi segmenti del mercato, cercando di differenziare il più possibile la loro offerta: il turismo culturale, quello enogastronomico, il MICE³⁶, ma anche il turismo legato agli eventi; queste e molte altre declinazioni hanno l'obiettivo di incrementare l'attrattività di un territorio. La street art, in tutte le sue manifestazioni, si è fatta strada, ottenendo una popolarità sempre più riconosciuta a livello globale, ma essa riesce in modo particolare a servire diversi target di clienti, da quello domestico a quello internazionale, tenendo in considerazione anche gli abitanti del luogo.

Uno studio ha rivelato come una specifica categoria di turisti cerchi percorsi cosiddetti "off the beaten track", ovvero fuori dalle rotte comuni, e che consideri che l'arte pubblica di strada riesca a soddisfare questa esigenza³⁷.

I graffiti e la street art vengono apprezzati da questo pubblico perché essi segnano una rottura con il sistema dei simboli commerciali e danno la possibilità di far vivere al turista l'atmosfera vibrante e viva di una città, controbilanciando l'egemonia delle pubblicità e dei messaggi governativi.

La formazione di queste "**Street Art Destination**" porta ad attrarre grandi fasce di pubblico, che non sono soggette a biglietti d'ingresso o orari d'apertura, ma che possono visitare i murales con libertà.

³⁶ M.I.C.E: meeting, incentive, conferences and events tourism.

³⁷ YAN, L., XU, J., SUN, Z., XU, Y., *Street art as alternative attractions: A case of the East Side gallery*, in *Tourism Management Perspectives*, Volume 29, 2019, Pages 76-85.

https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2211973618301004?casa_token=odrFcbQnQkIAAAAA:BmUdDLRfj5g-QtRUrP_NLB-yb_0Osk5_OtrVO80vEtR4AQkQQFrPsDxBZlnt_8vU_AFRKxGv

Le produzioni culturali sono in una relazione di complementarità con il territorio³⁸, sono legate all'identità stessa del posto, cosa che a partire dagli anni '90 ha portato al progressivo affermarsi del turismo culturale e all'interdipendenza crescente tra arti e produzioni turistiche.

Questa evidente inter-complementarità non può però essere trascurata e pretendere che produca in autonomia effetti positivi, ma al contrario, senza la giusta governance, si rischia di cadere negli errori spesso commessi in mancanza di una progettazione e una policy turistica: congestione delle destinazioni, effetto di spiazzamento delle attività e dei prodotti tradizionali, stereotipizzazione.

Assumendo, dunque, che il turista-visitatore si reca in un territorio dove può fruire di una specifica produzione culturale autentica, la scoperta di opere d'arte di strada può comunicare la natura del luogo, anche problematica o conflittuale, ma che racconta in modo schietto le caratteristiche di un territorio.

La street art è stata utilizzata come componente distintiva, creando un brand o marchio, cioè un elemento identificativo che rende riconoscibile il territorio e ha connotazioni specifiche.

Quando essa è integrata al contesto, produce una rigenerazione urbana che attrae turisti interessati alla dimensione creativa. Essi vengono coinvolti grazie all'aspetto più attivo e interattivo della visita, non essendo alla ricerca della sola fruizione passiva ma di luoghi dove possono attivare questa propensione³⁹. Come si vedrà successivamente, questo accade attraverso il coinvolgimento del visitatore attraverso workshop, giornate di scoperta e attività che lo rendono *prosumer* nelle destinazioni.

Questa tipologia di attrattiva turistica potrebbe correre il rischio dell'omologazione dell'offerta nelle destinazioni 'creative', determinando un effetto di inquinamento delle tradizioni e perdita dell'identità peculiare di un luogo. Si vuole dimostrare come la Street art possa, invece, rappresentare una modalità espressiva non solo per gli artisti che la realizzano, ma anche per il luogo e la comunità coinvolti.

³⁸ MORETTI, A. *Produzioni culturali e produzioni turistiche: complementarità*, in G. Brunetti e M. Rispoli (a cura di) *Economia e management delle aziende di produzione culturale*, Il Mulino, Bologna, 2009. [pp. 83-101]

³⁹ RICHARDS G, WILSON J., *Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?*, in *Tourism Management*, 2006

CAPITOLO II

La street art per la rigenerazione del territorio e dei borghi italiani

2.1 L'Italia dei margini

Màrgine s. m. (ant. f.) [lat. *margo -gĭnis, m. e f.*] – *La parte estrema ai due lati, o tutto intorno, di una superficie qualsiasi. Anche orlo, bordo.*⁴⁰

L'enciclopedia Treccani definisce in questo modo il margine. Esso rappresenta una dimensione che è ai lati di un oggetto, di uno spazio, di un centro. Come i margini di una pagina che non vengono coperti di inchiostro, così le periferie urbane o le aree interne sono *marginalmente* considerate.

Spesso a causa di profonde mancanze infrastrutturali (come strade, servizi sanitari e pubblici, trasporti efficienti, il *digital divide*⁴¹, i dissesti idrogeologici e sismici), molte zone sul territorio sfuggono all'attenzione della collettività.

Tutta la penisola italiana è caratterizzata da una disseminazione di piccoli centri che esulano dalle grandi aree metropolitane, ma che creano un patrimonio abitativo di estrema importanza. Secondo un'indagine dell'A.N.C.I. (Associazione Nazionale Comuni Italiani) del 2019, i piccoli comuni (abitanti <5.000) sono 5.500, ovvero il **69% dei comuni italiani**, nei quali si contano 10.068.213 residenti, il **17% della popolazione nazionale**.

⁴⁰ Treccani Vocabolario online, definizione di **màrgine**
<https://www.treccani.it/vocabolario/margine/>

⁴¹ Treccani Vocabolario online, definizione di **digital divide**: “*problematica di accesso ai mezzi di informazione e comunicazione da parte di determinate aree geografiche o fasce di popolazione. Il digital divide si manifesta a livello locale, nazionale e globale e le sue cause possono essere molteplici; è una problematica sfaccettata e complessa, derivante a vario titolo da ragioni tecnologiche, educativo-didattiche ed economiche*”.

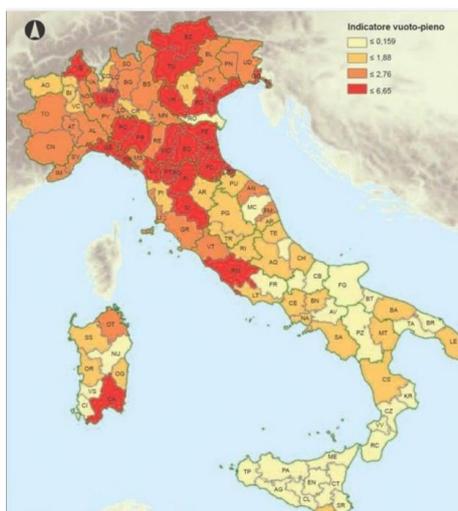


Fig. 2.1 L'Italia dei Pieni e dei Vuoti⁴²

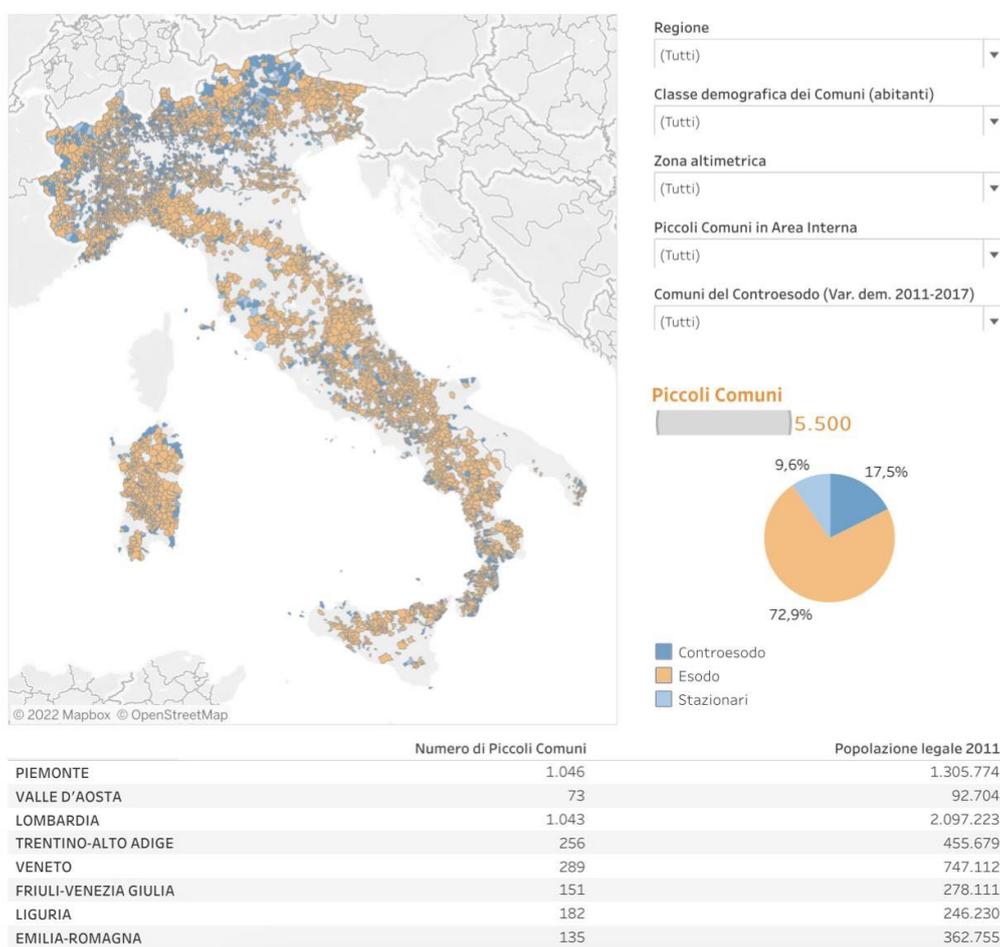


Fig. 2.2 Fonte: Atlante dei Piccoli Comuni sotto i 5000 abitanti A.N.C.I.⁴³; si può notare la diffusione dei 5.500 piccoli comuni sotto i 5.000 abitanti presenti sul territorio nazionale

⁴² DE ROSSI, A., *Riabitare l'Italia: Le aree interne tra abbandoni e riconquiste*, 2018

⁴³ Fonte: Area Studi e Ricerche dell'A.N.C.I., *identikit dei piccoli comuni*, 5 luglio 2019

<https://www.anci.it/wp-content/uploads/identikit-piccoli-Comuni.pptx> consultato il 15 maggio 2022

Tra il 2012 e il 2017 i piccoli comuni hanno perso progressivamente abitanti (-3% di residenti in meno in 5 anni). Per converso, i comuni con più di 5.000 abitanti hanno ottenuto un saldo positivo di +2,2%. I comuni con meno di 1.000 residenti, presentano invece risultati stazionari. Esistono, inoltre, nella penisola 965 comuni che stanno vivendo un *Controesodo possibile*, soprattutto in regioni come il Trentino Alto Adige, la Lombardia e la Valle D'Aosta. Sono comuni in una fascia demografica tra 3.000 e 5.000 abitanti che si trovano soprattutto in collina litoranea e pianura, spesso fuori dalle aree interne.

In questo panorama così frammentato di piccole realtà, molti comuni, secondo le norme stabilite dal T.U.E.L (Testo Unico degli Enti Locali, d. Lgs. 267/2000) utilizzano lo strumento amministrativo della convenzione per la gestione associata di funzioni e servizi (come ad esempio, la polizia municipale, la protezione civile, lo smaltimento dei rifiuti, la gestione contabile, ecc.).

Il testo prevede, infatti, la possibilità di stipulare convenzioni (art.30)⁴⁴ e istituire consorzi (art.31)⁴⁵ per la gestione di specifiche attività per ottimizzare l'efficienza e l'efficacia della gestione pubblica.

⁴⁴ **Convenzione:** Art. 30 del TUEL (d. lgs 267/200):

1. Al fine di svolgere in modo coordinato funzioni e servizi determinati, gli enti locali possono stipulare tra loro apposite convenzioni. 2. Le convenzioni devono stabilire i fini, la durata, le forme di consultazione degli enti contraenti, i loro rapporti finanziari ed i reciproci obblighi e garanzie. 3. Per la gestione a tempo determinato di uno specifico servizio o per la realizzazione di un'opera lo Stato e la regione, nelle materie di propria competenza, possono prevedere forme di convenzione obbligatoria fra enti locali, previa statuizione di un disciplinare-tipo. 4. Le convenzioni di cui al presente articolo possono prevedere anche la costituzione di uffici comuni che operano con personale distaccato dagli enti partecipanti, ai quali affidare l'esercizio delle funzioni pubbliche in luogo degli enti partecipanti all'accordo, ovvero la delega di funzioni da parte degli enti partecipanti all'accordo a favore di uno di essi, che opera in luogo e per conto degli enti deleganti.

⁴⁵ **Consorzio:** Art. 31 del TUEL (d. lgs. 267/2000):

1. Gli enti locali per la gestione associata di uno o più servizi e l'esercizio associato di funzioni possono costituire un consorzio secondo le norme previste per le aziende speciali di cui all'articolo 114, in quanto compatibili. Al consorzio possono partecipare altri enti pubblici, quando siano a ciò autorizzati, secondo le leggi alle quali sono soggetti. [...]

La **differenza** tra convenzione e consorzio risiede nel fatto che per il consorzio viene creato un ente con personalità giuridica autonoma, costituendo dunque soggetto giuridico distinto dai Comuni che lo formano. Segue le norme previste per le aziende speciali in quanto ente strumentale degli Enti locali, i quali mantengono uno speciale potere di indirizzo e vigilanza; è dotato di autonomia imprenditoriale e con un proprio statuto approvato dal Consiglio comunale.

Altra tendenza che si sta manifestando nella pubblica amministrazione, è l'esternalizzazione a terzi di particolari funzioni, soprattutto a causa di un grave calo di personale dipendente, data la media nazionale di circa 5 dipendenti comunali assunti⁴⁶.

Quello che risulta evidente, è un'estrema frammentazione amministrativa che caratterizza la penisola italiana. La costellazione di piccoli comuni è anche specchio delle varietà territoriali presenti nel paese, ognuna capillarmente intrisa di bellezze naturali, culturali e paesaggistiche.

Ai fini di questo studio, è opportuno prendere in considerazione una visione differente dell'Italia: invece di considerare la classica dicotomia tra Nord e Sud, tra *paese industriale* e *paese agricolo*, tra centro e periferia, tra paese trainante e paese trainato, sembra più efficace valutare l'Italia come frutto di una infinita pluralità di espressioni. Al posto della tradizionale visione *verticale* e rigida bipartizione polarizzante della visione tradizionale, si è passati recentemente a un'ottica *orizzontale*, che riesce a identificare cambiamenti, omogeneità e differenze tra i vari territori, in **un'ottica multidimensionale** che prende in considerazione aspetti fisici, demografici e sociali.

Negli anni '50, l'economista e politico Manlio Rossi-Doria aveva formulato la divaricazione tra Italia *dell'osso* e *quella della polpa*, volendo fare una distinzione tra pianure e montagne, ma anche tra costa e altitudini, tra zone rurali e quelle urbane⁴⁷. Le aree interne, quelle *dell'osso*, sono state le zone che hanno subito il maggiore spopolamento, abbandono, dissesto. Tendenze socio-demografiche comuni degli ultimi decenni, hanno gravato in modo particolare su queste aree: il declino della natalità, l'allungamento della durata della vita media, le scarse prospettive lavorative e l'urbanizzazione hanno causato un circolo vizioso in cui il *welfare* locale diventa sempre meno possibile, poiché diminuiscono i servizi essenziali che invece sono reperibili nella *polpa*.

⁴⁶ Fonte: Altante dei Piccoli Comuni elaborato dall'Area Studi e Ricerche dell'ANCI <https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.anci.it%2Fwp-content%2Fuploads%2Fidentikit-piccoli-Comuni.pptx&wdOrigin=BROWSELINK> consultato il 14 maggio 2022

⁴⁷ ROSSI DORIA, M., *La polpa e l'osso. Agricoltura risorse naturali e ambiente*, in Marcello Gorgoni (a cura di), Napoli, L'Ancora del Mediterraneo, 2005

Il modello capitalistico-globalizzante di industrializzazione che ha caratterizzato l'età contemporanea sta dimostrando, però, grandi problematiche, rendendo tale modello di sviluppo non sostenibile nel lungo termine. Questa condizione porta, dunque, a riflettere su una prospettiva di rinascita fondata sui *territori dell'osso*, attraverso politiche *place-based* e territorializzanti⁴⁸. Di fronte a una tendenza crescente allo *spaesamento*, inteso da Salvatore Settis come “perdita di orientamento” ma anche come distruzione del Paese⁴⁹, è necessario ri-territorializzare attraverso azioni che permettano di attivare le potenzialità di ciascuna specifica area.

Si attua in questo modo *the revenge of the places that don't matter*⁵⁰ - il riscatto dei luoghi che non contano - che vengono ripensati in un'ottica di valorizzazione economica, sociale e culturale, anche grazie all'immenso patrimonio immateriale di tradizioni di cui questi luoghi sono testimoni e che possono essere una spinta per la creatività contemporanea. C'è la necessità di invertire la visione che spesso è dominante riguardo le piccole realtà. Invece di accordare assistenzialismo senza criteri, bisogna riprogettare una trasformazione basata sull'attivazione dei capitali presenti in queste zone “*marginali*”⁵¹.

⁴⁸ La *territorializzazione*, secondo Claude RAFFESTIN (in *Regione e regionalizzazione* del 1984 e 2000) e Angelo TURCO (1988), è un triplice processo (costitutivo, ontologico, configurativo) attraverso il quale le società umane trasformano la spazio - componente naturale - in territorio (prodotto culturale). Come sostiene Alberto MAGNAGHI (*Il territorio bene comune*, 2000), in natura non è possibile trovare il territorio, ma esso è la combinazione della coevoluzione tra uomo e ambiente. La territorializzazione può essere seguita da una deterritorializzazione, ovvero di abbandono secondo C. Raffestin (1984, p.78), che può essere però poi succeduta da ri-territorializzazione.

⁴⁹ SETTIS, S., *Paesaggio, Costituzione, cemento. La battaglia per l'ambiente contro il degrado civile*, Torino, Einaudi, 2010

⁵⁰ RODRÍGUEZ-POSE, A., *The revenge of the places that don't matter (and what to do about it)*, Cambridge Journal of Regions, Economy and Society, 11 pp. 189-209., 2017 DOI: 10.1093/cjres/rsx024

⁵¹ “Marginale” in questo caso non viene inteso nel senso di scarsità di importanza, ma la connotazione è esclusivamente geografica, nei termini di distanza dai centri principali. La volontà è quella di mettere i margini al centro, per analizzare e trovare soluzioni strategiche per le aree interne (Giovanni CARROSIO, *I margini al centro; l'italia delle aree interne tra fragilità e innovazione*, donzelli editore, isbn 88-6843-967-0, oclc 1121194106).

Una novità importante in termini di politiche territoriali a livello nazionale è il Piano di Strategia Nazionale per le aree interne (SNAI), promossa dal 2013 dall’Agenzia per la Coesione territoriale. Questo documento presenta una prima parte analitica di divisione dei comuni basata sulla distanza dai servizi essenziali, e una seconda parte strategica, in cui vengono proposte politiche attive per contrastare la marginalizzazione e il declino demografico tipici di queste zone, puntando sulla rigenerazione sociale, culturale e ambientale.

Il programma è *place-based*, cioè mette al centro il territorio, da promuovere attraverso le specificità locali e topiche (cioè del luogo), coinvolgendo le comunità e il loro know-how, collaborando con tutti gli *stakeholders* del territorio, incentivando la cooperazione tra le varie istituzioni e attori.

Le aree selezionate sono 72 e coinvolgono 1077 comuni⁵².



Fig. 2.3 Le 72 aree progetto selezionate, Fonte: Comitato Tecnico Aree Interne 2019

⁵² SNAI opera una classificazione in base alla presenza o assenza di servizi pubblici e infrastrutture essenziali. I luoghi considerati, devono almeno possedere: (i) almeno un ospedale sede di DEA di primo livello; (ii) tutta l'offerta scolastica secondaria; (iii) una stazione ferroviaria di categoria Silver. Vengono dunque classificate aree di cintura, tempo di percorrenza inferiore ai 20 minuti; aree intermedie, tra 20 e 40 minuti; aree periferiche, tra 40 e 75 minuti; aree ultra-periferiche, con tempo di percorrenza superiore ai 75 minuti.

L'obiettivo è quello di finanziare progetti attraverso fondi europei e nazionali per:

1. Il miglioramento e adeguamento dei **servizi essenziali**;
2. Lo **sviluppo locale**, invertendo i fenomeni di spopolamento e creando nuove opportunità di investimento per la popolazione.

Nel primo caso, per il potenziamento dei servizi essenziali, si punta al finanziamento di progetti mirati a aree come istruzione, salute e mobilità.

Per quanto riguarda il secondo punto - lo sviluppo locale - vengono invece valorizzate le comunità, le risorse naturali, culturali e turistiche, l'agroalimentare, il risparmio energetico e l'artigianato. Una delle linee più interessanti al fine di questo studio è quella della valorizzazione delle risorse naturali, culturali e del turismo sostenibile: la linea strategica individua il paesaggio culturale come capitale su cui puntare attraverso risorse pubbliche, europee e partenariati pubblico-privati.

Bisogna considerare, inoltre, il recente PNRR (Piano Nazionale Di Ripresa e Resilienza) adottato dal governo per la ripresa post-pandemica, che prevede lo stanziamento di 6,68 miliardi di euro per il settore "Turismo e Cultura". Ai fini di questo studio, risulta interessante notare che l'investimento previsto per l'"Attrattività dei Borghi" ammonta a 1,02 miliardi di euro, piano che punta alla rigenerazione di zone svantaggiate facendo leva sulle risorse culturali e turistiche (viene previsto il finanziamento di attività che accrescano l'offerta di servizi destinati alla promozione del territorio - in chiave turistica e culturale - al fine ultimo di frenare spopolamento e abbandono, riattivando le economie e le capacità locali)⁵³.

Le aree interne si trovano, dunque, nell'ambito di un programma di rigenerazione, e così come le periferie delle città contemporanee, sono territori sicuramente complessi nella loro gestione a causa dei deficit sopraelencati. Pertanto, la visione non può essere monolitica e necessariamente negativa, ma va arricchita considerando una serie di opportunità che possono emergere sul territorio, in una maniera alternativa rispetto ai tradizionali modelli di sviluppo economico-capitalistici.

⁵³ Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, pag. 108 ss., disponibile all'url https://www.governo.it/sites/governo.it/files/PNRR_0.pdf

Tra queste, le pratiche artistiche non convenzionali e “insorgenti”⁵⁴ come la street art sono una delle forme di recupero, riappropriazione e ripristino dello spazio urbano. L’obiettivo è quello di indagare in che modo queste espressioni artistiche abbiano inciso sul tessuto sociale e territoriale di tali aree, e se e come abbiano incrementato il rafforzamento delle comunità.

2.2 La street art tra *territorializzazione* e *capacitazione*

La street art viene intesa come una “*pratica artistica territorializzata e territorializzante*” (Amato, 2015)⁵⁵ e assume una rilevanza cruciale per tutti gli studi che riguardano i processi di “*territorializzazione, deterritorializzazione e riterritorializzazione*” (Iovino, 2019)⁵⁶ citati dallo studioso Claude Raffestin (1984).

Le espressioni artistiche hanno avuto un ruolo trainante per molte politiche urbane e culturali per la rigenerazione di città e territori. Esse hanno un profondo legame con il contesto nel quale sono inserite, sono cioè *site-specific*, *context-dependant* e *territorializzate*. Hanno anche un ruolo attivo nella trasformazione dello spazio pubblico, svolgendo quindi una funzione *territorializzante*, cioè di assegnazione di significato a un’area.

A partire dagli anni ‘80 del ‘900, le politiche culturali diventano il cosiddetto “volano di sviluppo” per il rilancio di numerose realtà che puntavano alla *riqualificazione* (ovvero la trasformazione fisica del territorio) e di *rigenerazione* (intervento su problemi sociali del territorio, come educazione, sicurezza, inclusività). Nella conferenza mondiale

⁵⁴ CELLAMARE, C., SCANDURRA, E., *Pratiche insorgenti e riappropriazione della città*, Archivio della Ricerca Università Sapienza di Roma, 2016
<https://core.ac.uk/download/pdf/54528526.pdf>.

Le **pratiche insorgenti** vengono intese come: “*processi di riappropriazione di luoghi urbani, tramite un’azione collettiva condivisa, che si caratterizzano non solo come luoghi di resistenza, ma anche come luoghi in cui vengono praticati percorsi di gestione intenzionalmente e dichiaratamente alternativi e in opposizione ai prevalenti modelli di sviluppo neoliberisti*” (p. 11-12)

⁵⁵AMATO, F., *Il lungo dialogo tra arte e geografia Il paesaggio urbano in trasformazione: i murali nei quartieri disagiati di Napoli*, in *Estetica. studi e ricerche* 2/2015, Aracne editrice, 2015 DOI 10.4434/ESR.20396635.102015.01

⁵⁶IOVINO, G., *Riscritture di paesaggi urbani marginali. La street art a Napoli*. Cerutti S., Tadini M.(a cura di), Mosaico/Mosaic, Società degli studi geografici Memorie geografiche NS, 2019 da academia.edu

dell'Unesco sulle Politiche Culturali (Città del Messico, 1982), viene data una definizione ampia di cultura, che viene considerata come: *“L’insieme degli aspetti spirituali, materiali, intellettuali, emozionali unici nel loro genere che contraddistinguono una società o un gruppo sociale. Non comprende solo arte e letteratura, ma anche i modi di vita, diritti fondamentali degli esseri umani, i sistemi di valori, le tradizioni e le credenze”*. Nel 2001, il concetto di “politica culturale” viene specificato nella Dichiarazione Universale dell’UNESCO sulla diversità culturale (Parigi, 2001), in cui all’articolo 9 si precisa che le politiche culturali sono catalizzatori di creatività e che devono assicurare la libera circolazione delle idee⁵⁷.

La Street art, in questo senso, non nasce come una dinamica *top-down*, imposta dall’alto sullo spazio cittadino, ma è una pratica condivisa dal volere sociale che vive nelle maglie della città, e che può essere un vettore per la *capacitazione*⁵⁸ individuale e collettiva di una comunità locale. Volendo riprendere la concezione del filosofo e sociologo urbano Henri Lefebvre, lo spazio è una produzione sociale, una questione di relazioni tra gli individui che reclamano il loro *diritto alla città*⁵⁹, ed estendendo questo concetto al tema della tesi, l’arte di strada è proprio uno dei modi attraverso il quale i cittadini tentano di riconquistare lo spazio abitato.

Soprattutto in una società postindustriale, l’uomo ha bisogno dell’elemento culturale, che diventa fondamentale per la produzione del valore economico e per lo sviluppo, come affermano Sacco, Ferilli e Tavano Blessi (2015)⁶⁰. La cultura, in generale, può essere un

⁵⁷ Articolo 9, Dichiarazione UNESCO 2001: *“Le politiche culturali devono assicurare la libera circolazione delle idee e delle opere e nello stesso tempo creare le condizioni favorevoli alla produzione e diffusione di beni e servizi culturali diversificati, attraverso istituzioni culturali che dispongano di mezzi per affermarsi su scala locale e mondiale. Spetta a ciascuno Stato, nel rispetto degli obblighi internazionali, definire la propria politica culturale e realizzarla con gli strumenti più adeguati, sia che si tratti di sostegni operativi che di quadri normativi appropriati”*. http://portal.unesco.org/en/ev.phpURL_ID=13520&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html consultato il 22 maggio 2022.

⁵⁸ Amartya Sen definisce "**capacitazioni**" (capabilities) il capitale sociale e relazionale che ognuno ha a disposizione, unito alla possibilità di utilizzarlo concretamente. Qualsiasi politica pubblica è tanto migliore quanto più permette all’individuo e alla comunità di *essere e fare liberamente*.

⁵⁹ LEFEBVRE, H., *Spazio e politica, Il diritto alla città II*, Ombre Corte, Verona,, p. 121; Biagi, F., (2017), *Lo spazio urbano è il terreno di contesa politica. Note sul pensiero di Henri Lefebvre*, in «Il Ponte», n. 2, p. 4; Lefebvre, H., *La produzione dello Spazio*, PGreco, Milano, 2018.

⁶⁰ SACCO, P., FERILLI, G., TAVANO BLESSI, G., *Cultura e sviluppo locale. Verso il distretto culturale evoluto*, Il Mulino, 12 novembre 2015 pp. 24-28

plusvalore per lo Stato in quanto aumenta la sua competitività del suo sistema produttivo, l'inclusività sociale, il benessere dei cittadini; le imprese possono trovare in essa un asset produttivo di rilevanza strategica per fini di responsabilità sociale d'azienda ma anche per la qualità che aggiunge ai prodotti e ai servizi; e, ovviamente, la società civile può trovare mezzi di espressione, di identità e di associazionismo.

Considerato tale quadro, è possibile notare come le politiche culturali possano essere di estremo supporto nei meccanismi di *capacitazione* collettiva: con questo termine si indica la *capability*, utilizzato per la prima volta nel 1979 dallo studioso Amartya Sen per indicare le condizioni *sine qua non* una persona possa essere e fare, cioè le capacità e l'agibilità, superando il semplicistico indicatore del PIL (prodotto interno lordo) che considera solo l'aspetto economico, ma includendo la libertà, il benessere, la qualità della vita e la giustizia sociale⁶¹. Politiche miopi e scarsamente progettate possono avere un effetto negativo di deterioramento delle capacità di una comunità, mentre, di converso, una pianificazione e una politica ben programmata ha esternalità positive in ambito sociale ed economico.

In questo contesto, è utile notare come la diffusione di opere di arte di strada, sia nel caso in cui siano introdotte dal volere politico, sia se nate dal basso (cioè dalla comunità), avvicinano l'arte e la cultura alla società, senza distinzioni di classi o istruzione e con un impatto comunicativo immediato. Gli street artist agiscono spesso su luoghi trascurati, dando loro nuova vita e operando risemantizzazione attraverso messaggi diretti a tutta la comunità, dagli abitanti ai visitatori, in modo orizzontale e non gerarchico. Gli artisti offrono una riflessione sulla città stessa, creando opere che sono allo stesso tempo frutto e fonte di un contesto pubblico: se da una parte possono essere considerate il prodotto (territorializzato) di una particolare cultura che vive in un luogo, dall'altra sono anche generatrici (territorializzanti) di nuovi spazi che vengono fatti risorgere (fabbriche abbandonate, zone dismesse, case abbandonate, ecc.).

⁶¹ SEN, A., *Equality of What?*, Tanner Lecture, 1979

La chiave di interpretazione di quest'arte va ricercata nella multiformità, poiché attraverso forme, tipologie, messaggi diversi, riesce ad animare lo spazio pubblico, che «da "muto" diventa "sociale"» (Amato, 2015) nonostante la sua precarietà.

2.3 Iniziative pubbliche virtuose

Accantonando le innumerevoli questioni estetiche o definitorie che sorgono quando si analizza la Street art, ai fini di questo studio si vogliono evidenziare quelle pratiche virtuose che fungono da motore di sviluppo per la cosiddetta "Italia dei Margini".

Come precedentemente analizzato, lo spopolamento dei piccoli borghi presenti sul territorio italiano tende ad aumentare in favore delle grandi città, che invece registrano un incremento demografico positivo. L'abbandono dei piccoli comuni porta alla necessità di salvaguardare il grande patrimonio in essi contenuto e recuperare i centri storici. A tal fine, è stata promulgata la legge 6 ottobre 2017, n. 158, per favorire le attività economiche inserite all'interno di tali contesti territoriali, incrementando in questo modo l'insediamento di abitanti o semplicemente nuovi flussi di visitatori⁶².

Una delle modalità adottate è stata quella di utilizzare la creatività per rafforzare e attrarre l'insediamento di attività economiche. La strategia di rivitalizzazione dei piccoli borghi vede l'arte come catalizzatore di attenzioni da parte di visitatori, che sono spinti a tornare negli stessi posti grazie all'aggiornamento delle opere realizzate nelle varie iniziative artistiche promosse da Nord a Sud del paese. Questo flusso di persone permette l'ampliamento dell'offerta economica di attività e servizi che nascono in questi borghi, che verrebbero altrimenti abbandonati⁶³.

Nel 2016, per valorizzare la creatività di strada, viene organizzato un Tavolo di esperti di street art da INWARD (Osservatorio sulla Creatività Urbana) e rappresentanti dell'ANG (Agenzia Nazionale Giovani) e dell'A.N.C.I. (Associazione Nazionale Comuni Italiani).

⁶² Misure per il sostegno e la valorizzazione dei piccoli comuni, nonché disposizioni per la riqualificazione e il recupero dei centri storici dei medesimi comuni. (17G00171), l. n. 158/2017 su <https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:legge:2017;158>

⁶³ MANUELE, G., *A_R_T_ (A_rvistica R_ivitalizzazione T_erritoriale): una strategia per la rivitalizzazione dei piccoli centri*, in *ArcHistoR EXTRA* 7, 2020, www.archistor.unirc.it a cura di Annunziata Maria Oteri e Giuseppina Scamardì.

L'evento era mirato ad analizzare la tendenza condivisa in molti Comuni italiani ad adoperare la street art per favorire la rigenerazione urbana.

In questo ambito, l'organizzazione INWARD ha un'importanza cruciale: fondata negli anni 90, ha prodotto un modello di valorizzazione di creatività urbana⁶⁴ riconosciuto in diversi ambiti e tramite diversi progetti (ricerca e sviluppo, nei settori Pubblico, Privato, No Profit ed Internazionale).

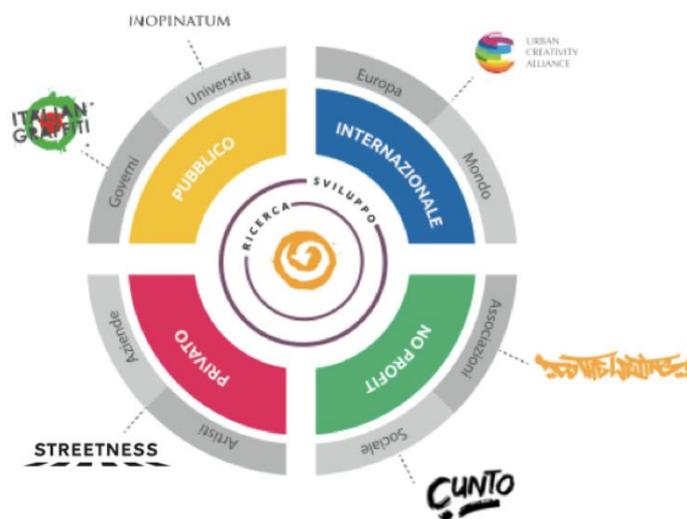


Fig. 2.4 Modello di Valorizzazione della creatività urbana di INWARD⁶⁵

Per quanto riguarda i governi locali e le politiche culturali attivate nei singoli comuni, l'INWARD collabora con l'A.N.C.I. attraverso il progetto Italian Graffiti, al fine di far emergere e valorizzare gli enti locali che stanno lavorando su questa linea di sviluppo.

Alla fine del 2019, i comuni attivi registrati impegnati in progetti, programmi e interventi di creatività urbana censiti da INWARD e ANCI erano 600, come si può leggere nella mappa seguente:

⁶⁴ Termine che indica Street art, Urban design, graffiti, muralismo secondo il sito di INWARD <http://www.inward.it/> consultato il 19 maggio 2022.

⁶⁵ INWARD nasce dall'acronimo *International Network on Writing Art Research and Development*, ed indica "rivolto dentro di sé" e "nel quartiere" (in ward). La missione è quella di indagare la cultura urbana e il suo effetto sull'osservatore. <http://www.inward.it/modello/> consultato il 19 maggio 2022.



Fig. 2.5 Censimento dei comuni italiani attivi in progetti di creatività urbana. Fonte: Pagina Facebook di INWARD - Osservatorio Creatività Urbana⁶⁶

Volendo riportare solo qualche esempio più noto, è possibile citare le iniziative di Cibiana di Cadore in Veneto, Dozza in Emilia Romagna, Braccano (frazione di Matelica) nelle Marche, Aielli (con Borgo Universo) in Abruzzo, Stigliano in Basilicata, Diamante in Calabria, Orgosolo in Sardegna e Favara in Sicilia.

⁶⁶ Fonte url: https://www.facebook.com/inwardcreativitaurbana/?__tn__=-UC*F pubblicato il 31 dicembre 2019, consultato il 19 maggio 2022.

Una delle prime esperienze di questo tipo è ascrivibile a **Cibiana di Cadore**, in Veneto. Il paese si trova nel cuore delle Alpi Bellunesi, a 985 m slm, una provincia che presenta un netto calo demografico, con un crescente invecchiamento della popolazione e una tendenza all'emigrazione costante⁶⁷. Nel 1980 nasce l'iniziativa di dipingere sui muri delle case la storia del paese, con il fine di lasciare una testimonianza tangibile e figurativa dei mestieri e delle arti che venivano praticate in ogni abitazione⁶⁸. La creatività espressa su questi muri offre un'alternativa valida ai luoghi più visitati della provincia bellunese, come l'ambita Cortina D'Ampezzo, e permette di donare nuova speranza ai borghi montani destinati all'abbandono.

Sempre montano, ma localizzato sull'Appennino abruzzese, nel Parco Regionale Naturale Sirente-Velino, a 1030 m slm, è il borgo di **Aielli**. La sua storia si lega al tema dell'astronomia, poiché paese di origine dell'astronomo ottocentesco Filippo Angeletti. Non a caso, l'elemento architettonico più iconico del paese è la "Torre delle Stelle", di origine medievale ma adibita a osservatorio astronomico. In questo borgo si svolge dal 2017 un festival di street art, in cui artisti di fama internazionale hanno realizzato opere a tema astrologico, incentivando in tal modo il flusso turistico. Il festival, chiamato "Borgo Universo" punta sulle specificità locali per sviluppare la creatività contemporanea: oltre al tema astronomico, viene riservato molto spazio anche all'ambito letterario. Il paese è, infatti, associabile a quello descritto dall'intellettuale Ignazio Silone, uno dei più eminenti scrittori antifascisti del '900, nel suo libro *Fontamara*⁶⁹. Il testo dell'opera è stato trascritto su uno dei muri durante il festival, richiamando così il fatto che il paese stesso fosse stato scelto come set dell'omonimo film del 1979⁷⁰.

⁶⁷ Come in molte aree montane, lo spopolamento è causato da assenza di servizi alla persona e carenze infrastrutturali. FORZIN, *Spopolamento nel Bellunese: i residenti se ne vanno e le imprese chiudono*, in «Corriere delle Alpi», 16/05/2018, <https://corrierealpi.gelocal.it/belluno/cronaca/2018/05/16/news/i-residenti-se-ne-vanno-e-le-impresechiudono-1.16842178> (ultimo accesso 21 maggio 2022);

⁶⁸ *Cibiana: vacanze tra murali e Museo delle Nuvole sul Monte Rite*, <https://www.dolomiti.it/it/cibiana-di-cadore/> consultato il 21 maggio 2022

⁶⁹ Sembra particolarmente associabile il passo del testo in cui si descrive il borgo: "A chi guarda Fontamara da lontano, dal Feudo del Fucino, l'abitato sembra un gregge di pecore scure e il campanile un pastore. Un villaggio insomma come tanti altri; ma per chi vi nasce e cresce, il **cosmo**. L'intera storia **universale** vi si svolge: nascite, morti, amori, odi, invidie, lotte, disperazioni." Silone, I., (1933), edizioni Mondadori (18 maggio 2016).

⁷⁰ Film *Fontamara* di Carlo Lizzani con Michele Placido, su cinematografo.it.

La tendenza si afferma già negli anni '80 non solo a Cibiana di Cadore, ma anche a **Diamante**, in Calabria. Nel 1981, il pittore genovese Nani Razzetti invita 80 artisti internazionali a realizzare murales nel piccolo comune sulla costa tirrenica⁷¹. L'idea visionaria del pittore è stata celebrata nel 40° anniversario dalla sua realizzazione dall'OSA - Operazione Street Art Festival, che dal 2017 ha introdotto nel borgo già noto come "Città dei Murales". L'operazione si è differenziata dalle edizioni precedenti per temi, grandezza, stile delle opere e il loro respiro internazionale. L'obiettivo, anche in questo caso, è quello di diffondere le tradizioni e la storia di un luogo attraverso la creatività contemporanea, dando un nuovo volto a zone poco note.

Da un'analisi dei commenti su TripAdvisor.it, la nota piattaforma di recensioni di viaggi, ciò che emerge è che il turismo tipico di questi luoghi non è di lunga permanenza, ma si risolve in brevi visite o escursioni giornaliere. Questo è dovuto da una carenza nell'offerta di alloggi e ristoranti turistici che solitamente caratterizza luoghi piccoli e difficili da raggiungere, oltre che una minore presenza di attrattive rispetto a città d'arte famose in tutto il mondo. La creatività dei borghi può però incentivare l'apertura di nuovi esercizi commerciali, che di conseguenza possono far aumentare la presenza sul territorio di giovani e dare un freno all'emigrazione.

Nel caso di **Dozza**, in Emilia Romagna, in tendenza opposta rispetto a molti altri borghi italiani, si è registrato negli ultimi anni un aumento della popolazione residente.



Fig. 2.6 Andamento popolazione residente comune di Dozza dal 2001 al 2020, dati ISTAT, elaborazione di Tuttitalia.it

⁷¹ FERRAMI, F., *Street Art in Calabria. Gulia Urbana porta a Diamante opere di Jorit, Kraser, SteReal e Tony Gallo*, su Artribune, pubblicato il 12 maggio 2021, <https://www.artribune.com/arti-visive/street-urban-art/2021/08/street-art-calabria-gulia-urbana-jorit-kramer-stereal-tony-gallo/> consultato il 21 maggio 2022.

In questo caso, i murales vengono realizzati in occasione della Biennale del Muro Dipinto, che si svolge ogni due anni e per 4 giorni a stretto contatto con gli abitanti del luogo. Naturalmente non si può attribuire esclusivamente alla street art l'aumento demografico, ma è possibile stimare che l'incremento dell'offerta di servizi, anche turistici, abbia generato una volontà condivisa di rimanere nel paese.

Un'ulteriore problematica che complessivamente viene riscontrata nei "borghi creativi" è la mancanza di percorsi o indicazioni segnaletiche che possano essere d'aiuto al visitatore per la scoperta delle opere. Per aumentare il valore percepito e l'accessibilità, sarebbe necessario un percorso di valorizzazione, rispettando i principi espressi all'articolo 6 del Codice dei Beni Culturali (d. lgs. 42/2004): *"la valorizzazione consiste nell'esercizio delle funzioni e nella disciplina delle attività dirette a promuovere la **conoscenza** del patrimonio culturale e ad assicurare le migliori condizioni di utilizzazione e **fruizione** pubblica del patrimonio stesso"*.

La stessa creazione di opere d'arte di strada sembra a sua volta rispondere all'articolo 6, in quanto valorizza i centri storici dei borghi, realizzando *"nuovi valori paesaggistici coerenti ed integrati"*⁷².

⁷² Art. 6, d. lgs. 42/2004

CAPITOLO III

Il diritto: limite o beneficio per la creatività?

L'utilizzo della street art per l'implementazione di politiche territoriali ha portato alla necessità di riflettere sulle implicazioni giuridiche di quest'arte. Bisogna, infatti, analizzare come la legge italiana sia intervenuta in materia e, come e se, sia stata utile per districare i complessi interessi dei soggetti in gioco: l'artista e la sua libertà di espressione, il privato possessore del muro, l'amministrazione e il patrimonio pubblici, la comunità e la società nel suo insieme.

3.1 Street Art tra legalità, legittimità, illegittimità e illegalità

Per comprendere meglio le dinamiche che caratterizzano questo fenomeno, è necessario distinguere due tipologie di iniziative: quelle che nascono dal basso (prospettiva bottom - up) e quelle che vengono organizzate dall'alto (prospettiva top - down).

Una buona sintesi viene svolta da Isabelle Dumont (2017)⁷³:

	Aspetti positivi	Aspetti negativi
Iniziativa dal basso	Legittimità: valori condivisi dalla collettività e auto-finanziamento	Illegalità: istituzioni in disaccordo e trasgressione delle norme
Direzione dall'alto	Legalità: volere delle istituzioni e finanziamenti	Illegittimità: comunità in potenziale disaccordo

3.1.1 L'illegalità: il diritto come limite

L'illegalità è una caratteristica che ha segnato le origini della street art fin dagli anni '70, quando i graffiti venivano realizzati fuggacemente per comunicare e trasmettere messaggi di critica politica in maniera non autorizzata. L'illegalità rendeva questo tipo di arte contraria alla tendenza dominante e istituzionalizzata, garantendosi dunque il titolo di arte autentica, alternativa e democratica. Inoltre,

⁷³ DUMONT, I., 'Street-artizzazione' delle città contemporanee: dalle periferie trascurate al museo globalizzato (2017), in L'apporto della Geografia tra rivoluzioni e riforme. Atti del XXXII Congresso Geografico Italiano (Roma, 7-10 giugno 2017), a cura di F. Salvatori, A.Ge.I., Roma, 2019, pp. 2777-2782.

maggiore era il pericolo e il rischio nel realizzare le opere, maggiore era la fama e la posizione privilegiata che si acquisiva nei gruppi di *writers*.

Il quadro normativo esistente sull'arte di strada sembra essere in contrapposizione con la libertà di espressione del pensiero, in quanto tenta di regolare, governare e, nel caso, sanzionare questa libertà. In Italia, è la legge penale ad agire contro l'arte cd. abusiva, per garantire sicurezza e pubblico decoro. Questi casi rientrano, infatti, tra le norme più severe poste dall'ordinamento (quelle penali), disciplinari, punitive ed *extrema ratio*⁷⁴.

I reati nella fattispecie di Street art non autorizzata vengono previsti e puniti dalla legge con gli articoli 635 (reato di danneggiamento) e 639 (imbrattamento)⁷⁵. Più comunemente, viene applicato l'art. 639 c.p. poiché, mentre per l'art. 635 la *res* è resa inservibile, per l'art. 639 è possibile la reversibilità del danno, tant'è che si procede d'ufficio per i reati di cui al secondo e terzo comma (beni immobili e mezzi di trasporto pubblici e privati, cose di interesse storico-artistico), per i quali il giudice può disporre l'obbligo di ripristino e pulitura oppure l'accollo della spesa.

⁷⁴ NEGRI - CLEMENTI STUDIO LEGALE ASSOCIATO, (2012), L'arte, il diritto il mercato in il Diritto Dell'Arte, Skira Editore pp. 5-25

⁷⁵ Articolo 635 Codice Penale, (R.D. 19 ottobre 1930, n. 1398): **Chiunque distrugge, disperde, deteriora o rende, in tutto o in parte, inservibili cose mobili [624] o immobili altrui(1)(2)(3) con violenza alla persona o con minaccia(4) ovvero in occasione del delitto previsto dall'articolo 331, è punito con la reclusione da sei mesi a tre anni(5) [...].** Tale articolo è stato modificato dal Decreto Sicurezza (D.L. 14 giugno 2019, n. 53, convertito con modificazioni dalla l. n. 77/2019) incrementando la pena connessa questo reato.

Articolo 639 Codice Penale: **Chiunque, fuori dei casi preveduti dall'articolo 635, deturpa o imbratta cose mobili o immobili altrui(1) è punito, a querela della persona offesa, con la multa fino a euro 103(2).**

Se il fatto è commesso su beni immobili o su mezzi di trasporto pubblici o privati si applica la pena della reclusione da uno a sei mesi o della multa da 300 a 1.000 euro. [Se il fatto è commesso su cose di interesse storico o artistico, si applica la pena della reclusione da tre mesi a un anno e della multa da 1.000 a 3.000 euro](3)(4).

Nei casi di recidiva per le ipotesi di cui al secondo comma si applica la pena della reclusione da tre mesi a due anni e della multa fino a 10.000 euro(5).

Nei casi previsti dal secondo comma si procede d'ufficio(5).

Con la sentenza di condanna per i reati di cui al secondo e terzo comma il giudice, ai fini di cui all'articolo 165, primo comma, può disporre l'obbligo di ripristino e di ripulitura dei luoghi ovvero, qualora ciò non sia possibile, l'obbligo di sostenerne le spese o di rimborsare quelle a tal fine sostenute, ovvero, se il condannato non si oppone, la prestazione di attività non retribuita a favore della collettività per un tempo determinato comunque non superiore alla durata della pena sospesa, secondo le modalità indicate nella sentenza di condanna(6).

La Cassazione penale con la sentenza 11756/2000 ha confermato che l'elemento distintivo tra i due è proprio il deterioramento del bene.

In questi casi, ogni qual volta gli agenti delle forze dell'ordine redigono un verbale in flagranza di reato viene avviato il procedimento giudiziario che porta al processo, anche in assenza di denuncia da parte dell'interessato possessore del bene.

Nel 2009, la pena di imbrattamento è stata inasprita con l'art. 3, comma 3, lettera b), della l. n. 94/2009: l'aggravio di pena e la procedibilità d'ufficio era permessa solo se l'atto era commesso su cose di interesse storico artistico, mentre adesso questa tipologia è estesa anche allo stesso reato commesso su qualsiasi immobile o mezzo di trasporto, al fine di limitare ed evitare il fenomeno del *writing*⁷⁶.

La domanda che bisogna porsi sta nella possibilità che il bello e la qualità artistica possano escludere la sussistenza del reato o, come esprime Boldon Zanetti (2019), nel rapporto tra libertà di espressione artistica e limitazioni imposte della legge⁷⁷. L'avvocato Domenico Melillo, dati i numerosi processi in cui ha difeso writer e street artist⁷⁸, in un'intervista per *Rolling Stones* afferma che la questione va intesa come sussistenza o meno dell'imbrattamento e del principio di legalità della norma penale applicata a questi casi⁷⁹.

Bisogna esaminare la possibilità di riformare questa legge e il trattamento per chi compie suddetti reati. I Graffiti e la Street Art vengono, infatti, puniti perché considerati lesivi del pubblico decoro e della proprietà privata, che viene riconosciuta e garantita dall'art. 42 della Costituzione, dalla Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo⁸⁰ e dall'art. 832 del Codice Civile⁸¹.

Appare chiaro, però, che questa tipologia di Arte ha assunto sempre maggiore rilievo e apprezzamento nella comunità (per il valore sociale delle opere) e nel

⁷⁶ BOLDON ZANETTI, G., (2019) *Il Diritto della Street Art*, Maggioli Editore Spa pp. 77-82

⁷⁷ *ibidem* pp. 85-87

⁷⁸ Ad esempio la sentenza del Tribunale Penale di Milano n.7616 del 4/7/2012 - 30/7/2012: assoluzione perché il fatto non costituisce reato. In questo caso il giudice ha ritenuto non ci fosse il dolo (l'elemento soggettivo del reato) e, inoltre, i disegni realizzati erano di qualità (non deturpavano maggiormente il muro già imbrattato).

⁷⁹ FALCINI, D., è arrivato il momento di legalizzare i graffiti, 17 febbraio 2019 su <https://www.rollingstone.it/politica/e-arrivato-il-momento-di-legalizzare-i-graffiti/446165/>

⁸⁰ Art. 17, par. 1 e 2 della Dichiarazione Universale dei Diritti Umani, 1948.

⁸¹ Art. 832 c.c.: *Il proprietario ha diritto di godere e disporre delle cose in modo pieno ed esclusivo, entro i limiti e con l'osservanza degli obblighi stabiliti dall'ordinamento giuridico.*

mercato dell'arte, rendendo necessaria la valutazione del disvalore penale⁸². Nel 2019 è stata, per questo motivo, avanzata una proposta di legge in Parlamento per la modifica dell'articolo 639 del codice penale, in materia di deturpamento e imbrattamento di cose altrui (atto Camera 1578), che evidenzia come non siano immediatamente accostabili il vandalismo e il deturpamento con il Post Graffiti: nonostante si leda in parte il diritto alla proprietà privata, non si può assimilare a reato penale la realizzazione di un'opera esteticamente valida creata per riqualificare e recuperare dei luoghi abbandonati come le periferie.

Per quanto riguarda, invece, l'**illegittimità** individuata da Dumont (2017), essa non equivale all'illegalità, ma concerne il dominio dei valori e della cultura. La street art può, infatti, essere *de facto* illegale, ma *de jure* permessa, poiché considerata **legittima** dalla comunità in cui viene realizzata in quanto ne rappresenta valori, costumi e tradizioni (Chackal, 2014)⁸³. Ulteriore caso, invece, se **legale** perché permessa dai governi, ma **illegittima** perché non condivisa dalla società.

3.1.2 La città condivisa o contesa

Avendo operato questa distinzione, si possono individuare tipologie diverse di esperienze che si sono sviluppate sul territorio italiano, alcune generate dal basso, come il progetto del collettivo *Res Publica Temporanea* di Catania oppure il caso del quartiere di Tor Marancia a Roma, che ha avuto poi il supporto delle istituzioni e di enti pubblici e privati, provocando una riappropriazione degli spazi collettivi da parte della comunità grazie ai 22 murales che sono stati realizzati sui muri delle palazzine della periferia romana.

L'altra tipologia di esperienza, vede invece protagonisti progetti finanziati dalle città stesse tramite bando pubblico, come Torino (di concerto con la Regione Piemonte e l'Unione Europea) che ha riqualificato la zona della 'Barriera di Milano'

⁸² op.cit. Boldon Zanetti (2019) pp. 100-101

⁸³ CHACKAL, T., *Of Materiality and Meaning: The Illegality Condition in Street Art*, in *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, FALL 2016, Vol. 74, No. 4, 2016 pp. 359-370, url <https://www.jstor.org/stable/44510296>

trasformandola da quartiere operaio e centro di fermento culturale, attraverso la commissione di tredici murali ad un artista, scelto grazie a un comitato di esperti, abitanti e associazioni del territorio⁸⁴.

Quindi si sono sviluppate, insieme a espressioni artistiche senza il contributo istituzionale, definite 'off' nella visione di Vivant (2007)⁸⁵, anche pratiche legali e autorizzate, definite 'in', poiché promosse dalle stesse istituzioni pubbliche. La Street art (o Post Graffiti) viene considerata come strumento di marketing territoriale per promuovere un'immagine viva e attiva della città, ma se ben coordinata con politiche di sviluppo locale, può anche essere fonte di riqualificazione urbana (Iovino, 2019).

Evitando di entrare nel dibattito sulla validità delle opere o del tipo di iniziativa (dal basso o dall'alto), è possibile comunque notare che la street art dona vita a una nuova narrazione degli spazi. Come afferma Young (2013), questo tipo di arte pubblica è nata nei contesti urbani più svariati, dando la possibilità a un nuovo tipo di città di affermarsi: la città pubblica⁸⁶, condivisa. La città viene spinta e influenzata da questo tipo di espressione artistica, poiché si appropria di spazi che non erano affatto considerati. Inoltre, in pochi decenni, ha attirato l'attenzione del mercato e del pubblico, entrando ancora di più nell'immaginario collettivo.

La creatività di una città porta indubbiamente ad attirare persone, non solo nei tour specifici attivati nelle diverse località, ma anche a livello museale (sono nati diversi musei dedicati ad essa, come lo Street Art Museum di Amsterdam⁸⁷, fondato nel 2018, e l'Urban Nation Museum for Contemporary Art di Berlino⁸⁸). Questi ed altri casi di istituzionalizzazione di arte tipicamente della strada, vengono

⁸⁴ Fonte: Urban Barriera di Milano <http://www.comune.torino.it/urbanbarriera/> consultato il 18 maggio 2022.

⁸⁵ VIVANT E., "Les événements off: de la résistance à la mise en scène de la ville créative", in *Géocarrefour*, vol. 82, n. 3, 2007, pp. 131-140.

⁸⁶ YOUNG, A., *Street Art, Public City*, Londra Routledge, pp. 10-192, 2013 DOI <https://doi.org/10.4324/9780203796917>

⁸⁷ Street art museum di Amsterdam, url

https://straatmuseum.com/en/?gclid=Cj0KCQjwspKUBhCvARIsAB2IYuvprvLee9Ex2qhm5p9legpwbZOBa-QPzu00XgrTy_hAJS-bjMHnXoMaAIXWEALw_wcB consultato 18 maggio 2022

⁸⁸Urban Nation Museum, Url <https://urban-nation.com/> consultato il 18 maggio 2022

considerati come uno snaturamento dell'essenza delle opere, che, di norma, sono fruibili da tutti, effimere e, talvolta, illegali. D'altro canto, la musealizzazione può essere intesa come definitiva entrata nel mondo dell'arte e riconoscimento stilistico.

A tal proposito, numerosi sono gli esempi di posizioni discordanti e episodi di contestazione da parte degli street artist. Uno dei casi che ha destato più interesse a livello internazionale è stato quello dell'artista Blu a Bologna, che ha cancellato i suoi stessi murali nel centro sociale XM24 perché dovevano essere rimossi dallo spazio pubblico per essere inseriti in una mostra organizzata dalla Fondazione Genus Bononiae⁸⁹. Gesto di iconoclastia o "articidio"⁹⁰, i valori espressi da questo episodio rappresentano la contrapposizione che è insita in quest'arte. In questo caso viene posta rilevanza alle origini clandestine, effimere e illegali della street art, il cui ciclo di vita sottostà alle logiche del tempo e delle circostanze materiali, opponendosi in modo forte al processo di istituzionalizzazione e patrimonializzazione fatto dalle istituzioni. Questo caso incarna tutte le numerose questioni che caratterizzano l'arte di strada: illegalità o istituzionalizzazione? Autorialità o anonimato? Valore collettivo dell'opera o espressione personale? Conservazione come patrimonio artistico o effimerità?

La chiave per l'analisi di questa cancellazione sta nel "non autorizzato": Blu cancella i suoi murali proprio per dare una prova radicale dell'eccesso di potere praticato dall'istituzione. Nel saggio "Tragedia di un artista di strada. La pratica della cancellazione da eutanasia artistica ad articidio" di Michele Martini (2017) si evidenzia come il gesto di Blu sia tragico - cioè tipico della tragedia greca - come il gesto di Medea che nell'opera di Euripide uccide i propri figli per negare il proprio status di madre e moglie in contrasto con il marito Giasone. Allo stesso modo, Blu

⁸⁹ SMARGIASSI, M. *Bologna, Blu cancella tutti i suoi murali: "No alla street art privatizzata"* su La Repubblica, articolo pubblicato il 16 marzo 2016, url https://bologna.repubblica.it/cronaca/2016/03/12/news/bologna_graffiti-135303806/ consultato il 19 maggio 2022

⁹⁰ MARTINI, M., *Tragedia di un artista di strada. La pratica della cancellazione da eutanasia artistica ad articidio*, su Ocula - occhio semiotico sui media, n. 18, settembre 2017, <https://www.ocula.it/rivista.php?id=30> consultato il 13 giugno 2022.

si emancipa da questa relazione tradita cancellando le sue opere, lasciando non solo l'istituzione, ma anche la comunità, privata di esse⁹¹.

Nel corso degli ultimi anni, si nota, dunque, come gli artisti abbiano dovuto compiere scelte radicali, assecondando o respingendo fermamente le tendenze di istituzionalizzazione.

Secondo Ivana De Innocentis (2017), gli street artisti su questa tematica si dividono in quattro categorie, di cui si può elaborare una matrice:

Legalità	Indipendenti	Ex artisti di strada
Illegalità	Puristi	Infiltrati
	Indipendenza	Istituzionalità

- *Puristi*: vengono definiti in questo modo coloro che continuano a perseguire le cause iniziali della street art, rimanendo lontani dalle logiche di mercato.
- *Indipendenti*: artisti che continuano a perseguire la loro arte, accettando alcune commissioni ben radicate sul territorio e con la comunità.
- *Infiltrati*: coloro che oscillano di più tra legalità e illegalità, tra istituzionalità e indipendenza, poiché hanno forti legami con musei e gallerie, però continuano a realizzare incursioni non autorizzate in strada.
- *Ex artisti di strada*: coloro che hanno rinnegato il loro passato da writers, privilegiando i circuiti istituzionali⁹².

3.1.3 La protezione della Street art attraverso il Diritto d'autore

Ferma restando la validità della legge sul diritto d'autore (l. n. 633/1941) che tutela le opere di ingegno creativo, l'evento che ha visto protagonista l'artista Blu ha suscitato numerosi dibattiti. La legge lascia in capo all'autore i diritti

⁹¹ BIANCHI C., VITI, S. Street Art Iconoclastia e istituzionalizzazione, su Ocula - occhio semiotico sui media, n. 18, settembre 2017, <https://www.ocula.it/rivista.php?id=30> consultato il 13 giugno 2022.

⁹² DE INNOCENTIS, I, *Urban Lives*, Dario Flaccovio Editore srl, 2017 ebook consultato su <https://books.google.it/> il 21 maggio 2022

patrimoniali di sfruttamento economico e i diritti morali, permettendo al creatore dell'opera di opporsi *“a qualsiasi deformazione, mutilazione od altra modificazione, ed a ogni atto a danno dell'opera stessa, che possano essere di pregiudizio al suo onore o alla sua reputazione”* (art. 20, legge n. 633/41).

In questo caso, la decontestualizzazione e l'inserimento dell'opera in circuiti del mercato dell'arte tradizionale, viene intesa dall'autore come lesiva del diritto di integrità dell'opera e, per questo motivo, rimossa anche dalla strada e dalla visione pubblica.

Secondo un articolo della Commissione Europea⁹³, che cerca di fare chiarezza sul tema, si conferma come la Convenzione di Berna all'art. 6 bis preveda la protezione dell'espressione dell'idea e che: *“Indipendentemente dai diritti patrimoniali d'autore, ed anche dopo la cessione di detti diritti, l'autore conserva il diritto di rivendicare la paternità dell'opera e di opporsi ad ogni deformazione, mutilazione od altra modificazione, come anche ad ogni altro atto a danno dell'opera stessa, che rechi pregiudizio al suo onore od alla sua reputazione.”*

Dunque, è interessante notare come, anche se un'opera d'arte di strada sia stata realizzata illegalmente (cioè senza l'autorizzazione del proprietario del muro), l'artista possa far proteggere la propria opera dal diritto d'autore⁹⁴.

Bisogna, poi, ricordare che in altri stati, la normativa può essere differente e non c'è esatta omogeneità nel trattamento di questa disciplina. Ad esempio, negli Stati Uniti vige il VARA (Visual Artists Right Act) dal 1990, che permette agli artisti di

⁹³ EXECUTIVE AGENCY FOR SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES, Street Art and Copyright, pubblicato il 9 settembre 2020 https://intellectual-property-helpdesk.ec.europa.eu/news-events/news/street-art-and-copyright-2020-09-09_en consultato il 16 giugno 2022

⁹⁴ Questo è ciò che è successo negli USA all'artista Jason Revok Williams. Una nota casa di abbigliamento (H&M) aveva, infatti, realizzato una campagna pubblicitaria utilizzando come sfondo un'opera dell'artista realizzata a Brooklyn. L'artista aveva chiesto la rimozione della campagna perché realizzata senza la sua autorizzazione per lo sfruttamento economico dell'opera. La casa di abbigliamento ha citato in giudizio l'artista, rivendicando come l'opera era stata realizzata illegalmente e per questo Revok non avrebbe dovuto far valere i diritti d'autore. La causa è stata poi fatta decadere da H&M stessa grazie alla forte reazione avuta dalla community social a sostegno dell'artista.

opporsi alla distruzione delle opere d'arte figurativa⁹⁵. Lo stesso avviene in Canada con il Copyright Act che tutela ogni opera d'arte, anche se realizzata illegalmente, a patto che sia originale e 'fissata' in maniera permanente (al contrario della Convenzione di Berna, che non presuppone una "fissità").

Nonostante le opinioni di chi ritiene che il copyright e il diritto d'autore tradiscano l'essenza della street art, con il suo carattere oblativo, libero, anonimo, transitorio e non autorizzato, la giurisprudenza ha riconosciuto il carattere creativo delle opere e per questo ne permette la tutela attraverso la l. n. 633/1941⁹⁶.

3.2 La tutela e la valorizzazione della street art come interesse culturale e collettivo

La Pubblica Amministrazione, con l'entrata in campo della Street art e la sua rapida diffusione, è portata a riflettere sulla promozione della creatività contemporanea e sugli strumenti legislativi di tutela e valorizzazione di quest'arte, considerandola o meno parte del patrimonio culturale⁹⁷.

Quando si parla di Street art, viene data attenzione particolare all'aspetto privatistico del diritto d'autore, ma non bisogna trascurare l'intervento amministrativo. Infatti, nel 2020 essa viene definita "espressione materiale della creatività contemporanea" e viene

⁹⁵ Nel 2018, negli Stati Uniti, attraverso il VARA, gli artisti che avevano realizzato opere nel complesso abitativo del 5Pointz a New York (definito come la Mecca dei graffiti) sono stati risarciti per un totale di 6,7 milioni di dollari perché il proprietario dell'immobile aveva riverniciato le pareti di bianco, cancellando i graffiti. Per un'analisi delle soluzioni adottate nell'ordinamento inglese e in quello statunitense in applicazione del The Visual Artists Rights Act v. anche L. GIORDANI, 5-POINTS: risarcimento milionario per le opere di street art distrutte. Quale soluzione alla luce del diritto italiano?, in Riv. delle arti e dello spett., n 1, 2018, p. 61 ss.;

⁹⁶ Per approfondimenti: F. BENATTI, La street art musealizzata, cit., pp. 788-791 crea una nuova categoria di opere dell'ingegno "opere effimere dell'arte visiva" per individuare la street art. G. BOLDON ZANETTI, Il diritto della street art, Maggioli Editore, Rimini, 2019, p. 127 ss.; N. A. VECCHIO, Problemi giuridici della street art, in Dir. Inf., n. 1, 2016, p. 625 ss., p. 632 ss.; C. COSENTINO, La tutela delle opere di «street art» tra diritto d'autore e regole proprietarie, in Riv. crit. dir. priv., n. 4, 2017, p. 529 ss.;

⁹⁷ Sul tema A. SAU, Le ragioni di tutela, le sfide di valorizzazione, in Federalismi.it, rivista di diritto pubblico italiano, comparato, europeo, pubblicato il 6 ottobre 2021, url <https://www.segretariacomunalivighenzi.it/archivio/anno-2021/Ottobre/doc-sau.pdf>; M. CAMMELLI, Il diritto del patrimonio culturale: una introduzione, in C. BARBATI, M. CAMMELLI, L. CASINI, G. PIPERATA, G. SCIULLO, Diritto del patrimonio culturale, Il Mulino, Bologna, 2020, p. 15 ss. e in parte. pp. 24-27 e G. PIPERATA, Cultura e sviluppo economico e...di come addomesticare gli scoiattoli, in Aedon, n. 3, 2018, par. 1

affidata alla Direzione Generale Creatività Contemporanea (DG-CC)⁹⁸. La DG-CC ha avviato nel 2020 uno studio sulle opere di street art, murales e graffiti presenti sul territorio italiano per realizzare una mappa della creatività, così come la Regione Emilia Romagna che dal 2011 realizza un archivio digitale di opere d'arte urbana⁹⁹ o la Regione Sardegna che ha creato un catalogo online¹⁰⁰. Queste iniziative conoscitive sono propedeutiche a eventuali azioni di valorizzazione su opere che potrebbero essere individuate come beni culturali e, quindi, meritevoli di tutela.

La Street art non può, tuttavia, ricadere sotto i vincoli di tutela previsti dal Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio (d. lgs. 42/2004) in quanto esso afferma all'articolo 10 che *“le cose indicate al comma 1 e al comma 3, lettere a) ed e), che siano opera di autore vivente o la cui esecuzione non risalga ad oltre settanta anni, nonché le cose indicate al comma 3, lettera d-bis), che siano opera di autore vivente o la cui esecuzione non risalga ad oltre cinquanta anni”* non sono soggette alla disciplina del Codice (salvo quanto disposto all'art. 64 per i certificati di autenticità dell'opera e all'art. 178 per la contraffazione). La *ratio* di suddetta norma sta nel non limitare la libertà dell'autore di sfruttare economicamente la propria opera, oltre che garantire un giudizio ponderato sul valore artistico.

Se però consideriamo le cose di cui alla lett. d), comma 3, articolo 10, essi vengono individuati come beni culturali per il loro interesse “particolarmente importante” per l'identità storica della nazione o di un territorio, allora l'arte di strada può ricadere in questa tipologia¹⁰¹, rispettando anche il principio di tutela e promozione della cultura

⁹⁸ Creata con la riorganizzazione ministeriale con il DPCM 171/2014 (art. 16)

⁹⁹ Archivio del Patrimonio culturale dell'Emilia-Romagna, url https://bbcc.ibc.regione.emilia-romagna.it/pater/search.do?type=&group=GROUP0&customquery=%3A*+-TYPE%3An+-TYPE%3Aaut+-TYPE%3Abib+-TYPE%3Aeca+&value%28ANY%29=street+art consultato il 17 giugno 2022.

¹⁰⁰ Sardegna Cultura, Catalogo beni culturali, street art <https://catalogo.sardegnaicultura.it/search/> consultato il 17 giugno 2022

¹⁰¹ Codice dei Beni Culturali, d. lgs. 42/2004, Art. 10, comma 3, lett. d) *“le cose immobili e mobili, a chiunque appartenenti, che rivestono un interesse particolarmente importante a causa del loro riferimento con la storia politica, militare, della letteratura, dell'arte, della scienza, della tecnica, dell'industria e della cultura in genere, ovvero quali testimonianze dell'identità e della storia delle istituzioni pubbliche, collettive o religiose. Se le cose rivestono altresì un valore testimoniale o esprimono un collegamento identitario o civico di significato eccezionale, il provvedimento di cui all'articolo 13 può comprendere, anche su istanza di uno o più comuni o della regione, la dichiarazione di monumento nazionale;*

espresso dall'articolo 9 della Costituzione. Questo è ciò che è successo a Pisa, con il murales di Keith Haring realizzato nel 1989 sulla chiesa di Sant'Antonio Abate, che è stato vincolato ai sensi di suddetto articolo con il decreto n. 335/2003 (da notare, tuttavia, che l'opera in questione è realizzata con il consenso del *dominus loci* e non in forma effimera, caratteristiche solitamente atipiche per la street art). Diverso il caso, invece, del *Migrant Child* realizzato da Banksy a Venezia nel 2019: l'artista ha creato l'opera senza il consenso del proprietario del bene, che, peraltro, è sottoposto a vincolo dal Codice dei Beni Culturali¹⁰², violando, quindi, l'art. 169 che punisce chiunque “*senza autorizzazione demolisce, rimuove, modifica, restaura o esegue opere di qualunque genere sui beni culturali*”. Di conseguenza, venne presentato un esposto dalla Soprintendenza che è stato, però, archiviato dalla Procura della Repubblica sicuramente per impossibilità di risalire all'identità dell'autore, ma forse anche per la natura artistica dell'opera e per il valore commerciale dell'immobile accresciuto attraverso essa¹⁰³.

Il diritto rappresenta, dunque, uno strumento per tutelare e valorizzare le opere d'arte, andando a perseguire la finalità costituzionale di diffusione della cultura e della creatività. In quest'ottica di complementarità tra lo sviluppo economico di un territorio e quello sociale della comunità, la cultura è vista come *driver*¹⁰⁴, e anche il diritto e la legge possono essere un mezzo per incrementare i benefici di questa sinergia¹⁰⁵.

3.3 La legislazione regionale per l'arte di strada

In Italia, la tendenza a rendere legittima e legale l'arte di strada viene sancita ufficialmente da nuove leggi che negli ultimi anni vengono promulgate dalle Regioni. Sulla scia delle esperienze di città come Milano, Roma e Napoli, anche le Regioni si sono attivate per favorire lo sviluppo della creatività urbana, con l'obiettivo di riqualificare spazi, costruire un dialogo con i cittadini e riabilitare aree in chiave turistica. La “valorizzazione di beni

¹⁰² Codice dei Beni Culturali, art. 10.

¹⁰³ G. BOLDON ZANETTI, Il diritto della Street Art Maggioli Editore Spa 2019, p. 49 ss.; i F.E. AINI, Il “Naufrago bambino”: salvatelo, è arte, pubblicato nel Quotidiano del Ministero della Giustizia, gNews. giustizia newsonline, del 26 luglio 2019 <https://www.gnewsonline.it/il-naufrago-bambino-salvatelo-e-arte/>; “Il Naufrago Bambino di Banksy a Venezia durante i giorni di preview della Biennale” in Artribune, 19 maggio 2019, url <https://www.artribune.com/arti-visive/street-urban-art/2019/05/opera-99-banksy-veneziana-giorni-preview-biennale/>

¹⁰⁴ PIPERATA, G., Cultura e sviluppo economico e...di come addomesticare gli scoiattoli, in Aedon, n. 3, 2018, par. 1

¹⁰⁵ D'altronde, la rigenerazione culturale rappresenta una delle linee del PNRR (Piano Nazionale Di Ripresa e Resilienza) recentemente adottato per la ripresa nel periodo post-pandemico.

culturali e ambientali e la promozione e organizzazione di attività culturali”¹⁰⁶, secondo l’art. 117 della Costituzione, è di potestà legislativa concorrente tra Stato e Regioni, quindi è la Regione a legiferare (per esclusione dei principi fondamentali che vengono invece dettati dallo Stato).

Di conseguenza, alcune Regioni italiane hanno deciso di concedere contributi per interventi in grado di coinvolgere le giovani generazioni e recuperare spazi marginali, realizzando opere che siano longeve e non effimere per riabitare luoghi dismessi. Queste caratteristiche sono ben lontane da quelle che hanno portato alla genesi della street art, originariamente non autorizzata, non finanziata e soprattutto soggetta alle avversità del tempo. Tali iniziative mirano alla valorizzazione del territorio, che secondo Antonella Sau (2021), sono ispirate alle logiche del museo diffuso o degli ecomusei¹⁰⁷, nei quali viene sottolineata la coscienza dell’identità territoriale attraverso la memoria e la creatività collettiva con la creazione di percorsi che fondono gli asset culturali, paesaggistici, antropologici e archeologici di un territorio¹⁰⁸.

Bisogna ricordare, inoltre, che la collettività è vista come protagonista nell’individuazione del patrimonio culturale secondo la Convenzione di Faro¹⁰⁹. Tale accordo è stato oggetto di molti dibattiti in Italia in quanto prevede un cambiamento di paradigma in materia di tutela dei beni culturali, che secondo la Costituzione del nostro Paese è di potestà esclusiva statale (art. 117, Cost).

Per il trattato europeo, è necessario coinvolgere le comunità interessate per l’individuazione del patrimonio culturale come *“espressione dei loro valori, credenze, conoscenze e tradizioni, costantemente in evoluzione. Esso comprende tutti gli aspetti dell’ambiente derivati dall’interazione nel tempo fra le persone e i luoghi”* (art. 2, lett. a) da

¹⁰⁶ Cost. art. 117 (riforma del titolo V con la legge cost. n. 3/2001)

¹⁰⁷ SAU, A., Le ragioni di tutela, le sfide di valorizzazione, in Federalismi.it, rivista di diritto pubblico italiano, comparato, europeo, pubblicato il 6 ottobre 2021, url <https://www.segretaricomunalivighenzi.it/archivio/anno-2021/Ottobre/doc-sau.pdf>;

¹⁰⁸ Esempi sono l’Ecomuseo Urbano Casilino Ad Duas Lauros a Roma o quello di Botrugno in Puglia, regione che ha anche promulgato una legge in merito (legge regionale 6 luglio 2015, n. 15)

¹⁰⁹ Il nome della Convenzione viene dalla località portoghese dove, il 27 ottobre 2005, si è tenuto il primo incontro di apertura alla firma degli Stati membri del Consiglio d’Europa. L’Italia, con la legge 1° ottobre 2020, n. 133, ha ratificato la convenzione.

trasmettere alle generazioni future¹¹⁰. Per Antonella Gualdani (2020), la Convenzione di Faro assegna alle *comunità patrimoniali* quel ruolo previsto dall'art. 118 della Costituzione, che vede privati, singoli o associati come protagonisti nella trasmissione dell'eredità ai posteri secondo il principio di sussidiarietà orizzontale. Secondo questa visione, il patrimonio non si limita più a una dimensione esclusivamente "materiale" o "immateriale", ma è "relazionale", cioè ha valore nel momento in cui sono gli esseri umani a riconoscerlo e dividerlo. In questa visione il binomio responsabilità e partecipazione porta all'idea che la patrimonializzazione culturale potrebbe essere effettuata da più soggetti a tutti i livelli¹¹¹ e non solo dal potere centrale, poiché essi traggono valore dal profondo legame tra cultura e territorio.

Con questa Convenzione, il Paese si impegna anche ad attivare politiche culturali che generino e "*accrescano la consapevolezza del potenziale economico del patrimonio e come utilizzarlo*", sancendo, dunque, per via normativa, la visione dei beni culturali come bene comune, come risorsa e come investimento. La Cultura e la Creatività vengono intesi, dunque, come catalizzatori di sviluppo, alimentando la fruizione e l'accessibilità delle risorse del territorio.

In quest'ottica, le leggi regionali che verranno di seguito esaminate, sembrano rispondere alla necessità di valorizzazione e rigenerazione territoriale sopra espresse. L'implementazione della Street Art da parte del soggetto regionale mira alla diffusione della conoscenza del patrimonio e il recupero di luoghi e beni attraverso la creatività contemporanea. Inoltre, l'attenzione viene focalizzata sulla partecipazione cittadina, in particolare dei giovani, per la riabilitazione collettiva di spazi urbani o extraurbani.

3.3.1 Regione Lazio

Uno dei casi di riconoscimento a livello normativo della street art è quello offerto dalla Regione Lazio. Con la legge regionale 23 dicembre 2020, n. 22, il Consiglio Regionale ha

¹¹⁰ La legge n. 133/2020 che ratifica la Convenzione di Faro offre una definizione molto più ampia di *patrimonio culturale* rispetto a quella dettata dall'art. 2 del Codice dei Beni Culturali, che può essere ad essa affiancata. La Convenzione include nel cultural heritage tutte le manifestazioni della cultura, ivi comprese le tradizioni, gli usi, i costumi, l'ambiente, nonché gli istituti e i principi dello Stato di diritto.

¹¹¹ Esperti, proprietari, investitori, imprese, organizzazioni non profit e società civile

promulgato nuove disposizioni per la valorizzazione, promozione e diffusione della street art¹¹².

In particolare, all'articolo 1, si afferma che:

*“La Regione riconosce, promuove, valorizza e sostiene la Street art, quale forma espressiva in grado, per la forte **capacità comunicativa** e di **impatto sul territorio**, di contribuire a **rigenerare, riqualificare e valorizzare**, in chiave culturale e sociale, i luoghi e i beni delle città, con particolare riferimento ad aree da recuperare nonché periferiche o extra-urbane”.*

L'iniziativa concede contributi pubblici per rivitalizzare specifici luoghi, ed esprime una volontà di inclusività sociale, in quanto vuole *“creare un rapporto costruttivo tra cittadini, in particolare giovani, e istituzioni pubbliche”* (art. 1, comma 3).

In particolare, nel bando dell'anno 2022, si legge che le operazioni possono essere di diverse tipologie, come murales, mosaici o installazioni, e possono essere uniche o plurime, benché appartenenti a un unico progetto artistico. I temi non devono avere carattere commerciale e pubblicitario, ma devono essere ispirati a:

- identità del luogo prescelto;
- integrazione e rispetto delle differenze;
- ambiente, natura, sostenibilità;
- patrimonio storico e artistico¹¹³.

Nel bando, al fine di incentivare il territorio e l'aggregazione sociale, si specifica che i lavori realizzati dovrebbero essere conservati, resi accessibili e fruibili per almeno due anni dall'inaugurazione¹¹⁴.

Oltre a garantire un contributo monetario a opere che si distinguono per valenza artistica e sociale, la legge è interessante anche da un punto di vista definitorio, perché l'articolo 2 cerca di delineare cosa l'ente pubblico - in questo caso la Regione - intende per street art, attraverso l'individuazione di confini - seppur modulabili - di queste pratiche artistiche:

¹¹² Disposizioni per la valorizzazione, promozione e diffusione della street art, l. 22/2020 (BUR n. 155 del 29/12/2020) <https://www.consiglio.regione.lazio.it/consiglio-regionale/?vw=leggiregionalidettaglio&id=9407&sv=vigente> consultato il 23 maggio 2022.

¹¹³ Bando “Lazio Street Art” edizione 2022, url https://lazioeuropa.it/bandi/lazio_street_art_edizione_2022-851/ (lazioeuropa.it) consultato il 23 maggio 2022

¹¹⁴ Si cerca in questo modo di dare un'estensione temporale di conservazione di opere d'arte di strada, che, di norma, non avrebbero una durata specifica.

*Ai sensi e per gli effetti della presente legge, si definiscono interventi di Street art le opere artistiche di arte pubblica **realizzate, con qualunque tecnica e con carattere di unicità**, su beni e spazi **autorizzati**, di proprietà pubblica o privata, ricadenti nei contesti urbani o extra urbani. Resta fermo il rispetto delle disposizioni di cui al decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42 (Codice dei beni culturali e del paesaggio, ai sensi dell'articolo 10 della legge 6 luglio 2002, n. 137) e successive modifiche, ove gli interventi riguardino beni culturali e paesaggistici.*

Da un punto di vista procedurale, i comuni redigono annualmente un elenco di spazi disponibili per la realizzazione di opere d'arte di strada dove è concessa la libera espressione artistica, che poi viene pubblicato sul portale regionale.

Inoltre, la Regione si occupa di promuovere le opere, anche a fini turistici, mediante una piattaforma online e i canali digitali di comunicazione. Viene, inoltre, istituito il premio "Lazio Street Art" per assegnare il titolo di miglior progetto realizzato.

I contributi erogati ammontano a 500.000 euro per gli anni 2021 e 2022, divisi in autorizzazioni di spesa riguardanti la realizzazione delle opere, la loro promozione e diffusione attraverso le nuove tecnologie. La legge abroga i commi 66, 67 e 68 dell'articolo 7 della legge regionale 27 dicembre 2019, n. 28 (legge di stabilità), che concedevano contributi per favorire la fruizione collettiva degli spazi urbani attraverso la Street art¹¹⁵.

3.3.2 Regione Puglia

Con la legge regionale 7 luglio 2020, n. 23, il Consiglio Regionale pugliese ha approvato le "Disposizioni per la valorizzazione, promozione e diffusione della Street Art"¹¹⁶. La Regione assegna contributi a enti pubblici per la realizzazione di opere di arte urbana, a condizione: che siano espressione di percorsi partecipativi; che assicurino qualità sociale e artistica della proposta e del messaggio veicolato; che siano longeve dal punto di vista della conservazione, al fine di rendere fruibili spazi urbani marginali.

¹¹⁵ Commi 66, 67 e 68 dell'art. 7 della l. 27 dicembre 2019, n. 28 (legge di stabilità)
<https://www.consiglio.regione.lazio.it/consiglio-regionale/?vw=leggieregionalidettaglio&id=9379&sv=vigente#art7> consultato il 23 maggio 2022.

¹¹⁶ Legge Regionale n. 23 del 7 luglio 2020, pubblicata sul Bollettino Ufficiale della Regione Puglia - n. 99 suppl. del 9-7-2020 url
http://old.regione.puglia.it/documents/10192/53002550/LR_23_2020.pdf/f9abbf4c-bf5e-44ad-bd4c-40573292a283;jsessionid=8BBEF474446138E15025C79EE2AA0E0B consultato il 18 giugno 2022

Viene, inoltre, assegnato un premio annuale alla migliore di Street Art realizzata nella Regione e avviato un lavoro di ricognizione e catalogazione dell'arte di strada, al fine di diffonderne la conoscenza sui portali web della regione e il loro inserimento nella Carta dei Beni Culturali pugliesi¹¹⁷.

3.3.3 Regione Abruzzo

La Regione Abruzzo, con la legge regionale 15 marzo 2021, n. 4, attua disposizioni in materia di valorizzazione, promozione e diffusione della Street Art¹¹⁸. Il testo di legge risulta pressoché simile a quello della Regione Lazio e della Regione Puglia.

Per promuovere la street art e il suo potenziale comunicativo e aggregativo, la Regione Abruzzo concede annualmente, attraverso specifici avvisi a partire dall'anno 2022, contributi per realizzare, valorizzare e diffondere le opere.

Il bando vuole valorizzare piccoli e grandi comuni della regione attraverso opere di arte contemporanea che attraggono turisti e generano decoro urbano: l'obiettivo è quello di provocare nuovi flussi negli innumerevoli piccoli borghi della regione, ma anche rivalutare le periferie urbane. La Regione intende, inoltre, promuovere l'immagine dell'Abruzzo in Italia e all'estero, attraverso la pubblicazione di cataloghi che raccolgano le varie opere realizzate nel territorio.

¹¹⁷ Articolo 3, comma 1, lettera j), della legge regionale 25 giugno 2013, n. 17 (Disposizioni in materia di beni culturali).

¹¹⁸ Pubblicata sul B.U.R. Abruzzo n. 52 del 17/03/2021 url <http://www.consiglio.regione.abruzzo.it/sites/default/files/avvisi/197146/verb-04403-completo.pdf> consultato il 23 maggio 2022

CAPITOLO IV

Il caso molisano di Civitacampomarano (CB)

Risulta utile, ai fini di questo studio, analizzare in modo approfondito un esempio concreto di valorizzazione, rigenerazione e riqualificazione di un piccolo comune delle aree interne. Per questo motivo, si rivela emblematico il caso di Civitacampomarano, in provincia di Campobasso, nella Regione Molise.

Per comprendere le dinamiche, i risultati e le possibilità future di tale intervento, appare necessaria un'iniziale analisi del contesto economico e sociale della Regione e del paese, passando successivamente a esaminare il festival di Street Art e il suo sviluppo.

4.1 La Regione Molise

Il Molise è una regione collocata al centro-sud, bagnata dal Mar Adriatico, confinante con Abruzzo, Lazio, Campania e Puglia. Il territorio, nonostante sia di soli 4460 km quadrati, è contraddistinto da una ricca varietà di paesaggi, che rendono la regione una delle più incontaminate e naturali d'Italia: si passa da zone pianeggianti e ambienti tipicamente marittimi della costa, a altitudini fino a 2000 m s.l.m. nella zona interna dell'Appennino.



Fig. 4.1 Caratteristiche fisiche della Regione, Fonte: Enciclopedia Treccani

(<https://www.treccani.it/enciclopedia/molise/>)

La Regione nacque con la legge costituzionale n. 3 del 1963, grazie alla modifica dell'art. 131 della Costituzione¹¹⁹, che originariamente prevedeva l'esistenza di "Abruzzi e Molise". Successivamente, nel 1970, avvenne la separazione tra le due province: Campobasso (il capoluogo) e Isernia.

La storia di questo territorio è, tuttavia, ben più antica. I primi insediamenti sono databili al Paleolitico, come testimoniano i resti dell'*Homo Aeserniensis*¹²⁰. Lo sviluppo maggiore si ha in intorno al I millennio a.C., poiché proprio in questa area si insediarono i Sanniti, popolo italico conosciuto per le sue doti bellicose, al punto che Roma dovette affrontare ben tre guerre per sconfiggerli e conquistare il vasto territorio dell'Italia centrale che essi controllavano. Le principali testimonianze di questo popolo si possono trovare a Pietrabbondante e a Sepino¹²¹, dove sono presenti suggestivi siti archeologici. Dopo il dominio romano, il territorio fu interessato da una forte presenza longobarda, soprattutto grazie all'abbazia di San Vincenzo al Volturno, che divenne un decisivo centro monastico. Il territorio passerà poi per diverse dominanze: Normanni, Angioini, Aragonesi e Borboni.

La regione ha una storia densa di avvenimenti, una vocazione all'agricoltura e alla pastorizia e una biodiversità estremamente sviluppata. Questo la rende ricca di potenzialità, che però sono state nel tempo trascurate e abbandonate. Soprattutto a partire dal secondo dopoguerra, l'emigrazione è stata massiccia, in particolare verso il Nord Italia, il Lazio e le nazioni oltreoceano (in particolare, il Canada, gli Stati Uniti e l'Argentina).

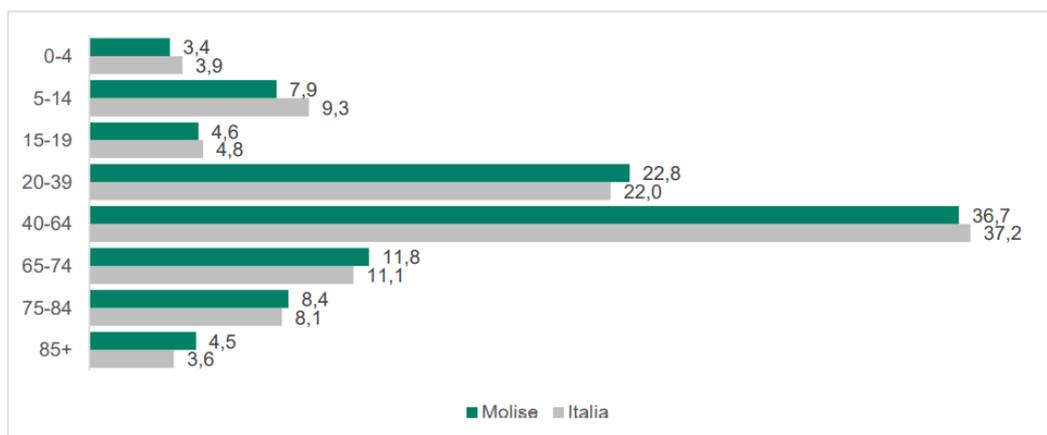
¹¹⁹ Costituzione, Articolo 131: Sono costituite le seguenti Regioni: Piemonte; Valle d'Aosta Lombardia; Trentino-Alto Adige; Veneto; Friuli-Venezia Giulia; Liguria; Emilia-Romagna; Toscana; Umbria; Marche; Lazio; Abruzzi; Molise; Campania; Puglia; Basilicata; Calabria; Sicilia; Sardegna.

¹²⁰ *Il più antico resto umano d'Italia rinvenuto nel sito paleolitico di La Pineta di Isernia grazie agli scavi condotti da Unife e dalla Soprintendenza per i Beni Archeologici del Molise*, 2014, url <https://web.archive.org/web/20170312021057/http://www.unife.it/news/2014/luglio/il-piu-antico-resto-umano-d2019italia-rinvenuto-nel-sito-paleolitico-di-la-pineta-di-isernia-grazie-agli-scavi-condotti-da-unife-e-dalla-soprintendenza-per-i-beni-archeologici-del-molise>, consultato il 27 maggio 2022.

¹²¹ Dal 2021 il Parco Archeologico di Sepino è divenuto Museo autonomo, aumentando il potenziale connesso al sito per la valorizzazione dell'area.

4.1.1 Lo scenario socio-economico regionale

Dai dati ISTAT (2019) emerge come il Molise sia la penultima regione italiana per numero di abitanti, infatti registra 305.617¹²² persone residenti (solo lo 0,5 per cento del totale della popolazione residente in Italia). Inoltre, l'invecchiamento della popolazione è marcato rispetto alla media nazionale, vedendo una concentrazione elevata nella fascia 65-74 (l'Italia ha una percentuale di 11,1, mentre il Molise 11,8), mentre il 12,9% della popolazione molisana ha dai 75 anni in su¹²³.



Fonte: Istat, Rilevazione sulla popolazione residente comunale per sesso, anno di nascita e stato civile
(a) Dati provvisori

Fig. 4.2 Popolazione residente per classi di età (1° gennaio 2019), confronto tra Molise e Italia, in percentuale.

Altri indicatori da tenere in considerazione sono, indubbiamente, il fatto che in Molise il *digital divide* sia particolarmente sentito, in quanto l'utilizzo di internet è inferiore al resto d'Italia: le famiglie che non hanno accesso a una connessione da casa e non utilizzano la rete sono il 31,0%, a fronte di un 23,9% nazionale, e la motivazione principale è "Nessuno sa usare Internet in casa"¹²⁴.

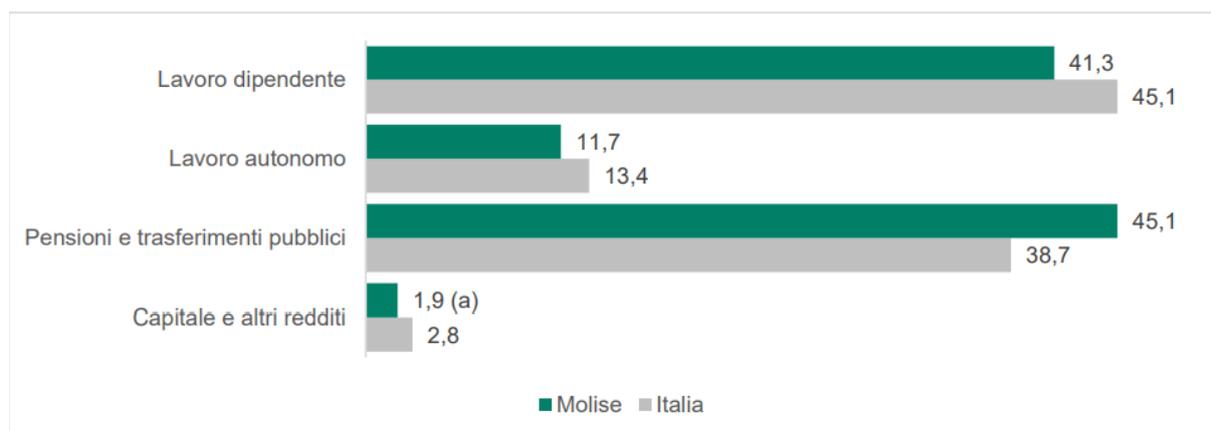
Dal punto di vista economico, bisogna considerare le condizioni delle famiglie: gli indicatori di povertà familiare in Molise sono maggiori rispetto a quelli italiani. Il 17,5% delle famiglie ha una condizione di povertà, rispetto all'11,8% italiano. Difatti, nella

¹²² Secondo le stime dell'ISTAT per il 2022, la popolazione sarebbe diminuita ulteriormente, arrivando a circa 290.000 abitanti. Fonte: Bilancio demografico anno 2022 (dati provvisori), su demo.istat.it consultato il 26 maggio 2022.

¹²³ ISTAT, Dati statistici per il territorio, Regione Molise, dati del 1° gennaio 2019, https://www.istat.it/it/files//2020/05/14_Molise_Scheda-DEF.pdf consultato il 24 maggio 2022

¹²⁴ Fonte: Istat 2019, Indagine multiscopo sulle famiglie "Aspetti della vita quotidiana", https://www.istat.it/it/files//2020/05/14_Molise_Scheda-DEF.pdf consultato il 26 maggio 2022

regione sia il lavoro dipendente che quello autonomo hanno una portata minore rispetto all'intero Paese, mentre è maggiore il numero di persone che percepiscono pensioni e trasferimenti pubblici ¹²⁵.



Fonte: Istat, Indagine sul reddito e condizioni di vita

(a) Dato statisticamente non significativo, ricostruito come differenza tra 100 e le altre fonti principali di reddito.

Fig. 4.3 Fonte: ISTAT, indagine sul reddito e condizioni di vita in Molise e Italia, anno 2017 composizione percentuale

Questo scenario mostra come la Regione abbia delle debolezze strutturali evidenti, che si associano a pochi servizi alla persona, un sistema pubblico sanitario locale scarso, linee ferroviarie poco sviluppate, strade in dissesto e un territorio che è soggetto a terremoti e frane.

Tali condizioni hanno portato a uno spopolamento consistente, soprattutto dei piccoli comuni sotto i 5.000 abitanti, che hanno visto un abbandono crescente soprattutto a causa della mancanza di lavoro.

Nell'area più interna del Molise, questo processo di spopolamento è, accompagnato da una diminuzione della quantità e qualità dei servizi erogati al cittadino (servizi scolastici e di trasporto, sistema sanitario depotenziato) sia per mancanza di abitanti, sia per la razionalizzazione delle risorse economiche ha investito tutto il paese¹²⁶.

¹²⁵ Fonte Istat 2017

¹²⁶ Agenzia per la Coesione, Strategie per la coesione dell'Area del Medio-Alto Sannio, approvata dalla conferenza degli amministratori il 2 luglio 2020 <https://www.agenziacoesione.gov.it/wp-content/uploads/2020/11/Molise-Alto-Medio-Sannio-strategia.pdf>

Come si legge dall'Atlante dei Piccoli Comuni elaborato dall'A.N.C.I., i paesi con meno di 5.000 abitanti in Molise sono 125 (su 136 totali), l'84% di essi vive una tendenza all'esodo, il 12,8% ha una popolazione stazionaria, mentre solo il 3,2% è interessato da un controesodo¹²⁷.

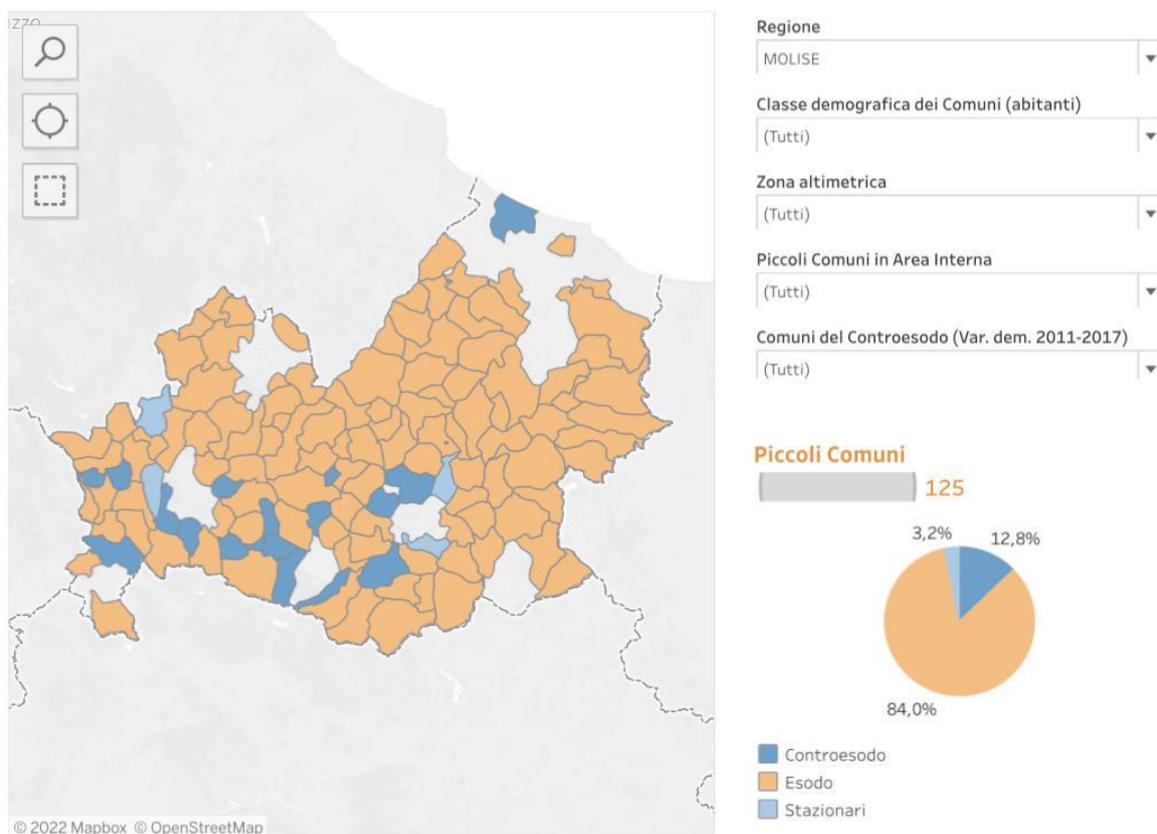


Fig. 4.4 Fonte: ANCI, Atlante Piccoli comuni, Regione Molise¹²⁸

¹²⁷ ANCI, Atlante dei Piccoli Comuni, 2019, url <https://www.anci.it/atlante-dei-piccoli-comuni/> consultato il 27 maggio 2022

¹²⁸ Fonte: ANCI, Atlante Piccoli Comuni, 2019 url <https://www.anci.it/atlante-dei-piccoli-comuni/> consultato il 27 maggio 2022.

4.2 Il Comune di Civitacampomarano

Civitacampomarano è un comune della provincia di Campobasso, noto per aver dato i natali al celebre letterato Vincenzo Cuoco¹²⁹ e all'intellettuale Gabriele Pepe.

Il paese conta 305 abitanti¹³⁰ e si trova a un'altitudine di 520 m s.l.m. Esso spicca tra i calanchi¹³¹ e le gole che caratterizzano quest'area, suggestiva ma allo stesso tempo fragile: nel 2017 una grossa frana ha minacciato un'intera zona del paese, che è diventata inagibile e pericolante.

Il borgo, però, *resiste* e lo fa attraverso la creatività contemporanea.

Se da una parte i dati sull'andamento demografico (fig. 4.5) sono chiari e ben poco confortanti, dall'altra Civitacampomarano ha assunto il titolo di "*Borgo che non vuole morire*". Aderisce, infatti, ai Borghi Autentici d'Italia, Borghi della lettura, della Rete Italiana Cultura Popolare ed è un Comune Amico del Turismo Itinerante.

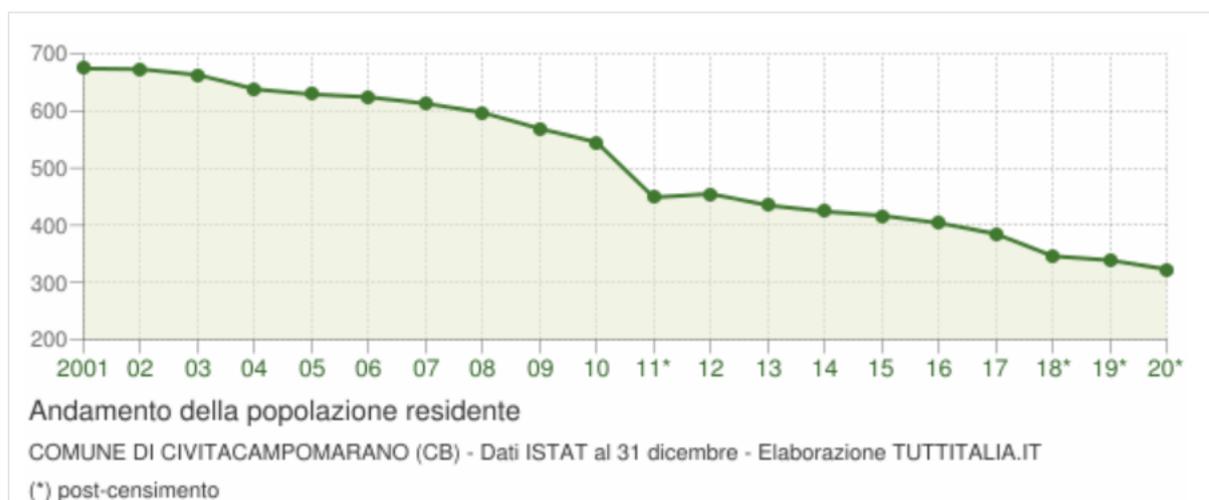


Fig. 4.5 Andamento della popolazione residente di Civitacampomarano, dati ISTAT fino a 2020¹³²

¹²⁹ Vincenzo Cuoco nacque a Civitacampomarano il 1^o ottobre 1770 ed è stato un politico e uno studioso di letteratura, economia, giurisprudenza e filosofia. Particolarmente noto per i suoi saggi storico-politici sulla rivoluzione napoletana del 1799, scrisse anche il romanzo utopistico "*il Platone in Italia*". Lavorò a molti altri saggi, sfortunatamente senza portarli a termine (tranne *Il Viaggio nel Molise* pubblicato nel 1812) a causa di crisi nervose causate dalla malattia che lo affliggeva.

¹³⁰ Previsioni ISTAT 2021 <https://demo.istat.it/>

¹³¹ I calanchi sono un fenomeno geomorfologico di erosione del terreno che avviene sulle rocce argillose che hanno scarsa copertura vegetale, a causa del dilavamento dell'acqua piovana, producendo profondi solchi nel terreno lungo il fianco di un monte o di una collina.

¹³² Popolazione Civitacampomarano (2001-2020) Grafici su dati ISTAT url <https://www.tuttitalia.it/molise/31-civitacampomarano/statistiche/popolazione-andamento-demografico/> consultato il 27 maggio 2022

Inoltre, questo è uno dei casi in cui la Street Art sta dando speranza di un futuro possibile a un piccolo borgo che sembrava destinato a scomparire.



Fig. 4.6 Calanchi a Civitacampomariano



Fig. 4.7 Vista di Civitacampomariano dalla strada provinciale 163

La bellezza e l'arte in questo paese sono state storicamente dei punti di forza: a dominare sulle abitazioni è, infatti, l'imponente Castello Angioino risalente al XV secolo¹³³ (anche se l'origine dell'insediamento si può far risalire all'epoca sannitica e la pianta della fortezza

¹³³ Il castello Angioino è stato dichiarato Monumento Nazionale nel 1979 dal Ministero dei Beni Culturali e Ambientali, lo Stato l'ha acquistato nel 1988 e ha subito lunghi lavori di restauro tra la fine degli anni '90 e l'inizio del 2000.

è, probabilmente, normanna¹³⁴). Di pianta quadrangolare, circondato da torri e un fossato, fu donato al capitano di ventura Paolo di Sangro dal Re aragonese Alfonso I di Napoli nel 1443¹³⁵. La roccaforte di Civitacampomariano si presenta come una sorta di “campionario” molto raro dell’architettura di Francesco di Giorgio Martini, il grande architetto senese, che è intervenuto in un adeguamento difensivo¹³⁶.

4.3 Cvtà Street Fest

Nello scenario socio-economico prospettato, sembra arduo individuare punti forti tali da frenare il declino definitivo di un territorio così fragile.

Eppure, un progetto di riqualificazione urbana attraverso l’arte di strada sta generando l’attivazione del capitale culturale di quest’area ricolorando i muri del paese¹³⁷.

Nel 2014, una email viene inviata dalla Pro Loco del borgo all’artista Alice Pasquini, conosciuta a livello internazionale nel mondo della Street Art. Nata a Roma nel 1980 e nota con il nome AliCè, espone le sue opere nelle strade, nelle gallerie e nei musei già dal 2010¹³⁸. Definita sull’Enciclopedia Treccani come artista poliedrica¹³⁹, ha sperimentato diversi generi e tecniche (dagli stencils di piccole dimensioni ai grandi murali) ed è considerata come una delle artiste donna più affermate nel panorama mondiale. È nota

¹³⁴ La Cronaca Cassinese dell’anno 993 richiama una donazione di una terra alla chiesa (S. Maria intus Civitam betere Campo Maurani), facendo, dunque pensare che ci fosse una struttura fortificata già in epoca tardo longobarda.

Fonte: <https://www.francovalente.it/2014/04/29/non-si-puo-vedere-ma-esiste-il-castello-di-civitacampomariano/> consultato il 30 maggio 2022.

¹³⁵ Il blasone collocato sul portale contiene un grifone (simbolo degli aragonesi) che stringe tra gli artigli due gigli capovolti (simbolo dei francesi angioini). Fonte:

<http://www.molise.beniculturali.it/index.php/luoghi-della-cultura-modulo/31-castelli/58-castello-di-civitacampomariano-cb>

¹³⁶ PALMA, G. La Roccaforte di Civitacampomariano nel Molise e gli interventi di concezione martiniana, Bollettino d’arte, ISSN 0391-9854, Vol. 96, N° 9, 2011, pagg. 17-38 su url <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4839423> consultato il 7 giugno 2022.

¹³⁷ *Civitacampomariano, Territori in movimento* su Piccoli Borghi Italiani, url <https://ipiccoliborghi.it/storie/civitacampomariano/> consultato il 28 maggio 2022

¹³⁸ I suoi lavori sono visibili in varie città dove è stata chiamata a realizzare opere pubbliche. Ha collaborato con i Musei Capitolini, l’Ambasciata Americana a Roma, il Museo Italiano a Melbourne e l’IIC di Singapore e Montevideo. Altre sue opere si trovano a Sydney, Mosca, Singapore, Amsterdam, Londra, Berlino, Oslo, New York, Buenos Aires, Yogyakarta, Barcellona, Copenhagen, Marrakech, Saigon, Roma e Napoli.

Url <https://www.alicepasquini.com/it/bio> consultato 30 maggio 2022

¹³⁹ Enciclopedia Treccani online, Alice Pasquini, url <https://www.treccani.it/enciclopedia/alice-pasquini/>

per la sua ricerca su soggetti femminili che vivono in atmosfere quotidiane, emozionali e delicate.

Durante un Ted Talk¹⁴⁰, AliCè esprime un concetto particolarmente rilevante nell'ambito di questa tesi: «*Dipingere su un muro è molto diverso dal dipingere nel chiuso del proprio studio su una tela. Significa che l'artista deve **pensare alle persone** che davanti o dietro a quel muro ci abitano e ci rimarranno anche quando l'artista se ne sarà andato*¹⁴¹».

Nel caso di Civitacampomariano, sono proprio le persone - artisti e abitanti - ad aver generato insieme un caso virtuoso.

AliCè, infatti, dopo l'invito ricevuto dalla presidente della Pro Loco¹⁴², arriva nel borgo e inizia a dipingere nel paese che, per un caso fortuito e inaspettato, era il luogo natale di suo nonno, il quale come tanti altri abitanti era emigrato da Civitacampomariano.

Le prime opere che realizza sono ispirate a fotografie d'epoca che ritraggono scene di vita quotidiana e che permettono di fare un tuffo nella memoria storica e familiare degli abitanti del paese.

Tornata nel piccolo borgo dove anche lei da bambina aveva trascorso molte estati, Alice Pasquini invita street artist internazionali e con loro trasforma il centro storico in un'opera d'arte, nel tentativo di contrastare lo spopolamento con il Cvtà Street Fest¹⁴³.

Seppur piccola, l'intera comunità di Civitacampomariano mette a disposizione i muri delle proprie case e gli angoli più suggestivi del paese. Si sviluppa, dunque, un evento estremamente **collettivo e relazionale**, che attira l'attenzione di stampa, visitatori e artisti da ogni parte del mondo.

¹⁴⁰ TED è una serie di conferenze, chiamate anche TED talks, gestite dall'organizzazione privata non-profit statunitense Sapling Foundation.

¹⁴¹ Alice Pasquini in TEDx Tiburtino, 20 marzo 2017, url <https://www.youtube.com/watch?v=MK32duM8I8U> visitato il 30 maggio 2022.

¹⁴² Ylenia Carelli, Presidente della Pro Loco "Vincenzo Cuoco" di Civitacampomariano, invita l'artista a fare tappa nel borgo molisano per dipingere i muri del centro storico ormai quasi completamente disabitato nel 2014.

¹⁴³ "Cvtà" è il termine dialettale usato per indicare il nome del paese e viene scelto per marcare il legame tra passato e futuro, tra origini e nuova vita, valorizzando in questo modo anche il patrimonio immateriale contenuto nel dialetto. L'auspicio del festival è di rendere l'arte viva e colorare con essa i muri e gli spazi condivisi. L'obiettivo di questa strategia è vincere l'abbandono e il degrado di un'Italia troppo spesso dimenticata e svilita (da url <https://www.cvtastreetfest.it/about-us/> consultato il 31 maggio 2022).

Nel 2016, la prima edizione si svolge in quattro giornate con la collaborazione dell'intera cittadinanza attraverso la realizzazione di eventi collaterali, come workshop, visite guidate, attività per i bambini, gastronomia e musica.

Il festival viene realizzato con il patrocinio del Comune e della Regione, curato dalla Pro Loco "Vincenzo Cuoco", con direttrice artistica Alice Pasquini e coordinamento di Jessica Stewart, sponsorizzato dal pastificio campobassano "La Molisana".

Tra gli artisti che si esibiscono, il milanese Biancoshock è noto per le sue opere effimere che si legano profondamente al mondo dei media, della fotografia e di internet e realizza in questa edizione il progetto *Web 0.0*.

In questo paesino ricco di tradizioni popolari, le connessioni che si stabiliscono non sono quelle della rete internet - che stenta ad arrivare - ma quelle umane tra le persone (principalmente anziane). L'artista gioca, provocatoriamente, con i loghi delle principali piattaforme mediali (come Twitter, Facebook, EBay, Wikipedia), associandoli a tradizioni e abitudini da sempre esistite nella vita "offline".



Fig. 4.8 e 4.9 Credits delle foto: Biancoshock <http://www.biancoshock.com/web-00.html>

Nel 2016 gli altri interventi artistici sono di David De La Mano (Uruguay), Pablo Herrero (Spagna), Hitnes (Italia), Icks (unico molisano) e Uno (Italia).

Nello stesso anno, diventa iconica la scritta sul muro "Il Molise ~~non esiste~~ - resiste".

Sempre l'artista Biancoshock pubblica sul suo blog la foto dell'opera, aggiungendo la descrizione:

"Lo stucchevole e scontato "Il Molise non esiste" viene cancellato da Giuseppe, 7 anni, molisano, simbolo di un futuro che non accetta più i luoghi comuni, ma cerca di

trasformare le difficoltà in qualità: il Molise esiste e resiste, preservando le proprie tradizioni popolari, i propri valori e le proprie culture.¹⁴⁴” (Biancoshock, 2016)

Nasce, attraverso l'arte, una riflessione importante. Non è l'aspetto ontologico della Regione che va messo in discussione, poiché la sua *esistenza* è ben marcata nelle sue bellezze naturali e artistiche, nelle sue tradizioni popolari o culinarie, nei suoi valori, nella sua storia e nelle persone - giovani e anziani - che la abitano.

Risulta, tuttavia, necessario ripensare la gestione delle risorse e implementare la quantità e qualità dei servizi per il cittadino. Il Cvtà Street Fest offre uno spunto importante, da cui partire per una rinascita strategica che sia da esempio per i borghi in area interna che, come Civitacampomarano, soffrono di spopolamento e abbandono.



Fig. 4.10 Biancoshock, *Il Molise*, 2016 (2x 1,20 mt - spray, hope) <http://www.biancoshock.com/il-molise-resiste.html>

La seconda edizione, nel 2017, è stata messa alla prova da un grave dissesto idrogeologico che ha coinvolto una gran parte del paese e ha messo in pericolo non solo la realizzazione del festival, ma anche la stabilità degli edifici. In questo caso, gli abitanti e gli organizzatori hanno deciso di estendere il festival a una durata di tre mesi, affinché il paese potesse

¹⁴⁴ BIANCOSHOCK, *Il Molise*, 2016, url <http://www.biancoshock.com/il-molise-resiste.html>

continuare a resistere attraverso l'arte e gli artisti. L'edizione è stata arricchita dallo Street Food, con ospite uno chef di fama nazionale¹⁴⁵ ed è stata sponsorizzata dalla Birra Peroni. Gli artisti coinvolti sono stati, oltre ad Alice Pasquini, Bosoletti (dall'Argentina), Gola Hundun (Italia), Alex Senna (Brasile), Nespoon (Polonia), UNO (Italia) e Maria Picozza (Italia).

L'edizione del 2018 ha coinvolto ben 15 artisti e musicisti da due diversi continenti, 100 volontari che hanno lavorato durante il festival, circa 10.400 visitatori stimati e 2 attività commerciali aperte e un'immobile ristrutturato. Il paese, infatti, è stato selezionato dalla piattaforma di prenotazione alloggi Airbnb per il progetto "Borghi Italiani", promosso con il Ministero della Cultura (ex MIBACT) e l'ANCI - Associazione Nazionale Comuni Italiani, che mira alla valorizzazione dei contesti rurali attraverso la ristrutturazione di case e la creazione di opere site-specific.

L'edificio prescelto è la casa dell'illuminista Vincenzo Cuoco, nativo di Civitacampomariano. All'interno è stata realizzata un'opera dall'artista veneziano Lorenzo Vitturi, che si è ispirato a elementi architettonici locali per creare lo stile artistico.

La quarta edizione del 2019, ha coinvolto in modo più marcato l'aspetto performativo, attraverso percorsi sonori, tour dei muri e la ristrutturazione di opere realizzate nelle edizioni precedenti. Sono, inoltre, state realizzate nuove opere dagli artisti internazionali: l'argentina Milu Correch, il norvegese Martin Whatson, il portoghese Add Fuel, il tedesco Jan Vormann e gli artisti italiani dello Studio Aira, che hanno creato un percorso sensoriale tra luci e suoni nel Castello Angioino).

Alice Pasquini stessa, in un'intervista per Artribune¹⁴⁶, afferma come il festival voglia valorizzare le radici culturali del luogo attraverso uno sguardo contemporaneo, che si sostanzia in performance artistiche ma anche workshop di artigianato, cucina e ricamo, al

¹⁴⁵ Chef Rubio, cuoco di Frascati, famoso in tutta Italia per i suoi programmi in televisione e il suo impegno sociale. La sua partecipazione al festival non ha riguardato solo l'aspetto culinario, ma anche quello di documentazione. Ha, infatti, creato un reportage di foto e video arricchendo di creatività artistica la produzione del festival.

¹⁴⁶ TOMMASINI, A. La Street Art, il Molise e essere donna. Intervista ad Alice Pasquini, su Artribune.com, pubblicato il 14 agosto 2018, url <https://www.artribune.com/arti-visive/street-urban-art/2018/08/street-art-alice-pasquini-intervista/> consultato l'1 giugno 2022.

fine di trasmettere quelle conoscenze e quel patrimonio culturale immateriale che vive tra le persone di Civitacampomariano.



Fig. 4.11 Martin Whatson, 2019 - Credits fotografici Ian Cox. L'opera è un autoritratto dell'artista che si rappresenta mentre apre un'immaginaria crepa da cui strabordano mille colori e immagini della street art, che salvano il paese dall'abbandono.

Il 2020, l'anno della pandemia, seppure sia stato contrassegnato da enormi difficoltà, ha dato la possibilità agli abitanti di mettersi realmente in gioco e liberare la loro creatività. L'edizione è stata speciale ed è stata prevalentemente performativa ed effimera, poiché i civitani hanno realizzato personalmente le opere, progettate insieme ad alcuni artisti delle edizioni precedenti.

L'esperimento, dettato dalle contingenze eccezionali date dal Covid-19, ha permesso al paese di attivarsi concretamente, rinsaldando i legami già forti che erano stati stabiliti negli anni passati e consolidando il senso di comunità.

Gli artisti Uno, Biancoshock, Nespoon, Alberonero e Jan Vormann (con la supervisione in loco di Alice Pasquini) hanno commissionato da remoto le opere agli abitanti, ispirandosi all'idea del 1981 dell'artista Maria Lai, che coinvolse un intero paese della Sardegna

(Ulassai) per realizzare l'opera "Legarsi alla Montagna", la prima vera espressione di arte relazionale.

Non con i nastri di Maria Lai, ma con i merletti tipici realizzati dalle signore del paese, l'artista polacca Nespoon ha realizzato un'opera collettiva abbracciando gli angoli del paese e celebrando una donna civitese conosciuta nel 2018 - ma venuta a mancare nel 2020 - che le aveva donato un suo prezioso lavoro all'uncinetto. L'artista ha dato indicazioni alle donne del paese per legare tra loro i merletti e creare una sorta di ragnatela ricamata che celebrasse le abilità artigianali del luogo.



Fig. 4.11 Nespoon e Civitese, 2020

Sempre utilizzando tessuti, ma lenzuola appartenenti ad antichi corredi, l'artista Alberonero ha deciso di stendere per le strade strade teli di diverse colorazioni a testimonianza della presenza vibrante e resiliente degli abitanti del paese.



Fig. 4.12 Alberonero, 2020. Crediti fotografici: Giorgio Coen Cagli.

Una delle opere di arte pubblica e relazionale meglio riuscita è stata quella dall'artista milanese Biancoshock, rappresentativa dei messaggi che l'intero festival vuole trasmettere.

L'artista, riflettendo sulla mancanza della fermata del trasporto pubblico nel paese, ormai soppressa da tempo, ha deciso di realizzare - cioè, di far realizzare ai cittadini, che hanno scelto forma, colore e materiali - una pensilina che rappresentasse *una fermata per ripartire*. Il luogo è estremamente simbolico, poiché utilizzato tradizionalmente come punto di raccolta dove prendere gli autobus, senza che istituzionalmente esistesse realmente una fermata, ma solo un'abitudine consolidata.

Il pannello informativo della "A Via Nov" (*Strada Nuova*) indica le fermate ideali di tre linee generazionali (giovani, adulti e anziani) che si incrociano e incontrano su punti specifici. Le tre generazioni, insieme, formano la parola CVTA e, allo stesso tempo, creano fisicamente un nuovo luogo (non ufficiale ma collettivamente riconosciuto).



Fig. 4.13 e 4.14 Biancoshock, *A Via Nov*, 2020. Crediti fotografici Biancoshock <http://www.biancoshock.com/a-via-nov.html>

Infine, l'edizione del 2021 ha riportato nel paese tre artisti internazionali Cristian Blanxer, Victor Garcia Repo e Thiago Mazza in due sessioni differenti, che hanno creato opere site-specific ispirate al territorio e al borgo.

Con l'avanzare delle edizioni, il festival è riuscito ad attrarre sempre più sponsor ed è stata costituita anche l'associazione CivitArt, che è diventata promotrice e organizzatrice della manifestazione.

4.4 I risultati del Cvtà Street Fest: una sinergia vincente

Volendo approfondire l'impatto positivo della street art sul borgo, ma non avendo molti dati disponibili cui attingere, è risultato utile, ai fini della ricerca, un colloquio con Paolo Manuele, sindaco di Civitacampomarano dal 2011.

Utilizzando il metodo dell'intervista semi-strutturata, l'obiettivo era quello di ottenere informazioni sui risultati raggiunti, il *sentiment* degli abitanti e le aspirazioni del festival.

Il Sindaco, ormai al terzo mandato, ha visto nascere il Festival e ha collaborato attivamente, insieme all'artista e direttrice artistica Alice Pasquini e all'associazione CivitArt, alle varie edizioni che si sono succedute durante gli anni.

Si raccolgono di seguito delle conclusioni emerse dal confronto con il Primo Cittadino, mentre si allega la trascrizione dell'intervista integrale nell'Appendice A.

4.4.1 Il Festival come *Capacitatore della Comunità Locale*

Il Festival incontra il favore del pubblico molisano, italiano e internazionale, grazie al richiamo offerto dagli artisti invitati da Alice Pasquini. Il Comune e l'Associazione CivitArt si adoperano per l'accoglienza e l'ospitalità degli street artist, arrivando anche a collaborare nella realizzazione delle opere. Durante le giornate della manifestazione, sono circa 150 le persone impegnate negli aspetti logistici e che lavorano collettivamente per la buona riuscita delle giornate (alcuni, ad esempio, si occupano del trasporto degli artisti o provvedono alla preparazione dei pasti).

Da una riflessione sulla partecipazione cittadina, si può notare come il Festival abbia rinsaldato il già forte legame di comunità presente nel paese. L'iniziativa è stata percepita in modo favorevole già dal principio, perché l'Amministrazione, prima dell'arrivo di Alice Pasquini, nel 2014 aveva commissionato la realizzazione di un murale sulle pareti di un edificio pubblico, facendo riprodurre da un artista locale una foto d'epoca che rappresentava una scena di vita contadina.

La popolazione ha accolto in maniera estremamente positiva questa iniziativa, poiché si è vista rappresentata in una sorta di monumento pubblico atipico, cosa che, secondo il Sindaco, ha creato poi l'opportunità di dare spazio alla creatività degli street artist. L'arrivo di Alice nel 2015 ha fatto sì che l'artista realizzasse alcune opere ispirate alle tradizioni del luogo (come i giochi tipici del passato), ma anche di esprimere il suo stile personale.

Negli anni successivi, con la nascita del Festival, l'Amministrazione ha emesso una manifestazione di interesse per chi volesse mettere a disposizione le pareti private delle proprie case per la realizzazione delle opere, riscontrando molte più adesioni dei lavori poi effettivamente realizzati.

Gli artisti, secondo la visione del Sindaco, hanno tratto beneficio da questa vicinanza e sinergia con la comunità. Diversamente da quanto accade nelle periferie di una grande città, in cui il senso di unione tra gli abitanti è differente, nel borgo molisano tutti gli abitanti hanno sviluppato un legame con gli street artist e con le opere, in un continuo scambio di idee. È avvenuta una vera e propria crescita della popolazione attraverso l'arte, ma anche una maturazione degli artisti, che si sono visti circondati dall'affetto e dal calore del paese. La

manifestazione, ormai consolidata, interessa una larga fascia generazionale, che trae beneficio da questo fermento culturale. I più giovani vedono il paese in una luce diversa, più viva e colorata, con una costante contaminazione di idee e menti. I più grandi, ritrovano una vitalità che non esisteva più tra le strade del borgo.

4.4.2 Il Festival attivatore di Capitale Economico

La comunità locale si è attivata non solo per la realizzazione delle giornate dal punto di vista logistico, ma il Festival ha anche contribuito e incentivato lo sviluppo imprenditoriale.

Le potenzialità economiche si associano a due principali leve: la prima è quella dell'afflusso di persone in concomitanza delle giornate della manifestazione; la seconda è il passaggio di persone durante diversi periodi dell'anno.

Nel primo caso, i turisti alimentano la domanda, cercando alloggio nei mesi estivi (e in particolare in occasione del Festival), che cerca di essere soddisfatta dall'offerta ricettiva. Si stanno, infatti, implementando i servizi turistici di base, con l'aumento dei posti letto in soluzioni principalmente di ospitalità rurale (agriturismi, B&B).

Nel secondo caso, i visitatori arrivano a Civitacampomariano secondo logiche diverse da quelle che caratterizzano tipicamente la Regione. Il Molise è, infatti, segnato da una concentrazione di flussi nel periodo estivo, in quanto le motivazioni principali di viaggio sono la balneazione, il ritorno a seconde case e/o visita ad amici e parenti, le escursioni nella natura. Il Festival ha destagionalizzato le visite a Civitacampomariano, che sono indubbiamente concentrate nel momento dell'evento in estate, ma che si estendono anche durante tutto l'anno. Grazie alla copertura mediatica che il Cvtà Street Fest ha ricevuto sulle testate e le televisioni internazionali, è stato in grado di attirare persone dal Nord Europa, che tipicamente hanno abitudini vacanziera diverse dagli italiani, soprattutto per quanto riguarda i periodi e le motivazioni di viaggio.

Questo ha prodotto nella comunità una spinta verso l'imprenditoria: sono state aperte tre attività (una macelleria, un biscottificio tipico e un bar) che non erano

presenti nel paese, proprio per soddisfare le esigenze di chi visita Civitacampomariano in periodi solitamente poco frequentati.

In questo campo, l'Amministrazione Comunale sta lavorando attraverso i fondi ottenuti dell'Agenzia di Sviluppo e Coesione territoriale per le aree svantaggiate. Il Sindaco ha, infatti, espresso la scelta di non destinare questo finanziamento per attirare residenti attraverso un piccolo contributo monetario¹⁴⁷, ma di investirlo per la realizzazione di un punto ristoro nel centro del paese. Come riporta il Primo Cittadino, l'offerta ristorativa durante la prima edizione del Festival non era stata in grado di soddisfare le esigenze di tutti i visitatori arrivati per visitare le opere¹⁴⁸.

Il Festival, inoltre, è stato in grado di attrarre sponsor nazionali, che si sono avvicinati alla manifestazione per le sue potenzialità in termini di immagine e comunicazione. La prima edizione era stata sostenuta principalmente attraverso l'autofinanziamento derivante dalla vendita di merchandising e altre entrate, oltre che il contributo del Comune, successivamente sono stati ottenuti anche i fondi regionali per la promozione culturale e turistica. Nelle ultime edizioni, diverse aziende e imprese private hanno sponsorizzato il festival, vedendo in esso un propulsore di benefici aziendali.

¹⁴⁷ Molti Comuni offrono 5.000 euro a chi si trasferisce nel paese, incentivo che, spesso, non produce una motivazione abbastanza valida per far trasferire una famiglia in un piccolo borgo, solitamente lontano e scollegato dai grandi centri.

¹⁴⁸ Le istanze esposte all'organizzazione erano state proprio relative alla mancanza di ristori, soprattutto al di fuori dell'evento. Sulla piattaforma di viaggi TripAdvisor, si può leggere come questa sia la causa di recensioni negative (limitate rispetto a quelle positive, che testimoniano invece l'entusiasmo e la soddisfazione dei visitatori).

4.4.3 Il Festival per la valorizzazione del patrimonio tangibile e intangibile

Il Cvtà Street Fest funge da attivatore di capitale culturale perché permette la realizzazione di nuove opere e di creatività contemporanea in un piccolo borgo storico.

Si inserisce, infatti, in un contesto locale ricco di patrimonio materiale appartenente a diverse epoche storiche. Il Castello Angioino, la Casa del Mercante¹⁴⁹, la casa natale di Vincenzo Cuoco, le chiese di San Giorgio Martire e Santa Maria delle Grazie sono siti che, grazie alla manifestazione, vengono visitati e apprezzati dal pubblico.

L'iniziativa permette poi di aumentare la visibilità della Regione a livello nazionale, attraverso l'esposizione mediatica, dando la possibilità alle altre destinazioni nel territorio di avere una crescita del numero di visitatori.

La valorizzazione delle opere del passato avviene attraverso l'arte contemporanea, in uno scambio perfetto e proficuo.

Gli artisti stessi, nella creazione delle opere, sono beneficiati dal contesto urbano antico, non solo per la sinergia che si stabilisce con la comunità, ma anche per la realizzazione tecnica delle opere che vengono inserite perfettamente nell'ambiente (come le opere di Jan Vormann, che ricostruisce il paese con i LEGO®, mattoncini colorati che riempiono le crepe causate dalla frana).

Le opere assumono una qualità contenutistica elevata, in quanto profondamente legate al luogo in cui vengono realizzate. Le opere riescono a produrre una soddisfazione elevata nel visitatore, che soddisfa il suo bisogno di ricerca di senso e contenuto attraverso l'alto valore concettuale contenuto in queste espressioni artistiche.

¹⁴⁹ L'ingresso della casa è caratterizzato da un arco a tutto sesto, dove per metà è presente un parapetto che veniva utilizzato come banco di vendita. Questa tipologia di architettura ha un'influenza veneziana, poiché si pensa il mercante avesse origini di Venezia. Altre influenze veneziane in Molise si trovano in modo marcato ad Agnone: si pensa che le contaminazioni siano dovute a maestranze veneziane che si erano trasferite nel paese intorno all'anno 1000, a seguito di Landolfo Borrello, conte di Pietrabbondante e capitano di ventura della Serenissima.



Fig. 4.15 Lego usati da Jan Vormann per ricostruire il paese nel 2019. Credit fotografici Pierdo Fumarola

4.4.4 Se l'arte cambia il destino

Da questa ricerca emerge in modo chiaro che l'espressione artistica sta ridisegnando il profilo urbano e il destino di questo borgo.

Le idee, l'arte e la creatività contemporanea si integrano nel contesto storico del territorio, contaminando l'antico con il nuovo. La connessione è ciò che più caratterizza questa esperienza: avviene tra vecchie e nuove generazioni, tra locale e internazionale, tra patrimonio e street art, tra le tradizioni e le memorie e i nuovi linguaggi dell'arte di strada e di internet.

La connessione più importante, che accomuna tutte le altre, è quella umana, che avviene tra le persone, quelle che ci sono state, che ci sono e ci saranno, quelle che collaborano e lavorano sinergicamente, dagli abitanti, ai visitatori, agli artisti.

Sono, in questo caso, particolarmente significative le parole del Sindaco: *"Il Festival trasmette un'idea di comunità, al di sotto ci sono sogni, visioni. Il fatto che si ragioni, che ci siano persone che si adoperano, fa sperare in un futuro. Anche perché, quando viene meno la visione del futuro, viene meno anche l'idea, la voglia, il sogno. Il declino demografico purtroppo c'è, ma questo può creare anche nuove visioni, che non*

devono diventare illusioni, ma nuove leve per far avere una nuova vita a questi luoghi, anche in una forma diversa rispetto al passato”.

Riflettendo sui risultati del Festival, appare però chiaro che la Street Art in sé, come forma artistica, non porta necessariamente benefici se non è inserita in un progetto con una visione chiara e definita. L'opera decontestualizzata, commissionata dall'alto come intervento di riqualificazione o decoro urbano, in una periferia o in un borgo, non è portatrice di effetti positivi come lo sono le attività del Festival. Al contrario, il Cvtà Street Fest funziona ed è positivo per il territorio perché è ben integrato con i valori e le tradizioni del luogo, è condiviso collettivamente e la qualità artistica delle opere è non solo di alto livello, ma è anche *site-specific* perché connessa alle caratteristiche e alle problematiche del borgo.

Solo con questo tipo di visione diventa valida l'idea e la creazione artistica, perché è l'intero Festival ad essere attivatore di capitali economici, sociali e culturali.



Fig. 4.16 Cristian Blanxer e Victor Garcia Repo, 2021. *La bambina dipinta è una civitese, che sul suo abito metaforico e dentro di sé porterà per sempre le sue origini. Il suo paese, luogo in cui sta muovendo i primi passi, è ritornato a vivere attraverso la potenza dell'arte, contagiosa come il sorriso di un bambino (crediti fotografici: Mauro Jovine, 2022).*

CAPITOLO V

Il digitale nella Street Art

“There’s nothing rarer than something that doesn’t actually exist. »

*“Non c’è niente di più raro di qualcosa che **non esiste** davvero»*

– RHEA MYERS, *TOKENIZATION AND ITS DISCONTENTS*, 2017

5.1 Esistere tra materialità e immaterialità

L’analisi del rapporto tra Street Art, borghi, diritto e collettività, oltre che dei risultati del Festival di Civitacampomarano, portano a riflettere sulle implicazioni e sul futuro di quest’arte, che sembra sconfinare sempre di più nel digitale, sia per quanto riguarda la comunicazione, sia per la vendita online delle opere.

Non a caso, proprio Alice Pasquini, la direttrice artistica del Cvtà Street Fest, in un’intervista per la galleria Reasoned Art, racconta come il progetto realizzato in questo borgo che era ormai quasi dimenticato, sta portando a una rinascita economica del territorio e sta contribuendo a far conoscere la sua *esistenza* (in controtendenza rispetto alla grossolana affermazione “Il Molise non esiste”)¹⁵⁰.

L’intervista è stata effettuata dalla galleria al fine di vendere un NFT (non fungible token) di un’opera dell’artista, utilizzando un approccio OnLife¹⁵¹ che combina la tradizione con l’innovazione: Reasoned Art seleziona opere fisiche e le vende attraverso la Blockchain, creando valore aggiunto per gli artisti. L’opera in questione è stata realizzata a partire da un cartone di una pizza e si chiama *#Call4Margherita*. Essa nasce dalla campagna di informazione e denuncia contro la violenza sulle donne di ActionAid Italia. Il progetto prende ispirazione dalla storia di una donna di Milano che è riuscita a salvarsi e denunciare le violenze di un uomo grazie a una chiamata alla Polizia in cui fingeva di ordinare una pizza. Il ricavato dell’opera venduta dalla galleria 3.0 è stato interamente devoluto alla lotta contro la violenza di genere. Come, infatti, a volte accade nel mercato degli NFT, soprattutto nel caso di Street art, i ricavati vengono devoluti a cause sociali e collettive.

¹⁵⁰ Alice Pasquini per Reasoned Art, url

<https://www.reasonedart.com/profile/Alice%20Pasquini> consultato il 9 giugno 2022.

¹⁵¹ Onlife su Enciclopedia treccani: “La dimensione vitale, relazionale, sociale e comunicativa, lavorativa ed economica, vista come frutto di una continua interazione tra la realtà materiale e analogica e la realtà virtuale e interattiva”

Per analizzare questa tendenza e capirne le caratteristiche e le possibilità future, bisogna contestualizzarla nel campo dell'arte digitale.

5.1 L'arte digitale

Il mondo dell'arte è profondamente legato a quello della tecnologia da ormai molto tempo, già da quando, nel 1936, Walter Benjamin si interrogava sul senso dell'arte "nell'epoca della sua riproducibilità tecnica"¹⁵². Lo studioso riteneva che con l'avvento delle tecnologie e, in particolare, della fotografia e del cinema, le opere d'arte avevano perso la loro aura, caratteristica che le rendeva distinte da altri oggetti di uso comune.

Il fatto che esse non fossero riproducibili in modo standardizzato e che fosse possibile una sola versione originale del bene culturale, significava dire che la bellezza e la sacralità erano contenute nell'irripetibilità. Al contrario, la fotografia e il cinema consentono la riproduzione seriale e quindi la commercializzazione (o mercificazione) del prodotto artistico.

Secondo Benjamin, attraverso la riproducibilità *tecnica*, viene meno la specificità contestuale dell'opera d'arte, ovvero il suo *hic et nunc*, il suo qui e ora. Il ruolo di testimonianza storica dell'opera d'arte, come si sostiene nel saggio, è strettamente connesso a una dimensione spazio-temporale specifica, che venendo meno, fa venire meno anche la sacralità dell'opera. La caduta dell'aura è determinata da un cambiamento nella visione e nello sguardo del fruitore, che porta a un cambiamento di tutta la "tecnica artistica"¹⁵³.

La visione di Benjamin aderisce al pensiero marxista-materialista e non vuole asserire che la perdita dell'aura comporti una necessaria perdita di qualità, bensì una sua democratizzazione.

A modificarsi non è la legittimità dell'opera, bensì l'esperienza di chi la guarda: non si esperisce più l'arte in una dimensione onirica e sacrale. Secondo l'autore, infatti, il fruitore non contempla, ma guarda in maniera distratta e fugace.

¹⁵² BENJAMIN, W., *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*. Arte e società di massa, trad. it. di Enrico Filippini, Einaudi, Torino 1966, 1991 e 1998

¹⁵³ VALÉRY, P., *Pièces sur l'art*, Paris (*La conquête de l'ubiquité*), 1928

Se in passato la copia, intesa come “μίμησις” - *mimesis* - era utilizzata per apprendere le tecniche di altri popoli o di altre epoche (per esempio nell’antica Roma, venivano riprodotte le sculture greche consentendo così ai posteri la conoscenza delle opere), con la fotografia avviene un cambiamento radicale. Le copie fino ad allora eseguite erano frutto dell’azione, del volere e della mano dell’uomo, mentre, dalla fine dell’800, diventano, attraverso la fotografia, un prodotto realizzato dal processo tecnico della macchina.

L’inizio del ‘900 è stato segnato dall’ingresso delle macchine e della tecnologia nella vita quotidiana dell’uomo. Questo cambiamento è stato particolarmente rilevante e le riflessioni che sono emerse sono numerose. Già nel 1916, prima del saggio di Benjamin, l’autore italiano Luigi Pirandello, rifletteva sulla mercificazione dell’essere umano a causa della macchina, in una prospettiva contraria all’esaltazione positivista dei futuristi in quel periodo. Nel romanzo *Quaderni di Serafino Gubbio operatore* del 1916, affermava: «Penso che queste mani appartengono a uomini che non sono più; che qui sono condannati ad essere mani soltanto: queste mani, strumenti. Hanno un cuore? A che serve? Qua non serve. Solo come strumento anch'esso di macchina, può servire, per muovere queste mani. E così la testa: solo per pensare ciò che a queste mani può servire»¹⁵⁴.

Successivamente si arriva a ripensare al rapporto tra macchina, tecnologia e uomo, al punto che, con il passare dei decenni, la tecnologia e l’arte si sono legate a doppio filo in modo crescente. A partire dagli anni ‘50 e ‘60 del ‘900 emerge la *digital art*, o arte digitale, multimediale o *new media art*. Si affermano quindi nuovi generi, come la *Net Art* (cioè arte creata nella rete e per la rete), le proiezioni digitali, la videoarte, le opere realizzate in 3D e il graphic design.

Volendo dare una definizione di arte digitale, si può asserire che tale tipologia prevede la creazione di opere o di attività artistiche per mezzo della tecnologia che diventa “elemento caratteristico del processo creativo e/o del lavoro finale”¹⁵⁵.

¹⁵⁴ PIRANDELLO, L., *Quaderni di Serafino Gubbio Operatore*, 1916, nell’edizione BUR Biblioteca Univ. Rizzoli (10 luglio 2013).

¹⁵⁵ ElleDecor, “Digital art, artisti digitali e arte contemporanea digitale” su Elle Decor, articolo dell’11 gennaio 2022: <https://www.elledecor.com/it/arte/a38734650/digital-art-arte-digitali-arte-contemporanea-digitale/> consultato il 02 maggio 2022

Nell'ambito della arte digitale, negli ultimi anni si sta affermando la cosiddetta "crypto art", che sta battendo cifre milionarie nelle case d'asta. Il suo successo commerciale si deve principalmente al certificato criptografico, i "non-fungible-token" o "NFT", che raccolgono i dati dell'opera e li scrivono in una blockchain.

5.2 La crypto art, gli NFT, la blockchain e il loro ingresso nel mondo dell'arte

Per comprendere meglio il trend e il suo impatto sulla street art, è necessario chiarire cosa siano gli NFT e la blockchain e le ragioni per le quali siano così legate al mondo dell'arte.

Come precedentemente esplicitato, l'NFT è un "*non fungible token*", un gettone crittografato, una risorsa decentralizzata unica che non può essere scambiata o riprodotta. In sostanza, un NFT è "un oggetto virtuale unico ed inimitabile nel suo genere"¹⁵⁶.

Analizzando il termine è possibile scomporre la parola in due sezioni: '*fungible*' indica in economia la caratteristica dei beni o delle merci in cui ogni singola unità è intercambiabile e indistinguibile con l'altra (ad esempio, una banconota da 5 euro è uguale e intercambiabile con un'altra banconota da 5 euro). Al contrario i beni '*non fungible*' non sono interscambiabili (ad esempio una figurina collezionabile non avrà lo stesso valore di un'altra perché ha un contenuto, un'età o un tipo di importanza diversa).

Gli NFT sono **gettoni non fungibili** che hanno particolari proprietà. Innanzitutto sono unici, cioè ogni NFT ha caratteristiche uniche conservate nei loro metadati; sono caratterizzati da scarsità, cioè c'è un numero limitato che può anche essere verificato sulla blockchain; infine, sono indivisibili, non si possono dividere e rivendere in parti più piccole¹⁵⁷.

¹⁵⁶ GRILLI, M., "NFT e arte digitale", su [DirittoConsenso.it](https://www.dirittoconsenso.it)
<https://www.dirittoconsenso.it/2021/06/22/nft-e-arte-digitale/> consultato il 02 maggio 2022

¹⁵⁷ Non-fungible tokens (NFT) | ethereum.org, consultato il 06 maggio 2022

5.2.1 Risvolti giuridici nel campo degli NFT

La caratteristica giuridica principale è che viene operata una **scissione tra l'aspetto materiale e quello immateriale**: l'acquisto di un NFT non comporta il possesso materiale dell'opera, bensì la possibilità di affermare un diritto sull'opera stessa, attraverso uno *smart contract*, cioè un protocollo digitale.

Acquistare un NFT non vuol dire acquistare un file digitale ma **un certificato di proprietà** connesso ad esso. Questo non implica necessariamente che il possessore abbia tutti i diritti commerciali sull'opera, ma le informazioni sull'NFT vengono registrate - o minted - e vendute, insieme ad altri dati riguardanti l'autore, la data di creazione, il tipo di file. Sulla blockchain viene quindi registrato un certificato di proprietà di una copia di un'opera digitale, che può essere venduta dall'artista in alta qualità. Ethereum, la piattaforma di blockchain più diffusa, afferma che: "An NFT is minted from digital objects as a representation of digital or non-digital assets"¹⁵⁸

In buona sostanza, ogni qual volta che viene creata un'opera d'arte digitale e resa disponibile online, ogni singolo utente del web può scaricarla, copiarla, modificarla sul proprio dispositivo, ma solo colui che ha acquistato il token digitale è il vero possessore - volendo usare un ossimoro - della 'copia originale'. Solo lui potrà dunque avere il diritto di alienazione.

Proprio perché la crypto arte è costituita da opere d'ingegno creativo, è possibile estendere a questo genere artistico l'applicazione della legge sul diritto d'autore (l. n. 633 del 22 aprile 1941). Gli articoli 1 e 2 della suddetta legge stabiliscono che vengono tutelate le opere di "carattere creativo" ed espressioni di "arte figurativa", tipologie facilmente applicabili all'arte crittografica.

Oltre al diritto morale dell'opera, al criptoartista spetteranno i diritti di sfruttamento economico, che vengono facilitati attraverso la blockchain. Essendo essa decentralizzata (non necessitando cioè di intermediari), le transazioni

¹⁵⁸Fonte: Ethereum.org consultato il 06/05/2022, traduzione: "Un NFT è coniato dagli oggetti digitali come una rappresentazione di beni digitali o non digitali"

possono essere agilmente gestite attraverso *smart contract* in modo trasparente, rendendo la vendita e l'acquisto di opere molto più diretta e senza operatori terzi che si inseriscono nella contrattazione.

5.2.2 La crypto art

Il processo di creazione di un NFT avviene in due principali momenti: innanzitutto, un file digitale, cioè una sequenza di numeri (foto, video o suono), viene compresso da un algoritmo in un *hash*, ovvero una sequenza di bit alfanumerico (o stringa). Successivamente, l'*hash* viene memorizzato su una *blockchain*, cioè una catena di blocchi concatenati in ordine cronologico che non possono essere modificati se si vuole garantire la loro integrità (caratteristica che certifica la sicurezza dei dati registrati al suo interno).

Attraverso questo sistema è possibile tracciare l'autore dell'*hash* e il possessore di quest'ultimo potrà far valere i propri diritti finché la blockchain sarà attiva. Per questo si dice che la blockchain sia un database immutabile e decentralizzato¹⁵⁹, in quanto è costituito da una rete di computer, ognuno corrispondente a un nodo, che comunicano e condividono tra loro le informazioni, ma che sono indipendenti e soprattutto non controllabili da un singolo.

Un "NFT - token non fungibile" non può essere sostituito con qualcos'altro. Al contrario dei bitcoin che si possono scambiare con un altro bitcoin, gli NFT non possono essere scambiati ottenendo lo stesso risultato.

Questo strumento è risultato particolarmente adatto al mercato dell'arte e ha riscosso un successo rapido ed eclatante. L'opera *Everydays: the First 5000 days* dell'artista americano Beeple è stata la prima opera d'arte digitale venduta al prezzo di 69.000.000 dollari nella casa d'asta Christie's.

¹⁵⁹ "NFT che cosa sono: scopriamo i Non Fungible Token" su [stylology.it](https://www.stylology.it), pubblicato il 17 gennaio 2022 <https://www.stylology.it/2022/01/nft-che-cosa-sono/> consultato 02 maggio 2022

L'opera, un "mosaico digitale"¹⁶⁰ di 5.000 immagini realizzate e pubblicate ogni giorno dal 2007 ad oggi, è riuscita ad essere venduta a un prezzo tra i più alti della storia. Attraverso l'utilizzo degli NFT, le barriere tradizionali del mondo dell'arte sono state abbattute. I non-fungible-token danno la possibilità di verificare la proprietà di un'opera d'arte digitale, dunque acquistandoli si ottengono diritti di utilizzo dell'opera, che potranno anche essere rivenduti successivamente.

L'acquirente dell'opera, Pablo Rodriguez-Fraile, ha affermato che ha compiuto l'acquisto per dare una validazione alla rivoluzione che sta avvenendo in questo settore¹⁶¹, confidando nell'idea di un cambiamento radicale del mercato dell'arte, non un semplice entusiasmo momentaneo.

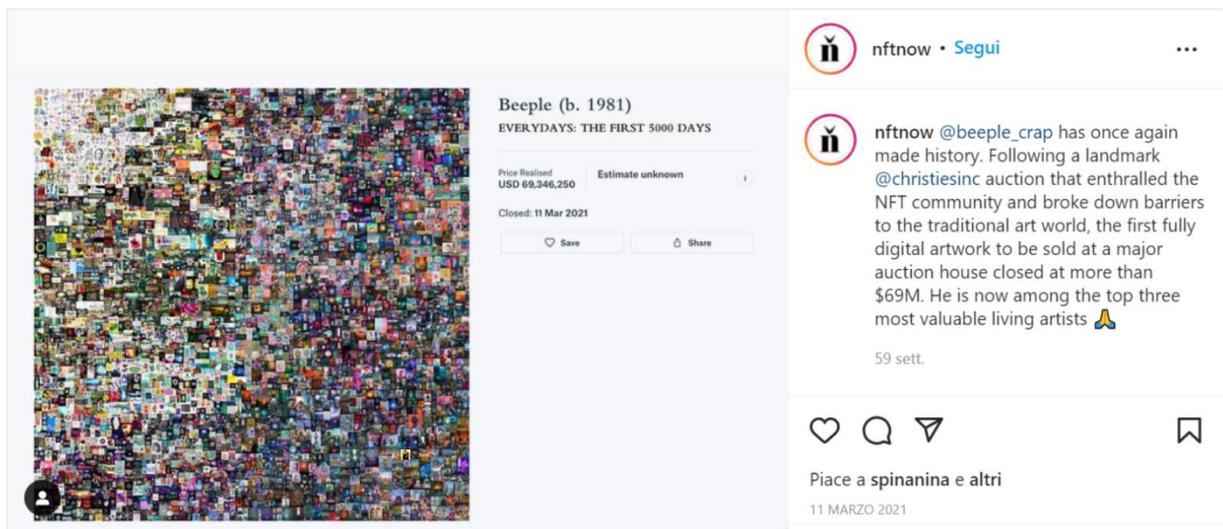


Fig. 5.1: *Everydays: the first 5000 days* del digital artist Beeple

Gli artisti stanno utilizzando sempre di più molteplici piattaforme per promuovere e vendere le loro opere, creando un movimento artistico detto "Crypto Art".

¹⁶⁰ NOZZA, F. "La Digital Art di Beeple approda da Christie's" sul sito Lo Sbuffo <https://losbuffo.com/2021/03/10/la-digital-art-di-beeple-approda-da-christies/> consultato il 05 maggio 22

¹⁶¹ KASTRENAKES, J, "Beeple sold an NFT for \$69 million", sul sito The Verge <https://www.theverge.com/2021/3/11/22325054/beeple-christies-nft-sale-cost-everydays-69-million> consultato il 05 maggio 22

L'arte digitale ha lottato per essere riconosciuta ufficialmente come movimento artistico, soprattutto a causa della possibilità di duplicare infinitamente i file-opere d'arte. Dal momento in cui sono stati introdotti i Bitcoin e le criptovalute, sono nate nuove possibilità per artisti, sviluppatori e programmatori. Sono numerosissimi coloro che stanno infrangendo le classiche barriere del mondo dell'arte proprio attraverso la vendita degli NFT online.

Per fare qualche esempio, una delle prime artiste a entrare in questo mondo è stata Rhea Myers che nel 2017 ha scritto un saggio intitolato "Tokenization and its Discontents"¹⁶², contestualizzando il fenomeno all'interno della storia dell'arte e riflettendo su come il mercato dell'arte venda oggetti effimeri non rivendibili e su come la Blockchain abbia creato nuove forme di proprietà. La sua opera *This contract is Art* del 2014, uno smart contract, ha introdotto il mondo dell'arte alla blockchain, consentendo agli artisti di registrare e vendere opere in digitale tramite la rete Ethereum.

**This
contract
is art**

**This
contract
is not art**

Fig. 5.2 Rhea Myers, *Is Art*, 2014¹⁶³

"Is Art" è un protocollo Ethereum che è "istruito" di proporsi come arte (o no), cioè contiene l'affermazione "è arte" o "non è arte". Chiunque su una pagina web può attivare lo stato di arte o non arte nel momento in cui lo acquista. L'opera unisce le idee duchampiane di arte concettuale, con la dematerializzazione di un'opera, e

¹⁶² MYERS, R., "Tokenization and its discontents", url <https://www.furtherfield.org/tokenization-and-its-discontents/> del 4 dicembre 2017, consultato il 06 maggio 2022

¹⁶³ Fonte : <https://rhea.art/is-art>

l'interattività del web, creando un'opera che esiste solo sulla rete e con la nomina da parte di qualcuno che la riconosca come arte.

La riflessione sulla proprietà dell'opera viene esplorata inizialmente in un'altra opera, *"Digital Zones of Immaterial Pictorial Sensibility"* di Mitchell F Chan autenticata sulla blockchain il 30 agosto 2017 a Toronto (Canada), nota non solo per essere una delle prime crypto-opere esposta in una galleria d'arte, ma anche perché ha aperto la strada a riflessioni sull'arte concettuale, separando la forma dal contenuto. Il progetto è modellato su *"Zones of Immaterial Pictorial Sensibility"* dell'artista francese Yves Klein che nel 1958 aveva ideato una mostra di opere invisibili, le quali, per giunta, potevano essere acquistate solo attraverso una valuta particolarmente durevole: 20 grammi di oro, ottenendo in cambio una ricevuta cartacea. Il progetto di Mitchell F Chan ha il fine di trasferire questa stessa idea sulla blockchain. L'artista, attraverso questa opera, ha esplorato la natura dell'arte in quanto "token", del suo valore e l'immaterialità dell'idea.



Fig. 5.3 Mitchell F Chan, *Digital Zones of Immaterial Pictorial Sensibility*, 2017

5.3 Il valore dell'arte decentralizzata

Se ci si concentrasse esclusivamente sui primi esempi di "tokenizzazione" visti sopra, non sarebbe chiaro come tali file digitali, scaricabili ovunque e da chiunque possano avere un mercato in così rapida espansione. I prezzi applicati dipendono dal fatto che chi acquista un NFT possiede un gettone unico iscritto in un pezzo immutabile della blockchain. Inoltre, con lo sviluppo del metaverso, cioè di un mondo virtuale su cui è possibile acquistare spazi, queste opere possono anche essere esposte e fatte visitare virtualmente.

I token non convertibili sono dunque asset digitali che rappresentano arte, oggetti da collezione o di gioco. Scambiati online attraverso criptovalute e smart contract sulla blockchain, registrati in ordine cronologico e senza dubbi di integrità grazie alla crittografia, gli NFT sono risultati particolarmente adatti al mercato dell'arte perché attraverso questa tecnologia è possibile identificare l'origine e le informazioni sulle opere. Inoltre, attraverso una clausola, c'è l'opportunità di assicurare la remunerazione degli artisti ogni qual volta avvenga una transazione.

Tuttavia, le applicazioni tecnologiche nel mondo dell'arte non si limitano alla produzione di arte digitale. Robert Norton, CEO e co-fondatore di Verisart, una piattaforma che aiuta gli artisti a vendere le loro opere¹⁶⁴, ha avuto l'idea di applicare la tecnologia blockchain alla certificazione e alla verifica delle opere - fisiche e digitali - e degli oggetti da collezione. Secondo Norton, se si utilizzano attestazioni crittografiche e una timeline condivisa, è possibile creare standard migliori per i certificati di autenticità.

Proprio Norton, per spiegare il mercato degli NFT, si avvale di un paragone con la street art. Egli sostiene che il mercato della crypto arte sia molto frammentato ma anche aperto e accessibile, avendo come rovescio della medaglia il fatto che ci sia scarsa visibilità per la maggior parte degli artisti (problema ovviato dalle piattaforme social per la creazione delle community). Per questo sorge il paragone con il mondo della street art, che non ha bisogno di intermediari e gallerie per fare successo¹⁶⁵, ma gli artisti si espongono negli spazi pubblici: fisici per gli street artist, virtuali per i crypto artist. Inoltre, così come la street art, che talvolta è entrata nelle gallerie e nei circuiti tradizionali, anche gli NFT si stanno assicurando un posto nelle principali case d'asta. Dopo il successo della vendita dell'opera di Beeple da parte di Christie's (*supra*), stanno emergendo diverse piattaforme, tendenza che comporterà un assottigliamento sempre maggiore tra fisico e digitale, anche all'interno dei musei e delle gallerie.

¹⁶⁴ Verisart URL <https://verisart.com/> consultato il 07/05/2022

¹⁶⁵ TORRES, A., "NFT - Four art market experts discuss the advantages and risks" su [lampoonmagazine.com](https://www.lampoonmagazine.com), <https://www.lampoonmagazine.com/article/2022/04/28/nft/>

5.4 La Digital Street Art: distruttiva o creativa?

L'avvento della tecnologia NFT apre numerosi nuovi scenari all'arte pubblica e all'arte di strada, e sembra possibile prevedere un legame sempre più stretto tra questi due mondi. Considerando l'estremo fermento e la crescita del mercato degli NFT, esso si presta adeguatamente al campo della street art.

Applicando gli NFT e tecnologia blockchain sui graffiti e sui lavori di strada, gli artisti riescono a immortalare il loro nome e mostrare le loro opere ben oltre le strade, condividendo in tutto il mondo la versione digitale e i messaggi della loro arte, oltrepassando i tradizionali limiti spazio-temporali.

La distruzione e il facile deperimento delle opere di street art è stata una caratteristica ricorrente, ma da quando la tecnologia NFT ha preso piede, tale casistica è diventata un atto volontario con un *telos* - un fine - specifico degli artisti.

Volendo riportare uno degli esempi provenienti da oltreoceano, è possibile parlare dell'esperimento "*Murals To The Metaverse*", presentato da otto tra gli artisti più eminenti di Oakland (California) che hanno trasformato il quinto piano della Tribune Tower della città in un punto di incontro tra arte e innovazione¹⁶⁶. Ogni artista coinvolto nel progetto ha dato vita a opere secondo il proprio stile, senza controllo creativo di alcun tipo. In pochi mesi, questa immensa opera è stata cancellata dagli artisti stessi, perché i murales non erano stati creati per vivere in quell'edificio, bensì per essere *minted* - caricati - sul metaverso. Una delle artiste, Rachel Wolfe-Goldsmith, ha spiegato che la scelta sia legata al fatto che gli edifici possano crollare, che le condizioni atmosferiche possano causare danni, o che la vista delle opere possa essere impedita. Invece, scannerizzando i murales in altadefinizione e rendendoli NFT, l'arte viene immortalata per sempre¹⁶⁷. Il fine ultimo di queste opere non era dunque nella materialità del loro aspetto, ma nella versione digitale che ne è stata poi prodotta.

¹⁶⁶ "Private Preview : The 5th Story NFT Experience, Tribune Tower, Oakland, CA June 23, 2021" sul sito happeningnext.com <https://happeningnext.com/event/private-preview-the-5th-story-nft-experience-eid4snsiuu7f31>

¹⁶⁷SHIRODKAR, S., "Finally, a Good Use for NFTs: Preserving Street Art", su Wired CULTURE, 31 gennaio 2022 su <https://www.wired.com/story/nft-street-art/>

Un altro esempio dello stesso genere, ma in ottica costruttiva, è quello realizzato a Tulsa (Oklahoma) da Ryan Sarfati e Eric Skotnes (conosciuti come Yanoe e Zoueh) che rappresenta un angelo con due bambini in uno scenario naturalistico ispirato ai dipinti ottocenteschi di Henri Rousseau. Il murale non è relegato alla sola dimensione del muro, ma si estende grazie a un *QR code*¹⁶⁸ e si collega a una realtà aumentata online. Gli artisti hanno creato un'opera che punta sull'aspetto materiale tanto quanto su quello digitale. Per sfumare maggiormente i confini tra le due tipologie di arte, hanno utilizzato gli NFT per il finanziamento del progetto, incentivando gli acquisti presentando l'opera all'Art Basel di Miami. In questo modo, è stato ottenuto un ulteriore vantaggio: il pubblico interessato è aumentato esponenzialmente, poiché gli appassionati di street art, quelli di digital art e quelli di crypto art si sono unanimemente concentrati su questa singola opera fisica e digitalizzata.

Questa iniziativa non ha l'intento di negare la profonda connessione emotiva che si può provare guardando un'opera dal vivo, ma testimonia come immortalare la street art sulla blockchain possa estendere la durata della vita dei lavori d'arte di strada, andando oltre la loro "data di scadenza"¹⁶⁹.



Fig. 5.4 Yanoe e Zoueh, *The Majestic*, Tulsa¹⁷⁰

Con frequenza sempre maggiore, gli street artist si stanno distaccando dall'alone di illegalità e vandalismo che li caratterizzava, diventando sempre di più portatori di nuove

¹⁶⁸ QR code: dall'inglese "*quick response*", è una matrice bidimensionale che contiene informazioni leggibili attraverso un collegamento ipertestuale

¹⁶⁹ Shirodkar op. cit. p. 94

¹⁷⁰ Credits fotografici <https://gtrnews.com/main-park-plaza-large-scale-mural-painting-underway-augmented-reality-website-to-launch-later-this-year/>

commistioni e innovazioni nel mondo dell'arte. Spesso realizzano opere finanziate dalle città stesse, che diventano espressione della cultura e della storia di un luogo. Tuttavia, in linea con lo spirito sovversivo di quest'arte, questi artisti stanno rapidamente adottando la tecnologia e stanno diventando gli avanguardisti in un nuovo spazio - quello digitale - che permette di estendere l'esperienza dello spazio fisico.

Non bisogna dimenticare che la street art è stata profondamente influenzata dalla tecnologia ben prima che la blockchain nascesse. L'estetica dei pixel, dei glitch, dei colori, dei collage digitali, degli strumenti tecnologici ha influenzato moltissime opere nel corso degli anni.

Per citare solo un esempio, già Keith Haring a Pisa nel 1989 incorporò la televisione nel suo murale, riflettendo sul ruolo dei mass media e della tecnologia nella società.

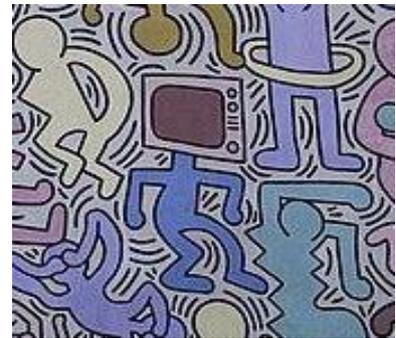


Fig. 5.5 dettaglio dell'opera *Tuttomondo* di Keith Haring (Pisa, 1989)¹⁷¹

La street art vive, dunque, anche grazie alla tecnologia, la quale permette di accorciare le distanze e la lontananza fisica che divide gli esseri umani, oltre che superare i limiti temporali di un'arte nella sostanza effimera.

Uno degli esempi più interessanti viene dall'artista italiano di fama internazionale Ozmo, che ha realizzato il progetto *REVIVED: Lady Liberty and David, Miami 2014*, facendo rivivere una sua opera del 2014, distrutta a sole due settimane dalla sua inaugurazione nell'ambito dell'Italian-American Heritage Month.

¹⁷¹Credits della foto: autore Guglielmo Giambartolomei, *Aerial picture of Tuttomondo mural created by Keith Haring*, 4 Aprile 2020, 19:46:30 su https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Tuttomondo_-_Keith_Haring_1.jpg

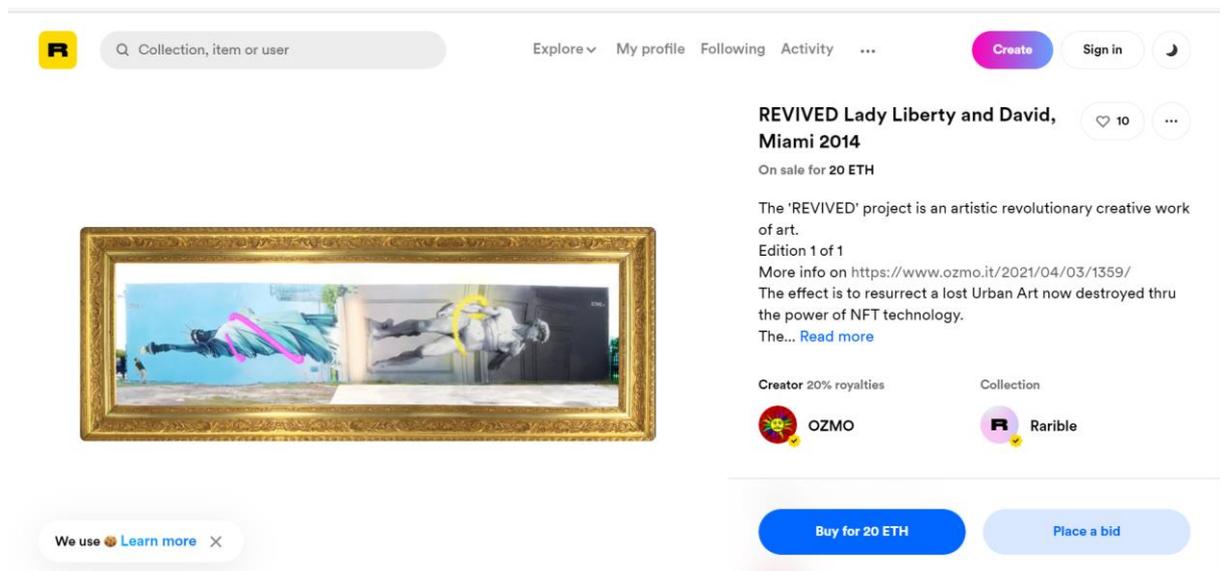


Fig. 5.6 Ozmo, Revived Lady Liberty and David, in vendita sulla piattaforma Rarible¹⁷²

L'opera viene resa di nuovo fruibile e acquistabile online grazie alla tecnologia NFT. Alla base del pensiero dell'artista, c'è la volontà di adottare un fare creativo, e non distruttivo, nel processo artistico. L'opera in sé era un'ode a due culture che condividono lo stesso piedistallo, in cui l'una non sovrasta l'altra, ma c'è una sorta di parità e scambio tra il David cinquecentesco e la Statua della Libertà, simbolo del Nuovo Mondo.

L'artista non vuole distruggere l'arte, smaterializzarla e far sparire le tracce fisiche, come invece è avvenuto con l'opera *Morons (White)* di Banksy. In quel caso, infatti, la società blockchain Injective Protocol ha acquistato la serigrafia dell'artista, per poi darle fuoco, documentando la sua distruzione attraverso un video reso pubblico, e mettendo all'asta l'NFT dell'opera, che attualmente esiste, dunque, solo nel formato digitale.

In merito a questo punto, bisogna specificare che secondo la legge italiana del diritto d'autore (art. 20 della l. n. 633/1941), la distruzione di un'opera non è permessa all'acquirente, indipendentemente alla sua detenzione di diritti economici esclusivi, ma solo all'autore¹⁷³.

¹⁷²NFT opera di Ozmo url

<https://rarible.com/token/0x60f80121c31a0d46b5279700f9df786054aa5ee5:723366:0x86a7a9826a53b2b3f35c3bc40fce3c8948d3f22c>

¹⁷³ VULPIANI, G., Non fungible tokens, smart contracts e blockchain nell'arte e nella moda: crypto art e digital fashion, in *Cammino Diritto*, rivista di informazione giuridica, Estratto dal n. 11/2021, Pubblicato, Lunedì 22 Novembre 2021

https://rivista.camminodiritto.it/public/pdfarticoli/7805_11-2021.pdf

Il progetto dell'artista Ozmo va proprio ad opporsi all'operazione di smaterializzazione di Injective Protocol, in quanto egli vuole far risorgere un'opera pubblica di Urban art che era stata cancellata. La parte materiale ri-vive grazie alla documentazione fotografica, a cui è ora legato un token, che una volta acquistato riesce a donarle eternità.

Sempre grazie al digitale, esiste anche la possibilità di dare nuova luce a un'opera, ed è proprio ciò che è accaduto a Venezia, con il graffito *Migrant Child* di Banksy.

L'artista Pepper Ghost ha realizzato il primo lavoro di Digital Street Art, attraverso proiettori laser¹⁷⁴ che hanno illuminato il celebre graffito, dando nuovamente vita al tema cruciale dei diritti umani espressi nell'opera, che è stato in questo modo riproposto. Anche in questo caso, nonostante l'azione si sia svolta secondo le consuetudini tipiche dell'arte di strada - non autorizzata, notturna, rapida - lo scopo non è distruttivo, ma creativo. La digital street art non danneggia o deturpa un luogo, ma ne cambia la percezione e la ricezione da parte di chi ne fruisce, garantisce un'esperienza immersiva che diffonde nuova comprensione su temi attuali.

Dall'operazione *Ghost over Banksy* è stato generato un NFT collezionabile e autenticato sulla blockchain, grazie alla collaborazione con la galleria Reasoned Art¹⁷⁵, nota per aver scansionato e reso disponibile sul metaverso la versione digitale l'Arco della Pace di Milano. Come in molti altri casi di vendita di token, anche nel caso di Ghost over Banksy, il ricavato viene devoluto per progetti o iniziative sociali, testimoniando l'impegno e la volontà degli artisti di avere un impatto sulla comunità.

In sostanza, il progetto risulta essere estremamente interessante su tre diverse dimensioni, tutte digitali: è realizzato attraverso il digitale (video-proiezioni), è venduto sul digitale (con gli NFT) ed è comunicato con il digitale. La componente social dell'azione è particolarmente rilevante, poiché esso viene presentato al pubblico proprio attraverso i nuovi canali di comunicazione (Instagram, Facebook, Tik Tok, Youtube e Vimeo), ottenendo attenzione mediatica con la collaborazione di The Pink Lemonade (@the.pinklemonade), una delle pagine Instagram leader del settore artistico¹⁷⁶.

¹⁷⁴ Nello specifico i proiettori utilizzati sono stati messi a disposizione dall'azienda Sharp NEC, che promuove l'unione tra tecnologia e arte.

¹⁷⁵ www.reasonedart.com

¹⁷⁶ Ghost Over Banksy su YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=1ij6Eb1dKGw>

5.5 La rivoluzione dello spazio dedicato all'arte di strada

La tecnologia Blockchain e gli NFT stanno rivoluzionando il modo di valutare e collezionare l'arte.¹⁷⁷ Nonostante non siano ancora certi gli sviluppi futuri di queste pratiche, le maggiori case d'asta come Christie's e Sotheby's, o musei importanti come l'Hermitage di San Pietroburgo, si sono lanciati nel mondo delle aste NFT battendo pezzi per milioni di dollari.

Possibile accelerazione è stata dovuta alla pandemia da Coronavirus, che nei due anni di chiusura di molti posti fisici, ha dato una spinta alla già prorompente tendenza alla digitalizzazione.

Inserendosi in questo trend dominante, anche la street art ha fatto il suo ingresso in questo mercato, non solo sui *marketplace* più utilizzati¹⁷⁸, ma anche grazie a due principali piattaforme di trading specificatamente dedicate a essa: *Streeth*, fondata da Marco Calamassi e Danilo De Rosa, e *NFT Mural Collective*, dell'artista fondatore Stacey Coon.

5.5.1 Streeth

Nel luglio 2021, i due italiani Marco Calamassi e Danilo De Rosa hanno dato vita alla piattaforma *Streeth*, con la missione di rendere l'arte di strada monetizzabile, scambiabile, collezionabile e eterna, sulla blockchain Ethereum¹⁷⁹. Cercando di sfidare le frontiere delle nuove economie creative digitali, si sono concentrati esclusivamente sul conio di NFT riguardanti la nicchia della street art, dando beneficio ai collezionisti (che hanno così la possibilità di possedere privatamente opere che sono universalmente pubbliche) e agli artisti (che possono monetizzare il loro lavoro).

¹⁷⁷ RABIMOV, S., *Street Art On The Blockchain: How Streeth Is Changing The Art Market*, 16 settembre 2021, su Forbes

<https://www.forbes.com/sites/stephanrabimov/2021/09/16/street-art-on-the-blockchain-how-streeth-is-changing-the-art-market/?sh=658898251644>, consultato l'11 maggio 2022

¹⁷⁸ Molte sono le piattaforme nate per la vendita e lo scambio di NFT. *OpenSea* è la più popolare poiché, attraverso la criptovaluta ETH (Ethereum), permette di caricare NFT gratuitamente. Link <https://opensea.io/> consultato l'11 maggio 2022.

¹⁷⁹ Streeth - The first Street Art NFT platform on Ethereum, <https://www.streeth.io/>, consultato l'11 maggio 2022.

Uno dei fondatori, in un'intervista per Forbes¹⁸⁰, afferma che questa tipologia di arte è stata spesso sottovalutata, ma è una delle più dirompenti e rivoluzionarie per la sua libertà di espressione e parola. Con lo scopo di riconoscere pari validità e centralità delle altre correnti artistiche che si sono manifestate nel corso della storia, hanno deciso di creare questa piattaforma dedicata alla street art, che si differenzia da tutte le altre proprio perché tratta solo questa specifica espressione artistica.

Grazie a *Streeth*, anche gli artisti di strada riescono a sostenersi economicamente, attività notoriamente complessa per chi realizza opere di arte di strada. Inoltre, sulla piattaforma è presente uno spazio virtuale - chiamato *Museum* - dove ammirare e godere delle opere grazie alla realtà aumentata, superando in questo modo i pericoli di vandalismo e danneggiamento provocati dall'uomo o deterioramento dovuto alle circostanze naturali.

Riassumendo l'idea alla base dell'iniziativa, si cerca di affermare come la Street Art sia il medium più adatto per il mercato degli NFT, poiché condivide con esso i caratteri di ribellione, decentralizzazione, irregolarità e contrarietà allo status quo.

I creatori hanno, inoltre, espresso la loro volontà di collaborare con organizzazioni e istituzioni turistiche, poiché credono nella possibilità di commissionare opere in posizioni strategiche, in cui attirare un traffico nazionale e internazionale di visitatori che scelgono di ammirare di persona le opere che hanno acquistato sulla piattaforma.

Il target di *Streeth*, infatti, non è solo di appassionati di opere digitali, ma anche di coloro che amano la street art, e che quindi possono generare un movimento di turismo culturale in zone non note e meno conosciute.

¹⁸⁰ *Intervista Forbes 16 settembre 2021*

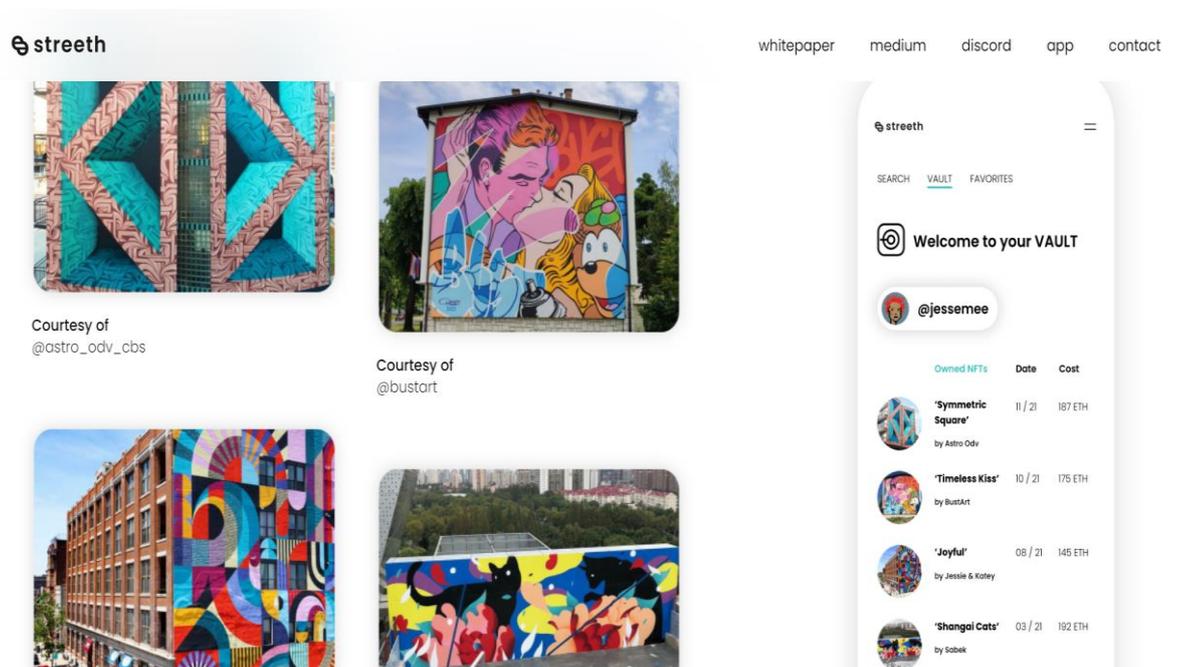


Fig. 5.7 Schermata del sito *Streeth* con dettaglio sull'app per l'acquisto delle opere.

5.5.2 NFT Mural Collective

L'ulteriore piattaforma che è nata al fine di supportare gli artisti con la vendita degli NFT delle loro opere è *NFT Mural Collective*, creata proprio da uno street artist (Stacey Coon, noto con il nome di StaySea). L'obiettivo è quello di far entrare legittimamente l'arte di strada nella storia dell'arte, assegnandole il posto che merita e impiegando la tecnologia per raggiungere questo scopo, in modo tale che tali manifestazioni artistiche non spariscano a causa del tempo. Rispetto alle altre piattaforme 'generaliste', NFT Mural Collective dà la possibilità all'artista di avere maggiore controllo e trasparenza sulle transazioni, a partire dalla scelta del prezzo, delle royalties (cioè dei diritti) per le vendite secondarie e i metodi di pagamento. La piattaforma permette, inoltre, di finanziare progetti artistici attraverso il *crowdfunding*¹⁸¹, con lo scopo di renderli poi disponibili per la vendita online.

¹⁸¹ Crowdfunding: sostegno di un progetto da parte di molte persone che lo finanziano attraverso piccole donazioni.

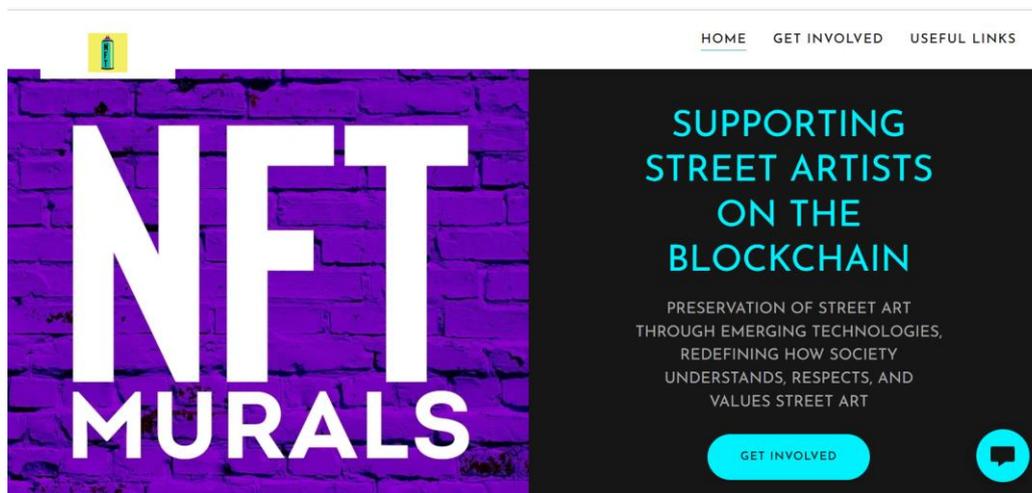


Fig. 5.8 Il sito di NFT Mural Collective

5.6 Prospettive e scenari futuri

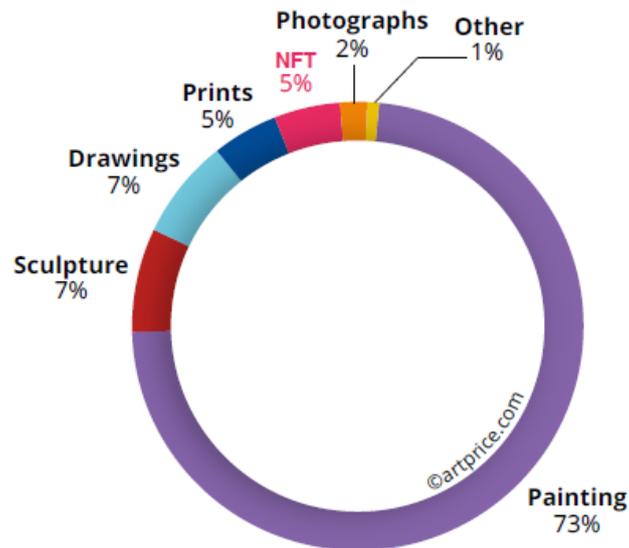
Nei prossimi anni, è possibile prevedere un'espansione ulteriore di questa tecnologia, che probabilmente investirà sempre più campi della società e dell'economia. Il mondo della cultura potrebbe essere coinvolto in maniera crescente nell'utilizzo di strumenti digitali per prevenire la distruzione e il deperimento del patrimonio. Si può, ad esempio, immaginare che anche i musei inizieranno a usare queste piattaforme per proteggere il patrimonio mondiale, soprattutto in anni in cui crisi, cambiamenti climatici, epidemie e conflitti mettono a repentaglio l'immenso capitale culturale che la società contemporanea ha ereditato e che ha il dovere di trasmettere ai posteri.

In Italia, i musei Uffizi di Firenze hanno già iniziato la vendita di NFT: il token del *Tondo Doni* di Michelangelo è stato venduto per quasi 240.000 euro. La digitalizzazione, attraverso il processo di *deaccessioning*¹⁸² delle collezioni sta portando alle istituzioni un indotto consistente, che permette di aumentare le entrate, aiutando i musei a raggiungere il non sempre conseguibile pareggio di bilancio e garantendo l'ottenimento di fondi da reinvestire per la tutela e il potenziamento del patrimonio.

¹⁸² Deaccessioning: vendita delle collezioni - in questo caso la versione digitale - per generare flusso monetario positivo nelle casse del museo.

Le crescenti possibilità sono giustificate dai dati del mercato dell'arte contemporanea nel 2020 e nel 2022, che vedono un'entrata clamorosa degli NFT, soprattutto a partire dalla vendita dell'opera di Beeple *Everydays: the First 5000 days*.

CONTEMPORARY ART SALES BY MEDIUM (2020/21)



In four months, NFTs generated \$127.6 million in auction turnover, twice the total generated by the Photography medium and from just 100 NFT lots sold, versus 6,500 photographs!
Another astonishing figure: the unsold rate for NFTs is the lowest on the market, only 6% versus an average 30% for other mediums (painting, sculpture, drawing, photo, print, etc.). In short the desire to acquire NFTs has more than kept pace with the galloping notoriety and hype that exists around them.

Fig. 5.9 Statistiche delle vendite d'arte contemporanea nel 2021 nel rapporto di Artprice.com¹⁸³: in 4 mesi, gli NFT hanno generato 127.6 milioni di dollari (il doppio rispetto alla fotografia).

¹⁸³ Artprice.com, *The Contemporary Art Market Report in 2021*, 2021, url <https://imgpublic.artprice.com/pdf/the-contemporary-art-market-report-2021.pdf>

Millennials and Men Are More Likely to Be Collectors — Including NFTs

Share of respondents who said they collect either physical items or non-fungible tokens (NFTs) as a hobby or investment

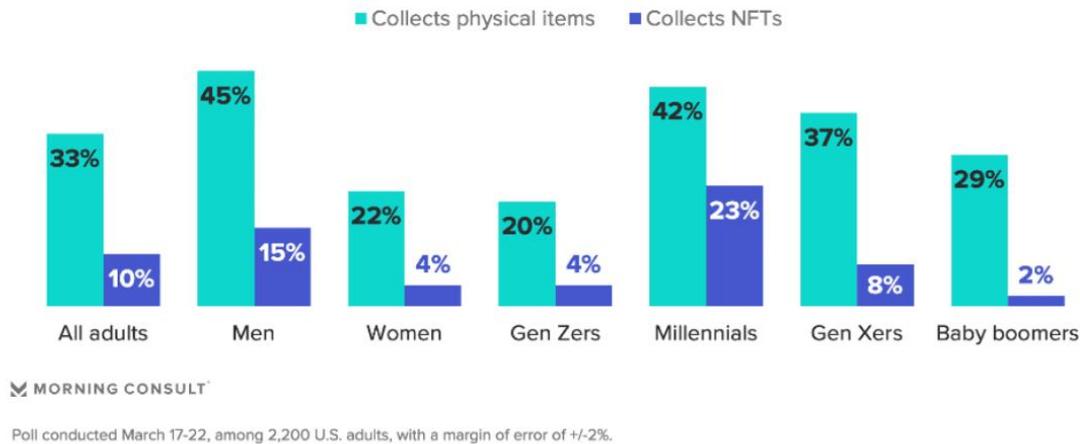


Fig. 5.10 Secondo un'indagine di Morning Consult, sono i più giovani ad essere interessati al mercato degli NFT (in particolare gli uomini) e l'attenzione è in crescita per la loro tendenza al collezionismo.

Bisogna comunque tenere in considerazione che il mercato è ancora molto fluttuante, come emerge dalle statistiche svolte tra l'anno 2021 e 2022: secondo l'indagine di Statista, dal 15 aprile 2021 al 15 aprile 2022, il valore totale nel mondo delle vendite di token nel settore dell'arte ha oscillato significativamente.

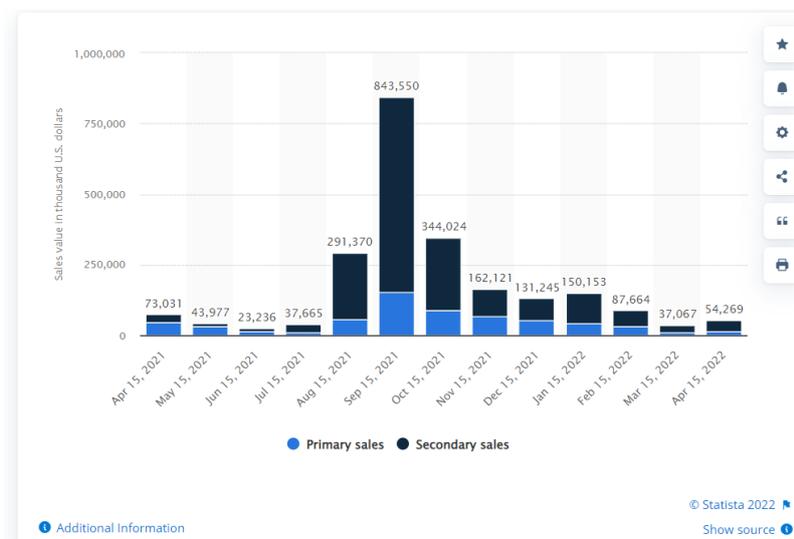


Fig. 5.11 Indagine di Statista¹⁸⁴

¹⁸⁴ <https://www.statista.com/statistics/1235263/nft-art-monthly-sales-value/>

Per quanto riguarda nello specifico il settore della street art, ci si aspetta che questo strumento venga utilizzato in modo crescente, estendendo ulteriormente il pubblico potenziale e le vendite.

Questo trend porta con sé numerose questioni, soprattutto per una possibile regolamentazione condivisa a livello statale. La rivoluzione apportata dalla cryptoarte ha investito anche il patrimonio pubblico culturale, generando dunque una necessità di risposta dal Ministero della Cultura italiano per la tutela dei Beni Culturali.

Data l'estrema varietà tipologica, non è possibile individuare un unico modello normativo, ma è necessario trovare linee guida e atti di indirizzo condivisi da tutte le istituzioni¹⁸⁵. Di conseguenza, una commissione di esperti è stata indetta per redigere le linee guida per le applicazioni tecnologiche, al fine di uniformare e valutare le proposte progettuali che vengono sempre più spesso presentate ai musei.

Il fenomeno, definito nei modi più svariati, da rinascimento digitale a bolla evanescente, rappresenta sicuramente una svolta sotto diversi punti di vista: commercializzazione, diffusione, conoscenza delle opere d'arte sono facilitate grazie alle nuove tecnologie.

¹⁸⁵ AGENZIA DI STAMPA CULT, *Nft, a breve le linee guida del MiC per tutelare i beni culturali* - 29 aprile 2022 https://www.agenziacult.it/cultura-e-digitale/nft-a-breve-le-linee-guida-del-mic-per-tutelare-i-beni-culturali/?mc_cid=8bd01ea2e4&mc_eid=d3887cfe17 consultato il 12 maggio 2022

CONCLUSIONI

Al termine di questa tesi, è necessario cercare di delineare l'impatto dell'espressione artistica e creativa nei Borghi italiani. In questo quadro, la Street art come forma particolare di "atto estetico" risulta avere un'influenza decisiva sul territorio.

Avendo analizzato il contesto italiano, emerge una divaricazione importante tra i margini e i centri nevralgici del Paese da un punto di vista economico, demografico, infrastrutturale e sul fronte ai servizi destinati a chi vive o visita il territorio. L'Italia è caratterizzata da una incredibile costellazione di piccoli centri abitati e di borghi¹⁸⁶ che ne costituiscono una parte sostanziale dell'identità storica e culturale. Sono circa 5.500 i piccoli Comuni, rappresentando il 69% del totale, dove risiede soltanto il 17% della popolazione (Indagine A.N.C.I, 2019). Questo immenso patrimonio necessita un riscatto che oggi viene guidato sempre di più da un approccio *culture driven*, ossia orientato al capitale predominante del nostro Paese: il patrimonio culturale (materiale e immateriale).

La visione monolitica e polarizzata di un'Italia destinata all'abbandono e all'oblio, viene contrastata da pratiche non convenzionali e insorgenti - come la Street Art - volte al recupero, alla riappropriazione e al ripristino di luoghi e spazi trascurati.

Le opere d'arte di strada, fin dalle loro origini, nascono come tentativo di riappropriazione e risemantizzazione dello spazio urbano attraverso il segno artistico. Da una parte sono frutto della cultura di un luogo - rappresentando un prodotto *territorializzato*, cioè dipendente dal contesto in cui nascono - dall'altra sono generatrici di una creazione o rinascita di spazi, rappresentando, quindi, un impulso *territorializzante* (Amato, 2015).

Tale arte non è scevra, tuttavia, di polarità e dissidi interni che vengono affrontati quando si entra nel dibattito: la dialettica tra fisico e digitale, tra dimensione globale e locale, tra legalità e illegalità, tra tangibilità e immaterialità dell'opera, tra deturpazione e valorizzazione, tra integrazione e ribellione alle istituzioni, tra anonimato e autografia [Capitoli I e II].

¹⁸⁶ Borgo: bór|gos.m.sec. XIII; dal lat. tardo būrgu(m) "luogo fortificato", dal gr. púrgos "1torre" prob. incrociato col germ. *burg "castello", cfr. ted. mod. Burg.

1. piccolo centro abitato: un grazioso borgo marino

2. sobborgo periferico di una città | quartiere all'interno di essa: borgo medievale, borgo vecchio, palio dei borghi. Definizione da <https://dizionario.internazionale.it/parola/borgo>

A tal proposito, l'aspetto giuridico e normativo è stato analizzato al fine di distinguere se sia un limite o un vantaggio per la creatività, distinguendo come le pratiche possano articolarsi in legali, illegali, legittime o illegittime (Dumont, 2017).

È stato necessario esaminare il Diritto della Street Art (Baldon Zanetti, 2019) per avere una più completa conoscenza delle dinamiche e delle implicazioni che quest'arte porta con sé. In Italia, il legislatore nazionale e regionale ha avuto un ruolo cruciale per il riconoscimento di queste pratiche artistiche, che rispondono a quel ruolo espresso dall'art. 6 del Codice dei Beni Culturali di promozione e sviluppo della cultura e di riqualificazione o creazione di nuovi valori paesaggistici coerenti e integrati [Capitolo III].

Per una valutazione completa della tematica, è risultata particolarmente utile l'analisi del festival di Civitacampomariano (CB). Il paese molisano, con poche centinaia di abitanti, uno spopolamento costante e soggetto a dissesto idrogeologico, sta riprendendo vita grazie alla creatività contemporanea.

Dal 2016, il *Cvtà Street Fest* vive grazie al volere della comunità e la collaborazione con street artist nazionali e internazionali, coordinati dalla nota artista Alice Pasquini. L'evento risulta essere estremamente collettivo e relazionale e attira l'attenzione di stampa, visitatori e artisti da ogni parte del mondo.

L'espressione artistica contemporanea si integra nel contesto storico del territorio, contaminando l'antico con il nuovo. Sono le connessioni e la comunità ad essere elementi distintivi di questa esperienza: è forte il legame tra vecchie e nuove generazioni; tra abitanti, visitatori e artisti; tra locale ed internazionale; tra patrimonio culturale e nuovi linguaggi dell'arte di strada e di internet.

Attraverso un'intervista al Sindaco del paese, emerge come il Festival di Street Art produca effetti positivi dal punto di vista sociale, economico e culturale. In primo luogo, risulta essere *capacitatore* della comunità locale, nel senso che catalizza una serie di effetti positivi aumentando la qualità della vita, nonché le relazioni tra i cittadini e con il territorio. Il Festival è, inoltre, attivatore di capitale economico, poiché ha contribuito ed incentivato lo sviluppo imprenditoriale: ha stimolato l'apertura di tre nuovi esercizi commerciali, oltre che nuove forme di ospitalità e servizi turistici. L'Amministrazione comunale è stata in grado di attrarre fondi per lo sviluppo territoriale, puntando anche sulla creatività contemporanea per la valorizzazione del borgo. In questo ambito, il

Festival è in grado di valorizzare il patrimonio materiale e immateriale presente nel paese, attirando l'attenzione sulle attrattività come il Castello Angioino, le chiese e le bellezze naturalistiche del territorio, facendo in modo che le opere d'arte contemporanee *site-specific* dialoghino e si inseriscano nel contesto storico e paesaggistico. Inoltre, rivitalizza e trasmette le tradizioni e i saperi della comunità attraverso eventi e attività speciali (come workshop e attività collettive).

Da questa ricerca emerge in modo chiaro che l'espressione artistica stia ridisegnando il profilo urbano e il destino di questo borgo, non con opere calate dall'alto e decontestualizzate, ma basate sulla *community* e dipendenti dal territorio in cui vengono create.

Gli effetti positivi emergono non tanto grazie all'opera d'arte in sé, quanto all'integrazione con i valori, le caratteristiche e le problematiche del borgo.

Lo stucchevole e ripetitivo "*Il Molise non esiste*" viene trasformato in "*(R)esiste*" grazie all'arte e alla contaminazione d'idee. È nello scambio e nella crescita collettiva che vive, esiste e rinasce la speranza di un futuro diverso per questo territorio [Capitolo IV].

Risulta necessario riflettere sulle prospettive future di questa particolare forma di espressione artistica, avendo avuto prova del suo particolare rapporto con il territorio, il diritto e la società.

Emerge, infatti, il ruolo del digitale, soprattutto per l'influenza che esercita sulla produzione, comunicazione e distribuzione delle opere d'arte di strada.

Oltre ai social network, ad influenzare di recente la Street Art sono gli NFT e la tecnologia blockchain. L'NFT è un "*non fungible token*", ossia "*un oggetto virtuale unico ed inimitabile nel suo genere*"¹⁸⁷. Giuridicamente, la caratteristica principale è la scissione tra l'aspetto materiale e quello immateriale: di fatto, acquistare un NFT non corrisponde all'acquisto dell'opera materiale (o digitale), ma di un certificato di proprietà e della possibilità di affermare un diritto in base al tipo di contratto che viene stipulato. Sulla blockchain (catena di blocchi) viene quindi registrato il certificato di proprietà di una copia di opera digitale (o di opera fisica digitalizzata), che può essere venduta dall'artista in alta qualità. Applicando gli NFT e tecnologia blockchain sui lavori Street Art, gli artisti riescono a

¹⁸⁷ Grilli, M., NFT e arte digitale", su DirittoConsenso.it, 2021
<https://www.dirittoconsenso.it/2021/06/22/nft-e-arte-digitale/> consultato il 02 maggio 2022

immortalare il loro nome e mostrare le loro opere ben oltre le strade, condividendo in tutto il mondo la versione digitale e i messaggi della loro arte, oltrepassando i tradizionali limiti spazio-temporali. Questa pratica spesso non ha l'intento di negare la profonda connessione emotiva che si può provare guardando un'opera dal vivo, ma testimonia che immortalare la Street Art sulla blockchain possa estendere la durata della vita dei lavori d'arte di strada, andando oltre la loro "data di scadenza"¹⁸⁸ [Capitolo V].

In conclusione, la Street Art per quanto dibattuta e contesa, risulta essere un'espressione artistica decentralizzata, contemporanea e creativa che vive in spazi non consoni, capace di dare voce a pratiche, comunità e territori solitamente trascurati o meno visibili.

Multiformità, multidimensionalità, pluralità di espressioni esistono e si concretizzano nello spazio, controbilanciando il pensiero unico e monolitico che vede sempre una risposta netta e inflessibile di fronte alle tante scelte dialettiche che si possono presentare. Appare, infatti, arduo trovare una risposta univoca ai numerosi interrogativi posti durante la trattazione di questa tesi, ma la soluzione possibile sembra consistere nella mediazione, nello scambio e nell'attivazione e dialogo culturale. I numerosi esempi di riqualificazione di borghi e territori condannati all'abbandono, risultano essere la vera prova che è proprio attraverso l'esplosione di colori, di forme e di idee che le comunità trovano una nuova vita e una definitiva rinascita.

¹⁸⁸ SHIRODKAR, S. "Finally, a Good Use for NFTs: Preserving Street Art" su Wired CULTURE, JAN 31, 2022 1:33 PM, <https://www.wired.com/story/nft-street-art/>

APPENDICE A

INTERVISTA

Nome: Paolo

Cognome: Manuele

Nato a Campobasso (CB) il 26/07/1979

Residente a Civitacampomarano

Sindaco dal 2011

Data e durata registrazione: venerdì 03 Giugno 2022, durata 70'

Alessia Tesone: **Iniziamo parlando della nuova edizione. Siete in fermento per le nuove date del Festival che si terrà dal 23 al 26 giugno 2022, come sta andando?**

Paolo Manuele: *Quest'anno forse è una delle edizioni più interessanti, perché ci sono artisti di livello, come gli altri anni chiaramente, ma in questa ci sono nomi di primo piano nel panorama artistico. Gli artisti di quest'anno sono la spagnola Cinta Vidal, l'indiano Daku, i fratelli iraniani con base a New York Icy e Sot, il tedesco Akut, il francese Ememem e il writer sudafricano Keya Tama.*

AT: Questi artisti sono tutti invitati e contattati da Alice Pasquini?

PM: *Sì li contatta lei, ha la possibilità di poter avere la conoscenza diretta. È una bella fortuna.*

E poi, insomma, quest'anno ci dovrebbero essere oltre agli artisti, diverse persone che si stanno già prenotando per i tour dei murales. È complicato, ma c'è un buon riscontro per quanto riguarda la partecipazione.

AT: Infatti, leggevo il recente articolo di Sky Arte che riportava circa 23.000 visitatori¹⁸⁹. Come gestite questi flussi?

¹⁸⁹ Sky Arte, *Un borgo molisano diventa "capitale" della street art*, pubblicato il 1 giugno 2022, url <https://arte.sky.it/news/festival-street-art-civitacampomarano-molise> consultato il 1 giugno 2022.

PM: *Stiamo facendo il massimo, soprattutto per gli aspetti di logistica. Il paese è piccolo, quindi anche per i parcheggi si sta cercando il migliore dei modi per l'organizzazione. Molte persone sono coinvolte e si adoperano. Ad esempio, i ragazzi dell'Associazione CivitArt ospitano gli artisti, alcuni di loro, infatti, alloggiano a casa Cuoco, altri nelle seconde case private che vengono messe a disposizione.*

Offriamo loro vitto e alloggio, oltre che il trasporto, ovviamente, e un piccolo rimborso.

AT: Per quanto riguarda il finanziamento, quali sono i fondi maggiormente utilizzati (comunali, regionali, ...)?

PM: *Il Comune può dare in parte un contributo, ma principalmente sono le sponsorizzazioni a intervenire. Negli ultimi due anni, abbiamo partecipato anche al bando della Regione Molise "Turismè Cultura", che ovviamente concorre per una parte alla copertura dei costi. Nelle prime edizioni il Festival si è, come dire, autofinanziato con il merchandising e entrate proprie per recuperare i costi di realizzazione. Qualcosa rimane per finanziare il festival e, poi, i partner privati che contribuiscono, come il pastificio La Molisana al primo anno, la Birra Peroni successivamente.*

AT: Qual è stato il budget totale? Più o meno a quanto ammontano i costi del Festival?

PM: *Attualmente, forse tranne la prima edizione che è costata un po' meno perché era il mese di aprile, quindi intorno a 15.000€, queste altre edizioni viaggiano intorno a €30.000. Ci sono costi relativi agli aspetti organizzativi, insomma l'ospitalità, la gestione dei social, del sito, la comunicazione in generale.*

AT. Chi si occupa di questo aspetto?

PM: *L'associazione CivitArt. Anche perché, come Comune diventerebbe molto farraginoso la parte economica per una serie di fattori. Perché, ad esempio, essendo una pubblica amministrazione, anche se l'artista viene selezionato, entrano in gioco tutte le norme che regolano la scelta del contraente economico, come se fosse un incarico pubblico. Invece, con l'associazione, questi problemi vengono superati.*

AT: Parlando, invece, dell'aspetto economico e dell'impatto che il Festival ha avuto sul paese, ci sono stati cambiamenti rilevanti?

PM: Sicuramente, perché Civita prima del festival dal 2011 al 2016, quando ero già Sindaco, aveva uno spaccato diverso. Avevamo intrapreso delle iniziative, per quanto potevamo, essendo l'amministrazione di un piccolo centro, per poter valorizzare il castello e quindi agganciarci anche a percorsi turistici: avevamo reso il Castello visitabile attraverso personale volontario.

Bene o male le persone arrivavano però poi, ovviamente, il festival ha portato un nuovo target di turisti: molti giovani, molte persone che vengono al di là delle giornate del festival, ma anche durante l'anno da fuori regione. La possibilità di avere questa risonanza è merito di Alice Pasquini, che ha buon team e buoni canali di comunicazione che fanno assumere al Festival una risonanza a livello extraregionale, nazionale e internazionale. Testate di primo rilievo hanno scritto sul festival, da Artribune, a Sky Arte... Insomma, tutte questi media che sono seguiti non solo in Italia. Questo ha fatto sì che, stabilmente durante tutto l'anno, ci siano persone che arrivino. Sicuramente ha dato una forte propulsione che era oggettivamente inimmaginabile.

AT: Quindi i flussi sono anche destagionalizzati e si estendono su tutto l'anno?

Assolutamente. Non ne abbiamo la percezione, o meglio la misurazione, ma ci sono persone che vengono anche nei periodi più impensabili dell'anno. Infatti, molti stranieri sono abituati a viaggiare anche nei periodi in cui noi, oggettivamente, se dovessimo fare un viaggio, probabilmente non lo faremmo.

AT: Indubbiamente è un potenziale enorme, attrae persone che, altrimenti, il Molise non lo avrebbero mai visitato o scoperto.

PM: Certo, anche perché poi, queste persone, in occasione del festival, venendo da fuori regione, magari colgono l'opportunità di andare a vedere altre attrazioni sul territorio, altri paesi, altri castelli (e non solo quello di Civita). Poi, è solo un'idea che mi posso fare, ma sono sicuro che sia un indotto territoriale che va oltre Civitacampomarano in sé.

AT: Una soluzione utile potrebbe, quindi, essere creare una rete e percorsi sul territorio, dove la comunicazione e le informazioni si diffondono tra i vari comuni. Bisognerebbe un raccordo regionale, o perlomeno provinciale. Ma, oltre questo, quali sono stati i problemi più grandi, gli ostacoli che sembravano insormontabili, se ci sono stati?

PM: *Tutto sommato non ne abbiamo incontrati molti. Basti pensare che l'anno scorso l'edizione non si è fatta non tanto per la pandemia, ma perché Alice a settembre è diventata mamma e quindi abbiamo pensato a interventi differenti. Siamo riusciti anche a mettere in piedi l'edizione nel 2020, estendendola da giugno a settembre.*

AT: Quella edizione è stata incredibile, dallo street food alle opere realizzate dalla comunità, il significato trasmesso era particolarmente impattante...

PM: *Sì, le signore che hanno realizzato la ragnatela ad uncinetto, collaborando con l'artista che era collegata da remoto è uno dei tanti esempi. Comunque, l'aspetto, o comunque, la riflessione o paura, che facciamo un po' tutti è quella di cercare, parallelamente alla crescita della manifestazione, anche alla crescita del territorio dal punto di vista socio-economico. L'obiettivo è quello di far attivare dei servizi, che di fatto prima non esistevano e che adesso stanno emergendo. Ad esempio, prima non c'era una minima offerta ricettiva, che adesso esiste. Oppure, nella prima edizione, molte persone sono andate via senza la possibilità di mangiare nulla, perché il cibo era finito e nessuno si aspettava quei numeri. Adesso sono state aperte una macelleria e un biscottificio tipico.*

Ora stiamo utilizzando i fondi dell'agenzia di sviluppo e coesione¹⁹⁰ per le aree svantaggiate, abbiamo un finanziamento per 3 anni: la prima annualità non la utilizziamo per dare un incentivo di 5000 euro alle persone che si trasferiscono, come stanno facendo altri comuni, ma abbiamo scelto di destinare questi fondi per ristrutturare un immobile comunale dove è adesso la Pro Loco per creare uno spazio di ristorazione. L'esigenza c'è, durante l'anno ci sono persone che arrivano e non vogliono uscire dal paese per andare nel ristorante che è a 3 km, e in questo modo riusciamo a dare l'immobile in gestione in maniera agevolata a canone zero. L'iniziativa, inoltre, ti consente di indirizzare il bando non a chiunque, ma ai residenti di Civita, proprio per agevolare le aree svantaggiate.

Altre persone stanno cercando poi cercando di incrementare l'offerta ricettiva attraverso il turismo rurale, perché hanno intravisto la potenzialità derivante dai flussi.

¹⁹⁰ Civitacampomarano deliberazione di Consiglio Comunale n.7 del 21 marzo 2018, [Molise-ALTO-MEDIO-SANNIO.pdf \(agenziacoesione.gov.it\)](#)

AT: Dunque, il finanziamento del progetto tramite i fondi dell'Agenzia di Sviluppo e Coesione in cosa consiste?

PM: Noi vogliamo dedicare, appunto, questi fondi non a chi si trasferisce, perché oggettivamente è difficile trovare una famiglia che viene in un paese, perché riceve 5000 euro. Penso che sia una misura che non avrebbero dovuto proprio proporre. Noi vogliamo usare questi fondi per adattare, ristrutturare un immobile, affinché diventi un'occasione di lavoro per qualcuno o per chi magari ha già attività e vuole dedicarsi anche a un altro settore e offrire servizi. Tra i problemi del festival, appunto ci sono proprio la mancanza di questi servizi per turisti. Inoltre, dovremmo avere la possibilità in alcuni periodi dell'anno (festività e altri periodi) di inserire punti informativi stabili, perché i ragazzi dell'associazione sono volontari che fanno i tour ovviamente in base alla loro disponibilità, ma dovremmo inserire delle informazioni sempre reperibili per chi viene (mappe, cartine, cartelli). Queste sono le istanze di chi è venuto e su cui vogliamo lavorare.

Ad esempio attraverso la SNAI stiamo proprio in questi giorni facendo un intervento di valorizzazione digitale. Creeremo, metteremo a disposizione dei turisti che verranno, un'APP con cui loro verranno guidati in un percorso che riguarda sia il castello, il centro storico, ma anche la street art. Sono state inserite almeno 10 delle opere realizzate, quelle più significative. Verranno messi a disposizione anche 40 tablet che i turisti potranno utilizzare, dove troveranno 2 voci narranti (una maschile e una femminile, disponibili anche in lingua inglese). Dell'operazione si sta occupando una società a cui abbiamo già fatto l'appalto e che ha realizzato percorsi di valorizzazione anche al Colosseo.

AT: È fondamentale che si inserisca anche il percorso della Street Art, per creare una serie di attrazioni, non solo il castello, ma un percorso integrato.

PM: I ragazzi stessi hanno selezionato le opere più significative, sia per il genere artistico che per il significato che hanno. Forse per agosto o per la fine dell'anno dovremmo avere una strutturazione reale. Nel castello c'è inoltre un intervento più sostanziale di valorizzazione che verrà messo in atto nel caso in cui saremo destinatari dei fondi della linea B del Bando Borghi del PNRR.

AT: Come funziona l'apertura del castello? Gestite voi gli orari tramite volontari?

PM: Abbiamo una convenzione con la Direzione Generale Musei Molise. Adesso è aperto il sabato e la domenica, ma anche in giornate speciali proposte dal Ministero. Nei giorni del festival sarà aperto su orario continuato. Il personale che lavora dentro è costituito da volontari (amministratori comunali, ragazzi dell'associazione). Rappresenta una specie di Genius Loci della comunità.

AT: Infatti, una delle cose che colpisce particolarmente è il senso di comunità che si percepisce a Civita. Immagino esistesse già, ma è stato rafforzato dal Festival?

PM: Assolutamente. Non solo nell'edizione in cui alcuni abitanti hanno collaborato nella realizzazione delle opere, ma anche per chi, già da subito si è messo all'opera per lo street food, per il supporto degli artisti, per aiutare i ragazzi di CivitArt. È un'occasione che mette all'opera quasi 100-150 persone, anche negli aspetti più organizzativi (chi va a prendere l'artista e lo porta a Civita ad esempio; chi fa da mangiare). In questo modo viene coinvolta una fascia eterogenea di popolazione, dal bambino che lo vede come un gioco ed è affascinato dai colori, alle persone più adulte e anziane (sono stati fatti laboratori di merletti, pasta fatta in casa, i Ciell – biscotti tipici che si fanno da noi). Queste conoscenze delle persone anziane vengono trasmesse così di generazione in generazione.

AT: Quindi il festival è stato accolto in maniera positiva dagli abitanti? Il dubbio che molti si pongono è se gli abitanti erano favorevoli alla realizzazione delle opere sulle loro abitazioni.

PM: Allora, noi abbiamo iniziato già nel 2014, insieme a Ylenia Carrelli, colei che ha poi contattato Alice e che è adesso nell'associazione CivitArt. Volevamo riqualificare immobili pubblici comunali e abbiamo fatto realizzare a un amatore con una tecnica diversa la riproduzione di foto d'epoca (la trebbiatura). Con il proiettore ha realizzato questa rappresentazione, ma lui fa tutt'altro nella vita, non è un artista professionista, è un dipendente del comune di Palata, ma ha realizzato comunque un bel lavoro.

Quindi prima dell'arrivo di Alice, già volevamo colorare il borgo con foto del passato: dalle donne che andavano a prendere l'acqua con il tino, oppure la trebbiatura. Molte persone si sono riviste in queste opere, da chi era proprio rappresentato nella foto, a chi ha rivissuto in questo modo scene viste nel passato. Questa operazione è stata apprezzata perché i cittadini non si sono visti calare dall'alto un intervento decontestualizzato, ma hanno visto

rappresentate in un luogo pubblico scene della loro vita passata, cosa che ha dato un simbolo, un monumento del loro spaccato di vita.

Nel 2015 è arrivata Alice, che ha realizzato opere nel suo stile, ma anche altre opere ispirate a foto antiche con scene della vita quotidiana (come le ragazze che giocano).

La maggior parte della comunità in questo modo ha accettato questa tipologia di arte. Instillando il seme attraverso queste opere che rappresentavano il passato, ci siamo poi potuti "permettere il lusso" di far venire artisti che potessero realizzare la propria forma d'arte, che non abbia per forza a che fare con l'identità storica del borgo.

Secondo me, realizzando prima opere che si riferivano al passato contadino, abbiamo potuto verificare come venivano recepiti dalla comunità questi interventi artistici.

Quando poi è iniziato il festival e tutto quello che ne è conseguito, abbiamo fatto una manifestazione di interesse per chi volesse mettere a disposizione le pareti, e ci sono state molte più domande delle opere poi effettivamente realizzate. Questo fa capire che c'è la volontà di mettere a disposizione le proprie case. In secondo luogo, non da meno, le persone hanno visto la potenzialità del festival: vedere le persone che vengono nei giorni dell'evento; poi tutti gli artisti hanno creato uno scambio, una coesione con la comunità: queste persone spesso lavorano in grandi città e non hanno mai avuto modo di inserirsi in un contesto di paese, dove nasce un forte legame tra loro, la comunità e i lavori che stanno realizzando. A differenza degli interventi che realizzano nelle periferie urbane, dove spesso vengono tenuti in considerazione solo dalle associazioni che organizzano l'intervento e migliaia di persone che magari passano incuranti. A Civita invece hanno modo di avere un'esperienza completamente diversa, già solo dall'anziano che li osserva mentre lavorano. Anche i bambini, sono pochi, non abbiamo neanche le scuole, ma hanno voglia di partecipare: partecipano alla realizzazione, alla comunicazione. Loro, a mio parere, sono animati da questa nuova chiave di lettura di Civita, che anima di gente e di colore le strade del paese solitamente deserte, e che riaccende in loro una speranza di un futuro diverso.

AT: Senza dubbio avere nuove persone che arrivano, vuol dire avere nuove menti, nuove idee, nuove contaminazioni che fanno sicuramente crescere la comunità. Quali sono, invece, le aspettative per l'edizione di quest'anno?

PM: Per l'edizione di quest'anno, che arriva dopo l'interruzione dello scorso anno, in termini di numeri, ci assisteremo a presenze maggiori degli scorsi anni (avevamo anche 7-8000 presenze in quelle giornate). Vorremmo puntare a 10.000. Ma, a parte questo, vogliamo

puntare sul far vedere come attraverso il festival Civita si proietta e si consolida in una chiave di promozione nazionale e internazionale. In una chiave di umiltà e razionalità, sappiamo che Civita ha una serie di attrattive afferenti al patrimonio immateriale (con le personalità storiche che nacquero nel paese) e anche di quello tangibile (come il castello o la Roccaforte Martiniana). Ma, sono le opere diffuse nel paese che rendono questo patrimonio attrattivo. Il festival di street art ha, in questo senso, rappresentato una chiave di volta per rendere distintivo questo luogo rispetto agli altri. I beni culturali (castello, cimitero napoleonico, il paesaggio) sono amati dai turisti, ma per essere distintivi, la street art è stata uno strumento propulsore. Solo con il castello, ad esempio, non potevamo aspettarci una copertura mediatica così diffusa. Addirittura il festival è andato su quotidiani internazionali, su Rolling Stones, su Sky Arte, cosa che altrimenti sarebbe avvenuta difficilmente. Il motore di tutto questo è stata proprio l'arte di strada.

Soprattutto nel nostro Paese, di beni culturali ce ne sono tantissimi. Già nella nostra Regione, che è piccola, ci sono decine di castelli che hanno una storia da raccontare.

Per le persone, invece, il fatto di avere opere d'arte contemporanea che trattano di temi attuali e parlano anche ai giovani, è un fattore di valore, soprattutto perché si inseriscono in un borgo antico, con monumenti distintivi e popolato principalmente da anziani. Questo distingue il Cvtà Street Fest anche dagli altri interventi di riqualificazione che avvengono nelle periferie, dove i nuclei abitativi sono di recente costruzione. Vedere analoghi murali su nuove architetture comporterebbe la perdita del significato e della chiave di lettura, così come il messaggio di promozione che essi contengono, proprio perché realizzati nel borgo antico. Tutti questi elementi creano un mix funzionante. Si sono da noi, quindi, felicemente combinati più fattori, ma che sono anche maturati nella comunità. Un po' come quando si costruisce una casa, ci sono diverse componenti che animano la casa: l'ingegnere, l'architetto e il muratore. Nello stesso modo, anche il festival è animato da diverse personalità. Il festival in quelle giornate diventa un attrattore di persone che non verrebbero mai in questi numeri.

Ma, inoltre, questo ritorno positivo di immagine e di promozione, crea stimoli nella popolazione dal punto di vista imprenditoriale e spinge a creare qualcosa in più e ha portato vantaggi a tutta la comunità, soprattutto dal punto di vista socio-economico. Ti facevo l'esempio che negli anni precedenti, non c'erano neanche più le patatine nei negozi perché non c'era altro da mangiare: già il fatto che oggi non ci troviamo impreparati davanti a questo è tanto.

AT: Si parla di attivazione di capitali, e in questo caso è proprio la cultura che li ha attivati, sul fronte economico, sociale, e culturale stesso perché si valorizza il patrimonio già esistente. Dal punto di vista sociale, mi interessava sapere se fossero tante le persone, soprattutto dall'estero, che hanno acquistato o affittato casa a Civita.

PM: Tanti stranieri. Sono stati acquistati una decina di immobili. Una scrittrice statunitense si è proprio trasferita a Civita. Adesso c'è un belga che sta finendo dei lavori in un casolare in cui si trasferirà. Gli altri vengono in modo stagionale e sono sempre stranieri. A differenza dell'Alto Molise e dell'Isernino in cui c'è il flusso di ritorno estivo di napoletani e romani, non abbiamo questo movimento, ma sono tutti stranieri. Abbiamo norvegesi, irlandesi, statunitensi, una persona che lavora in Oman.

AT: Queste persone hanno comprato casa dopo che si è avviato il festival? O avevano intenzione di venire già da prima?

PM: Questi ultimi hanno comprato casa negli ultimi due-tre anni. C'è una persona tra di noi che lavora in questo mercato di chi acquista casa nei borghi italiani, cosa che avviene soprattutto nel Nord Europa. Sicuramente ho visto, quando ho venduto casa a una statunitense che vive in Germania, che il fatto che arrivano in un borgo, dove si innamorano del paesaggio, poi dei monumenti storici e poi trovano anche i murales è una combinazione vincente. Non so in che percentuale la street art sia responsabile di queste scelte, ma sicuramente è un catalizzatore di un concetto di bellezza, di andare in un luogo non anonimo, un borgo che non è spento, ma un contesto culturale pieno di idee e che è animato da queste opere contemporanee, vedere che c'è fermento culturale è cruciale.

AT: Invece, per quanto riguarda il turismo di ritorno/delle radici, Civita non è tanto interessata da questo movimento (che, invece, è particolarmente sentito in Molise)?

PM: Devo dire che non ci sono state variazioni tra il prima e il dopo festival. Considerando questa chiave di lettura, probabilmente si è anche un po' spenta. Purtroppo quando vengono a mancare i legami, viene meno la voglia di tornare al paese. Sotto questo punto di vista, il festival non ha né aggiunto né tolto, anche perché è una dinamica molto particolare. Una

cosa che però ho notato, soprattutto sui canali social, che chi è all'estero è orgoglioso delle proprie origini, soprattutto quando vedono servizi su Civitacampomarano nei telegiornali e condividono fieramente quello che la loro comunità sta facendo.

AT: Tirando le somme, qual è il tuo punto di vista sul festival?

PM: Sicuramente ha dato un impatto forte al paese, soprattutto dal punto di vista della comunicazione. Il fatto che si parli di Civitacampomarano, che abbia una presenza forte sul web, attira anche potenziali investitori che altrimenti, probabilmente, non avrebbero mai scelto il nostro borgo. Il fatto che ci siano opere di street art, che ci sia un fermento culturale vivo e attivo, cambia in positivo l'immagine del paese. Questo ha attratto sponsor nelle manifestazioni di interesse che non sono solo nell'ambito delle aziende regionali, ma anche nazionali, che si sono interessate al borgo proprio grazie all'immagine data dalla street art.

AT: Un'operazione davvero lodevole, soprattutto in una regione come il Molise, che fatica ad affermarsi nella mente dei visitatori.

PM: Proviamo a lavorare al massimo, facciamo la nostra. Il Festival dà un'idea di comunità, al di sotto ci sono sogni, visioni. Il fatto che si ragioni, che ci siano persone che si adoperano, fa sperare in un futuro. Anche perché, quando viene meno la visione del futuro, viene meno anche l'idea, la voglia, il sogno. Il declino demografico purtroppo c'è, ma questo può creare anche nuove visioni, che non devono diventare illusioni, ma nuove leve per far avere una nuova vita a questi luoghi, anche in una forma diversa rispetto al passato.

BIBLIOGRAFIA

A.N.C.I., *Street Art. L'avvio di Lavori Del Primo Tavolo Di Esperti Per Un Programma Di Valorizzazione Nazionale Nei Comuni D'Italia*, 23-11-2016. su www.anci.it

AGENZIA DI STAMPA CULT, *NFT, a breve le linee guida del MiC per tutelare i beni culturali* - 29 aprile 2022 https://www.agenziacult.it/cultura-e-digitale/nft-a-breve-le-linee-guida-del-mic-per-tutelare-i-beni-culturali/?mc_cid=8bd01ea2e4&mc_eid=d3887cfe17

AGENZIA PER LA COESIONE, *Strategie per la coesione dell'Area del Medio-Alto Sannio, approvata dalla conferenza degli amministratori il 2 luglio 2020* <https://www.agenziacoesione.gov.it/wp-content/uploads/2020/11/Molise-Alto-Medio-Sannio-strategia.pdf>

AINI, F. E., *Il "Naufrago bambino": salvatelo, è arte, pubblicato nel Quotidiano del Ministero della Giustizia*, gNews. giustizia newsonline, del 26 luglio 2019 <https://www.gnewsonline.it/il-naufrago-bambino-salvatelo-e-arte/>

AMATO, F., (2015), *Il lungo dialogo tra arte e geografia Il paesaggio urbano in trasformazione: i murali nei quartieri disagiati di Napoli*, in *Estetica. studi e ricerche* 2/2015, Aracne editrice DOI 10.4434/ESR.20396635.102015.01

AREA STUDI E RICERCHE DELL'A.N.C.I., *identikit dei piccoli comuni*, 5 luglio 2019 <https://www.anci.it/wp-content/uploads/identikit-piccoli-Comuni.pptx>

AREA STUDI E RICERCHE DELL'ANCI, *Altante dei Piccoli Comuni* <https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.anci.it%2Fwp-content%2Fuploads%2Fidentikit-piccoli-Comuni.pptx&wdOrigin=BROWSELINK>

ARTPRICE.COM, *The Contemporary Art Market Report in 2021*, 2021, url <https://imgpublic.artprice.com/pdf/the-contemporary-art-market-report-2021.pdf>

ASSEMBLEA GENERALE NAZIONI UNITE, *Dichiarazione Universale dei Diritti Umani*, PARIGI, 10 DICEMBRE 1948

AZMIER, J. J. *Culture and Economic for the Arts in Canada*, Canada West Foundation. Competitiveness: An Emerging Role, 2002

BARBATI, CAMMELLI, CASINI, *Diritto del patrimonio culturale*. Bologna: il Mulino, 2017.

BECKER, H. S., *Art Worlds*, 1982

BENATTI, F., *La street art musealizzata*, in *Giurisprudenza Commerciale*, fasc. 5, 1 ottobre 2017, pag. 781

BENJAMIN, W., *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica* (1892.1940), Einaudi, Torino, 1974

BIAGI, F., *Lo spazio urbano è il terreno di contesa politica. Note sul pensiero di Henri Lefebvre*, in «Il Ponte», n. 2, p. 4, 2017

BIANCHI C., VITI, S., *Street Art Iconoclastia e istituzionalizzazione*, su Ocula - occhio semiotico sui media, n. 18, settembre 2017, <https://www.ocula.it/rivista.php?id=30>

BLANCHÉ, U., “*Street Art and related terms*”, sauc, vol. 1, no. 1, pp. 32 - 39, Dec. 2015.

BLU, *MAGNATE MAGNATI*, 12 marzo 2016, in blublu.org

BOLDON ZANETTI, G., *Il Diritto della Street Art*, Maggioli Editore Spa, 2019

CAMMELLI, M., *Il diritto del patrimonio culturale: una introduzione*, in C. BARBATI, M. CAMMELLI, L. CASINI, G. PIPERATA, G. SCIULLO, *Diritto del patrimonio culturale*, Il Mulino, Bologna, 2020,

CARROSIO, G., *I margini al centro; l'Italia delle aree interne tra fragilità e innovazione*, Donzelli editore, 2019

CELLAMARE, C., SCANDURRA, E., *Pratiche insorgenti e riappropriazione della città*, Archivio della Ricerca Università Sapienza di Roma, 2016

CELLINI, B., *Vita di Benvenuto Cellini orefice e scultore fiorentino scritta da lui medesimo restituita alla lezione originale sul manoscritto Poirot ora Laurenziano ed arricchita d'illustrazioni e documenti inediti dal dottor Francesco Tassi*. Vol. 1. [- 3.]: 1, su books.google.it, Biblioteca Nazionale Centrale di Firenze, 1829.

CHACKAL, T., (2016) *Of Materiality and Meaning: The Illegality Condition in Street Art*, in *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, FALL 2016, Vol. 74, No. 4 pp. 359-370, 2016 su <https://www.jstor.org/stable/44510296>

Codice dei Beni Culturali, d. lgs. 42/2004 su https://www.gazzettaufficiale.it/dettaglio/codici/beniCulturali;jsessionid=qGB-D3fCXAVxF8oN1l5Kag__ntc-as2-guri2a

COSENTINO, C., *La tutela delle opere di «street art» tra diritto d'autore e regole proprietarie*, in *Riv. crit. dir. priv.*, n. 4, p. 529 ss., 2017;

Costituzione Della Repubblica, *Gazzetta Ufficiale* 27 dicembre 1947, n. 298

DE INNOCENTIS, I., *Urban Lives*, Dario Flaccovio Editore srl, 2017 su <https://books.google.it/>

DE ROSSI, A., *Riabitare l'Italia: Le aree interne tra abbandoni e riconquiste*, 2018

Disposizioni per la valorizzazione, promozione e diffusione della street art, l. 22/2020 (BUR n. 155 del 29/12/2020) <https://www.consiglio.regione.lazio.it/consiglio-regionale/?vw=leggiregionalidettaglio&id=9407&sv=vigente>

DOGHERIA, D., *Street Art*, Giunti Editore Spa, 2004

DUMONT, I., '*Street-artizzazione' delle città contemporanee: dalle periferie trascurate al museo globalizzato*, in L'apporto della Geografia tra rivoluzioni e riforme. Atti del XXXII Congresso Geografico Italiano (Roma, 7-10 giugno 2017), a cura di F. Salvatori, A.Ge.I., Roma, 2019, pp. 2777-2782, 2017

ELLE DECOR, "*Digital art, artisti digitali e arte contemporanea digitale*", articolo dell'11 gennaio 2022 su <https://www.elledecor.com/it/arte/a38734650/digital-art-arte-digitali-arte-contemporanea-digitale/>

EXECUTIVE AGENCY FOR SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES, *Street Art and Copyright*, pubblicato il 9 settembre 2020 su https://intellectual-property-helpdesk.ec.europa.eu/news-events/news/street-art-and-copyright-2020-09-09_en

FALCINI, D., è arrivato il momento di legalizzare i graffiti, 17 febbraio 2019 su <https://www.rollingstone.it/politica/e-arrivato-il-momento-di-legalizzare-i-graffiti/446165/>

FERRAMI, F., *Street Art in Calabria. Gulia Urbana porta a Diamante opere di Jorit, Kraser, SteReal e Tony Gallo*, su Artribune, pubblicato il 12 maggio 2021, <https://www.artribune.com/arti-visive/street-urban-art/2021/08/street-art-calabria-gulia-urbana-jorit-kramer-stereal-tony-gallo/> consultato il 21 maggio 2022.

FERRARA, L., MONDINO, M., STANO, S., *I "graffi" della protesta Street art, barriere artificiali e forme di espressione del dissenso*, sulla rivista LEXIA, pp. 161-205, 2012

FORTE, F, E DE PAOLA, P., "*How Can Street Art Have Economic Value?*" *Sustainability* 11, no. 3: 580, 2019 <https://doi.org/10.3390/su11030580>

FORZIN, *Spopolamento nel Bellunese: i residenti se ne vanno e le imprese chiudono*, in «Corriere delle Alpi», 16 maggio 2018, <https://corrierealpi.gelocal.it/belluno/cronaca/2018/05/16/news/i-residenti-se-ne-vanno-e-le-impresechiudono-1.16842178>

GALAL, C., *Street Art*, Casanova e Chianura Edizioni, Milano 2009

GIANNINI, M. S., «*I beni culturali.*» In *Gli scritti 1970-1976*, di Mario Severo Giannini, 1005-1039. Milano: GiuffrèEditore, 2005.

GIORDANI, L., *5-POINTS: risarcimento milionario per le opere di street art distrutte. Quale soluzione alla luce del diritto italiano?*, in Riv. delle arti e dello spett., n 1, 2018

GRILLI, M., "*NFT e arte digitale*", su DirittoConsenso.it, 2021 <https://www.dirittoconsenso.it/2021/06/22/nft-e-arte-digitale/>

IOVINO, G., *Riscritture di paesaggi urbani marginali. La street art a Napoli*. Cerutti S., Tadini M. (a cura di), Mosaico/Mosaic, Società degli studi geografici Memorie geografiche NS, 2019, 17, da academia.edu

ISTAT 2022, Il conto satellite del turismo in Italia – anno 2019, Il valore aggiunto turistico vale quasi 100 miliardi di euro e rappresenta il 6,2% del totale economia,

<https://www.istat.it/it/files/2020/12/C19.pdf>

ISTAT 2019, Indagine multiscopo sulle famiglie “Aspetti della vita quotidiana”,

https://www.istat.it/it/files//2020/05/14_Molise_Scheda-DEF.pdf

ISTAT previsioni 2021 <https://demo.istat.it/>

ISTAT, Dati statistici per il territorio, Regione Molise, dati del 1° gennaio 2019,

https://www.istat.it/it/files//2020/05/14_Molise_Scheda-DEF.pdf consultato il 24 maggio 2022

KAISTRENAKES, J, “Beeple sold an NFT for \$69 million”, 2021 sul sito The Verge

<https://www.theverge.com/2021/3/11/22325054/beeple-christies-nft-sale-cost-everydays-69-million>

Dichiarazione Universale UNESCO 2001 sulla diversità culturale, in "Economia della Cultura, Rivista trimestrale dell'Associazione per l'Economia della Cultura" 3/2008, pp. 417-424

LEFEBVRE, H., (2018) *Spazio e politica, Il diritto alla città II*, Ombre Corte, Verona,, p. 121

LEFEBVRE, H., *La produzione dello Spazio*, PGreco, Milano, 2018.

Legge di Stabilità Regione Lazio, l. 27 dicembre 2019, n. 28 Fig. 5.11 Indagine di Statista sul valore mensile delle vendite NFT <https://www.consiglio.regione.lazio.it/consiglio-regionale/?vw=leggiregionalidetail&id=9379&sv=vigente#art7>

Legge 1° ottobre 2020, n. 133 “Ratifica della Convenzione di Faro”

Legge Regionale 15 marzo 2021, n.4, Pubblicata sul B.U.R. Abruzzo n. 52 del 17/03/2021 url <http://www.consiglio.regione.abruzzo.it/sites/default/files/avvisi/197146/verb-04403-completo.pdf>

Legge Regionale n. 23 del 7 luglio 2020, pubblicata sul Bollettino Ufficiale della Regione Puglia - n. 99 suppl. del 9-7-2020 url

http://old.regione.puglia.it/documents/10192/53002550/LR_23_2020.pdf/f9abbf4c-bf5e-44ad-bd4c-40573292a283;jsessionid=8BBEF474446138E15025C79EE2AA0E0B

MACDOWALL, L., E DE SOUZA, P., ‘I’d Double Tap That!’: street art, graffiti, and Instagram research, in *Media, Culture & Society*, Vol. 40(1) 3–22, 2018 url

<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0163443717703793>,

MAGNAGHI, A., *Il territorio bene comune*, 2000

MANOVICH, L., *Instagram and Contemporary Image, 2017*, url
[instagram_book_manovich_2017.pdf](#)

MANUELE, G.,(2020), A_R_T_ (A_r_tistica R_ivitalizzazione T_erritoriale): *una strategia per la rivitalizzazione dei piccoli centri*, in ArcHistoR EXTRA 7 (2020) [www.archistor.unirc.it](#) ISSN 2384-8898 a cura di Annunziata Maria Oteri e Giuseppina Scamardi.

MARTINI, M., (2017) *Tragedia di un artista di strada. La pratica della cancellazione da eutanasia artistica ad artificio*, su Ocula - occhio semiotico sui media, n. 18, settembre 2017,
<https://www.ocula.it/rivista.php?id=30>

Molise Beni Culturali, *Luoghi della cultura, il castello di Civitacampomariano*,
<http://www.molise.beniculturali.it/index.php/luoghi-della-cultura-modulo/31-castelli/58-castello-di-civitacampomariano-cb>

MONTANARI, TTRIONE, V., *Contro le mostre*, 2017

MORETTI, A., *Produzioni culturali e produzioni turistiche: complementarità*, in G. Brunetti e M. Rispoli (a cura di) *Economia e management delle aziende di produzione culturale*, Il Mulino, Bologna, 2009. [pp. 83-101]

MYERS, R., "*Tokenization and its discontents*", 4 dicembre 2017url
<https://www.furtherfield.org/tokenization-and-its-discontents/>

NEGRI - CLEMENTI STUDIO LEGALE ASSOCIATO, *L'arte, il diritto il mercato in il Diritto Dell'Arte*, Skira Editore, 2012 pp. 5-25

NOZZA, F. "*La Digital Art di Beeple approda da Christie's*" sul sito Lo Sbuffo
<https://losbuffo.com/2021/03/10/la-digital-art-di-beeple-approda-da-christies/>

PALMA, G., *La Roccaforte di Civitacampomariano nel Molise e gli interventi di concezione martiniana*, Bollettino d'arte, ISSN 0391-9854, Vol. 96, N°. 9, 2011, pagg. 17-38 su url
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4839423>

PELLEGRINO, S., *Lo sgraffito a Firenze. La tecnica secondo Vasari e il ruolo dei motivi ornamentali nella composta partitura decorativa della facciata*, 2004, Url
https://www.academia.edu/8548769/Lo_sgraffito_a_Firenze_La_tecnica_secondo_Vasari_e_il_ruolo_dei_motivi_ornamentali_nella_composta_partitura_decorativa_della_facciata,

Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, pag. 108 ss., su
https://www.governo.it/sites/governo.it/files/PNRR_0.pdf

Piccoli Borghi Italiani, *Civitacampomariano, Territori in movimento* su
<https://ipiccoliborghi.it/storie/civitacampomariano/>

PIPERATA, G., *Cultura e sviluppo economico e...di come addomesticare gli scoiattoli*, in Aedon, n. 3, par. 1, 2018

PIRANDELLO, P., *Quaderni di Serafino Gubbio Operatore*, 1916, nell'edizione BUR Biblioteca Univ. Rizzoli (10 luglio 2013)

RABIMOV, S., *Street Art On The Blockchain: How Streeth Is Changing The Art Market* su Forbes, 2021, su <https://www.forbes.com/sites/stephanrabimov/2021/09/16/street-art-on-the-blockchain-how-streeth-is-changing-the-art-market/?sh=658898251644>

RAFFESTIN, C., *Regione e regionalizzazione*, 1984

Regio Decreto 16 marzo 1942, n. 262, "Codice Civile"

Regio Decreto 19 ottobre 1930, n. 1398, "Codice Penale"

RICHARDS G, WILSON J., *Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?*, in *Tourism Management*, 2006

SACCO, P., FERILLI, G., TAVANO BLESSI, G., *Cultura e sviluppo locale. Verso il distretto culturale evoluto*, Il Mulino, 12 novembre 2015 pp. 24-28

SAU, A., *Le ragioni di tutela, le sfide di valorizzazione*, in *Federalismi.it*, rivista di diritto pubblico italiano, comparato, europeo, pubblicato il 6 ottobre 2021, url <https://www.segretariocomunalivighenzi.it/archivio/anno-2021/Ottobre/doc-sau.pdf>;

SEN, A., *Equality of What?*, Tanner Lecture, 1979

SETTIS, S., *Paesaggio, Costituzione, cemento. La battaglia per l'ambiente contro il degrado civile*, Torino, Einaudi, 2010

SHIRODKAR, S. "Finally, a Good Use for NFTs: Preserving Street Art" su *Wired CULTURE*, JAN 31, 2022 1:33 PM, <https://www.wired.com/story/nft-street-art/>

SILONE, I., *Fontamara* (1933), edizioni Mondadori (18 maggio 2016).

SMARGIASSI, M., *Bologna, Blu cancella tutti i suoi murali: "No alla street art privatizzata"* su "La Repubblica", articolo pubblicato il 16 marzo 2016, url https://bologna.repubblica.it/cronaca/2016/03/12/news/bologna_graffiti-135303806/

TORRES, A., "NFT - Four art market experts discuss the advantages and risks" su *lampoonmagazine.com*, <https://www.lampoonmagazine.com/article/2022/04/28/nft/>

TOMMASINI, A. *La Street Art, il Molise e essere donna. Intervista ad Alice Pasquini*, su *Artribune.com*, pubblicato il 14 agosto 2018, url <https://www.artribune.com/arti-visive/street-urban-art/2018/08/street-art-alice-pasquini-intervista/>

UNESCO, *Dichiarazione Universale sulla bioetica e i diritti umani* (2005)

UNIVERSITÀ DI FERRARA, *Il più antico resto umano d'Italia rinvenuto nel sito paleolitico di La Pineta di Isernia grazie agli scavi condotti da Unife e dalla Soprintendenza per i Beni Archeologici del Molise*, 2014, url

<https://web.archive.org/web/20170312021057/http://www.unife.it/news/2014/luglio/il-piu-antico-resto-umano-d2019italia-rinvenuto-nel-sito-paleolitico-di-la-pineta-di-isernia-grazie-agli-scavi-condotti-da-unife-e-dalla-soprintendenza-per-i-beni-archeologici-del-molise>

UNWTO *World Tourism Barometer and Statistical Annex*, December 2020, URL <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.7>

VALENTE, F., *Non si può vedere ma esiste, il Castello di Civitacampomarano*, 2014 sul blog francovalente.it url <https://www.francovalente.it/2014/04/29/non-si-puo-vedere-ma-esiste-il-castello-di-civitacampomarano/>

VALERY, P., *Pièces sur l'art, Paris*, La conquête de l'ubiquité, 1928

VASARI, G, *Le Vite de' più eccellenti architetti, pittori, et scultori italiani, da Cimabue, insino a' tempi nostri*, Nell'edizione per i tipi di Lorenzo Torrentino, Firenze 1550, A cura di Luciano Bellosi e Aldo Rossi, Prefazione di Giovanni Previtali, Giulio Einaudi Editore 1986

VECCHIO, N. A, *Problemi giuridici della street art*, in *Dir. Inf.*, n. 1, 2016, p. 625 ss., p. 632 ss

VILLAJOS, S., WERCKMEISTER, V., GARCÍA, L., *Street Art and Intangible Heritage: a contextualising approach to public art in Vitoria-Gasteiz*, su *On The W@terfront*, vol. 61, nr 5. 10 luglio 2019
https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/692247/street_villajos_OTW_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y

VITRUVIO, *De Architectura*, libro VII, Capitolo V §§3-4, URL http://www.hs-augsburg.de/~harsch/Chronologia/Lsante01/Vitruvius/vit_ar07.html

VIVANT E., *“Les événements off: de la résistance à la mise en scène de la ville créative”*, in *Géocarrefour*, vol. 82, n. 3, pp. 131-140, 2007

VULPIANI, G., *Non fungible tokens, smart contracts e blockchain nell'arte e nella moda: crypto art e digital fashion*, in *Cammino Diritto*, rivista di informazione giuridica, Estratto dal n. 11/2021, Pubblicato, Lunedì 22 Novembre 2021
https://rivista.camminodiritto.it/public/pdfarticoli/7805_11-2021.pdf

XIX Conferenza L'Italia e il turismo internazionale. *Risultati e tendenze per incoming e outgoing nel 2019*, organizzata da Ciset, Università Ca' Foscari di Venezia in collaborazione con la Banca d'Italia e svoltasi a Treviso il 9 maggio 2019.

YAN, L., XU, J., SUN, Z., XU, Y., *Street art as alternative attractions: A case of the East Side gallery*, in *Tourism Management Perspectives*, Volume 29, 2019, Pages 76-85. Su <https://www.sciencedirect.com/>

YOUNG, A., Street Art, Public City, Londra Routledge, pp. 10-192, 2013 DOI
<https://doi.org/10.4324/9780203796917>

SITOGRAFIA

- Alice Pasquini <https://www.alicepasquini.com/it/bio>
- Archivio del Patrimonio culturale dell'Emilia-Romagna
https://bbcc.ibr.regione.emiliaromagna.it/pater/search.do?type=&group=GROUP0&cu stomquery=%3A*+-TYPE%3An+-TYPE%3Aaut+-TYPE%3Abib+-TYPE%3Aeca+&value%28ANY%29=street+art
- Bando “Lazio Street Art” edizione 2022
https://lazioeuropa.it/bandi/lazio_street_art_edizione_2022-851/
- CVTA' Street Fest <https://www.cvtastreetfest.it/about-us/>
- Ethereum ethereum.org
- Inward. <http://www.inward.it/>
- OpenSea <https://opensea.io/>
- Reasoned Art <https://www.reasonedart.com>
- Sardegna Cultura, Catalogo beni culturali, street art
<https://catalogo.sardegnaicultura.it/search/>
- Street art museum di Amsterdam
https://straatmuseum.com/en/?gclid=Cj0KCQjwspKUBhCvARIsAB2IYuvprvLee9Ex2qh m5p9legpwbZOBa-QPzu00XgrTy_hAJS-bjMHnXoMaAlXWEALw_wcB
- Streeth <https://www.streeth.io/>
- Treccani Vocabolario online <https://www.treccani.it/vocabolario>
- Urban Barriera di Milano <http://www.comune.torino.it/urbanbarriera/>
- Urban Nation Musuem, <https://urban-nation.com/>
- Verisart <https://verisart.com/>

INDICE DELLE IMMAGINI

Figura 1.1 Mano di Pech Merle, Pubblico Dominio, da commons.wikimedia.org	Pag. 13
Fig. 1.2 Palazzo Bianca Cappello a Firenze decorato con la tecnica dello sgraffito (Foto di Richard Mortel da flickr.com)	Pag. 16
Figura 1.3 "Nobody Likes Me" di iHeart a Vancouver (Canada), da https://www.widewalls.ch/artists/iheart	Pag. 25
Fig. 2.1 L'Italia dei Pieni e dei Vuoti, da De Rossi (2018)	Pag. 31
Fig. 2.2 Fonte: Atlante dei Piccoli Comuni sotto i 5000 abitanti A.N.C.I (2019)	Pag. 31
Fig. 2.3 72 aree progetto selezionate dalla SNAI, Comitato Tecnico Aree Interne 2019	Pag. 35
Fig. 2.4 Modello di Valorizzazione della creatività urbana di INWARD da inward.it	Pag. 41
Fig. 2.5 Censimento dei comuni italiani attivi in progetti di creatività urbana. Fonte: Pagina Facebook di INWARD - Osservatorio Creatività Urbana	Pag. 42
Fig. 2.6 Andamento popolazione residente comune di Dozza dal 2001 al 2020, dati ISTAT, elaborazione di Tuttitalia.it	Pag. 44
Fig. 4.1 Caratteristiche fisiche della Regione Molise, Fonte: Enciclopedia Treccani.	Pag. 62
Fig. 4.2 Popolazione residente per classi di età (1° gennaio 2019), confronto tra Molise e Italia, in percentuale (Fonte: ISTAT 2019).	Pag. 64
Fig. 4.3 Indagine sul reddito e condizioni di vita in Molise e Italia, anno 2017 composizione percentuale (Fonte: ISTAT 2017).	Pag. 65
Fig. 4.4 Regione Molise in ANCI, Atlante Piccoli comuni, 2019	Pag. 66
Fig. 4.5 Andamento della popolazione residente di Civitacampomarano, dati ISTAT fino a 2020 elaborato da Tuttitalia.it	Pag. 67
Fig. 4.6 Calanchi a Civitacampomarano foto di Alessia Tesone	Pag. 68
Fig. 4.7 Vista di Civitacampomarano dalla strada provinciale 163 foto di Alessia Tesone	Pag. 68
Fig. 4.8 Web 0.0 – Facebook da http://www.biancoshock.com/web-00.html	Pag. 71
4.9 Web 0.0 – Twitter da http://www.biancoshock.com/web-00.html	Pag. 71
Fig. 4.10 Biancoshock, Il Molise, 2016 (2x 1,20 mt - spray, hope). http://www.biancoshock.com/il-molise-resiste.html	Pag. 72
Fig. 4.10 Martin Whatson, 2019 - Credits fotografici Ian Cox da cvtastreetfest.it	Pag. 74
Fig. 4.11 Nespoon e Civitesi, 2020 foto di Alessia Tesone.	Pag. 75
Fig. 4.12 Alberonero, 2020. Crediti fotografici: Giorgio Coen Cagli.	Pag. 76
Fig. 4.13 Biancoshock, A Via Nov, 2020. Crediti fotografici Biancoshock. http://www.biancoshock.com/a-via-nov.html	Pag. 77
4.14 Biancoshock, A Via Nov, 2020. Crediti fotografici Biancoshock. http://www.biancoshock.com/a-via-nov.html	Pag. 77
Fig. 4.15 Lego usati da Jan Vormann per ricostruire il paese nel 2019. Crediti fotografici Pierdo Fumarola.	Pag. 82
Fig. 4.16 Cristian Blanxer e Victor Garcia Repo, 2021, foto di Mauro Jovine (2022)	Pag. 83
Fig. 5.1: Everyday: the first 5000 days del digital artist Beeple (screenshot da Instagram.com)	Pag. 90
Fig. 5.2 Rhea Myers, Is Art, 2014 da rhea.art .	Pag. 91
Fig. 5.3 Mitchell F Chan, Digital Zones of Immaterial Pictorial Sensibility, 2017 da chan.gallery	Pag. 92
Fig. 5.4 Yanoe e Zoueh, The Majestic, Tulsa da grtnews.com	Pag. 95

Fig. 5.5 dettaglio dell'opera Tuttomondo di Keith Haring (Pisa, 1989), autore della foto autore Guglielmo Giambartolomei (2020)	Pag. 96
Fig. 5.6 Ozmo, Revived Lady Liberty and David, in vendita sulla piattaforma Rarible	Pag. 97
Fig. 5.7 Schermata del sito Streeth con dettaglio sull'app per l'acquisto delle opere	Pag. 101
Fig. 5.8 Il sito di NFT Mural Collective	Pag. 102
Fig. 5.9 Statistiche delle vendite d'arte contemporanea nel 2021 nel rapporto di Artprice.com	Pag. 103
Fig. 5.10 Indagine di Morning Consult sugli acquirenti di NFT tra il 2017 e il 2022.	Pag. 104
Fig. 5.11 Indagine di Statista sul valore mensile delle vendite NFT	Pag. 104

RINGRAZIAMENTI

Al termine di questo lavoro, è spontaneo, oltre che doveroso, porgere i miei più sinceri ringraziamenti ai professori che mi hanno seguito nella stesura della tesi. Grazie al significativo aiuto e alla fiducia dei professori Marco Olivi, Giovanni Boldon Zanetti e Raffaele Campion ho potuto sviluppare un argomento a me particolarmente caro, che mi ha dato la possibilità di mettere a frutto le conoscenze acquisite in questi anni di Università.

Ho avuto la fortuna di essere seguita da tre eccellenti professionisti che, oltre ad essere una fonte di stimoli per la riflessione, sono stati un modello umano da ammirare.

I ringraziamenti di questa tesi sento di poterli suddividere in base a tre luoghi per me particolarmente significativi:

MOLISE. Voglio dedicare questa tesi alla mia famiglia, che è la mia grande risorsa di felicità e protezione, dai miei genitori che più di tutti hanno creduto e credono in me, che con il loro sorriso (sempre un po' commosso) mi hanno vista andare via e mi hanno lasciato inseguire i miei sogni, ai miei fratelli e i miei nonni che mi hanno resa quella che sono. Vi dedico questo percorso che non sarebbe stato possibile senza di voi, grazie perché per merito vostro, ovunque nel mondo, il pensiero di tornare a casa mi emozionerà e farà sempre gioire.

Grazie ai miei amici di sempre, compagni di crescita, di serate, di classe o di vita, grazie per essere sempre stati al mio fianco e per essere la prova che la distanza non conta quando il bene è così grande.

Ci tengo, poi, a ringraziare il Comune di Civitacampomarano e, in particolare, il Sindaco Paolo Manuele che è stato fondamentale per questa tesi con la sua gentilezza e professionalità.

VENEZIA. Non mi basterebbe una vita per esprimere quello che ormai questo luogo rappresenta per me. Cinque anni fa Venezia era solo un'idea e una città lontana. Oggi è casa e rifugio. Oltre ad aver goduto della magia di questo luogo unico al mondo, ho avuto modo di conoscere delle persone straordinarie. Il ringraziamento più grande va alle coinquiline di "Casa Rometta", a tutto ciò che questa casa ha visto, sentito e subito: alle

serate Maschere e Divano o a quelle Musica e Gin Tonic; ai mille caffè e diecimila taralli; alle creme pasticcere cancerogene, all'hummus e all'avocado; ai momenti "Venezii", al sole preso dalla finestra, agli allenamenti e alla pizza con le patatine. Lasciare questa casa sarà doloroso, ma l'affetto è troppo forte e porterò per sempre con me un po' di tutte voi e di questi anni di cambiamenti. Grazie a Francesca e Rebecca, coinquiline *ad honorem*: entrambe, da più o meno tempo, sono state compagne di università e di drammi, di gioie e di soddisfazioni, entrambe stimolo costante ad agire e a crescere, grazie per avermi fatto vivere a pieno questa esperienza.

"Allora, Allora, Allora" un grazie smisurato va poi a tutti i componenti di "Boulevard" e alla Polizia che non ci ha ancora mai arrestato. L'insegnamento che porterò sempre con me è che ci sono cose pericolose nella vita come: chiedere quale musica ascolti, una noce di cocco, le porte del bagno difettose, il mobiletto della televisione, 4k al mese, un veneto con origini dubbie e il risotto al vino rosso.

Grazie a tutte le persone importanti incontrate in questi anni, da chi conosco ormai da tempo, e a chi è da poco nella mia vita ma già significa tanto.

TORONTO. Nonostante esista, per ora, solo in digitale, merita un grande ringraziamento l'Ufficio ENIT di Toronto, per l'enorme possibilità di crescita personale e professionale che mi hanno offerto, per avermi aiutato a seguire la mia strada e i miei sogni, per avermi concesso un'esperienza impareggiabile, nonostante fosse da remoto e in piena pandemia. Immensa gratitudine va a Salvatore - tutor, mentore e amico - per il tempo e il lavoro dedicato, per gli insegnamenti, per le risate e per lo scambio continuo e produttivo di idee e passioni.

Terminare questi ringraziamenti è difficile perché sento di chiudere una pagina importante, densa e ricca di significato. Vivere questi anni è stato come guardare un bel film e sperare che non finisca mai, ma i titoli di coda, purtroppo, arrivano sempre e a me non sono mai piaciuti. Valeria, però, mi ha insegnato che sono importanti e vanno apprezzati: permettono di scoprire sempre qualcosa di nuovo e aprono spesso la porta a nuove storie. Io, personalmente, amo riguardare i miei film preferiti e questo è decisamente il primo in classifica che continuerò sempre a guardare e a vivere.