



Università  
Ca' Foscari  
Venezia

Corso di Laurea magistrale  
in Storia delle arti e conservazione dei beni  
artistici

Tesi di Laurea

**Dai muri al Web.  
Spazi di produzione e di  
condivisione della Street Art**

**Relatrice**

Prof.ssa Cristina Baldacci

**Correlatrice**

Prof.ssa Federica Maria Giovanna Timeto

**Laureanda**

Valentina Esposito

Matricola 879764

**Anno Accademico**

2022 / 2023

## Indice

<b>Introduzione .....</b>	<b>3</b>
<b>CAPITOLO 1 La strada .....</b>	<b>6</b>
1.1 La città postmoderna.....	6
1.2 La riappropriazione dello spazio urbano .....	13
1.3 Che cos'è la Street Art .....	22
1.3.1 Banksy .....	24
1.3.2 Blu.....	27
1.4 La centralità della documentazione fotografica.....	31
<b>CAPITOLO 2 Le gallerie d'arte e i musei.....</b>	<b>53</b>
2.1 Gli "strappi": dallo spazio urbano allo spazio espositivo .....	53
2.2 La curatela della Street Art .....	63
2.3 Collezionare Street Art .....	71
<b>CAPITOLO 3 Il Web .....</b>	<b>85</b>
3.1 Smaterializzare la realtà? Street art e fotografia digitale .....	85
3.2 La realtà conversazionale del Web 2.0 .....	97
3.3 I nuovi spazi della Street Art .....	106
<b>Conclusioni .....</b>	<b>114</b>
<b>Elenco delle immagini.....</b>	<b>117</b>
<b>Bibliografia .....</b>	<b>122</b>
<b>Sitografia .....</b>	<b>127</b>
<b>Siti degli artisti .....</b>	<b>130</b>
<b>Videografia .....</b>	<b>130</b>

## Introduzione

Ripercorrendo la storia della Street Art, ci si rende subito conto di avere a che fare con un movimento artistico dall'andamento irregolare, per nulla uniforme ed influenzato da una serie di fattori sociali, politici, culturali e tecnologici. La sua natura ibrida e sovversiva, infatti, mostra punti di contatto con altri movimenti artistici e culturali, che agiscono in modo simile sull'aspetto visivo dello spazio urbano e sui messaggi che vengono fatti circolare al suo interno.

Ma cosa accade nel momento in cui si prova a spostare la Street Art dalla città e a ricollocarla altrove? L'obiettivo di questo studio è individuare le caratteristiche che la Street Art ha acquisito a contatto con il sistema dell'arte e con il Web 2.0, esplorarne le recenti forme di fruizione e diffusione per provare a comprenderne meglio il potenziale comunicativo, partecipativo ed interattivo.

Il primo capitolo è dedicato alla storia del movimento, ai suoi punti di contatto con il Writing americano degli anni Settanta e con i movimenti artistici e culturali (come il Culture Jamming), che già negli anni Sessanta avevano iniziato a opporsi alla diffusione incontrastata delle immagini pubblicitarie, veicolate dai mass media e promotrici dell'alienazione dell'individuo. Sin da subito, verrà messo a fuoco il legame indissolubile tra la Street Art e lo spazio urbano, ricorrendo al supporto delle teorie sviluppate da studiosi e specialisti in ambito urbanistico, architettonico, sociologico e antropologico, soprattutto in rapporto alla città postmoderna. A differenza del Writing, che utilizza i graffiti per una rivendicazione personale e territoriale, la Street Art si inserisce in un contesto più globalizzato, dove, soprattutto grazie al supporto della tecnologia, è maggiormente in grado di sperimentare nuovi linguaggi, nuove modalità di comunicazione e di esplorare nuovi contesti. I casi di Banksy e di Blu forniscono due approcci diametralmente opposti alla Street Art, ma ugualmente validi per mostrare come la Street Art possa sovvertire e decostruire i rigidi schemi sociali e mentali ereditati dal secolo precedente.

Il secondo capitolo è dedicato alla Street Art nei musei, nelle gallerie, nelle case d'asta e al ruolo che la Street Photography ha svolto per garantire una sorta di liberazione dai vincoli spaziali ed estetici. *Subway art* di Martha Cooper ed Henry Chalfant è il primo progetto ufficiale ad aver posto in evidenza il valore documentario della fotografia, e segna l'inizio di un graduale slittamento della Street Art verso altri canali. Infatti, agli inizi degli anni Duemila, mentre la Street Art diventa un fenomeno mainstream a livello globale, il sistema dell'arte comincia ad applicare le sue politiche accentratrici e ad interferire con le modalità di diffusione della Street Art (come si vedrà con la pratica degli "strappi" e delle appropriazioni indebite da parte di fondazioni e istituti). Tuttavia, tale contesto origina diverse prese di posizioni: oltre alle opinioni più radicali di street artist del calibro di Blu, che arriva ad eliminare le proprie opere dalla strada, se ne aggiungono altre più moderate, per cui essere esposti all'interno delle gallerie diventa un momento di sperimentazione e di narrazione diverso da quello offerto dalla strada. Banksy rappresenta un caso unico e ricco di ambiguità, soprattutto per quanto riguarda il tipo di tematiche denunciate e la sua presenza all'interno del sistema dell'arte.

Tuttavia, oltre ai dibattiti critici e più strettamente inerenti alle attività all'interno dei musei, esistono anche iniziative come il GAU di Lisbona, il *Big City Life* di Tor Marancia, il MAAM o il Museo dell'Ex Mira Lanza di Roma, da considerare come originali forme di riqualificazione urbana, forme di esperimenti sociali e occasioni per l'istituzione museale di ripensare se stessa.

Seppur con modalità diverse, la fotografia è un argomento trasversale a questa tesi e nel capitolo conclusivo, vengono presi in considerazione il ruolo che svolge nel suo formato digitale e la ricontestualizzazione che attua della Street Art, sia all'interno degli archivi digitali (gestiti dagli street artist o da chi ne fa le veci) che sui social media. Le dinamiche interattive e relazionali (ma anche artistiche e sociali) che un tempo avvenivano nello spazio urbano, con l'avvento del Web 2.0 si spostano nel cyberspazio, consentendo tanto agli street artisti quanto al loro pubblico di sperimentare il nuovo potenziale creativo e comunicativo della Street Art sul Web. Malgrado l'avversione nei confronti di queste nuove forme di conversazione e di valorizzazione della Street Art, oggi più che mai, risulta necessario indagarle per poter

riacquisire una maggiore consapevolezza delle nuove pratiche di produzione delle immagini e di interazione con un pubblico virtuale, per provare a riscoprire in modo diverso il legame con la dimensione urbana e a sviluppare nuove forme di socialità.

# CAPITOLO 1

## La strada

### 1.1 La città postmoderna

Ripercorrere e ricostruire il contesto storico-culturale in cui si collocano Graffitismo e Street Art è il primo passo per poterne definire il raggio di azione e comprenderne al meglio la portata dirompente e sovversiva. Lo spazio urbano è sempre stato luogo di scontri, di incontri, scambi economici, politici e culturali. Nel corso della storia la città è cambiata per adeguarsi alle esigenze dei suoi abitanti. Dalla vitalità pulsante della piazza medievale, è passata ad una forma più decentrata nei primi anni del Novecento, trasformandosi in spazio di funzionalità ed efficienza estreme<sup>1</sup>. Tale processo di decentralizzazione della condizione urbana viene affrontato Henri Lefebvre in *The Urban Revolution*. Dal lavoro del filosofo, la centralità emerge come l'essenza del fenomeno urbano: non si dissolve con la "rivoluzione urbana", ma si frammenta al punto tale da innescare continue dinamiche di distruzione e ricostruzione dell'idea di centralità. Se nel Medioevo la piazza costituiva il cuore pulsante della città e lo spazio di condivisione dei momenti più significativi della vita pubblica, negli anni Cinquanta e Sessanta, l'estetica delle città viene rivoluzionata dall'ingresso di nuove dinamiche economiche e dal sorgere della cultura di massa. La città diventa spazio di compresenze di scenari utopici e distopici, di policentralità e dispersione, che si può cercare di armonizzare attraverso la componente effimera, cosicché: "every place becomes multifunctional, polyvalent, transfunctional, with an incessant turnover of functions"<sup>2</sup>. La proiezione verso il superamento e il raggiungimento di una dimensione urbana ideale è la spinta costante della città verso la propria autodistruzione e

---

<sup>1</sup> Garante di questa tendenza spaziale e funzionale fu il Movimento Moderno (o International Style), che tra gli anni Venti e Trenta del Novecento volle sfruttare nuovi materiali (come acciaio e vetro) all'interno di progetti che potessero rivoluzionare l'architettura e l'aspetto delle città rompendo con ogni forma di storicismo stilistico. Tra i protagonisti di maggior spicco che animarono il Movimento Moderno, vanno inseriti Le Corbusier, Ludwig Mies van der Rohe e Walter Gropius.

<sup>2</sup> H. Lefebvre, *The Urban Revolution*, University of Minnesota Press, Londra, 2003, cit., p. 131.

autorigenerazione. La convivenza e la sinergia tra l'esplorazione di scenari utopici così come di quelli distopici pone la città in uno stato di continua ricerca e proiezione verso una condizione ideale. Il critico Fredric Jameson, definendo il Postmodernismo ed allineandosi a quanto afferma il sociologo David Bell in merito alla *post-industrial society*, parla di *consumer society*, *media society* ed *electronic society*. Si tratta di concetti a cui ricorrono anche per indicare la serie di esperienze caotiche ed empiriche che non solo si oppongono al rigore scientifico degli inizi del Novecento, ma innescano una ricerca estetica ed esperienziale necessariamente nuova. Tali esperienze sono necessariamente legate al proprio tempo e, nel caso della società globalizzata, il turismo è proprio una di quelle in grado di impattare sull'esperienza estetica della città. Difatti i turisti sono coloro che, attraverso il proprio sguardo, sono in grado di attuare un continuo processo che Claudia Galal definisce di monumentalizzazione, demonumentalizzazione e rimonumentalizzazione delle città<sup>3</sup>. La duplice capacità di creare e percepire la realtà attraverso l'azione estetizzante dello sguardo altrui è manifestazione di una volontà di "confermare la propria superiorità e sublimità rispetto alla natura"<sup>4</sup>. Una visione turistica del genere non può prescindere dalla conformazione urbana e dalle discipline che cercano di monitorarla per prevedere i futuri andamenti. L'architettura e pianificazione urbana organizzano ed osservano da sempre lo spazio urbano, l'estetica delle città e le dinamiche che possono svilupparsi al loro interno. Se Jameson vede nella pianificazione urbana e nell'architettura l'espressione più evidente dei mutamenti del gusto estetico delle varie epoche, per Lefebvre urbanisti e gli architetti, nel tentativo di gestire dal punto di vista spaziale le problematiche legate alla propria epoca, finiscono con l'organizzare uno spazio repressivo:

The urbanist imagines himself caring for and healing a sick society, a pathological space. He perceives spatial diseases [...]. Eventually, space itself becomes a subject. It suffers, grows ill, must be taken care of so it can be returned to (moral) health<sup>5</sup>.

Nel tentativo di perseguire tale scopo, gli urbanisti finiscono con l'abbracciare lo stesso caos che cercano di organizzare: ricorrendo a griglie e quadrati come sistemi di scansione spaziale, finiscono per razionalizzare ulteriormente lo spazio e a potenziarne

---

<sup>3</sup> C. Galal, *Street Art*, Auditorium, Milano, 2009, cit., p. 119.

<sup>4</sup> Ibidem.

<sup>5</sup> H. Lefebvre, *The Urban Revolution*, University of Minnesota Press, Londra, 2003, cit., p. 157.

le caratteristiche alienanti e repressive. Anche l'architettura postmoderna, costretta ad operare in uno spazio urbano di questo tipo, elabora delle soluzioni che finiscono con l'assecondare l'andamento schizofrenico del contesto urbano in cui opera. A rendere ancora più complessa la situazione, l'economia capitalista e consumista degli anni Cinquanta trasforma lo spazio urbano in "spazio dell'attraversamento"<sup>6</sup>, in cui le relazioni tra i suoi abitanti sono influenzate dalle nuove logiche del consumismo e del capitalismo. che fanno delle città spazi complessi, eterogenei, fucine per la nascita di nuove forme relazionali e di comunicazione<sup>7</sup>. Non è un caso che Jameson inserisca tra gli esempi di progettazione postmoderna lo studio sulla Strip di Las Vegas, condotto nel 1972 dai due architetti Denis Scott Brown e Robert Venturi. I due studiano la conformazione di questa strada commerciale integrando alla morfologia dei suoi edifici le immagini pubblicitarie che ne animano il paesaggio. Il risultato è una stratificazione di segni e messaggi, e un'identità legata alla mutevolezza delle immagini delle merci:

In the narrow streets of the medieval town, although signs occur, persuasion is mainly through the sight and smell of the real cakes through the doors and windows of the bakery. On Main Street, shop-window displays for pedestrians along the sidewalks and exterior signs, perpendicular to the street for motorists, dominate the scene almost equally. On the commercial strip the supermarket windows contain no merchandise. There may be signs announcing the day's bargains, but they are to be read by pedestrians approaching from the parking lot<sup>8</sup>.

I frequentatori della Strip, dunque, non consumerebbero merci bensì immagini; il loro modo di muoversi nella città avverrebbe in funzione di una distribuzione ben congegnata dei casinò, degli hotel e dei centri commerciali – per cui anche la distanza tra gli edifici consentirebbe la massima visibilità tanto ai pedoni quanto alle automobili che viaggiano in velocità sull'autostrada –, e anche in base alla distribuzione dei mezzi di comunicazione. Con quest'ultimo termine non si intendono esclusivamente le infrastrutture, ma anche la capacità comunicativa della città, della sua architettura e delle immagini che aderiscono alle sue superfici. Difatti, come il

---

<sup>6</sup> P. Mello, *Metamorfosi dello spazio. Annotazioni sul divenire metropolitano*, Bollati Boringhieri, Torino, 2002.

<sup>7</sup> R. Venturi, D. Scott Brown, S. Izenour, *Learning from Las Vegas: the forgotten symbolism of architectural form*, MIT Press, Londra, cit., p. 9.

<sup>8</sup> Ivi, cit., p.58.

retro di un palcoscenico che cela al pubblico i trucchi dello spettacolo, anche le parti posteriori degli edifici commerciali della Strip vengono lasciati spogli (e spesso adibiti a parcheggi). Sono piuttosto le loro facciate e i loro profili a diventare dei veri e propri media: si ricoprono di scritte luminose, immagini accattivanti che entrano a far parte dell'edificio stesso. L'applicazione su vasta scala di questo criterio predispone il paesaggio urbano a mutare continuamente il suo aspetto e ad entrare in una dimensione sempre più effimera. Grazie al lavoro di Scott Brown e di Venturi, l'esigenza di rendere Las Vegas unica e riconoscibile attraverso l'effetto combinato di architettura ed immagini ha necessitato il ricorso ad orpelli monumentali da aggiungere agli edifici commerciali. I tabelloni ancora visibili sulle sommità di alcuni edifici non sono altro che i resti di un'epoca giunta al suo termine e la prova di come ogni città possa essere guardata come un vero e proprio palinsesto. Un'ulteriore smaterializzazione della realtà urbana è quella del ricorso alla tecnologia di schermi HD o a Led 3D per cercare di caratterizzare in modo sempre diverso le superfici degli edifici urbani. Differenziando gli edifici contemporanei in shopping center, edifici schermo architettonici e media building, Patrizia Mello riscontra come le odierne modalità di progettazione si pongano obiettivi diversi da quelli strettamente legati all'abitare: i centri commerciali costituiscono la nuova forma di aggregazione sociale, e diventano il punto nodale attorno a cui orbitano le infrastrutture e i servizi; gli edifici schermi architettonici (come il Guggenheim di Bilbao) possono essere visti come un "bluff architettonico" poiché tale tipologia di edificio non è strettamente legata alle specificità del luogo per cui viene pensata, e potrebbe essere costruito indistintamente in qualsiasi città del mondo; per i media building il discorso diventa più complesso. Più che svolgere una funzione abitativa, i media building ricoprono un ruolo informativo e mirato ad "incentivare il carattere commerciale del quotidiano"<sup>9</sup>. In tal senso, i media building giocano un ruolo attivo nella circolazione delle immagini pubblicitarie promosse dalle agenzie e dalle multinazionali, ma allo stesso tempo mostrano come la città sia un organismo ricettivo e reattivo, sempre pronto a mutare la sua fisionomia e la sua identità. Se da un lato l'architettura, le immagini e le forme di comunicazione lavorano in simbiosi, è pur vero che tale sistema ha presto finito con

---

<sup>9</sup> P. Mello, *Metamorfosi dello spazio. Annotazioni sul divenire metropolitano*, Bollati Boringhieri, Torino, 2002, cit., p. 114.

il consolidarsi in maniera omogenea in tutto il mondo, appianando le differenze e le specificità di ogni grande città. Abbiamo già accennato a come l'innescò di tale dinamica sia partito negli anni Cinquanta e Sessanta e a come il cambiamento dello scenario urbano dell'epoca sia riconducibile alla nascita di un sistema economico capitalista, governato dalle merci o, come nel caso di Las Vegas, dalle loro immagini. In tal senso, la città è un campo di battaglia conteso tra forze contrapposte, che verranno guardate più da vicino nel paragrafo successivo grazie a personaggi come Guy Debord – che non solo riesce a mettere a fuoco le questioni centrali nel momento stesso in cui avvengono, ma smaschera e gioca con le stesse fino a tradurle in nuove opportunità di espressione e di linguaggio –. Ancora, le pratiche di deriva e di *détournement* dei situazionisti cercano di proporre alternative originali al modo di esperire la città nel tentativo di riprendere il controllo sullo spazio urbano e sulle proprie vite. Dopotutto, anche Jameson riconosce come caratteristica principale della città postmoderna il suo essere disorientante, ormai priva di coordinate spaziali ed attraversata da corpi che hanno perso l'autonomia del movimento. Alberghi, hotel, scale mobili, aeroporti, stazioni e centri commerciali diventano spazi eterotopici che si sono sostituiti alle strade e alle piazze. Si tratta di “un'architettura di supporto” che per l'architetto Jean Nouvel è “fatta di accessori, insegne, segni, [...]. Immagini luminose, fotografie, luci colorate oggi possono essere considerate materiali veri e propri, in grado di mettere in moto nuove figure dell'urbano”<sup>10</sup>. Questa idea di spazio globale, dove tutto sembra ripetersi indistintamente ed in maniera seriale, è prova della capacità della città postmoderna di creare realtà molteplici e contraddittorie. Seppur elaborato per l'ambito artistico, quanto afferma Rosalind Krauss sulle griglie come sistema organizzativo della realtà può essere applicato anche al contesto urbano:

Flattened, geometricized, ordered, it [the grid] is anti natural, anti mimetic, antireal. [...] In the flatness that results from its coordinates, the grid is the means of crowding out the dimensions of the real and replacing with the lateral spread of a single surface<sup>11</sup>.

L'uniformità visiva che caratterizza buona parte delle metropoli mondiali dimostra come un'organizzazione spaziale, apparentemente rigida e fissa, consenta di declinare

---

<sup>10</sup> Ivi, cit., p. 58.

<sup>11</sup> R. Krauss, *Grids*, October, Vol. 9, Summer 1979, cit., p.50.

materialismo e mito<sup>12</sup>. La griglia è una struttura che, rifiutando qualsiasi narrazione o lettura sequenziale, crea sincronia e compresenza complesse, e al contempo rappresenta il punto di forza del Postmodernismo<sup>13</sup>. “The need for maps”<sup>14</sup> è un’esigenza che scaturisce proprio dalla dimensione globalizzata e non tocca solo le coordinate spaziali, ma anche quelli temporali. Difatti è impossibile distinguere una città dall’altra, vivere esperienze propriamente concepite per la specificità dei luoghi che le propongono.

Sottoprodotto della circolazione delle merci, la circolazione umana considerata come consumo, il turismo, si collega direttamente al piacere di andare a vedere ciò che è diventato banale. Lo sfruttamento economico della frequentazione di luoghi diversi garantisce sin dall’inizio la loro equivalenza<sup>15</sup>.

È pur vero che la globalizzazione crea un senso di perdita delle specificità e delle diverse identità culturali che è solo apparente, dal momento che queste hanno semplicemente finito con il decentrarsi, frammentarsi ed intraprendere un percorso di riproduzione ed espansione. “Le caratteristiche locali sono diventate globali e le differenze tra le varie città si sono trasformate in differenze interne alle città. Il risultato è una città mondo globale che ha sostituito il villaggio globale”<sup>16</sup>. In questa dilatazione spazio-temporale dell’epoca contemporanea, la dimensione andatasi a creare è quella di un “eterno presente”, dove ciò che conta è mantenere questa tensione verso sviluppi potenzialmente infiniti<sup>17</sup>. Le facciate degli edifici, ad esempio, sono superfici che nel corso del tempo hanno appiattito i loro volumi per trasmettere (attraverso l’impiego degli schemi) e riflettere le immagini (sfruttando le caratteristiche di materiali come il vetro per creare un gioco di riflessi e di rimandi disorientanti all’interno delle città). Tale duplice effetto è espressione diretta di una tendenza globalmente estesa che viene preannunciata dagli architetti radicali fiorentini ed inserita all’interno dei loro progetti. Sull’onta rivoluzionaria degli anni Sessanta,

---

<sup>12</sup> Ivi, p. 54.

<sup>13</sup> C. Baldacci, *Archivi impossibili: un’ossessione dell’arte contemporanea*, Johan & Levi, Monza, 2016.

<sup>14</sup> F. Jameson, *Postmodernism, Or, The Cultural Logic of Late Capitalism*, New Left Review, no. 146, 1991 Duke University Press, 1997.

<sup>15</sup> M. Priarolo, R. Simone, E. Zinato, *Guy Debord, La società dello spettacolo*, Allegoria, N. 59, gennaio- giugno, 2009, cit., p.157.

<sup>16</sup> C. Galal, *Street art*, Auditorium, Milano, 2009, cit., p. 120.

<sup>17</sup> Ivi, cit., p. 149.

progettarono visioni urbane sovversive ed acide. Progetti come quelli del gruppo Superstudio, *Supersuperficie* (Fig. 1) e *A journey from A to B* (Fig. 2), proponevano un'idea di spazio completamente anticonvenzionale, talmente lontana dai canoni di progettazione canonica da richiedere la sostituzione del disegno tecnico con il fotomontaggio e il collage. “Un viaggio da A a B. Non ci sarà più bisogno di città o castelli. Non ci sarà più scopo per strade o per piazze. Ogni punto sarà uguale all'altro [...]. Possiamo immaginare una rete di energia ed informazione estesa a ogni area abitabile”<sup>18</sup>. Per quanto distopica, tale idea è radicata nel suo tempo, gioca con le questioni ed i problemi dell'epoca nel tentativo di trovare soluzioni originali ed efficienti. La rete di energia di cui si parla per *A journey from A to B*, oggi ci sembra facilmente associabile al Web, mezzo per eccellenza in grado di superare i confini geografici, di soddisfare bisogni, di mettere in contatto le persone attraverso il costante scambio di informazioni. L'antropologo Arjun Appadurai parla dell'immaginazione come pratica sociale all'interno di un mondo rizomatico, schizofrenico, sradicato, alienato e messo in contatto attraverso la vicinanza elettronica<sup>19</sup>, ed è interessante notare come questo concetto trovi un primissimo riscontro concreto prima nella progettazione architettonica e poi sul Web. Per quanto queste ultime riflessioni sembrano allontanarsi dalla questione strettamente legata alla città, esse sono prodotte di un'epoca che trova nella città postmoderna le dinamiche e le questioni che verranno studiate e sviluppate dalla sociologia, l'economia politica, la storia e dalla geografia umana nel corso degli anni. Lo spazio urbano – inteso tanto come agglomerato di edifici e persone quanto come contesto culturale, politico ed economico – è in grado di generare scenari diversi e creare, attraverso lo scontro, momenti di democrazia:

What does the city create? Nothing. It centralizes the creation [...]. The city creates a situation, the urban situation, where different things occur one after another and do not exist separately but according to their differences. [...] In this sense, the city constructs, identifies and delivers the essence of social relationships: the reciprocal existence and manifestation of differences arising from a resulting in conflicts.<sup>20</sup>

Le periferie sono un'altra componente del tessuto urbano che, sebbene sia stata a lungo

---

<sup>18</sup> P. Mello, *Neoavanguardie e controcultura a Firenze*, Firenze, Angelo Pontecorboli Editore, 1972.

<sup>19</sup> A. Appadurai, *Modernità in polvere*, Meltemi, Roma, 2001, cit., p. 50.

<sup>20</sup> H. Lefebvre, *The Urban Revolution*, University of Minnesota Press, Londra, 2003, cit., pp. 117-118.

considerata zona di confine ed in grado di definire per esclusione i grandi centri urbani, è considerata la parte della città più duttile, aperta alla contaminazione culturale e stilistica, alla germogliazione di nuove forme del vivere comune e di pianificazione urbana<sup>21</sup>. Tuttavia, le periferie sono esposte a quello che viene definito “effetto doppio di mondanizzazione”, dove “il periferico è stato restituito a pieno titolo al mondo e alle sue dinamiche di crescita preferenziali, così come il mondo è diventato periferico, basandosi sulla decentralizzazione progressiva dei servizi e dei percorsi”<sup>22</sup>. Tali considerazioni dimostrano quanto la città, in tutte le sue parti, rappresenti una fucina dove sperimentare trasversalità, creare punti di contatto e di scontro e fornire nuovi strumenti e chiavi di lettura per decifrare la condizione urbana contemporanea.

## 1.2 La riappropriazione dello spazio urbano

Quelli che un tempo erano i centri storici, per via della loro struttura fissa e poco duttile, e sulla spinta delle nuove esigenze economiche, vengono supportati dalle periferie. Nel corso dei secoli, in seguito all’industrializzazione e all’urbanizzazione, le città “esplodono”, creando degli agglomerati che orbitano attorno alle metropoli. Lefebvre parla di “suburbs, residential conglomerations and industrial complexes, satellite cities that differed little from urbanized towns”<sup>23</sup>. A queste zone sembra essere restituita un’apparente centralità: vengono dotati di infrastrutture funzionali al tempo libero, di centri commerciali, di autostrade e di tutti i servizi mancanti ai grandi centri urbani. Nonostante l’apparente appianamento dei divari tra centro e periferia, quest’ultima continua ad esercitare un ruolo funzionale all’espansione territoriale ed economica del primo. L’indefinitezza e la duttilità che caratterizzano ancora oggi la periferia l’hanno sempre resa molto più ricettiva, ma anche molto più esposta agli

---

<sup>21</sup> F. Jameson, *Postmodernism, Or, The Cultural Logic of Late Capitalism*, New Left Review, no. 146, 1991 Duke University Press, 1997, cit., p. 50.

<sup>22</sup> Ivi, cit., p. 52.

<sup>23</sup> H. Lefebvre, *The Urban Revolution*, University of Minnesota Press, Londra, 2003, cit., p. 4.

sfruttamenti. Anche quando si elaborano modelli alternativi di città, si attivano meccanismi speculativi ed espansionistici del potere centrale che tramutano zone incontaminate – e tutto sommato autonome – in spazi asserviti ai meccanismi del capitalismo e uno sviluppo prestabilito delle città.

In questo scontro impari, le immagini e le informazioni diffuse attraverso la pubblicità, la televisione (ma anche dall'architettura e l'urbanistica), vengono impiegate come strumenti del potere: con il miglioramento delle condizioni di vita e con l'inizio della produzione seriale e intensiva delle merci, le esigenze secondarie legate allo svago e al tempo libero assumono un'importanza primaria all'interno della società dei consumi. L'organizzazione delle città e la funzione non più abitativa, bensì informativa degli edifici determinano l'instaurarsi di una comunicazione unilaterale, di un bombardamento mediatico davanti al quale il consumatore è indifeso ed incapace di reagire in maniera critica e consapevole. Il vasto numero di immagini crea la sensazione illusoria di libertà di scelta, quando in realtà si tratta di una imposizione incontrastata di informazioni. Tale parvenza di libertà non è altro che un'esperienza pilotata da un'estetica del potere e da residuali politiche di controllo e di sorveglianza<sup>24</sup>. Ben presto, viene compreso che il problema non sono le immagini in sé quanto il modo in cui vengono concepite e messe in circolazione. Le riflessioni che Guy Debord elabora nel 1967 con *La società dello spettacolo*, costituiscono una visione lungimirante della direzione che la società stava imboccando all'epoca. Egli definisce la realtà capitalista e consumistica non più un accumulo di merci, come era stato per Marx, bensì un accumulo di spettacoli<sup>25</sup>. La “società dello spettacolo”, difatti, è un'espressione consolidata, che dà importanza alla smaterializzazione della merce, e dunque, alla sua rappresentazione. All'interno della società dei consumi, le persone accettano di riconoscersi in una tipologia di immagini che detta i nuovi bisogni primari, allontanandosi dalla possibilità di comprendere ciò che veramente essi desiderano: più si entra in uno stato di contemplazione e più ci si dimentica di vivere, e lo stato di alienazione di cui parla Debord diventa una diretta conseguenza della società dello spettacolo. Automobili e televisioni sono per eccellenza le merci che garantiscono e producono l'isolamento su cui l'economia capitalista fa perno. Questa

---

<sup>24</sup> G. Debord, *La società dello spettacolo*, Baldini Castaldi Dalai, Milano, 2008, cit., p. 54.

<sup>25</sup> Priarolo M., Simone R., Zinato E., *Guy Debord, La società dello spettacolo*, Allegoria, N. 59, gennaio- giugno, 2009, cit., p. 148.

tipologia di merci crea delle vere e proprie narrazioni, “poetizza in un certo senso il nostro considerevole impatto di adesione alla realtà dei fatti”<sup>26</sup>, produce e mette in circolazione immagini, scenari e paesaggi a cui siamo chiamati a partecipare come semplici osservatori, e dove l’unica libertà che ci viene concessa è quella di poter scegliere tra varie tipologie di merci. Per assumere un atteggiamento attivo e partecipativo è necessario mandare in crisi l’abitudine del quotidiano e provocare dei cortocircuiti in grado di stabilire un approccio più lucido rispetto alla realtà.

Complementari alle riflessioni di Debord sono le pratiche sovversive di *détournement* performati dall’Internazionale Situazionista, movimento formatosi in Francia alla fine degli anni Cinquanta, che eredita dalle avanguardie storiche – soprattutto dal Dadaismo e dal Surrealismo – il superamento dell’arte e il sovvertimento dell’idea di felicità borghese. Professa una libertà espressiva che intende contrapporre alla serie di esperienze “preconfezionate” della società dei consumi. Le azioni compiute dal gruppo mirano all’eliminazione degli automatismi, del movimento inconsapevole e meccanico dei corpi che seguono tempi e bisogni dettati dal capitalismo. Tale esperienza di “deriva psicogeografica” rappresenta una riscoperta dello spazio, in cui ciascun individuo può diventare attivatore di situazioni e di esperienze autentiche. Per sbloccare ed incoraggiare un atteggiamento ludico e più consapevole, i situazionisti propongono una serie di regole, come:

[...] camminare con passo cadenzato e sguardo leggermente inclinato verso l’alto, in modo da portare al centro del campo visivo l’architettura e lasciare il piano stradale al margine inferiore della vista. Dovete percepire lo spazio come un insieme unitario e lasciarvi attrarre dai particolari<sup>27</sup>.

L’esperienza giocosa dello spazio diventa una forma di resistenza ai sistemi coercitivi dell’establishment. Tuttavia, l’impulso a reagire e a proporre nuove letture della realtà non nasce di punto in bianco, ma è già presente nelle avanguardie artistiche. Esse affrontano le questioni della modernità attraverso un’arte che vuole evadere dalla realtà invece che contribuire all’impatto sulla sfera politica e sociale. Questo tipo di approccio viene preso in considerazione nella seconda metà del Novecento, all’interno

---

<sup>26</sup> P. Mello, *Metamorfosi dello spazio. Annotazioni sul divenire metropolitano*, Bollati Boringhieri, Torino, 2002, cit., p. 64.

<sup>27</sup> M. Lazzaroni, *Teoria della deriva: spazio e territorio*, in “taccuino di bordo”, 2012.  
<https://taccuinodibordo.wordpress.com/2012/05/10/47/> [ultimo accesso 3 febbraio 2023].

di una guerra alle immagini pubblicitarie e alla loro azione alienante e repressiva. Il *Culture Jamming*, espressione coniata dal critico culturale Mark Dery, è una pratica che acquisisce vigore a partire dagli anni Ottanta e Novanta e che consiste in tutte quelle azioni volte a creare un'interferenza culturale attraverso l'appropriazione e la manipolazione di immagini e simboli pubblicitari per svelarne la vera natura e liberare le persone dalla condizione di consumatori alienati. Il *Culture Jamming* agisce concretamente sulla città unendo vari linguaggi e tecniche. Il *Subvertising*, ad esempio, è una pratica interna al *Culture Jamming* che attacca apertamente merci, marchi, loghi e simboli prodotti dalla società dei consumi. *BLO (Barbie Liberation Organization)*<sup>28</sup> è un progetto del 1993 dei RTMark (gruppo di artisti attivisti) che consiste nella messa in commercio di Barbie ed action figure di soldati delle Forze Armate statunitensi con chip vocali invertiti: se alla famosa bambola della Mattel vengono fatte pronunciare frasi appartenenti al gergo militare, e generalmente associati a “giocattoli maschili”, i soldati giocattolo pronunciano frasi che ci aspetterebbe pronunciare dalle Barbie. Il progetto prende di mira i giocattoli in quanto promotori di una serie di canoni irrealistici e stereotipati che hanno incoraggiato l'accettazione di un assetto sociale discriminatorio, escludente e violento. L'azione del *Culture Jamming*, oltre che ad agire direttamente sulle merci ed attraverso le merci, si muove anche su un piano più simbolico, alterando i messaggi presenti sui cartelloni pubblicitari e trasmessi dai mass media. All'interno dell'articolo “The Merry Pranksters And the Art of the Hoax”, pubblicato sul New York Times del 1990, Dery ci fornisce alcuni esempi: Joey Skaggs viene definito un “media prankster”. La creazione di *fake news* e la loro trasmissione attraverso i mass media è una burla nei confronti dei sistemi di informazione di una società, iperinformata ed afflitta da una “information anxiety, the post-modern neurosis that results from life lived in a vortex of factoids, trivial and prefab opinions”<sup>29</sup>.

Il *Billboard Banditry* (Fig. 3 e 4), invece, consiste nell'intervenire direttamente sui cartelloni pubblicitari giocando con le immagini e con la disposizione delle lettere

---

<sup>28</sup> *Barbie Liberation Organisation*, 1993. <https://www.youtube.com/watch?v=eMHMF9y-27w> [ultimo accesso 3 febbraio 2023].

<sup>29</sup> Dery M., *The Merry Pranksters And The Art of Hoax*, in “New York Times”, section 2, 1990. <sup>19</sup> <https://www.nytimes.com/1990/12/23/arts/the-merry-pranksters-and-the-art-of-the-hoax.html> [ultimo accesso 16 febbraio 2023].

per capovolgere il messaggio di partenza. Esso si avvicina molto al linguaggio del graffitismo per la matrice illegale, per l'anonimato degli interventi, l'utilizzo della scrittura e delle bombolette spray; ma a differenza del Graffitismo, assume una posizione smaccatamente anticapitalista. Si tratta di una forma di *jamming* più articolata poiché denuncia l'ingannevolezza delle immagini pubblicitarie, crea piccoli elementi di disturbo che mirano a scuotere il pubblico e a spronarne il senso critico rispetto ai messaggi pubblicitari in circolazione. Robbie Conal, Jerry Johnson sono i nomi che Dery cita per indicare gli artisti impegnati in una "volunteer guerrilla postering army"<sup>30</sup>. Conal inizia la sua carriera realizzando poster satirici di politici e burocrati, mentre Johnson dipinge murali ironici toccando le corde più sensibili della società e della politica contemporanea. Anche il gruppo australiano degli anni Settanta B.U.G.A U.P (Billboard Utilizing Graffiti Against Unhealthy Promotion) (Fig. 5 e 6) utilizza l'assalto visivo ai cartelli pubblicitari per mettere a nudo verità celate dietro i messaggi pubblicizzati dalle aziende. La particolarità del gruppo è che chiunque poteva firmarsi come membro del B.U.G.A U.P con l'ausilio di una bomboletta spray e manifestare il proprio dissenso nei confronti di messaggi pubblicitari ritenuti nocivi per il pubblico (come nel caso dei messaggi promozionali delle marche di sigarette). Tali pratiche si sono rafforzate fino a superare i confini geografici e a trasformare in forza di resistenza una condizione di disagio ed assoggettamento. A questi movimenti dall'inegabile portata rivoluzionaria, se ne aggiungono altri che, seppure politicamente meno schierati, portano avanti una lotta contro il sistema semiotico del potere sotto forma di rivalse personale, di riappropriazione degli spazi pubblici e privati attraverso la "guerriglia semiotica"<sup>31</sup>. Alterare la fisionomia delle città, cercare di lasciare una traccia di sé e far circolare dei messaggi diversi da quelli pubblicitari sono le caratteristiche che portano allo sviluppo del Graffitismo e della Street Art. La prima ondata del Graffitismo risale agli anni Settanta e nasce come alternativa alla noia e al degrado dilagante dei sobborghi newyorchesi<sup>32</sup>. Spesso diventa l'unica via di

---

<sup>30</sup> Di seguito, alcuni documentari in cui viene illustrato il progetto del gruppo australiano: BBC QED series "The war of words down under" (1983) ([https://www.youtube.com/watch?v=IVM7Bb1a\\_4s](https://www.youtube.com/watch?v=IVM7Bb1a_4s)); History of B.U.G.A. U.P. di Kathlyn Milliss (<https://www.youtube.com/watch?v=gyT23gqiZLU&t=43s>).

<sup>31</sup> C. Galal, *Street Art*, Casanova e Chianura Edizioni, Milano, 2009, cit., p. 60.

<sup>32</sup> Sebbene in questa sede si parta dal writing newyorkese, è importante sottolineare che negli stessi <sup>31</sup> anni anche altre città diventano palcoscenici importanti per la nascita e la diffusione del movimento. Philadelphia è una di queste. Ed è proprio in questa città che un altro personaggio

fuga dalla droga e dalla criminalità e l'unica forma di opposizione contro un sistema sociale ed economico preclusivo. L'esempio del Graffitismo spiega in maniera efficace quanto è stato accennato nel paragrafo precedente, ossia che le zone limitrofe dei grandi agglomerati urbani, in quanto realtà lontane dai diversivi della metropoli contemporanea, possono utilizzare a proprio vantaggio il fattore della distanza e riuscire ad identificare in maniera più lucida i problemi effettivi e le forze contro cui opporsi. Alla base del writing vige la volontà di reintegrare una presenza negata, di esercitare un atto di resistenza contro-culturale che non agisce per compiacere o per farsi portatore di un ideale politico, ma per interferire con i progetti coercitivi ed egemonici, e per creare una serie di regole e gerarchie interne che vadano a colmare le lacune istituzionali e a creare un sistema parallelo a cui appartenere. Il Bronx, Brooklyn e Manhattan sono alcune delle zone in cui il fenomeno inizia ad assumere i tratti di un movimento artistico e a creare nuove modalità di interazione tra New York e i suoi abitanti. Nelle zone suburbane, i giovani abitanti nei bassifondi newyorkesi cominciano ad impugnare pennarelli e bombolette spray e a lasciare il proprio segno sulla città. Da pratica ludica, il Writing si sviluppa gradualmente in un vero e proprio linguaggio, in una forma espressiva in grado di raccontare le storie di autori anonimi attraverso chiosse scritte colorate realizzate prima sui muri delle città e poi sui vagoni dei treni. Inizialmente realizzata con un pennarello dal tratto doppio, la *tag* è una firma composta da uno pseudonimo e l'aggiunta di un numero (spesso quello della strada in cui il *writer* viveva). La fluidità del gesto doveva essere tale da permettere di realizzare la *tag* con un unico movimento della mano e nel minor tempo possibile. La paternità della *tag* è riconducibile al giovane di origini greche Demetrius (o Demitraki). Agli inizi degli anni Settanta, comincia a "bombardare" Manhattan con la sua *tag*, lasciando il suo nome nelle metropolitane, negli ascensori, sulle automobili e in tutti i luoghi in grado di offrire visibilità. Cominciando per puro divertimento, Taki183 (Fig. 7) arriva ad attirare l'attenzione della stampa locale, e ben presto un numero sempre maggiore di persone adotta il *tagging* come forma espressiva, gettando le basi per quello che di lì a pochi anni si sarebbe trasformato in una vera e propria

---

si definisce il primo writer al mondo. Quella di Cornbread è una storia cominciata in un Youth Development Centre, all'interno del quale il quindicenne riesce a guadagnarsi il rispetto e il diritto di scrivere la sua *tag* sulle pareti del carcere minorile ricorrendo alla sua passione per la scrittura. Per un focus più preciso sulla figura di Cornbread rimando a Disagian, *Cornbread Graffiti Tag: l'inizio di tutto?* (<https://www.disagian.it/cornbread-graffiti-tag-linizio-di-tutto/>).

formula condivisa. Al contempo, le istituzioni cercano di contenere – se non eliminare – tale fenomeno. Difatti è proprio dalle amministrazioni newyorkesi che viene coniato il termine graffiti, sottintendendo un’accezione negativa. A questo vanno aggiunte le campagne mediatiche intraprese contro il movimento: poster, cartelloni pubblicitari affissi sui mezzi di trasporto, assieme a spot televisivi e radiofonici. Di contro, Barbara Kirshenblatt-Gimblett, presidente del dipartimento dei Performance Studies alla New York University è una delle persone che intuisce la natura del Graffitismo:

I don't believe the campaign is based on a very clear understanding of graffiti writers, what they're doing and what it means, I don't think they'll be particularly affected by having stars tell them it's not cool, [...] They do it as a form of personal display, a form of protest. There's a kind of iconoclasm about it that is clearly anti-Establishment. Simply having a hero say that it's not cool is not making a case, and it's not grounded in any attempt to understand these kids<sup>33</sup>.

Da questo breve sunto che ripercorre i primi passi del Graffitismo, emerge come il fenomeno sia tutt’altro che passeggero e pronto a scatenare posizioni contrastanti che ne intensificano l’importanza ed incoraggiano lo sviluppo. D’altronde, ridursi a tenerne in considerazione esclusivamente l’aspetto illecito coglierebbe solo parte della sua natura ed indurrebbe a semplificare fin troppo un movimento dall’inegabile rilevanza antropologica, sociale, politica ed estetica. È una forma di rivendicazione rivoluzionaria per il fatto di provenire dal basso, da quelli che David Harvey definisce *dropouts*. Anche se le considerazioni del sociologo rispetto alle subculture sono piuttosto negative – dal momento che il linguaggio sviluppato da Graffitismo sarebbe una “fonte di adattamento piuttosto che di trasformazione rispetto ai processi globali che negano potere alla massa della popolazione”<sup>34</sup>, resta il fatto che esso è una delle risposte creative a una condizione di costrizione e di intrappolamento operata dalle malsane dinamiche capitaliste della metropoli contemporanea. Inoltre, quando alla fine degli anni Sessanta, alle subculture subentrano le controculture, sembra quasi che si vada a colmare quella lacuna politica riscontrata da Harvey. Il graffissimo (così come postgraffitismo) agiscono come “potere terroristico dei segni, dei media e della cultura

---

<sup>33</sup> L. Bennetts, *Celebrities join mayor in new battle against graffiti writers*, in “New York Times”, Section B, 30 aprile 1982, p.1. <https://www.nytimes.com/1982/04/30/nyregion/celebrities-join-mayor-in-new-battle-against-graffiti-writers.html> [ultimo accesso 07 dicembre 2022].

<sup>34</sup> D. Harvey, *L’esperienza urbana. Metropoli e trasformazioni sociali*, il Saggiatore, Milano, 1989, cit., p. 318.

dominante”<sup>35</sup>, che non tentano di creare forme riconoscibili e rassicuranti (come quelle pubblicitarie), ma si insinuano nel sistema, ne adottano linguaggi e strumenti per farlo implodere. Riprendendo una riflessione significativa di Baudrillard sui graffiti, egli afferma che “all’anonimato non oppongono dei nomi, ma degli pseudonimi. Non cercano di uscire da una combinatoria per riconquistare un’identità comunque impossibile, ma per ritorcere l’indeterminazione contro il sistema”<sup>36</sup>. I graffiti rifiutano qualsiasi tentativo di elaborazione, sono segni semanticamente vuoti, impermeabili a qualsiasi attribuzione di significato e valore politico. Svuotare la città di ogni possibile significazione, giocare con l’aspetto superficiale della società dei consumi e con la vacuità delle immagini da essa prodotte è forse ciò che accomuna il Graffitismo e la Pop Art. Nata anche questa tra gli anni Cinquanta e Sessanta, si contrappone all’astrattismo, estremizza il concetto di *ready made* trasformando beni di consumo e merci in vere e proprie opere d’arte. Gli artisti che operano al suo interno giungono ad un annullamento della soggettività, all’abbandono di ogni sentimentalismo ricorrendo alla produzione seriale delle opere d’arte, proprio sulla falsa riga delle immagini pubblicitarie<sup>37</sup>. A differenza del Graffitismo, molto più aggressivo dal punto di vista visivo, la Pop Art mira a sedurre, ad accattivare il pubblico con i suoi colori e riproducendo gli oggetti del desiderio (star di Hollywood, denaro, cibo e benessere). Al posto dell’originalità, dell’autorialità e della creatività artistica, è l’esaltazione della banalità quotidiana ad essere elevata a nuova cifra espressiva.

Da questo breve excursus sui vari movimenti artistici subculturali e contro-culturali che si sono formati a partire dagli anni Cinquanta viene avvertita in maniera diffusa la stessa esigenza di reagire e di operare attivamente all’interno delle proprie città, ormai uniformate e rese identiche dagli stessi pacchetti di esperienze e di immagini. All’interno di questa condizione condivisa a livello globale, il capitalismo, il consumismo e le immagini pubblicitarie diffuse dai mass media sono gli elementi rispetto ai quali ciascun movimento sovversivo analizzato spera di fornire gli strumenti necessari per sviluppare maggior senso critico. Questa battaglia dagli esiti ancora incerti richiede un costante impiego di energie e creatività per riuscire a contrastare

---

<sup>35</sup> J. Baudrillard, *Lo scambio simbolico e la morte* (1976), Feltrinelli, Milano, 1979, cit., p. 90.

<sup>36</sup> Ivi, cit., p. 92.

<sup>37</sup> F. Poli (a cura di), *Arte contemporanea. Le ricerche internazionali dalla fine degli anni '50 a oggi*, Mondadori Electa, Milano 2005, cit., p. 25.

quanto più possibile l'azione indisturbata dei poteri forti. In alcuni casi, il rischio maggiore è quello di finire ingurgitati dallo stesso sistema a cui ci si vorrebbe opporre, e in tal caso, i confini tra poteri consolidati e forze sovversive diventano sempre più sfocati, al punto da non riuscire più a distinguere chiaramente contro cosa opporsi. Una sorte simile sembra essere toccata alla Street Art che, per quanto vanta una parentela molto stretta con il Graffitismo, oggi occupa una posizione ambigua, divisa tra la sua natura illecita e il desiderio di essere riconosciuta. Probabilmente, l'impossibilità di ragionare per dualismi e schieramenti netti è proprio frutto della condizione contemporanea, in cui gli antagonismi non sono mai ben definiti, e dove le divisioni e le contraddizioni ci permettono di ricostruire un contesto molto più ampio e complesso, senza correre il rischio di comprenderne solo una versione semplificata o di fermarci alla superficie dei fenomeni. Nella sua riflessione sul concetto di contemporaneità, Alexander Alberro parla di forme diverse di *agency* e di egemonia. Entrambi costituiscono i termini irrinunciabili del binomio che restituisce il contesto generale contemporaneo. Gli antagonismi e le contraddizioni che si creano all'interno di tale contesto sono potenzialmente infiniti e costituiscono una risorsa ai fini della comprensione delle dinamiche in corso. Riprendendo le parole dello studioso:

For me, the most important thing about this model is that insofar as it encompasses contradictions and antagonisms, it also opens the possibility of different subject positions that can occasion different forms of agency. Some of these forms of agency will ultimately reproduce the hegemonic social order, but others will develop as alternatives or even oppositions to it<sup>38</sup>.

È proprio all'interno di questo contesto così complesso ed articolato che si collocano la Street Art e le altre forme di arte urbana. Le contraddizioni interne che presentano sono il prodotto dell'epoca della globalizzazione, della compresenza, della sincronia, della frammentazione, e dell'espansione disorientante delle varie forme di manifestazione della volontà umana, la quale è in continua ricerca di nuove forme di riappropriazione della realtà circostante.

---

<sup>38</sup> A. Alberro, *Questionnaire on "The Contemporary"*, Foster, Hal, et al. "Questionnaire on 'The Contemporary.'" *October*, vol. 130, 2009, p. 56.  
*JSTOR*, <http://www.jstor.org/stable/40368571>. [Ultimo accesso 27 luglio 2023].

### 1.3 Che cos'è la Street Art

I termini per riferirsi alla Street Art variano a seconda della tipologia di studi che se ne occupa: la si può considerare un termine ombrello sotto cui far ricadere anche il genere del Writing, o si può ricorrere all'espressione Postgraffitismo per andare a sottolineare la continuità con il Graffitismo. In ogni caso, si tratta di definizioni utili a rilevare le tante sfaccettature di questo movimento. La difficoltà nell'individuare un momento preciso in cui dal Graffitismo si passa alla Street Art è dovuta al fatto che nonostante i punti di contatto stilistici e ideologici (come il contesto di provenienza e l'azione diretta sullo spazio urbano per sovvertirne equilibri e schemi), ciascuno dei due movimenti compie un percorso indipendente: la Street Art ricorre maggiormente alle immagini ed attinge da un repertorio più simile a quello della PopArt, fatto di immagini pubblicitarie e di marchi; il Graffitismo, invece, si dedica di più al *lettering*, ossia lo studio della forma da dare alle lettere in modo da rendere la propria firma (*tag*) unica ed originale. Pur volendo mantenere aperta la pista che vuole sovrapposti Street Art e Graffitismo, è necessario tenere in considerazione la reputazione che il Graffitismo guadagna sul finire degli anni Ottanta grazie all'azione di artisti che cominciano la propria carriera proprio con il Graffitismo e ad alcune gallerie locali come Fashion Moda – che nel Bronx costituiva un vero e proprio laboratorio sperimentale e punto di riferimento per artisti underground come Basquiat, Keith Haring e Jenny Holzer –. A questo, vanno aggiunti anche agli accanimenti istituzionali contro i graffiti, per cui alcuni writer scompaiono dalla scena urbana, altri continuano con le *tag* ed altri ancora si dedicano alla sperimentazione e alla creazione di nuovi generi. Infine, già nel momento in cui le *tag* diventano più elaborate e si spostano dai muri delle città ai vagoni dei treni, l'impegno dei *writer* comincia ad aprirsi a nuove tecniche nel tentativo di sorprendere il pubblico e di riscuotere successo. Si potrebbe dire, dunque, che il passaggio sostanziale dal Graffitismo alla Street Art avvenga nel momento in cui la priorità non è più la creazione di una comunità alternativa, ma essere riconosciuti e stupire il pubblico. È forse questo il punto di svolta: se il Graffitismo nasce e si sviluppa come strumento identitario, la Street Art sviluppa il proprio linguaggio ricorrendo ad un'estetica seducente – presente anche nella Pop Art – con lo scopo di

rendersi familiare ed interagire con un pubblico sempre più esteso. Mantenendo comunque un approccio invasivo ed illecito, le opere di Street Art si trasformano in catalizzatori di attenzione, mettono a fuoco tanto le problematiche legate al territorio quanto quelle globali, e attraverso le tecniche e i generi più disparati (come alcune opere di Banksy, che uniscono tecniche di Street Art alla Performance Art) creano arte urbana. Negli anni Novanta Invader (Fig. 8) – artista francese oggi conosciuto come Franck Slamache – realizza delle piastrelle in mosaico dei personaggi dell’omonimo videogioco degli anni Settanta, con cui “invade” numerose città del mondo. Queste installazioni adottano lo stesso approccio virale delle pubblicità. Afferma l’artista in un’intervista rilasciata nel 2008:

If there were not artists like me to make things in the street, there would be only advertising everywhere. Advertising is just kind of Big Brother. It’s not to make people happy or to show nice pictures. It’s just to make you spend your money and to make you buy it. That’s why I think I’m not a vandal. What I’m doing is good for the population because it’s an alternative to the advertising<sup>39</sup>.

Alla fine degli anni Ottanta, nella Carolina del Sud, l’illustratore Shepard Fairey inizia a realizzare degli sticker per promuovere la sua campagna *Andre the Giant Has a Posse* (Fig. 9 e 10). Cominciata scegliendo il volto del wrestler André The Giant da un giornale, tale campagna crea uno dei loghi più famosi al mondo (che col tempo diventerà il logo del brand “Obey”). Afferma Fairey in una delle sue interviste: “the sticker was anything special. I think it was the process of dissemination and then my understanding that placing something in unusual spaces that is memorable, has a power”<sup>40</sup>. Non si tratta, dunque, di veicolare un messaggio specifico, quanto di giocare con i cliché culturali contemporanei, impossessarsi dei loro stessi strumenti comunicativi e lasciare che il mezzo stesso diventi il messaggio. Servendosi di toni sarcastici e beffardi presenti anche nel *Culture Jamming*, ed esplorando nuove tecniche e supporti, la Street Art include riesce a compiere dei veri e propri atti di denuncia sociale, ed è in grado di rinnovare il rapporto tra la città ed i suoi abitanti spronandoli a guardarsi intorno e ad essere più consapevoli delle immagini urbane. Inventa nuovi “marchi” o ne manipola di già esistenti per rimetterli in circolazione in modo virale,

---

<sup>39</sup> Trascrizione tratta dal film documentario *Bomb It: Space Invader* (2008). <https://www.youtube.com/watch?v=qPbIs40rxmQ> [ultimo accesso 10 dicembre 2022].

<sup>40</sup> Trascrizione dell’intervista tratta dal documentario di Brett Novak *Shepard Fairey: Obey this film* (2014). ([www.youtube.com/watch?v=rcSBr4ZKmrQ](http://www.youtube.com/watch?v=rcSBr4ZKmrQ)) [ultimo accesso 10 dicembre 2022].

ma con un messaggio rinnovato. Infine, non va dimenticato il rapporto ambiguo che la Street Art intrattiene con il sistema dell'arte, il che rende ancora più arduo collocarla all'interno del panorama artistico contemporaneo. Da un lato, la sua natura effimera tende a sfuggire ai tentativi di gallerie e musei di assorbirla nelle sue collezioni, dall'altro sembra invece che voglia farne parte per dettare le nuove regole del gioco. Capire fino a che punto sia stata assorbita dai meccanismi dell'arte tradizionale è una questione tuttora aperta, resta il fatto che ogni artista continua a muoversi in maniera autonoma e a decidere se e come lavorare per il mercato dell'arte. Banksy e Blu sono i nomi che si collocano agli estremi di tale questione: mentre Banksy è entrato a far parte del mercato dell'arte, Blu continua ad operare esclusivamente in collaborazione con centri autogestiti ed occupati, boicottando qualsiasi tentativo di strumentalizzazione e di speculazione delle sue opere. Le loro posizioni diametralmente opposte possono essere utili a distinguere in maniera più immediata i due possibili atteggiamenti che gli Street Artist possono assumere rispetto al sistema dell'arte ufficiale.

### 1.3.1 Banksy

Banksy è uno dei primi Street Artist ad aver trasformato la propria arte in un attivismo politico dai toni ironici e taglienti. Muove i suoi primi passi a Bristol, sua città natale, dove nel 1999, realizza il suo primo lavoro. *Mild Mild West* (Fig. 11), raffigurante un orsacchiotto nell'atto di lanciare una molotov contro tre poliziotti in assetto anti sommossa. È evidente sin da subito un'originalità estetica e tematica che lo vede ricorrere a soggetti e personaggi unici e dalla simbologia profonda. Un primo esempio sono i bambini, ai quali ricorre per trattare questioni riguardanti la guerra, la violenza e lo sfruttamento. Opere d'impatto raffiguranti questi soggetti sono quelle realizzate nelle zone di guerra agli inizi del 2000 tra Gaza e Cisgiordania (Fig. 12, 13, 14), o quelle più recenti eseguite in Ucraina (Fig. 15, 16). I protagonisti di queste opere sono perlopiù bambini che giocano o che compiono azioni innocenti ai danni di soldati o figure politiche, e si tratta di metafore di ribellioni improbabili, eseguite da chi non ha

abbastanza forza contro sistemi di potere troppo più grandi. Nel video per documentare i suoi interventi a Gaza (*Make this the year YOU discover a new destination*)<sup>41</sup>, Banksy, con la sua immancabile ironia, sovrappone alle immagini delle macerie dei bombardamenti delle frasi promozionali per invogliare lo spettatore a scoprire una nuova località turistica. Per quanto semplice, il ricorso a personaggi puri come i bambini si rivela una scelta potente, così come afferma Carol Diehl parlando di *Girl with Ballon* (2002):

I fragili palloncini usati da Banksy rappresentano il desiderio dei bambini di trovare una via d'uscita, come nell'immagine dipinta nel 2005 sul lato palestinese del muro di separazione in Cisgiordania: la sagoma di una ragazzina che viene sollevata oltre la barriera da un grappolo di palloncini<sup>42</sup>.

Sono immagini dalla forza sconcertante, in netta contrapposizione con gli eventi storici dell'epoca, ma che proprio per questo, provano a disinnescare un meccanismo abituato “ad opporre la alla violenza, la rabbia alla rabbia [...]”<sup>43</sup>. Tuttavia, il vero messaggio viene svelato alla fine del video: “If we wash our hands of the conflict between the powerful and the powerless we side with the powerful, we don't remain neutral”. Altri bersagli presi di mira da Banksy sono le forze dell'ordine, i mezzi di controllo, le istituzioni, i sistemi d'informazione e le grandi multinazionali che in maniera completamente indisturbata invadono lo spazio pubblico:

Chi deturpa veramente i nostri quartieri sono le aziende che scribacchiano slogan giganti su edifici ed autobus, cercando di farci sentire inadeguati se non acquistiamo la loro merce. Pretendono di essere in grado di urlarti il loro messaggio in faccia da ogni superficie disponibile, ma non ti è mai permesso di rispondere. Bene, hanno iniziato questa battaglia e il muro è l'arma preferita per rispondergli a tono<sup>44</sup>.

Agli inizi del Duemila, i ratti antropomorfi<sup>45</sup> (Fig. 17), realizzati con la tecnica dello stencil, sono alcune delle soluzioni a cui Banksy ricorre come atto di denuncia. La scelta di questi soggetti, oltre ad essere un omaggio a Blek le Rat (Fig 18), si sposa perfettamente con il contesto urbano: subdoli, compaiono improvvisamente agli angoli

---

<sup>41</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=3e2dShY8jlo>

<sup>42</sup> C. Diehl, *Banksy!*, Carocci editore, Roma, 2022. p. 66.

<sup>43</sup> *Ibidem*.

<sup>44</sup> D. Dogheria. *Banksy*. Firenze Milano, Giunti, 2020, cit., p. 8.

<sup>45</sup> Questo tipo di soggetti sembrerebbe una riappropriazione di Banksy dello stile di Blek le Rat, fumettista francese che per primo, agli inizi degli anni Novanta, inizia a realizzare dei ratti servendosi della tecnica dello stencil. Banksy riprenderà la stessa tecnica e personalizzando il soggetto.

della città compiendo le azioni più inaspettate o mandando messaggi secchi ed acidi al pubblico.

They exist without permission. They are hated, hunted and persecuted. They live in quiet desperation amongst the filth. And yet, they are capable of bringing entire civilisation to their knees. If you are dirty, insignificant and unloved then rats are the ultimate role model<sup>46</sup>.

Nel 2004, l'artista si confronta anche con la performance. Nel bel mezzo di Piccadilly Circus, vestendo i panni di Ronald, clown icona della McDonald's, fa librare nell'aria il fantoccio di un bambino legato ad un palloncino-mongolfiera con su scritto "McDonald's Stealing Our Children" (Fig. 19). E ancora, durante la Biennale Arte 2019, fa esporre la sua ennesima provocazione, *Venice in oil* (Fig. 20): un collage di quadri di varia dimensione in stile vedutismo veneziano che assieme formano l'immagine di una nave da crociera che entra nella laguna veneziana oscurando piazza San Marco. Ma non si tratta dell'unico intervento che Banksy effettua nella città lagunare. Nel maggio dello stesso anno, nei pressi di campo Santa Margherita, l'artista realizza *Migrant Child* (Fig. 21), uno stencil che riproduce le sembianze di un bambino con in mano una torcia che diffonde un fumo rosa. Trattasi di un'opera suggestiva sia per la denuncia che fa delle morti in mare e dei tentativi di scappare dalla guerra, sia per il modo in cui dialoga con il paesaggio lagunare, dove in caso di acqua alta, sembra che il bambino stia per sprofondare. A questo aspetto così sovversivo, se ne oppone un altro che sembra rimettere in discussione l'intero lavoro di Banksy, ossia il suo rapporto con l'arte ufficiale, o meglio ancora, con le case d'aste -. Nel corso della sua carriera Banksy ha collaborato con altri artisti e creato mostre come *Barely Legal* (2006), allestita in un magazzino di Los Angeles, il cui principale punto di attenzione era rappresentato dal grosso pachiderma indiano interamente decorato con un motivo damascato. Per Banksy, il "grosso problema a cui nessuno vuole fare caso", simboleggiato dall'elefante, era l'accesso all'acqua potabile, l'elevato numero di persone vicine alla soglia della povertà. Tali questioni, troppo grandi per essere ignorate, vengono simbolicamente poste al centro di una stanza arredata e fornita di tutti i confort dal potere distraente e palliativo. Banksy attacca anche lo star system, e lo fa alterando e ritoccando immagini di attrici e attori, creando delle figure ibride e grottesche che entrano in opposizione con la realtà patinata del mondo di Hollywood.

---

<sup>46</sup> Banksy, *Wall and Piece*, Londra, Century, 2005, cit., p. 83.

Altro aspetto degno di nota è la presenza di alcuni attori alla mostra, che per l'occasione spendono cifre cospicue per l'acquisto di tre opere esposte. È proprio questo il tipo di contraddizione (e le critiche che ne derivano) con cui Banksy deve scontrarsi quotidianamente. Per quanto i suoi progetti siano atti di denuncia significativi, che pongono l'attenzione su questioni scottanti che affliggono tuttora la società, è ancora poco chiaro il livello di coinvolgimento dell'artista nel mercato, ma secondo l'artista e critica Carol Diehl, la volontà di Banksy sembrerebbe avere un ruolo minore in tutta la faccenda. Sostanzialmente, la Diehl afferma che le opere di Banksy siano diventate nuovo bene commerciabile non controllato direttamente dall'artista, ma dalle case d'asta e dal "mercato secondario" (dove per mercato secondario si intende l'acquisto delle opere da parte di collezionisti e commercianti piuttosto che dall'artista stesso<sup>47</sup>). Senza entrare ulteriormente nel dettaglio di dinamiche che verranno affrontato più adeguatamente nel secondo capitolo, sembra che il fascino di Banksy derivi proprio da questo suo muoversi su un confine sottile tra arte istituzionale e provocazione. A causa del suo anonimato, la sua genialità ed originalità non sempre possono essere difese prontamente. Tuttavia, le sue azioni ed il suo stile ne fanno una figura misteriosa ed affascinante proprio per l'impossibilità di essere colta in maniera semplice ed univoca.

### 1.3.2 Blu

Per quanto riguarda Blu, Marchigiano di origine, nel 1999 inizia come writer a Bologna, nel Centro Sociale Livello 57. Agli inizi del 2000 passa dalle bombolette ai pennelli per iniziare a realizzare i suoi primi murali, e pochi anni dopo comincia ad essere notato dalle gallerie d'arte che tentano invano di coinvolgerlo in mostre dedicate alla Street Art. A differenza di Banksy, Blu evita accuratamente le luci della ribalta e continua a muoversi nell'anonimato più assoluto e perlopiù in collaborazione con spazi autogestiti ed occupati. Le informazioni riguardo la sua figura provengono

---

<sup>47</sup> C. Diehl, *Banksy!*, Carocci editore, Roma, 2022.

direttamente dalle sue opere. Gigantesche caricature fumettistiche e allegoriche, nonché veicoli della sua denuncia politica e sociale, i suoi lavori sono presenti in molte città d'Italia e del mondo. Tra le opere di maggiore impatto, abbiamo il murales realizzato in Portogallo nel 2010 (Fig. 22), dove un personaggio in giacca e cravatta con in testa una corona (arricchita dai marchi delle compagnie petrolifere più importanti) tiene tra le mani, a mo' di cocktail, il globo terrestre da cui beve servendosi di una cannuccia. Nel 2011 a Campobasso, realizza un chiaro messaggio antimilitarista (Fig. 23) e di denuncia all'azione spersonalizzante della società contemporanea. Il murale in questione mostra le fasi di rasatura dei capelli ed asportazione del cervello dal cranio di un uomo che si prepara a diventare un militare. Sempre sul tema della guerra, la sua opera più recente risale a luglio 2022. In occasione del festival di Street Art *Draw The Line*, a Campobasso, Blu realizza un'allegoria della guerra e della crisi delle risorse fossili riprendendo il gruppo scultoreo ellenistico del Laocoonte (Fig. 24). Ad avvinghiarsi al corpo delle tre figure non sono dei serpenti ma delle pompe di benzina, mentre sullo sfondo si alzano colonne di fumo prodotte dalle bombe esplose. La schiettezza ed il forte impatto visivo di Blu sono spesso state motivo di censura e di rimozione delle sue opere, altre volte è stato l'artista stesso a cancellarle in segno di protesta e per mostrarsi coerente alle sue idee e alle sue battaglie. Due casi emblematici sono Berlino e Bologna. Nella notte tra l'11 e il 12 dicembre 2014, Blu oscura *Brothers* e *Chain* (Fig. 25), sui due edifici di Cuvrystraße, compiendo quello che *Il Mitte* ha definito "un'eutanasia artistica"<sup>48</sup>. Le motivazioni del gesto sono da ricercare nel processo di gentrificazione che questa zona di Berlino stava vivendo nei primi anni del 2000 (probabilmente proprio in seguito anche agli interventi di Blu). Due anni più tardi, la mostra *Street Art. Banksy & Co.* viene presentata come la prima retrospettiva dedicata alla storia della Street Art e un'occasione per riflettere sulla sua salvaguardia, conservazione e musealizzazione. Trattandosi di opere realizzate in zone abbandonate, molte vengono strappate dai muri della città per essere "salvate" ed inserite all'interno dell'esposizione, ma non quelle di Blu, che piuttosto che lasciare la gestione delle proprie opere ai poteri forti della

---

<sup>48</sup> L'espressione compare in un articolo pubblicato il 13 dicembre 2014 su "Il Mitte", <https://ilmitte.com/2014/12/blu-conferma-cancellazione-opere-berlino/>

città, cancella tutti i murales realizzati a Bologna nell'arco di vent'anni.

La mostra *Street Art. Banksy & Co.* è il simbolo di una concezione della città che va combattuta, basata sull'accumulazione privata e sulla trasformazione della vita e della creatività di tutti a vantaggio di pochi. [...] Dopo aver denunciato e stigmatizzato graffiti e disegni come vandalismo, dopo avere oppresso le culture giovanili che li hanno prodotti, dopo avere sgomberato i luoghi che sono stati laboratorio per quegli artisti, ora i poteri forti della città vogliono diventare i salvatori della street art<sup>49</sup>.

I lavori di Blu creano legami con molte correnti artistiche come il Surrealismo ed il Cyberpunk: i suoi personaggi potrebbero appartenere tanto a una dimensione onirica quanto ad un futuro in cui uomo e macchina si fondono in figure ibride, ma il carattere stilizzato dei suoi personaggi (probabilmente derivante dalla necessità pratica di ultimare il lavoro nel minor tempo possibile), con il tempo diventa il suo tratto distintivo, una sintesi estrema che intende lasciare emergere l'essenza dei suoi personaggi<sup>50</sup>, e l'urgenza dei suoi messaggi. Altro spunto di riflessione che ci offre Blu è l'utilizzo del PC come mezzo di produzione di Street Art. Le animazioni in *stop motion* come *Ok no* (2001), *La quiete* (2007), *BIG BANG BIG BOOM* (2010) ed altri filmati simili presenti sul sito web dell'artista sono la prova di come l'impiego degli strumenti digitali possa contribuire a creare una Street Art dal linguaggio diverso e rinnovato. I video in questione sono stati solo editati con il supporto del PC, ma il resto è stato tutto realizzato sulle superficie urbane. È importante sottolinearlo dal momento che si tratta di uno dei pochi casi in cui il supporto video non è utilizzato come documentazione ma come opera d'arte in sé. Inoltre, il sito web di Blu ci permette di comprendere un altro punto fondamentale, ossia quanto siano preziosi i siti web ai fini della conservazione di opere d'arte effimere come quelle di Street Art. Difatti, i video dei processi di realizzazione dei suoi interventi non solo costituiscono un vero e proprio archivio, ma evidenziano l'aspetto performativo della Street Art, legato sia all'esecuzione diretta dell'opera che alla necessità di conservarne il processo di realizzazione per strapparla all'azione del tempo o dell'intervento umano.

---

<sup>49</sup> Wu Ming, *Street Artist #Blu Is Erasing All The Murals He Painted in #Bologna*, in "Giap", 10 marzo 2016; <https://www.wumingfoundation.com/giap/2016/03/street-artist-blu-is-erasing-all-the-murals-hepainted-in-bologna/> [Ultimo accesso 15 dicembre 2022].

<sup>50</sup> C. Cristiani, *BLU. Genealogia di un artista*, 14 marzo 2016. <https://www.stilearte.it/blu-genealogiadi-un-artista/> [Ultimo accesso 15 dicembre 2022].

Soffermarci un pò più nello specifico su Banksy e Blu ci ha permesso di avvicinarci il più possibile a una definizione quanto più completa di Street Art. Si tratta indubbiamente di un'espressione culturale che reagisce alla privatizzazione dello spazio urbano, sfrutta l'intensa produttività della città per manipolarne le immagini e creare nuovi segni di resistenza. Questo tipo di azione sulla città aiuta a personalizzarla, ad incentivare processi di riappropriazione e ad allenare lo sguardo del pubblico ad un certo tipo di partecipazione. Attraverso gli esempi di Banksy e di Blu, la Street Art è emersa anche per il suo impegno politico. L'artista Alison Young ne mette in evidenza la "generosità" e la "democraticità", dove la prima deriva dalla "dinamica del dono", dal gesto di lasciare al pubblico e alla città la libertà di decidere cosa fare di una determinata opera. La componente democratica, invece, dipende dal coinvolgimento che ogni opera di Street Art innesca nel momento in cui fa la sua comparsa nello scenario urbano: "Anyone can get involved...street art and graffiti democratised the art of making art in ways that no other art form has been able to do in history"<sup>51</sup>. In ultima istanza, vedere più da vicino gli atteggiamenti assunti dai due artisti rispetto alle proprie opere e al modo in cui si affacciano al mondo dell'arte istituzionale ci pone di fronte alla difficoltà di collocazione della Street Art all'interno del panorama artistico contemporaneo, ma quello che risulta ancora interessante ed utile per il prossimo punto che verrà toccato è l'importanza che hanno le immagini documentarie come fotografie, video e siti web nel garantire la visualizzazione, la trasmissione e lo studio della Street Art. Come abbiamo potuto constatare dai due casi presi in esame, gli artisti sono i primi che necessitano di documentare le proprie opere. Probabilmente perché nonostante sia parte del gioco, forse non è poi così facile rassegnarsi all'idea di consegnare i propri lavori all'oblio.

---

<sup>51</sup> A. Young, *Street art, Public City. Law, Crime and Urban Imagination*, Routledge, Londra, 2014, cit., p. 27.

#### 1.4 La centralità della documentazione fotografica

Sia per Banksy che per Blu – e così come molti altri artisti –, la documentazione fotografica diventa di primaria importanza per garantire la sopravvivenza di opere di natura effimera, e che a distanza di tempo, potrebbero non essere più a portata di sguardo. Per quanto rappresenti parte integrante dell'esperienza, la scomparsa definitiva delle opere di Street Art dallo scenario urbano potrebbe costituire un danno di non poco conto ai fini di studio e di indagine. Per scongiurare tale eventualità, una delle soluzioni è stata quella di mettere in sicurezza alcune opere ritenute di “maggiore valore artistico” ricoprendole con dei materiali protettivi (come il plexiglass utilizzato per preservare il *Little Diver* (Fig. 26) di Banksy, a Merlbourne), oppure quella di “strappare” le opere dalla strada per spostarle in ambienti espositivi dalle condizioni meno compromettenti per l'opera stessa. Tralasciando gli aspetti relativi alle speculazioni operate dal mondo dell'arte o l'ingenua speranza di poter conferire alla Street Art un valore artistico più attendibile affiggendole l'etichetta di “opera d'arte”, il prelievo (non sempre consensuale) di un'opera dal posto per cui è stata concepita, spesso si rivela un'azione violenta e snaturante, poiché nel momento in cui un artista realizza un'opera accetta anche il rischio di vederla cancellata poche ore dopo o il giorno successivo. La fotografia, invece, opera in maniera molto più discreta rispettando la natura effimera della Street Art e creando una testimonianza di qualcosa che “è stato”. L'esigenza di conservare opere effimere, tuttavia, risale alla Performance Art e alla necessità di trattenere il gesto unico ed irripetibile operato dal corpo dell'artista. Per quanto non in grado di raccogliere l'interezza dell'azione performativa, l'immagine fotografica è stata una delle forme di documentazione più spesso adoperate per i lavori di Performance Art proprio in quanto indizio di un ulteriore indizio, ovvero del corpo dell'artista mentre compie un'azione in un determinato momento e in un determinato spazio. Documentare equivale, dunque, sia a conservare indizi, emozioni e sensazioni sia ad avere la possibilità di manipolare, riattivare, mettere nuovamente in circolazione un messaggio caricato di significati rinnovati e diversi. Nella definizione di Reenactment rientra proprio questa doppia possibilità dell'immagine documentaria: “the fact that a work of art, usually fetishized

as a monument or commodity, can be turned into an image-gesture, thus freed from any specific substance and stable shape, becomes here a guarantee for its afterlife”<sup>52</sup>. Se applicassimo questo discorso alla Street Art, noteremo che i punti di contatto con la Performance Art sono numerosi, poiché entrambe sono forme di espressione effimera, hanno bisogno di essere documentate e restano delle cisterne a cui attingere per essere studiate o riattivate. Ma in che modo la Street Art è arrivata ad essere considerata una forma di espressione bisognosa di una documentazione fotografica? per rispondere è necessario ritornare nella New York degli anni Settanta. Contemporaneamente alle campagne delle amministrazioni contro il Graffitismo, la giovane fotografa Martha Cooper esplora la città alla ricerca di scatti che possano cambiare la sua carriera. L’incontro con i writer newyorkesi è del tutto casuale e avviene in seguito alla proposta di un ragazzo incontrato per strada mentre è impegnato sul proprio *black-book*<sup>53</sup>. Dopo aver incontrato alcuni writer, conosciuto il loro lavoro e mostrato la propria bravura nel fotografare le opere eseguite sui vagoni dei treni, la Cooper abbandona il lavoro presso il *New York Post* e inizia un progetto che avrà un riverbero importantissimo per il riconoscimento del Graffitismo in termini artistici, *Subway Art*. Dopo circa un anno di documentazione dei graffiti, la Cooper – in collaborazione con Henry Chalfant, che contemporaneamente aveva realizzato altri scatti sui graffiti –, vorrebbe pubblicare i suoi scatti, ma l’impresa si dimostra alquanto ardua. Nessuna casa editrice newyorkese è interessata a glorificare quello che all’epoca era considerato unicamente un atto di vandalismo. Nel 1984, Thames & Hudson è l’unica ad accettare la sfida e a pubblicare il lavoro di Cooper e Chalfant e seppur lentamente, il libro va a ruba. I suoi principali acquirenti sono proprio i writer, i quali, non esistendo ancora Internet, vedono in questa pubblicazione l’unico modo per poter studiare lo stile di lavori precedenti, ormai scomparsi dalla città<sup>54</sup>. La realtà che emerge da queste pagine va oltre il semplice valore documentale. Prima di arrivare a questo, *Subway Art* riscatta l’intero movimento del Graffitismo dalla reputazione di atto

---

<sup>52</sup> C. Baldacci, ‘Recirculation: The Wandering of Digital Images in Post-Internet Art’, in *Re-: An Errant Glossary*, ed. by Christoph F. E. Holzhey and Arnd Wedemeyer, Cultural Inquiry, 15 (Berlin: ICI Berlin, 2019), cit., p. 15.

<sup>53</sup> Con questa espressione si indica un quaderno di bozze, un album su cui i *writer* si esercitano ad eseguire il proprio nickname nella maniera più fluida ed impeccabile possibile, in vista dell’esecuzione su muro.

<sup>54</sup> Graffiti and street art, a lifelong photo quest | Martha Cooper | TEDxVienna <https://www.youtube.com/watch?v=20IxPsf8aXw&t=540s> [ultimo accesso 27 luglio 2023].

vandalico o di attività criminale. Le sue pagine mostrano gruppi di amici, volti sorridenti, espressioni concentrate, persone che si tengono in equilibrio tra due vagoni mentre realizzano i propri *Throw-up*<sup>55</sup>. Attraverso Cooper e Chalfant, il Graffitismo acquisisce più facilmente una dignità artistica fino a quel momento oscurata da una mentalità borghese ed ottusa che non aveva neanche tentato di comprendere cosa stesse accadendo a New York e in altre città americane. Così come ammette la Cooper all'interno della sua opera:

I always thought that graffiti was a phenomenon that could only happen in New York City. In the late 1970s the city was on the verge of bankruptcy, neighborhoods were crumbling, and the train yards weren't well fenced or guarded. I thought this situation, combined with the fact that New York was the center of the art world, had created a set of conditions that gave rise to subway graffiti but that couldn't be duplicated elsewhere. I imagined that graffiti would die out in a few years and that I would have an unusual photo archive. I photographed in the spirit of historic preservation. I never crossed my mind that kids in squeaky-clean countries like Sweden would want to paint trains<sup>56</sup>.

Per il Graffitismo, i treni hanno rappresentato il suo primissimo mezzo di diramazione. Disponendo di un raggio d'azione ampio quanto tutta la rete ferroviaria urbana, le opere dei writer hanno avuto modo di rendersi riconoscibili sia agli occhi degli altri writer che ad un pubblico sempre più vasto. Dal suo canto, la fotografia ha potenziato la diffusione del Graffitismo attuando una prima forma di decontestualizzazione, in cui l'immagine viene "prelevata" dal contesto urbano per essere spostata in un archivio dove potrà essere sempre possibile ritrovarla. Il gesto di "fotografare per amore della conservazione storica", come sostiene Cooper, contiene in sé l'urgenza di raccogliere delle prove di un fenomeno che altrimenti sarebbe finito nel dimenticatoio. Sta di fatto che il Graffitismo così come lo conosciamo oggi deve molto alle "esplorazioni urbane" della Cooper, sia per lo studio tecnico e formale delle opere sia per quello più strettamente semiotico.

Nel caso della Street Art, il discorso diventa ancora più complesso dal momento che oltre a sopperire alla componente effimera della Street Art, vengono innescati una serie di effetti a catena per quanto riguarda la produzione e la condivisione spontanea delle

---

<sup>55</sup> A differenza delle *tag*, i *Throw-up* up sono più elaborati, richiedono un'attenta fase di studio durante la quale scegliere stile e colore. Sono generalmente impiegati dai due ai tre colori per ottenere un effetto tridimensionale soddisfacente e d'impatto.

<sup>56</sup> M. Cooper, H. Chalfant, *Subway Art 25th Anniversary Edition*, Thames and Hudson, Londra, 2009, cit., p. 124.

opere di Street Art. Sono soprattutto Internet e i social media a determinare un tipo di coinvolgimento del pubblico molto più diretto. La semplificazione del gesto fotografico rende il processo di individuazione e di segnalazione di nuove opere molto più veloce ed intenso, fino a fare della Street Art un fenomeno mainstream. Tralasciando gli aspetti più strettamente riguardanti la circolazione delle immagini digitali sul Web, vorrei soffermarmi su un caso emblematico per quanto riguarda l'archiviazione della Street Art, che vede come protagonista Thierry Guetta, noto anche con lo pseudonimo di Mr. Brainwash, è uno Street Artist francese e protagonista del film documentario *Exit through the gift shop* (2010). Ossessionato dal bisogno di catturare con la telecamera ogni più piccolo aspetto della quotidianità, nel 1998 si trasforma nell'occasione di riprendere Space Invader, Shepard Fairey e lo stesso Banksy. Il contributo di Thierry è importante non soltanto retrospettivamente per comprendere meglio la Street Art, ma anche per gli artisti che riprende, poiché consente loro di monitorarsi e di raccogliere le primissime reazioni del pubblico nel momento stesso in cui viene realizzata un'opera. Inoltre, la dedizione posta da Thierry nel suo progetto gli ha permesso di gettare luce su un fenomeno che, come il Graffitismo trent'anni prima, era stato liquidato come attività illegale. In modo simile alla Cooper, anche in questo caso l'attività degli Street Artist viene raccontata in presa diretta, vivendo a stretto contatto con loro, arrampicandosi sugli edifici, assumendo il loro stesso punto di vista, aiutandoli nella realizzazione concreta delle loro opere e mostrando i processi preparatori.

Alla luce di quanto detto finora, la documentazione attraverso il video o la fotografia è stata l'unica garanzia di sopravvivenza per la Street Art, ma è altrettanto interessante provare ad interrogarsi sugli sviluppi di questo tipo di pratica, soprattutto alla luce del potere decontestualizzante e democratico esercitato dal Web e dai social media. Decontestualizzare un'opera di Street Art può costituire un rischio ai fini della sua comprensione – sebbene ci siano studiosi che confidano proprio nella capacità insita nella Street Art di adattarsi a qualsiasi contesto, non soltanto quello urbano –, tuttavia, risulta essenziale ai fini di studio e di ricerca. Inoltre, l'apporto del pubblico e degli appassionati al movimento non si limita più allo stupore immediatamente successivo al riconoscimento di un'opera, ma si estende ad un coinvolgimento più diretto, in cui ognuno può restituire la propria lettura e visione della Street Art e della realtà

circostante attraverso la fotografia.

È come se la Street art nella sua trasposizione fotografica subisse una mutazione, decontestualizzandosi e innescando un passaggio interpretativo dei suoi stessi contenuti. [...] Ogni ripresa è una visione. È la capacità della fotografia, in quanto mezzo specifico, di focalizzare le possibilità di dialogo che l'opera instaura con il contesto urbano<sup>57</sup>.

Che sia per esigenze documentarie o di studio, o per spronare il pubblico ad una presa di coscienza dello spazio urbano, la fotografia è uno strumento a supporto della Street Art. Delle volte c'è il rischio di capovolgere le dinamiche rendendo la Street Art funzionale ad un determinato tipo di pratica fotografica. Proprio per questo, credo che provare a sottolineare in maniera più marcata la centralità dello spazio urbano sia necessario a non allontanarsi troppo dall'essenza di un movimento che nasce dalla città e che vuole comunicare con un pubblico, le cui reazioni vanno ad essere parte integrante della sua essenza. Resta il dubbio se in una realtà così sovrastimolata e ricolma di segni significanti, la Street Art costituisca ancora un'alternativa valida ai simboli e ai messaggi adottati dalle multinazionali. “La volontà di scatenare il diverso, di muovere l'apatia della rassicurazione, di insorgere in nome di una visione e di un pensiero personale che accomuni un collettivo”<sup>58</sup> resta il principio cardine della Street Art, ma la natura complessa e contraddittoria insita nella società contemporanea le richiede un costante aggiornamento delle formule di percezione delle immagini. Il passaggio intermedio tra la realtà urbana e quella virtuale, che culminerà con l'avvento di Internet e dei social media, passa attraverso la decontestualizzazione operata dai musei e dalle gallerie d'arte. Sebbene già la documentazione fotografica avesse costituito il primo tentativo effettivo di strappare il Writing all'oblio, quello che accade con l'arte istituzionale è l'ennesimo tentativo da parte della città contemporanea di piegare alle logiche del mercato e di mercificazione un movimento che nasce proprio per contrapposti a tali meccanismi.

---

<sup>57</sup> QUESTIONE DI VISIONI. Fotografare la Street art tra documentazione, derivazione e progettazione, Associazione Asteras, Gen 25, 2021.  
<https://www.associazioneastras.it/2021/01/25/questione-di-visioni-fotografare-la-street-art-tra-documentazione-derivazione-e-progettazione/> [ultimo accesso 25 luglio 2023].

<sup>58</sup> F. Naldi, *Tracce di Blu*, Sartoria Editoriale, Milano, 2020, cit. p. 57.



Figura 1 Superstudio, *Supersuperficie*, 1971.



Figura 2 Superstudio, *Un viaggio da A a B*, 1969.



Figura 3 Billboard Banditry, *Never Buy Gas Again.*



Figura 4 Billboard Banditry, *Love Profit.*



Figura 5 B.U.G.A. U.P., Coca Cola: *BUGA UP* a billboard, 1980, B.U.G.A. U.P. Autumn Catalogue.



Figura 6 B.U.G.A. U.P., Dunhill: *Superior Lung Cancer??*, 1980, B.U.G.A. U.P. Autumn Catalogue.



Figura 7 Taki 183, *Tag*, 1970 -TAKI 183.



Figura 8 Space Invader, *World Invasion*, Rennes, Francia.

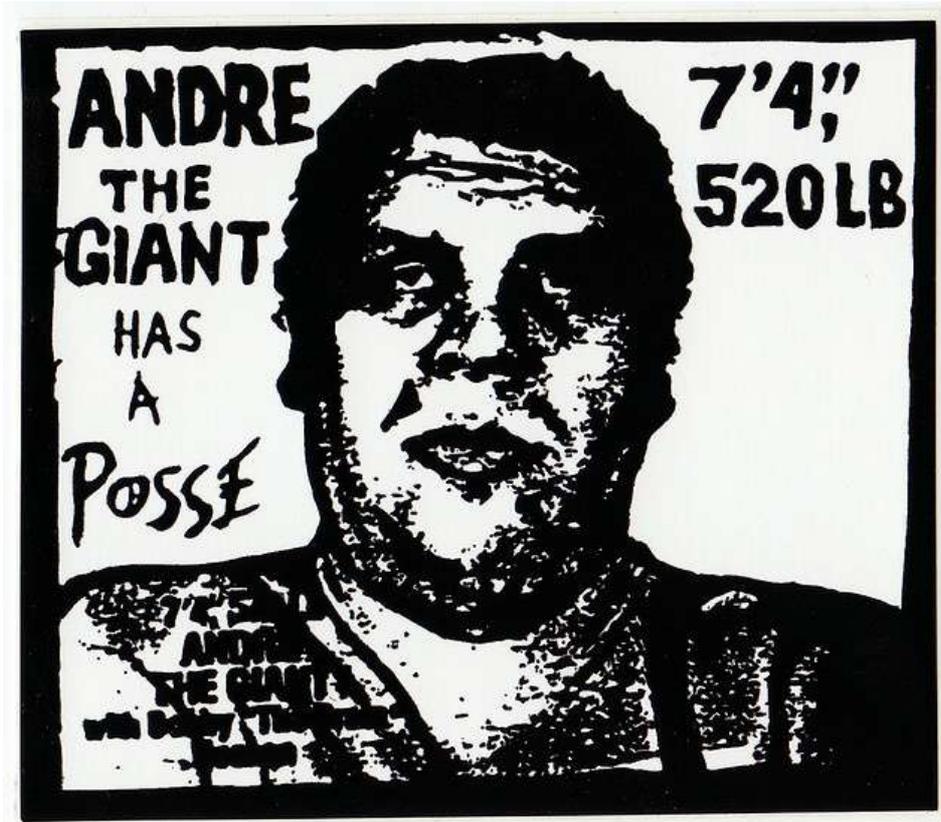


Figura 9 Shepard Fairey, *Obey Giant -- Andre The Giant Has A Posse -- 7'4" -- 520 Lb*, 1989-2012.



Figura 10 Uno degli sticker di Obey nello spazio urbano.



Figura 11 Banksy, *The Mild Mild West*, 1999, murale, Bristol, Regno Unito.



Figura 12 Banksy, *Flying Balloon Girl*, 2005, stencil, Qalandia checkpoint, Palestina.



Figura 13 Banksy, *Girl Frisking Soldier*, 2007, spray e stencil, Betlemme, Palestina.



Figura 14 Banksy, *Segregation Wall*, 2005, spray e stencil, Betlemme, Palestina.



Figura 15 Banksy, *Ginnasta con nastro*, 2022, spray e stencil, Kiev, Ucraina.



Figura 16 Banksy, *Ginnasta in equilibrio sulle macerie*, 2022, spray e stencil, Borodyanka, Ucraina.



Figura 17 Banksy, *Ratti*, 2004-2010, stencil, Londra.



Figura 18, Blek le rat, Crooner Rat, 2016, serigrafia, 31 × 23 cm.



Figura 19 Banksy, *McDonald's stealing our children*, 2004, Installazione, Londra, Regno Unito.



Figura 20 Banksy, *Venice in Oil*, 2019, Performance, Venezia.



Figura 21 Banksy, *Migrant Child*, 2019, spray e stencil, Venezia.



Figura 22 Blu, *Sucking the planet dry e Crown of greed*, 2010, murals, Lisboa.



Figura 23 Blu, *Draw The Line*, 2015, murale, Campobasso.



Figura 24 Blu, Laocoonte, 2022, murale, Campobasso.



Figura 25 Blu, *Brother Brothers e Chain*, 2007-2008, murale, Berlino.



Figura 26 Banksy, *Little Diver*, 2003, stencil, Melbourne.

## CAPITOLO 2

### Le gallerie d'arte e i musei

#### 2.1 Gli “strappi”: dallo spazio urbano allo spazio espositivo

Nel capitolo precedente, Street Art e Writing sono emersi come due movimenti con in comune una componente sovversiva, il desiderio di rivalse personale e collettiva, la caratterizzazione del paesaggio urbano attraverso l'atto di apporre la propria *tag* o la realizzazione di opere d'arte sovversive. Altro tratto che lega indissolubilmente i due movimenti è il loro essere effimeri e destinati a scomparire. Prima ancora della Street art e della necessità di realizzare degli archivi digitali per tenere traccia dei propri lavori, già sul finire degli anni Ottanta, la comunità writer manifesta la necessità di venire documentata. Va ricordato che in questo periodo, i treni di New York circolano come gallerie d'arte itineranti; le *tag* realizzate con i pennarelli a tratto doppio o con le bombolette spray vengono sostituite da lavori tecnicamente più elaborati e vicini più che mai a opere d'arte. Di conseguenza, la preoccupazione degli autori di vedere i propri lavori scomparire diventa sempre più pressante. Le fotografie dei treni di Martha Cooper e di Henry Chalfant sono i primi tentativi di salvaguardia delle opere d'arte urbana, mentre la pubblicazione di *Subway Art* (Fig. 27) garantisce una effettiva opportunità di sopravvivenza e di trasmissione al Graffitismo:

In past twenty years, there really hasn't been anything hot. There have been no movements since Pop Art, and any retailer – and let's face it, a gallery is indeed a retailer – they're always looking for something hot to make a merchandise and sell to the public<sup>59</sup>.

Da questa citazione, appartenente a uno dei primi film documentari sul Writing, *Style Wars* (1985), emerge in maniera immediata sin da subito la vera natura dell'interesse nutrito nei confronti del fenomeno. A parlare è probabilmente un critico o un giornalista, che, in occasione di una mostra tenuta a New York negli anni Ottanta, afferma che dopo la Pop Art, il mercato dell'arte necessitava di nuove opere da

---

<sup>59</sup> Tony Silver, *Style Wars* (1983). [https://www.youtube.com/watch?v=yAaeVmE3i\\_k](https://www.youtube.com/watch?v=yAaeVmE3i_k) [ultimo accesso: 10 agosto 2023].

immettere sul mercato per poter tornare a creare nuovi profitti. All'interno della medesima mostra, una gallerista e collezionista parla dei Graffiti come di una nuova espressione artistica, riconoscendo loro un valore che fino a quel momento era stato negato:

It's almost as these pieces were peeled off the trains and put on the canvas. So you have the same energy, you have the same coloring, you have the same intensity and the same big piece you would see on a train<sup>60</sup>.

All'interno del documentario, vengono raccolte anche le opinioni del pubblico, e quello che ne emerge è la ricostruzione di un dibattito tutt'ora in corso:

The real subway graffiti that is still on the trains is slowly dying out and *this* is taking his place. The lifespan of an average piece today only lasts few months; this is something that could last a lifetime<sup>61</sup>.

E ancora:

I think that graffiti on subway cars were a symbol of New York for foreign people, especially for French people. And I think that it's a little sad if graffiti are going to be only on canvas and not anymore on trains<sup>62</sup>.

Attraverso queste testimonianze tratte dal film documentario di Tony Silver e coprodotto con Chalfant, è possibile ricostruire il cambiamento che nel 1983 stava investendo non solo New York, città simbolo del Graffitismo, ma una nuova generazione di artisti, collezionisti, critici e galleristi che iniziano ad aprirsi al fenomeno e a cercare di capirlo. Da un lato, dopo un periodo di forte opposizione, il pubblico finisce con il provare un senso di nostalgia di fronte ai graffiti incorniciati e a rimpiangere gli anni in cui erano ancora eseguiti sui muri della città e sui vagoni ferroviari. Dall'altra parte, tanto gli artisti quanto le figure attive nel sistema dell'arte reputano necessario un intervento tempestivo per prolungare – magari per il tempo necessario a lucrarne – la durata di queste opere altrimenti destinate ad essere conservate sottoforma di immagini fotografiche. A questo punto, è lecito domandarsi se lasciare a queste ultime il compito di sostituire le opere sia più giusto che “strapparle” al contesto per cui sono state pensate. Ancora una volta, trovare una risposta univoca e priva di contraddizioni è alquanto arduo, e con la Street Art, il discorso si complica ulteriormente, perché alla fotografia “analogica” si aggiungono

---

<sup>60</sup> Tony Silver, *Style Wars* (1983). [https://www.youtube.com/watch?v=yAaeVmE3i\\_k](https://www.youtube.com/watch?v=yAaeVmE3i_k) [ultimo accesso: 10 agosto 2023].

<sup>61</sup> Ibidem.

<sup>62</sup> Ibidem.

anche le possibilità createsi con l'avvento del digitale e le altre più veloci forme di archiviazione e diffusione dell'arte urbana. Sicuramente, l'ipotesi più pessimistica vede in queste forme di sopravvivenza una forma di accanimento, uno snaturamento politico ed estetico dell'arte urbana, ma allo stesso tempo, ci troviamo di fronte a un adattamento che le espressioni artistiche nate nell'epoca contemporanea utilizzano per adattarsi alle nuove esigenze, alle nuove modalità di produzione e di esperienza delle opere. Affermare che i graffiti – così come la Street Art – stiano scomparendo dallo scenario urbano è una conclusione affrettata e semplicistica, così come sarebbe altrettanto ingenuo credere che la Street Art di oggi sia rimasta invariata rispetto al ventennio precedente. Sarebbe più opportuno, invece, riconoscere l'avvento di nuovi canali comunicativi che non ne recidono il legame con le radici urbane; contemporaneamente al declino di un certo tipo di approccio alla Street Art se ne presentano altri ugualmente validi, che la arricchiscono e rendono più sfaccettata. È proprio quello che sostiene Boris Groys all'interno di *Art Power*, quando afferma: “We really have no way of knowing whether a defeat means a decline, or a victory an increase of power”<sup>63</sup>. Tale citazione va inserita all'interno del discorso dell'iconoclastia come meccanismo di sostituzione e di innovazione storica. Questo crea un ulteriore collegamento con la “città palinsesto” – intesa come accumulo di sovrascrizioni e di segni –, e con la “città tatuata”<sup>64</sup>, con cui questa può indossare una maschera, una pelle che “aderisce alle forme di edifici opachi”<sup>65</sup> per mutare aspetto ed esprimersi liberamente. Questo “flusso perenne di immagini che mantengono tracce residuali delle preesistenze”<sup>66</sup> offre lo spunto per avviare una riflessione sulle forme di eliminazione delle immagini di Street Art. Prima di approfondire la questione, è importante sottolineare che accettare l'aspetto effimero della Street Art è il compromesso a cui i suoi artisti devono scendere. Essi sono consapevoli di realizzare dei lavori che, a causa di agenti esterni, potrebbero venire cancellati anche poche ore dopo la loro esecuzione. In *Iconografie e iconoclastie nella “cancellazione” di alcuni*

---

<sup>63</sup> Groys B., *Art Power*, MIT Press, Londra, 2008, cit., p. 68.

<sup>64</sup> Mania P., Petrilli R e Cristallini E., *Street Art, Urban Art: dall'immagine alla parola, e ritorno*, Atti della presentazione del volume di P. Mania, R. Petrilli e E. Cristallini, *Arte sui muri delle città. Street Art e Urban Art: questioni aperte*, 24 settembre 2018, Università per Stranieri di Siena, cit., p. 26.

<sup>65</sup> Cristallini E., *La città travestita. La Street Art nel palinsesto urbano*, in Cit., p. 25.

<sup>66</sup> Mania P., Petrilli R., Cristallini E. (A cura di), *Arte sui muri della città. Street art e Urban Art: questioni aperte*, Round Robin, Roma, 2017, cit., p. 100.

*casi di Street Art*, Patrizia Mania presenta tre situazioni: una prima forma di eliminazione deriva dalla visione della Street Art come mera usurpazione dello spazio pubblico, un impedimento a un'adeguata esperienza dello spazio pubblico – quando, in realtà, sappiamo che la Street Art nasce come risposta a una precedente appropriazione della città da parte delle immagini pubblicitarie –. Il bisogno di demonizzare e di far scomparire un sistema di segni dallo spazio urbano può derivare solo da una riuscita azione di smascheramento dei meccanismi subdoli e coercitivi dell'economia neocapitalista. L'impatto esercitato a livello globale dalla Street Art la differenzia dai movimenti artistici precedenti e determina delle reazioni direttamente proporzionali alla sua forza sovversiva, ma insufficienti a eliminarla dal panorama culturale contemporaneo.

Un altro caso di azione contro le immagini di Street Art individuato dalla Mania è l'"autodistruzione"<sup>67</sup> o l'"eutanasia artistica"<sup>68</sup>, in cui sono gli autori stessi a mettere in atto la distruzione delle proprie opere per difenderne "una valenza ideologica e politica non negoziabili"<sup>69</sup>. Abbiamo visto come nel 2016, in occasione della mostra *Street Art – Banksy & Co. L'arte allo stato urbano*, Blu abbia personalmente distrutto le proprie opere dai muri di Bologna per salvarle dalla speculazione a cui sarebbero andate incontro se fossero rimaste. Questo ci conduce all'ultima forma di eliminazione della Street Art, operata tramite gli "strappi". Tale termine sottintende un'azione violenta, l'imposizione di un'autorità superiore per la mercificazione dei lavori artistici e che consiste nel rimuovere le opere dai muri per spostarle all'interno dei musei. Le opere vengono prelevate dal contesto per cui sono state concepite e ben presto entrano a far parte dei circuiti del mercato dell'arte. Tuttavia, agire in questo modo equivale a non tenere per nulla in considerazione la componente *site specific* della Street Art. Il muro su cui viene eseguito conferisce all'opera buona parte del suo significato d'insieme, dunque, le opere incorniciate ed esposte nei musei non sarebbero più da considerare Street Art, ma oggetti da essa derivanti. Proprio per il loro essere "derivate"<sup>70</sup> è come se guadagnassero una particolare tipologia di *aura*, in grado di

---

<sup>67</sup> Ibidem.

<sup>68</sup> P. Mania, *L'atto politico di autodistruzione in alcune opere di Street Art*, in "Arte di frontiera", Street Art, Urban Art: dall'immagine alla parola, e ritorno. Cultura & Comunicazione, Anno IX, n. 15 - Aprile 2018, cit., p. 19.

<sup>69</sup> Ibidem.

<sup>70</sup> Ivi, cit., p. 20.

adattarsi a contesti nuovi e di generare ulteriori significati e reazioni. La vicenda a cui la studiosa ricorre come esempio è l'autodistruzione del disegno di Banksy, *Bambina con il palloncino rosso* (Fig. 28). Non è uno stencil, ma un disegno posto all'interno di una cornice dotata di un distruggi documenti nella sua estremità inferiore. L'opera in questione è presentata durante un'asta del 2018, presso la Sotheby's di Londra:

Erano passati pochi secondi da quando il banditore aveva battuto il martelletto annunciando la vendita del dipinto *Girl with Balloon* per oltre 1,4 milioni di dollari (il doppio della stima originale): dopo il *beep beep* di un allarme, la tela iniziò ad autodistruggersi sotto gli occhi del pubblico esterrefatto<sup>71</sup>.

In entrambi i casi, la distruzione e la cancellazione dei propri lavori diventano azioni performative dal valore poetico e politico, che confermano quanto la Street Art sia in grado di mutare la propria aura per ricontestualizzarsi all'interno di altri ambienti. Attraverso la loro autodistruzione, viene messa in scena

una sottrazione politica dell'opera ad un destino non condiviso [...], sia l'autodistruzione di Banksy che quella di Blu hanno affermato dunque il diritto all'autodeterminazione e la dignità di morire coerentemente con lo spirito con cui sono state concepite e dal quale sono germogliate<sup>72</sup>.

In alternativa alle posizioni più radicali finora analizzate, ne esistono altre che vedono nell'incontro tra la Street Art e le istituzioni museali una preziosa collaborazione mirata ad avvalorare tanto l'una quanto le altre. Anna Waclawek ammette che una Street Art che si sposta nelle gallerie cambia inevitabilmente la propria natura, ma questo non dovrebbe essere visto unicamente come uno svantaggio, poiché offre agli artisti l'opportunità di creare un contesto *ex novo* e di esplorare diversamente la loro creatività. Nel suo libro *Graffiti and Street Art*, la Waclawek raccoglie le dichiarazioni di alcuni street artist e dalle loro parole si evince una presa di coscienza dell'incontro tra i due mondi (apparentemente) opposti. L'artista americana Swoon<sup>73</sup>, afferma:

In the gallery setting, I try to take advantage of that over-precious, protected space to create a small world. The work changes immensely because it is about creating

---

<sup>71</sup> C. Diehl, *Banksy!*, Carocci editore, Roma, 2022, cit., p. 95.

<sup>72</sup> P. Mania, *L'atto politico di autodistruzione in alcune opere di Street Art*, in "Arte di frontiera", Street Art, Urban Art: dall'immagine alla parola, e ritorno. Cultura & Comunicazione, Anno IX, n. 15 - Aprile 2018, cit., p. 22.

<sup>73</sup> Le sue opere hanno il volto delle persone, familiari, amici o semplicemente persone incontrate nel mondo durante i suoi viaggi. La narrazione che realizza all'interno delle sue mostre, così come nelle zone urbane più degradate, indagano la capacità dell'arte di reinventare i rapporti e le relazioni all'interno delle comunità in cui viviamo.

<https://swoonstudio.org/about> [ultimo accesso 12 agosto 2023].

a whole environment<sup>74</sup>.

Similmente, anche la street artist australiana Vexta<sup>75</sup> sostiene che le gallerie offrano “a chance to create things to create that are more complex and intricated... It’s completely different from making work for the street”<sup>76</sup>. Pur ammettendo la diversità dell’approccio, le artiste citati non rinnegano la vasta gamma di possibilità che l’arte ufficiale offre loro, e al contrario, la reputano un canale parallelo dove poter sperimentare diversamente la propria creatività e sviluppare una maggiore consapevolezza rispetto al proprio lavoro. Le testimonianze di queste artiste confermano il pensiero della curatrice Tina Ziegler, la quale riconosce alla Street Art un potere comunicativo capace di superare i limiti strettamente legati allo spazio di esposizione delle opere:

La maggior parte degli interventi non subirebbe nessuna mutilazione semantica se fosse inserito in un contesto diverso, anzi, alcune di queste opere, le migliori potremmo dire, se decontestualizzate mostrano la capacità di “curvare” a loro vantaggio qualsiasi contesto<sup>77</sup>.

La Ziegler argomenta la sua posizione affidandosi a tre punti principali: innanzitutto, lo spazio urbano è per definizione instabile e cangiante; al contrario, un’opera di Street Art è unica ed irripetibile, eppure riesce a restare in dialogo con lo spazio urbano e a creare chiavi di lettura sempre nuove proprio grazie alla sua capacità di restare in comunicazione con l’ambiente circostante. In secondo luogo, in quanto pubblico, abbiamo la tendenza ad escluderci dal contesto, senza pensare che “noi siamo ambiente”<sup>78</sup> e che la nostra tendenza a reputarci il centro attorno a cui orbita la realtà sarebbe un residuo di cattive abitudini di stampo antropocentrico. Le azioni di accudimento e i tentativi di salvaguardia o di valorizzazione delle opere di Street Art sul territorio urbano vengono visti dalla Ziegler come vani tentativi di cristallizzare la

---

<sup>74</sup> Waclawek A., *Graffiti and Street Art*, Thames&Hudson, Londra, 2011, cit., p. 174.

<sup>75</sup> Appartiene a quel gruppo di artisti che oltre a realizzare opere urbane lavora anche all’interno delle gallerie. Caratteristica che contraddistingue le sue opere sono il grande formato, l’unione di elementi figurativi e l’impiego di colori accesi che generano un effetto complessivo caleidoscopico e psichedelico.

Magnani F., *Riprendono le grandi opere di street art a New York. Intervista a Yvette Vexta*, in “Artribune”, 2019; <https://www.artribune.com/arti-visive/street-urban-art/2021/05/intervista-a-yvette-vexta/> [ultimo accesso 13 agosto 2023].

<sup>76</sup> Ibidem.

<sup>77</sup> S. Antonelli, *Il mondo della Street Art, la Street art e il mercato dell’arte*, in “Artemegazine”, 2020; <https://artemagazine.it/2020/05/06/il-mondo-della-street-art-la-street-art-l-arte-e-il-mercato-dell-arte/> [ultimo accesso 12 agosto 2023].

<sup>78</sup> Ibidem.

Street Art e di rendere fisso qualcosa che, per sua natura, è destinato a scomparire. L'ultimo punto di argomentazione è strettamente legato al secondo e consiste nell'eccessiva importanza che viene conferita alla Street Art in quanto atto performativo. Conferendo centralità al gesto piuttosto che all'opera in sé, si rischia di perdere di vista la rappresentazione. Il punto di vista della Ziegler è tanto valido quanto da contestualizzare, poiché è inserito all'interno di un discorso che il curatore d'arte Stefano Antonelli conduce a difesa della circolazione della Street Art sul mercato dell'arte contemporanea. Difatti, dopo aver affermato l'impossibilità della Street Art di essere relegata allo spazio urbano, parla di "street art sui quadri", entrando in contraddizione con il precedente discorso della Ziegler: l'espressione "street art sui quadri" connota uno spostamento unidirezionale della Street Art, dove lo spazio museale emerge come destinazione finale di quelle opere che ambiscono al riconoscimento artistico. Il potere nobilitante che i musei esercitano è retaggio di un'abitudine culturale a considerarli come scrigni contenenti tutto ciò che è degno di essere considerato arte. Nella definizione fornita da Daniel Burin, il museo è un recinto che raccoglie e al contempo isola, seleziona ed esclude, classifica e colleziona: "[...] Museum makes its 'mark', imposes its 'frame' (physical and moral) on everything that is exhibited in it, in a deep and indelible way"<sup>79</sup>. La cornice che il museo costruisce attorno alle opere delle collezioni opera una sorta di isolamento o forza certi tipi di narrazione. Sempre Burin, ci parla delle collezioni museali distinguendole in due categorie: una in cui sono raccolte ed esposte le opere di artisti diversi, e l'altra che raccoglie le opere di un unico artista. Nel primo caso, le diverse opere sarebbero costrette da ragioni economiche ad entrare forzatamente in dialogo con le altre opere, finendo col limitare e trattenere l'interesse di ciascuna opera. Nell'altro caso, il museo si avvale dell'autorità di fare una distinzione tra le opere di successo e quelle "minori". Burin parla di un "flattening effect", il cui scopo sarebbe prettamente culturale e commerciale<sup>80</sup>, ed è un effetto che coniuga l'idea di rifugio per le opere da salvaguardare con quella del suo distanziamento e del suo isolamento dalla realtà. Se da un lato l'idealizzazione dell'opera d'arte ne aiuta la salvaguardia e ne garantisce la sopravvivenza, dall'altro essa viene privata di linfa vitale e della possibilità di

---

<sup>79</sup> D. Burin, *The function of the museum*, in A. Alberro, B. Stimson *Institutional critique*, Cambridge: MIT Press, Cambridge, 2011, pp. 102-105, qui p. 103.

<sup>80</sup> Ivi, p.106.

interagire con il contesto mutevole della realtà circostante. Ben presto, ergendo a modello di riferimento un'opera d'arte, si finisce con cristallizzarne lo stile e limitarne il potenziale comunicativo. La matrice effimera e performativa della Street Art, che alcuni vorrebbero soffocare, le permette di entrare nei musei e nelle gallerie contribuendo al rinnovamento degli approcci conservativi ed espositivi, e di contro, alla creazione di alibi in grado di mascherare il processo di mercificazione a cui è esposta la Street Art<sup>81</sup>. La studiosa Brunella Velardi intravede nell'incontro tra museo e Street Art sia la possibilità di accogliere un movimento del mondo dell'arte sia un'occasione per i musei di ripensare se stessi e il loro modo di fare storia dell'arte:

Non accumulare al loro interno oggetti per conservarli, ma lasciarli fuori per salvaguardarli nel rispetto della loro natura site-specific, del loro essere fotogramma di un film la cui scenografia è il contesto in cui l'artista/regista sceglie di situarla<sup>82</sup>.

Rispettare la natura *site specific* può contribuire allo sviluppo dell'idea di museo diffuso<sup>83</sup>, non più attivo nella raccolta compulsiva di oggetti da inserire all'interno delle collezioni come attestazione di un'autorità accentratrice, ma nella creazione di reti relazionali con il pubblico e con le altre istituzioni attive sul territorio. La possibilità che la Street Art mette a disposizione è quella di esperire l'arte in maniera condivisa e gratuita, cosicché nessuno possa restarne escluso.

La pratica museale che Velardi vorrebbe vedere applicata alla Street Art non adotta, dunque, i parametri museali convenzionali. Una delle realtà urbane in cui sono stati

---

<sup>81</sup> Nel capitolo dedicato all'immissione della Street Art sul mercato dell'arte, Carol Diehl critica la scrittrice, artista e attivista Sarah Rose Sharp, rispetto agli effettivi guadagni che gli artisti riuscirebbero a percepire dalle vendite all'asta delle loro opere. Quello che emerge è che artisti come Banksy, non avendo un mercato primario dove poter vendere direttamente le proprie opere, non può trarre guadagno finanziario dal cosiddetto "mercato secondario" (dove le opere vengono acquistate da collezionisti invece che direttamente dagli artisti). Nel caso specifico di Banksy, il suo "mercato primario" è in Cisgiordania, presso il *Walled Off Hotel*, dove i profitti dei disegni e delle stampe realizzate dall'artista (venduti tra i 150 e 300 dollari), sono destinati alla proprietà dell'albergo palestinese o degli enti locali. Diehl C., *Banksy!*, Carocci, Roma, 2022, cit., pp. 100-101.

<sup>82</sup> B. Velardi, *Dal museo alla strada e ritorno. Prospettive museologiche per la Street Art*, in Mania P., Petrilli R., Cristallini E. (a cura di), *Arte sui muri della città. Street art e Urban Art: questioni aperte*, Round Robin, Roma, 2017, cit., p. 72.

<sup>83</sup> Il concetto di museo diffuso risale agli anni Ottanta, quando l'architetto Fredi Drugman avanza la proposta di un museo in grado di creare un dialogo tra i beni culturali, le istituzioni territoriali e la comunità: "Un museo che non può più esaurire il ciclo conservazione-informazione entro le vecchie mura di pochi tipi edilizi ripetuti, ma si attesta in capisaldi del territorio, punti nevralgici già riconosciuti tali o per antica storia o per attuale coincidenza con la contemporanea dimensione turistica, gastronomica, geografica, ambientale".

L. Scazzosi, *Museo, museo diffuso, paesaggio*, in E. Gennaro (a cura di), *Musei e paesaggio. Da tema di ricerca a prospettiva d'impegno*, Ravenna, Angelo Longo editore, 2011, pp. 65-73, qui p. 67.

avviati progetti perseguendo l'idea del museo diffuso, e a cui fa riferimento anche la Velardi, è la GAU (Galeria de Arte Urbana) di Lisbona, nata nel 2009 e che contemporaneamente promuove l'arte urbana e preserva il patrimonio locale. L'iniziativa è stata proposta tenendo presente le diverse tipologie di esperienze lo spazio urbano, cercando di far coesistere e tenere in dialogo tutte le sfaccettature che compongono la città nel suo insieme. Altri esempi sulla falsariga della GAU verranno affrontati nel paragrafo successivo, e sarà possibile entrare più nello specifico dei progetti che tentano di creare una simbiosi tra la Street Art e le forze civili e politiche territoriali. Intanto, possiamo ammettere che "strappare" la Street Art sia stata una tappa necessaria per meglio indirizzare l'attenzione delle figure coinvolte nel mondo dell'arte e per dare un'occasione al museo, in quanto istituzione, di rimettersi in discussione. Tuttavia, continuano ad esistere delle resistenze alla "musealizzazione" della Street Art, come il writer MOSA:

The bottom line is that what's in the street stays in the street. If you have an artistic commitment and understand what illegal graffiti really is, you leave it on the street. Then, you can draw inspiration from its energy and transform it, and reinject such energy into your artistic practice in another way, by creating new languages<sup>84</sup>.

Sebbene MOSA continui a sottolineare la presenza di un confine tra il museo e l'arte urbana, non disdegna la possibilità di sviluppare nuovi linguaggi artistici sfruttando l'energia creativa proveniente dalla strada. Le sue parole fanno da eco a quelle di Danto, per cui la fine dell'arte non corrisponderebbe alla fine della produzione dell'arte, ma solo di un certo modo di fare arte<sup>85</sup>. In un suo saggio, Vittorio Parisi, parlando dei modi possibili di scongiurare la "deartificazione" della Street Art, parla della necessità che essa si comporti come un fantasma e sia pronta ad assumere nuove forme e nuovi significati. Questo ci riporta al discorso dell'eliminazione della Street Art e alle strategie impiegate per garantirne la sopravvivenza. Dopo la fotografia e il museo, che ne salvaguarderebbero la rappresentazione, il ricordo e la memoria delle opere scomparse attivano una dinamica che non è più appannaggio dell'autore, bensì del pubblico. La studiosa Peggy Phelan, in *Unmarked. The politics of performance*,

---

<sup>84</sup> Parisi V., *Toward a graffiti haatology. After the death of the graffiti: the "ghost" of non-places in the art of MOSA/Alexander Bavard*, in *Framing Graffiti Framing Graffiti & Street Art*, atti del convegno in "Framing Graffiti & Street Art: Proceedings of Nice Street Art Project", atti del convegno 2017 - 2018, 2019, cit., p. 70.

<sup>85</sup> Ivi, p. 68.

riporta un progetto dell'artista francese Sophie Calle, condotto nel 1991 presso il Moma di New York. L'esperimento dal titolo *Dislocations* consisteva nel chiedere al personale del museo di creare alcune bozze e disegni delle opere della collezione date in prestito affidandosi alla propria memoria. Il secondo passaggio è stato esporre le riproduzioni in sostituzione delle opere originali prestate ad altri musei. È interessante notare come anche l'artista impieghi il termine *Ghosts* per riferirsi a delle "copie": ogni nuova riproduzione nata dal tentativo di ricordare l'originale prodotta altre forme, e questo fa del ricordo un atto di per sé un atto artistico. "She exposes what the museum does not have and cannot offer and uses that absence to generate her own work"<sup>86</sup>. Paradossalmente, quello che viene esposto come arte non è più un oggetto, ma la memoria dei soggetti che restituiscono nuova vita alle opere attraverso il loro modo di ricordare. Applicando lo stesso discorso alla Street Art, le parole di Phelan in riferimento al lavoro della Calle colgono in pieno la questione:

Calle begins to redesign the order of the museum and the representational field. [...] These institutions must invent an economy not based on preservation but once which is answerable to the consequences of disappearance<sup>87</sup>.

La missione dell'istituzione museale, anche grazie alle sfide poste dalla Street Art e dalle altre forme di arte effimera, sta passando – seppur con qualche resistenza – dalla staticità e dalla chiusura delle cornici istituzionali a una dimensione diffusa, reattiva e mobile, riconducibile alla cornice urbana. Al suo interno, aumentano le possibilità di narrazione e di rilettura della realtà per creare occasioni di scambio e di dialogo. Dal suo canto, il museo si sposta, entra in punta di piedi in queste realtà proponendo, supportando altre tipologie di narrazione e lo sviluppo di un pensiero anticonformista ed innovatore.

---

<sup>86</sup> Phelan P., *Unmarked. The politics of performance*, Tylor&Francis, New York, 2005, cit., p. 147.

<sup>87</sup> Ivi, cit., p. 165.

## 2.2 La curatela della Street Art

Il contesto in cui prende forma il concetto di curatela artistica risale più o meno allo stesso periodo in cui si sviluppa il Graffitismo negli Stati Uniti. Il periodo compreso tra gli anni Sessanta e Settanta sono gli anni delle contestazioni, dove l'urgenza di scuotere e rinnovare dei sistemi consolidati fa da sostrato comune ai vari ambiti e discipline, che per la prima volta smettono di delineare e difendere i propri campi di competenza e si aprono al dialogo e alla contaminazione tra le varie forme di lettura ed interpretazione della realtà. La nascita della figura del curatore è strettamente connessa alla crisi dell'istituzione museale – spazio di isolamento ed astrazione dell'oggetto artistico – e della definizione dell'opera d'arte, la quale cessa di essere un oggetto celebrativo e diventa un'occasione partecipativa e di incontro per il pubblico. A quest'ultimo è concesso per la prima volta di attraversare uno spazio espositivo, di interagire con quanto è contenuto al suo interno, e ciò che accade è senza precedenti: “Lo spazio non è più accettato per la sua volumetria pura, ma è assunta come ‘campo sensibile’, in cui l'ambiente dell'arte si fonde con lo spazio della vita, tanto da rendere l'arte abitabile”<sup>88</sup>. Declinandola attraverso una serie di funzioni che è chiamato a ricoprire, Chiara Bertola delinea il ruolo curatoriale ricorrendo ad alcune immagini, come quella del tessitore, del viaggiatore, del narratore e del sovversivo. Comune a queste figure è l'apertura e il dialogo e il movimento. Il tessitore e il narratore sono in grado di creare delle trame sempre nuove, abbandonandosi a un vagare ed esplorare incessante. Il viaggio tra spazi e tempi sempre diversi è il movimento che il curatore è chiamato a compiere con costanza, velocità ed attenzione tali da riuscire a cogliere i dettagli necessari e a sviluppare le proprie intuizioni in narrazioni. Lo scopo del curatore è quello di captare i dettagli e i piccoli indizi per rielaborarli secondo una sensibilità che gli “[...] permette di afferrare le cose interessanti dal mare della creazione”<sup>89</sup>. Da questa breve ricapitolazione della pratica curatoriale secondo Bertola, curare l'arte ha a che fare con un senso di insoddisfazione che spinge a cercare sempre

---

<sup>88</sup> Bertola C. (a cura di), *Curare l'arte*, Mondadori Electa, 2008, cit., p. 13.

<sup>89</sup> Ivi, cit., p. 21.

nuovi indizi sul proprio tempo. Inoltre, la responsabilità dei curatori, derivante dal dover assemblare tali indizi per creare delle narrazioni è cosa da poco conto, dal momento che sono chiamati a sviluppare progetti in grado di porre le domande giuste con cui interrogare la realtà. La componente sovversiva è forse quella che ci riguarda più da vicino, poiché ha molto a che fare sia con la Street Art che con il sistema dell'arte. Sebbene i progetti curatoriali portino alla luce le questioni della loro epoca, essi sono pur sempre costretti a muoversi all'interno di un sistema governato dall'economia e dal consenso, che fungono da paletti entro i cui margini viene delimitato lo spazio di manovra. Tuttavia, Bertola non pretende che i curatori esplorino canali esterni a quello museale, ma spera in una loro riabilitazione internamente al sistema artistico. Limitare il ruolo del curatore a quello di un ordinatore di oggetti è il destino che Germano Celant teme per i curatori contemporanei: “[...] il curatore si è ridotto ad essere un ‘elencatore’ di nomi e un inventore di titoli generici”<sup>90</sup>. Pretendere che il curatore prenda le distanze dal risvolto economico dell'arte sarebbe impossibile, poiché organizzare mostre astruse e non rispondenti alla domanda di mercato e alle richieste del pubblico significherebbe cadere nell'autocelebrazione. Al contrario, il suo scopo dovrebbe essere quello di ricercare e sperimentare nuove forme di sovversione per consentire alle narrazioni create attraverso le opere degli artisti – indizi che restituiscono la realtà per frammenti – di creare disordine e far sorgere altre domande. Street Art e curatela condividono il bisogno di trovare “il proprio spazio di resistenza”<sup>91</sup>, una dimensione in cui libertà espressiva e creatività possano superare la tendenza consolidata a etichettare, assecondare le tendenze propinate dalla produzione, dall'economia e dai soggetti forti che decidono le sorti del sistema dell'arte. Solo negli ultimi due decenni, la Street Art sta godendo di maggiore dignità artistica e, paradossalmente, parte di questo successo è dovuta alle case d'asta, ai collezionisti e ai venditori d'arte che hanno deciso di investire nell'arte urbana, aumentandone il valore complessivo. Nel paragrafo precedente è stata nominata la GAU di Lisbona come esempio delle tante iniziative che pongono al centro della loro missione l'esplorazione di occasioni per rendere possibile alla Street Art lasciare un segno sulle città, non solo visivo, ma anche sociale, politico e culturale. Difatti, la GAU è un

---

<sup>90</sup> Ivi., p. 34

<sup>91</sup> Ivi., p. 33.

progetto che nasce nel 2008, dopo che il comune aveva provato a rimuovere delle scritte evidenti dai muri del quartiere del Bairro Alto attraverso l'installazione di pannelli. La Street Art diventa uno strumento di riqualificazione urbana e grazie alla collaborazione con il comune del Dipartimento del Patrimonio Culturale, la Galeria de Arte Urbana promuove graffiti e Street Art redimendoli dalla consueta associazione con il vandalismo e l'illegalità. L'effetto a cascata prodotto colpisce positivamente non solo la città, che con il passare del tempo ha imparato ad accettare il nuovo aspetto della città, ma anche gli artisti emergenti che possono proporre idee e progetti nel rispetto della legalità e delle condizioni previste dai vari programmi offerti dalla GAU. I suoi punti di forza sembrano essere la sua lungimiranza sia nel riconoscere l'arte urbana come parte del patrimonio artistico da tramandare alle generazioni future, sia per la sua presenza diffusa su tutta la città, e non concentrata in un singolo spazio confinato. Per quanto l'unica nota stonata dell'intero potrebbe essere il forte nesso tra le istituzioni pubbliche e la Street Art, va anche detto che l'amministrazione e il Dipartimento del Patrimonio Culturale hanno cercato di rimanere quanto più fedeli possibile alla natura effimera della Street Art, evitando di attuare interventi invasivi per la sua conservazione. È riportato sul sito ufficiale della GAU:

The interventions of Street Art have a limited life span, whose duration depends very much on the technique and the materials used, as well as the type of support. [...] This is a phenomenon that must be viewed with normality, and which contributes to the rotation of the works 'exposed in the city to the renewal of the urban landscape.'<sup>92</sup>

Le sostituzioni costanti delle opere ormai deteriorate dal tempo sottolinea l'attenzione che la GAU presta alla componente effimera della Street Art e piuttosto che accanirsi per la sua conservazione, opta per l'esecuzione di altre opere. In questo modo, il paesaggio urbano del capoluogo portoghese rinnova di continuo il suo aspetto e ad acquisire valore non è la singola opera o uno specifico artista, ma la Street Art in quanto movimento. The Street Museum of Art è un'ulteriore iniziativa che nasce nel 2012 tra le strade di Brooklyn e che si estende ad altre realtà oltre a New York, come il Massachusetts e Londra. A differenza del progetto lisbonese, le mostre vengono organizzate in maniera anonima ed illecita, mentre il metodo curatoriale adottato è quello del *guerrilla curating*, descrivibile come un approccio volto a rendere l'arte più

---

<sup>92</sup> Sito ufficiale della GAU; URL: <http://gau.cm-lisboa.pt/en/gau.html> [Ultimo accesso 28 agosto 2023].

accessibile rendendola pubblica e portandola in strada invece che segregarla all'interno delle gallerie o dei musei (spazi ormai assimilati all'ambiente elitario e poco indulgente nei confronti di chiunque non sia un assiduo frequentatore di tali ambienti). Lo SMOA intende creare spazi di resistenza in opposizione alla tradizione museale e non mostra alcuna intenzione di attivare campagne di conservazione o di salvaguardia delle opere. Al contrario, lascia che la loro durata dipenda interamente dalle forze esterne e dalla reazione del pubblico. Ogni città instaura con il proprio contesto urbano un rapporto esclusivo, ma ad accomunare le varie realtà urbane e artistiche plasmate dallo SMOA, vi è il desiderio di promuovere la Street Art in tutte le possibili forme di legame con le città per cui vengono concepite. Alcuni progetti sono il *GOOD Cities Project*, diretto dalla produttrice cinematografica Bristol Baughman che ha luogo a New York e come obiettivo si pone quello di riscoprire la città attraverso la realtà filtrata dai lavori di tre street artist locali. Invece, *Old Street Roundabout* (Fig. 29) è un progetto londinese, il cui "motto" è racchiuso nella frase introduttiva che compare sul sito ufficiale dello SMOA: "One of our best pieces of advice when it comes to hunting out Street Art: don't forget to look up"<sup>93</sup>. Guardare in alto equivale anche guardarsi attorno con maggiore attenzione, adottare una nuova prospettiva, agire con maggiore consapevolezza, prendendo le distanze dagli atteggiamenti consuetudinari e dagli automatismi che impediscono una esperienza totale e autentica della città.

Oltre alla lotta per la salvaguardia della Street Art e della sua promozione come linguaggio artistico, esiste un altro suo impiego nell'ambito delle lotte per il riconoscimento dei diritti delle minoranze e di chi vive situazioni di marginalità. Il Museo dell'Altro e dell'Altrove di Metropoliz di Roma (MAAM) rappresenta un vero e proprio esperimento sociale ideato nel 2012 in via Prenestina 913, nella periferia di Roma Est. Nell'ex sede del mattatoio e salumificio Fiorucci, si sperimenta una soluzione abitativa in cui si incontrano il punto più alto della città (il museo d'arte) e quello più basso (la baraccopoli, lo slum, l'occupazione abusiva). È un progetto che coinvolge circa cinquanta famiglie che oltre ad aver creato una comunità solidale, offrono il loro contributo mantenendo il museo che altrimenti sarebbe rimasto abbandonato al degrado. Il direttore artistico Giorgio De Finis afferma: "L'arte poteva

---

<sup>93</sup> Old Street Roundabout, URL: <http://www.streetmuseumofart.org/old-street-roundabout> [Ultimo accesso 28 agosto 2023].

accendere un riflettore sull'emergenza abitativa a Roma, che è l'altra faccia della medaglia di migliaia di appartamenti vuoti e stipati nei caveau di banche e finanziarie"<sup>94</sup>. Con il supporto delle organizzazioni per il diritto all'abitazione locali (come Blocchi Precari Metropolitani), il MAAM (Fig. 30) è un dispositivo ludico e situazionista, un museo che diventa spazio abitativo, un'idea di condominio che diventa famiglia<sup>95</sup>. All'interno del Museo dell'Altro e dell'Altrove, molti artisti hanno contribuito con le proprie opere. Eduardo Kobra realizza *Malolla* (Fig. 31), uno della serie di tre murali appartenenti al più ampio progetto PEACE. L.U.N.A (Fig. 32) è l'opera che si trova nella "piazza" del Metropoliz ed è realizzata da Massimo Di Giovanni; consiste in una sfera di ferro e legno incastrata tra le travi del tetto crollato (messo in sicurezza dallo stesso Di Giovanni). L'installazione riprende la favola da cui ha origine l'intero progetto della città meticcias, narrata all'inizio del documentario nato dall'idea di Fabrizio Boni e Giorgio De Finis:

Metropoliz. Anno 2011. Gli occupanti di una vecchia fabbrica dismessa decidono di abbandonare le barricate, di sfuggire una volta per tutte alle spinte centrifughe della città che li pone ai margini della società civile, negandogli casa, lavoro, salute e diritti. Il loro progetto è semplice: costruire un razzo per andare a vivere sulla Luna<sup>96</sup>.

A difesa di questa realtà che esplora nuove possibilità di convivenza abitativa, civile e sociale, Stefania Fabrizi pone i suoi *Guerrieri della Luce* (Fig. 33). Visivamente d'impatto, l'esercito dipinto dalla Fabrizi per proteggere il MAAM assume un potere che supera il valore simbolico dello strumento artistico e sfocia in quello economico. Difatti, portare l'arte in uno spazio come questo vuol dire innanzitutto alzare una barricata, creargli una corazza per impedire che venga raso al suolo.

Il MAAM è fondato sul dono, non sul mercato, nel senso che sicuramente si avvale del fatto che gli artisti abbiano un valore di mercato, che gli artisti siano quotati, perché noi vogliamo dare un valore [a Metropoliz]"<sup>97</sup>.

Nonostante artisti, architetti e antropologi si siano pronunciati a favore del primo

---

<sup>94</sup> Renzi V., *Il MAAM rischia lo sgombero: "Salviamo il primo e unico museo abitato al mondo"*, in "Fanpage", 16 settembre 2021; <https://www.fanpage.it/roma/il-maam-rischia-lo-sgombero-salviamo-il-primo-e-unico-museo-abitato-al-mondo/> [ultimo accesso 28 agosto 2023].

<sup>95</sup> A. Rinaldi, *La storia del MAAM. L'arte prende vita in uno strano museo a Roma (2)*, in "Artribune", 10 aprile 2015; <https://www.artribune.com/attualita/2015/04/la-storia-del-maam-larte-prende-vita-in-uno-strano-museo-a-roma-2/> [Ultimo accesso 28 agosto 2023].

<sup>96</sup> F. Boni, G. De Finis, *Space Metropoliz*, 2013, <https://www.youtube.com/watch?v=pK5FTzEaHtA>.

<sup>97</sup> *MAAM, Museo dell'Altro e dell'Altrove di Metropoliz\_città meticcias*, RIF - Museo delle periferie, Youtube, 25 maggio 2021; <https://www.youtube.com/watch?v=pK5FTzEaHtA> [Ultimo accesso 28 agosto 2023].

museo al mondo abitato (nel 2016, Marc Augé lo definì “Super-luogo”<sup>98</sup>), ad oggi, è sotto ordine di sgombero, e sfruttare la fama di artisti famosi è stato probabilmente ciò che ha contribuito a rimandare lo sgombero effettivo, poiché prima di distruggere l’opera di un artista quotato, si vaglia tutta una serie di possibilità per scongiurarne la distruzione.

Sul territorio romano, altri progetti di riqualificazione urbana si differenziano dal MAAM per il fatto di avere adibito spazi abitativi alla Street Art. il supporto da parte dell’amministrazione ha portato alla creazione di realtà come quella di Tor Marancia, il *Big City Life* (Fig. 34). Si tratta di un progetto di arte urbana gestito dall’associazione culturale 999Contemporary in accordo con il comune di Roma. Le pareti cieche degli undici palazzi che costituiscono Tor Marancia fanno da tele alle opere di ventidue artisti provenienti da tutto il mondo, che posti assieme restituiscono un variopinto “museo condominiale”. Le stesse periferie nate per essere delle zone grigie, di segregazione e di emarginazione si colorano di un’arte che attinge dalle vite degli abitanti del quartiere per restituirne le storie sotto forma di arte. Anche *l’Ostiense District*, sostenuto dall’Assessorato alla Cultura e al Turismo, si pone come obiettivo la riqualificazione di una zona periferica romana, dove tra le tante partecipazioni artistiche si conta anche quella di Blu (Fig. 35), che esegue una delle sue opere sulla facciata di un ex magazzino della Guardia di finanza abbandonato: un arcobaleno composto di 27 volti colorati, ai cui occhi corrispondono le finestre dello stabile. Un altro progetto da annoverare è quello del Museo dell’Ex Mira Lanza, edificio risalente al 1899 e abbandonato negli anni Ottanta. Nel 2014, l’ex saponificio è stato oggetto di un’occupazione e di uno sgombero, e due anni dopo, l’associazione 999Contemporary, con già alle spalle il progetto di Tor Marancia, si avvale della collaborazione dello street artist Seth per donare una nuova identità ai ruderi della fabbrica, trasformandoli in un museo. Il curatore Stefano Antonelli descrive le opere di Seth con lo stesso tono di uno storico dell’arte: *Palmyra* (Fig. 36) è l’installazione più imponente ed è stata creata nel 2016, contemporaneamente al bombardamento dell’omonima città siriana. Nella parte murata delle finestre, è stata stipata una folla di sagome colorate e rannicchiate (Fig. 37), come se fossero alla ricerca disperata di un riparo da una

---

<sup>98</sup> Insideart, *Maam, breve storia del museo sulla luna*, 14 aprile 2017, <https://insideart.eu/2017/04/14/maam-breve-storia-del-museo-sulla-luna/> [Ultimo accesso 28 agosto 2023].

minaccia imminente. Difatti, stando alle parole di Antonelli: “la pittura racconta l’esperienza di sopravvivenza delle persone che hanno vissuto in questo posto”<sup>99</sup>. Attualmente, la custodia del museo è stata affidata a una delle persone che vivono nella fabbrica dismessa. Nonostante gli intenti del progetto perseguano finalità di carattere civile e sociale, Antonelli ha dovuto affrontare un processo per occupazione abusiva dello stabile e per l’allestimento di una mostra nella totale mancata osservazione delle norme di sicurezza. Ciononostante, il giudice lo ha assolto tenendo in considerazione che la questione non è tanto giudicare un museo abusivo, quanto sollecitare le autorità al recupero del patrimonio industriale della città<sup>100</sup>.

Oltre a questa forma di curatela più impegnata, che può nascere tanto dall’intuizione del singolo quanto da quella di un collettivo, ne esistono altre che guardano alla Street Art come un fenomeno che necessita di un tipo di curatela volta alla divulgazione. Nel 2016, a Palazzo Pepoli, la Cassa di Risparmio in Bologna e Genus Bononiae promuovono una mostra sulla Street Art curata da Luca Ciancabilla, Christian Omodeo e Sean Corcoran. Con circa 250 opere, video, documenti ed immagini, Street Art – Banksy & Co. è organizzata secondo un percorso espositivo che si articola in tre tematiche: la Città dipinta, la Città scritta, la Città trasformata. Al suo interno, ci si prova ad interrogare su un possibile reindirizzamento delle pratiche espositive e museali della Street Art, cercando al contempo di fornire ai visitatori le coordinate per conoscere e comprendere meglio i movimenti del Graffitismo e della Street Art. Se da un lato, la mostra di Bologna sia stata criticata per le sue finalità speculative e per aver prelevato in maniera non autorizzata le opere dalla strada, è pur vero che si è trattato di un primo tentativo istituzionale italiano di mettere i propri strumenti a servizio di un movimento culturale che fino a poco tempo fa era stato condannato come un atto vandalico e una violazione della proprietà pubblica o privata. Uno dei curatori della mostra, Christian Omodeo, parla di come il team di restauro, composto dagli specialisti Camillo Tarozzi, Marco Pasqualicchio e Nicola Giordani, sia stato in grado di

---

<sup>99</sup> A. Nittoli, *Roma, l'ex stabilimento Mira Lanza diventa un museo di street art gestito da rom*, laRepubblica, 08 gennaio 2017; <https://video.repubblica.it/edizione/roma/roma-l-ex-stabilimento-mira-lanza-diventa-un-museo-di-street-art-gestito-da-rom/264602/264970?rpl=1> [Ultimo accesso 30 agosto 2023].

<sup>100</sup> G. De Santis, *Ex Mira Lanza, mostra abusiva dello street artist francese Seth: gallerista assolto*, in “Corriere della Sera”, 6 gennaio 2023; [https://roma.corriere.it/notizie/cronaca/23\\_gennaio\\_06/ex-mira-lanza-mostra-abusiva-dello-street-artist-francese-seth-gallerista-assolto-89c03e75-57a0-4966-b63b-3db690a71x1k.shtml](https://roma.corriere.it/notizie/cronaca/23_gennaio_06/ex-mira-lanza-mostra-abusiva-dello-street-artist-francese-seth-gallerista-assolto-89c03e75-57a0-4966-b63b-3db690a71x1k.shtml) [Ultimo accesso 28 agosto 2023].

applicare una tecnica di “strappo” e restauro su uno dei murales di Blu:

Qui, alcuni restauratori professionisti hanno rimosso uno strato spesso un millimetro da un muro di cemento (alto 12 metri) e l’hanno trasportato su tela, allo stesso tempo hanno preservato l’aspetto del muro originale. Questi ricercatori non cercano di trarre profitto da questo tipo di operazioni e il loro unico obiettivo era quello di salvare questi lavori per poi donarli ai musei cittadini. [...] Come possiamo portare un’estetica urbana nel mondo dell’arte (musei, gallerie)? Questo è chiaramente un punto fondamentale sia per gli artisti, che devono portare il loro atteggiamento di strada all’interno di un contesto istituzionale, e per i restauratori, che devono capire quando, perché e come possono salvare un’opera dalla strada<sup>101</sup>.

Probabilmente, è stata proprio la necessità di dover salvare la Street Art dalla strada a generare la reazione drastica di Blu di cancellare i propri lavori dai muri bolognesi. Credere che il museo o le gallerie costituiscano le uniche istituzioni adatte a garantire la sopravvivenza delle espressioni artistiche dimostra la loro diffidenza nel valore artistico dei movimenti controculturali. Quando si utilizzano espressioni come “portare nel mondo dell’arte” o “portare all’interno di un contesto istituzionale”, riemerge quella tendenza accentratrice a cui la Street Art cerca di opporre la propria forza di resistenza. Come abbiamo constatato anche precedentemente, la questione non è scegliere cosa sia più giusto tra lasciare o meno che la Street Art scompaia. Il discorso è molto più articolato e si basa sulla necessità di provare ad attivare dei percorsi per ripensare l’intera proposta curatoriale, e di conseguenza, quella museale. Quando Celant parla di un lavoro di raccolta di opere d’arte e della loro esposizione in uno stesso spazio e sotto un titolo e un tema generici, vengono meno la creatività, la capacità narrativa, la dinamica del viaggio e dello spostamento che ci si aspetterebbe dalla curatela artistica.

Ma come si fa a vedere il guasto se si è dentro quel meccanismo che ha prodotto quel guasto? Come si fa ad essere s-normalizzati se ci facciamo normalizzare dalla poderosa macchina del potere economico? L’arte deve poter stare di nuovo in prossimità della nostra vita e riuscire a raccontarci qualcosa di noi stessi<sup>102</sup>.

---

<sup>101</sup> Genus Bononiae blog, *Intervista al curatore della mostra “Street Art – Banksy & Co.”* Christian Omodeo, in “Genus Bononiae blog”, Maggio 2016; <https://genusbononiaeblog.it/2451-2/> [Ultimo accesso 30 agosto 2023].

<sup>102</sup> Bertola C. (a cura di), *Curare l’arte*, Mondadori Electa, 2008, p. 34.

### 2.3 Collezionare Street Art

In un'intervista apparsa nell'aprile 2015 sul "The Art Newspaper" e riportata da Francesco Poli nel *Il sistema dell'arte contemporanea*, Charles Saatchi, imprenditore e tra i più importanti collezionisti d'arte afferma: "Gli artisti hanno bisogno di molti collezionisti, di ogni tipo di collezionisti, che comprino la loro arte"<sup>103</sup>. Le sue parole evidenziano il legame che nel corso del tempo il mondo dell'arte ha stretto con il mercato. Il collezionismo è stato fondamentale per conferire credibilità e prestigio alle collezioni e alle istituzioni artistiche. L'intuizione, la prontezza nel riconoscere il talento di determinati artisti e la lungimiranza dei loro investimenti sono sicuramente frutto di studio, di una preparazione culturale, di un immancabile interesse estetico, ma anche del coraggio di correre dei rischi. Il prestigio di un collezionista viene costruito sul campo, dipende da una continua tensione verso la ricerca, il confronto o, come afferma Poli, da "[...] un'esigenza di autoaffermazione della propria identità attraverso un processo continuo di reificazione dei valori artistici, che rivela da un lato l'impossibilità dell'autosufficienza e dall'altro l'irrealizzabilità delle relazioni appaganti"<sup>104</sup>. A ciò, andrebbero aggiunte anche altre competenze che rendono il collezionista d'arte contemporaneo un personaggio molto complesso e sfaccettato, in quanto abbraccia un insieme di valori che passano dall'intuizione, il bisogno di autoaffermazione fino ad arrivare alla conquista del prestigio sociale. Oltre che per la compravendita di opere d'arte, possono diventare dei punti di riferimento anche per quanto riguarda l'organizzazione e la curatela di mostre. Non è raro che i collezionisti creino fondazioni, diventino esperti e diano garanzia del valore artistico ed economico di un dato artista. Cosa accade nel momento in cui cerchiamo di estendere questo sistema ben radicato nell'arte contemporanea anche alla Street Art? Finora ne abbiamo parlato definendolo un movimento che si è ribellato a un insieme di valori culturali sorretti da un sistema economico neocapitalista. Tra il 2016 e il 2021, l'artista più richiesto dai collezionisti è stato Basquiat, mentre al secondo posto, si trova Banksy,

---

<sup>103</sup> F. Poli, *Il sistema dell'arte contemporanea*, Laterza, Bari, 2017, cit., p. 107.

<sup>104</sup> Ivi, cit., p. 93.

le cui opere sono passate da un valore di circa 2,4 milioni di euro a 116 milioni<sup>105</sup>. Anche scorrendo il resto della classifica, si registra un generale incremento delle opere di Street Art sia in termini di valore che di numero di lotti venduti. Questi dati ci parlano di una presenza della Street Art nel mercato artistico difficile da accettare per chi crede che possa conservare una dignità artistica solo se in strada. Eppure, Stefano Antonelli sostiene che sia necessario mantenere distinti l'arte dal mercato dell'arte, poiché “la prima riguarda cose da dire al mondo, la seconda riguarda il possedere cose capaci di dire cose al mondo”<sup>106</sup>. Ma è pur vero che si tratta di mondi spesso in collisione, soprattutto se si prende atto che la motivazione del collezionista non è sollecitata solo dalla prospettiva di un tornaconto economico. La componente irrazionale legata al piacere estetico è una caratteristica altrettanto indispensabile, che consente all'arte e al mercato di intrecciarsi in maniera armoniosa. Per una serie di coincidenze, il gusto personale del collezionista incontra le esigenze del mercato, determinando il valore complessivo dell'opera, la sua influenza sul panorama culturale e sociale. Antonelli spiega l'equivalenza tra valore e prezzo osservando come nessuno sarebbe in grado di trovare un'opera d'arte che vale tanto (denaro) e costa poco (denaro)<sup>107</sup>. Inoltre, quanto più un soggetto è disposto a pagare per avere un'opera, o una comunità ad opporsi pur di non separarsene sono gli i parametri indiretti in grado di stabilire il valore di un'opera d'arte. Per quanto riguarda la Street Art, il desiderio di appropriazione dei collezionisti, unitamente al riscontro politico e alla sua funzione identitaria, viene poi convertito in denaro dalle case d'asta. Carol Diehl considera il mercato della Street Art come il luogo di un'alterazione pilotata per renderla esclusiva e accessibile solo a pochi adepti. L'*artsspeak* è un linguaggio “pretenzioso, impenetrabile e infarcito di termini in voga che ne oscurano ogni possibile significato, genera una piaga di dichiarazioni, saggi, articoli di riviste e testi esplicativi sulle pareti dei musei”<sup>108</sup>, ed è uno degli strumenti impiegati come pretesto perché siano gli stessi esperti e critici d'arte a generare confusione circa il senso generale della Street Art e a

---

<sup>105</sup> *Street Art: un mercato alle stelle*, in “Deodato Arte”, 05 Novembre 2021; [https://www.deodato.com/deodato\\_arte\\_italy/blog/post/street-art-mercato-prezzi-e-valore](https://www.deodato.com/deodato_arte_italy/blog/post/street-art-mercato-prezzi-e-valore) [ultimo accesso: 20 agosto 2023].

<sup>106</sup> S. Antonelli, *Il mondo della street art, la street art e il mercato dell'arte*, in “Artemegazine”, 6 maggio 2020; <https://artemagazine.it/2020/05/06/il-mondo-della-street-art-la-street-art-l-arte-e-il-mercato-dell-arte/> [ultimo accesso: 20 agosto 2023]

<sup>107</sup> Ibidem.

<sup>108</sup> C. Diehl, *Banksy!*, Carocci editore, Roma, 2022, cit., p. 61.

esserne i depositari dei suoi significati. Gli altri strumenti – ancora più efficaci in termini di esclusività – sono sicuramente gli investitori e i consulenti d’arte, che sembrano addirittura sostituirsi ai critici e ad aver creato i presupposti per un sistema dell’arte fondato sulle tendenze piuttosto che sui movimenti culturali. Afferma Diehl: “Non più apprezzata per il suo valore intellettuale ed estetico, l’arte è diventata poco più di una merce: è il denaro a definire il valore, mentre noi, gli artisti, non abbiamo più alcuna partecipazione né nel suo significato, né nei suoi profitti”<sup>109</sup>. Da questa descrizione, la figura dell’artista ne esce enormemente indebolita sia in termini di controllo sulle modalità di circolazione sia per quanto riguarda i suoi diritti sulle proprie opere. Le opere di Banksy, ad esempio, sono quelle più quotate ma anche quelle più saccheggiate: esse vengono anche prelevate illecitamente, falsificate e rivendute a prezzi altrettanto elevati. Ritrovarsi con un falso Banksy costituisce un’ipotesi tutt’altro che improbabile, e, al contrario, garantire la presenza di un Banksy originale è ambizione di molti soggetti desiderosi di dimostrare la qualità della propria collezione. Tuttavia, il problema dell’autenticità resta, e sebbene la Street Art ripudi tale concetto, nel momento in cui tale possibilità viene minacciata dalle falsificazioni e dalle speculazioni annesse, si pone necessario correre ai rimedi anche rivedendo i principi fondativi della Street Art. La Pest Control è una società di diritto che si occupa di autenticare le opere di Banksy; dopo la verifica dell’effettiva originalità di un’opera (avvenuta attraverso la spedizione di una riproduzione fotografica), e dopo il versamento di una cifra, viene rilasciato un certificato di autenticità: una banconota strappata riporta su entrambe le metà un numero identificativo, di cui una resta all’acquirente mentre l’altra viene conservata dalla Pest Control.

Quando si parla di creare collezioni di Street Art con la finalità di metterle a disposizione dei musei, invece, il problema non è solo legato all’autenticità, ma anche al reperimento delle opere. In questo caso, le soluzioni che gli esperti del mercato d’arte suggeriscono includono l’iscrizione alla mailing list delle gallerie d’arte a cui gli street artist si appoggiano, e *seguire* i profili social a cui si è interessati per essere aggiornati in tempo reale sui progetti realizzati. In un’intervista, Jacqueline Towers-Perkins, banditrice d’asta per Sotheby’s, suggerisce proprio di servirsi dei social media per essere aggiornati sulle opere degli artisti preferiti, ma anche per tenere sotto

---

<sup>109</sup> Ivi, cit., p. 97.

controllo gli artisti emergenti e le tendenze. Altro elemento che Towers-Perkins mette in luce è la tipologia di opere presenti sul mercato: oltre alle controverse opere *in situ*, esistono anche disegni preparatori, stampe ed edizione limitate di altri oggetti (magliette, scarpe e cappelli) che costituirebbero un investimento piuttosto sicuro, soprattutto per chi è alle prime armi<sup>110</sup>.

Soffermarsi sulle implicazioni della Street Art con il mercato dell'arte è necessario per provare a conoscere meglio gli ambiti in cui si muovono i collezionisti ed individuare le dinamiche avviate tanto da chi vede nella Street Art un potenziale economico, quanto da chi cerca di resistere ad ogni tentativo di mercificazione e di speculazione. Entrambi i criteri creano una tensione che permette di ragionare secondo due punti di vista diametralmente opposti, senza che sia necessario fare una scelta definitiva. Pretendere che l'unica forma di Street Art sia quella sui muri delle città è del tutto illusorio. La questione non è demonizzare o celebrare il capitalismo o la mercificazione dell'arte, ma la necessità di servirsi di parametri riconoscibili e comprensibili che nell'età contemporanea sono rintracciabili nell'aspetto estetico così come nel mercato dell'arte. Le affermazioni di Antonelli – per il quale il rischio di considerare la Street Art esclusivamente come atto performativo rischierebbe di sminuirne l'aspetto materico e “pulsante di vita”<sup>111</sup> – e quelle di Diehl – per cui la componente performativa costituirebbe uno dei punti di forza – esprimono due punti di vista tanto diversi quanto validi.

L'arte è qualcosa che accade, un processo, non una qualità, e ogni sorta di cosa può farla accadere [...]. Ciò che rende un'opera d'arte “buona” per te non è qualcosa che è già “dentro” di essa, ma qualcosa che accade dentro di te: quindi il valore dell'opera risiede nella misura in cui può aiutarti ad avere quel tipo di esperienza che tu chiami arte<sup>112</sup>.

La condizione di eterno presente in cui le opere d'arte sono create ed esperite le rende degli oggetti attivi, in grado di creare situazioni, contaminazioni, interazioni tra ambiti che altrimenti rimarrebbero ben distinti. L'autenticazione operata dalla Pest Control può essere considerata una procedura dal valore legale, ma anche una performance,

---

<sup>110</sup> Sutton B., *5 essential tips for collecting Street Art*, in “Artsy”, 11 dicembre 2018; <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-5-essential-tips-collecting-street-art> [ultimo accesso: 21 agosto 2023].

<sup>111</sup> S. Antonelli, *Il mondo della street art, la street art e il mercato dell'arte*, in “Artemegazine”, 6 maggio 2020; <https://artemagazine.it/2020/05/06/il-mondo-della-street-art-la-street-art-l-arte-e-il-mercato-dell-arte/> [ultimo accesso: 20 agosto 2023].

<sup>112</sup> C. Diehl, *Banksy!*, Carocci, Roma, 2022, cit., p. 57.

così come performativi sono anche i casi di eutanasia artistica, la resistenza delle comunità di fronte alla rimozione dalla città di un'opera in cui si identificano, il dissenso del pubblico e le azioni dei critici, delle istituzioni e del mercato dell'arte. Così tante connessioni rendono l'oggetto artistico, nella sua matericità, un elemento mobile, che può essere decontestualizzato e riadattato a nuove funzioni. Tuttavia, resta inesplorato un ultimo aspetto, la forma più estrema di decontestualizzazione messa in atto dalle riproduzioni fotografiche in formato digitale e destinate ad Internet. La smaterializzazione della Street Art in Rete crea un ulteriore canale su cui la Street Art può viaggiare più liberamente e gratuitamente. A differenza dei musei, delle gallerie e delle case d'asta, dove il tipo di partecipazione è guidato da una serie di regole, il Web si avvicina maggiormente allo spazio urbano per la possibilità di "prelevare" delle immagini dalla realtà e porle al centro di conversazioni tra utenti sul Web. Prima ancora dell'avvento dei social media, i blog sono stati uno dei primi spazi destinati a raccogliere le immagini digitali, e il Wooster Collective è stato il primo blog, fondato nel 2003 da Sara e Marc Schiller, a parlare di Street Art. La fase iniziale di questo progetto prevedeva la raccolta delle immagini scattate dalla coppia di blogger mentre esploravano le strade di Soho, New York. Agli inizi del Duemila, la Street Art stava già conquistando una fama tra gli amatori e tra gli esperti d'arte; Sara e Marc rientrano proprio nella categoria di appassionati che decidono di adottare un approccio più inclusivo rispetto ai canali istituzionali:

We started Wooster Collective because we had been taking photos of the street art on Wooster Street for years and the hard drive on our computer became full. So we began to upload the photos onto the blog and communicating with the artists. At that time we didn't know that Street Art was a global movement and the artists were looking for information about other artists. Our website provided just that<sup>113</sup>.

L'idea iniziale era di catalogare la Street Art di New York, ma ben presto il progetto coinvolge altre città, e altri paesi nel mondo. L'aspetto più interessante è che ogni street artist può segnalare il proprio lavoro e farlo inserire all'interno di questo archivio online. Il tipo di legame che va a crearsi attraverso il progetto avviato dagli Schiller è pensato per tenere informato il pubblico sui lavori realizzati nelle loro città così da

---

<sup>113</sup> L.A Taco Staff, *Interview with Sara and Marc Schiller, Founders of the Wooster Collective*, 16 Novembre 2016; <https://lataco.com/interview-founders-wooster-collective> [ultimo accesso: 20 Agosto 2023].

poterle vedere dal vivo. Sara e Marc sottolineano quanto il Wooster Collective miri a offrire semplicemente l'opportunità di venire a sapere di cosa accade offline<sup>114</sup>; il tipo di scambio che viene incoraggiato, dunque, è quello dal vivo, in aperta relazione con la realtà territoriale. La raccolta delle immagini avviene attraverso il meccanismo di condivisione online, tramite l'upload effettuato da parte degli artisti interessati a far conoscere il proprio lavoro e a garantire una sopravvivenza fotografica. Il formato digitale compensa l'effimero della Street Art, ma fa leva sulla curiosità delle persone affinché si rechino sul posto a vedere i lavori prima che sia troppo tardi: "It's the act of creating art that you are drawn by, not the act of possessing the art"<sup>115</sup>. Con queste parole, Marc propone una forma di appropriazione della Street Art che capovolge il principio del collezionismo e strizza l'occhio ai progetti fotografici degli anni Ottanta di Cooper e Chalfant. Difatti, la fotografia – tanto quella analogica che quella digitale – permette di esperire o di appropriarsi della Street Art senza strappi o forme di rivendicazione. Come nella parabola della falena di Didi-Huberman, potremmo dire che anche la Street Art si propone a gruppi di cacciatori e di osservatori: coloro che rientrano nel primo gruppo, sopraffatti dalla frustrazione o per paura della perdita, decideranno di catturare l'immagine-falena con un retino e di fissarla con uno spillo, mentre gli osservatori, che delle falene ammirano il movimento, faranno dipendere la loro emozione dalla caducità piuttosto che dalla smania del possesso. In altre parole, la caducità della Street Art può determinare due reazioni: da una parte quella dei collezionisti, che reclamano le opere di loro interesse come proprie e le sottraggono dal loro "habitat"; dall'altro, coloro che o guardando i pezzi di Street Art dal vivo, o attraverso le riproduzioni fotografiche si aggrappano alla memoria e al ricordo. Chiunque si trovi davanti a un'immagine si muove tra il tentativo di afferrarla e il rischio di annientarla, ma esiste anche una terza opzione, che consente alle immagini di muoversi, di spostarsi da un contesto all'altro senza dover trovare una collocazione fissa:

Fra l'aver tutto e il perdere tutto, [...] si insinua una fragile possibilità: quella di una "leggibilità" dell'immagine che, ben lungi dai significati consolidati una volta per tutte, scaturisce dall'incontro di tempi anacronistici, di un presente che si impegna a saper guardare un'immagine dal passato, cioè a cogliere il punto in

---

<sup>114</sup> *10 Years of Wooster Collective Pt. 2: The Internet's Role in Global Street Art Culture*, YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=wdQyEQeRX58> [ultimo accesso: 20 Agosto 2023].

<sup>115</sup> *Ibidem*.

cui essa “brucia” [...]”<sup>116</sup>.

Gli usi che vengono fatti della fotografia digitale sono da considerare come un compromesso tra il lasciare andare e il possedere un’immagine. Come abbiamo potuto constatare con il Wooster Collective, il suo valore documentario può informare il pubblico della Street Art sulle opere esistenti, ma permette anche di giocare in altri modi con la natura effimera, performativa e *site specific* della Street Art. Creare uno spazio alternativo per oasi di democrazia e dove a fare da collante non è tanto la prospettiva del guadagno, ma un puro interesse per la Street Art e per la sua promozione a livello globale è quanto i social media possono garantire. In tal senso, lo spazio creato dalla mediazione tecnologica è ibrido e sperimentale, aperto a diversi impieghi e sviluppi. Volendo utilizzare un’espressione coniata da Claire Bishop, potremmo parlare di una *gray zone* per indicare quella zona indistinta creata dai social media, “an apparatus in which behavioral conventions are not yet established and up for negotiation”<sup>117</sup>.

---

<sup>116</sup> Pinotti A., Somaini A. (a cura di), *Teorie dell’immagine. Il dibattito contemporaneo*, Raffaello Cortina, Milano, 2014, cit., p. 242.

<sup>117</sup> C. Bishop, *Black Box, White Cube, Gray Zone: Dance Exhibitions and Audience Attention*, in “The Drama Review”, vol. 62, n° 2, Estate 2018, MIT Press, pp 22-42, cit., p. 37.

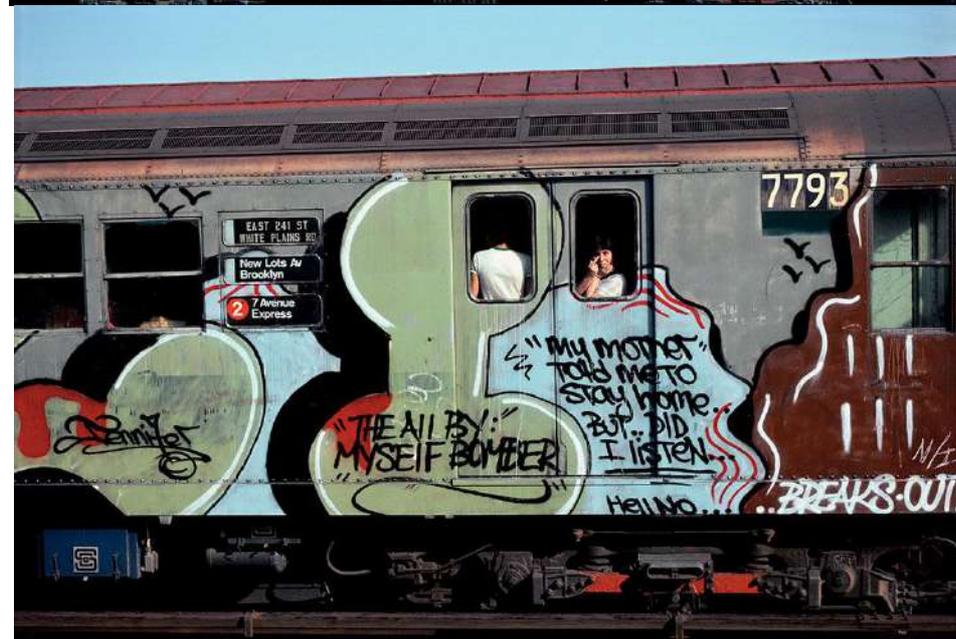


Figura 27 Martha Cooper, "Midge" with yellow school bus, 1982, Subway Art.

Henry Chalfant, *Blade*, 1980, Subway Art.

Martha Cooper, *Deli*, by Ban2, 1981, Subway Art.



Figura 28 Banksy, *Girl With Balloon*, 2018.



Figura 29 Old Street Roundabout, Londra.



Figura 30 MAAM, Museo dell'Altro e dell'Altrove di Metropoliz



Figura 31 Edoardo Kobra, *Malolla*, serie PEACE, 2014, Roma.



Figura 32 Massimo Di Giovanni, *L.U.N.A.*, 2009, installazione, MAAM, Roma.



Figura 33 Stefania Fabrizi, *I guerrieri della Luce*, MAAM, Roma.



Figura 34 *Big City Life*, Tor Marancia.



Figura 35 Blu, *senza titolo*, Via del Porto Fluviale, 2013, Quartiere Ostiense, Roma.



Figura 36 Seth, *Palmirya*, 2016, installazione, Ex Mira Lanza Museo, Roma.



Figura 37 Seth, *Lampedusa* (dettaglio), 2016, Ex Mira Lanza Museo, Roma.

## CAPITOLO 3

### Il Web

#### 3.1 Smaterializzare la realtà? Street art e fotografia digitale

Nei due capitoli precedenti abbiamo visto come la street photography di Martha Cooper e di Henry Chalfant sia stata fondamentale per la trasmissione del Writing e del suo riconoscimento come espressione artistica. A distanza di anni dalla sua prima pubblicazione, *Subway Art* costituisce tuttora un punto di riferimento imprescindibile per chiunque voglia conoscere il Graffitismo americano degli anni Settanta e Ottanta. Oltre ad essere il primo archivio fotografico di Street Art, *Subway Art* costituisce anche un punto di partenza per ragionare sulle questioni legate al ruolo che le immagini fotografiche svolgono per la diffusione della Street Art. Attraverso la fotografia, alcuni trovano un pretesto per innescare dinamiche ludiche per accendere la curiosità degli abitanti nei confronti delle proprie città; alcuni studiosi, come Edwige Comoy Fusaro o Ulrich Blanché, considerano la fotografia come un surrogato dell'opera originale, un oggetto che sottrae la Street Art da una collocazione spaziale, temporale e culturale ben precisa. Mentre Comoy Fusaro si appella al fatto che l'immagine fotografica sia la cristallizzazione di un momento, e che privi la Street Art della sua natura sostanzialmente effimera e *site specific*<sup>118</sup>, Blanché considera le riproduzioni fotografiche della Street Art degli strumenti necessari alla sua sopravvivenza e sottolinea quanto tali immagini permettano di introdurre nuove modalità di circolazione e diffusione della Street Art. Esse, difatti, possono ampliarne l'effetto democratico e sovversivo comportandosi come se fossero opere originali, ugualmente in grado di suscitare forme di reazione nel pubblico. Condannando indirettamente la pratica dello "strappo", Blanché si pronuncia a favore della fotografia come tipo di

---

<sup>118</sup> E. Comoy Fusaro, *Where is Street Art?*, in "Framing Graffiti & Street Art, atti del convegno in "Framing Graffiti & Street Art: Proceedings of Nice Street Art Project", atti del convegno 2017 - 2018, 2019, cit., p. 10.

prelievo della Street Art, poiché “shoots the street art motif without ‘killing’”<sup>119</sup>, non andando ad intaccarne il senso culturale e l’estetica. La possibilità di una fruizione facilitata della Street Art diventa ancora più agevole nel momento in cui il formato digitale permette il transito delle immagini fotografiche sul Web. La democratizzazione degli strumenti tecnologici e dei software per la condivisione di contenuti audiovisivi permette ai loro utenti di partecipare sia come pubblico che come autori. Per quanto riguarda la Street Art online, si traduce nella possibilità di aumentare la portata democratica e sovversiva della Street Art (che può diffondersi in maniera virale e meno controllata) e nell’occasione per ciascun utente di creare una propria collezione di Street Art, senza dover temere approvazioni o responsi da parte dei canali ufficiali dell’arte. Poiché in grado di trasformare la comunità di utenti in autori, la fotografia digitale amplia e può attribuire nuovi significati al lavoro degli street artist, proprio perché ad ogni scatto fotografico corrisponde uno specifico punto di vista e un’interpretazione diversa della stessa opera di Street Art. Per la studiosa Anna Waclawek, la Street Art su Internet presenterebbe sia degli aspetti positivi che negativi; se da un lato permette a un maggior numero di persone di avvicinarsi, dall’altro si tratta comunque della restituzione di uno sguardo parziale. L’impossibilità di restituire la Street Art nella sua interezza non è da considerare interamente come uno svantaggio, in quanto significa permettere alla rappresentazione di un oggetto di andare al di là dei limiti imposti dal contesto spaziale. A tal proposito, la Waclawek afferma che Internet incoraggia un senso di inclusione e di distribuzione tali, che il lavoro degli artisti può raggiungere un pubblico molto più vasto. Tuttavia, è innegabile che la fotografia frapponga una distanza tra l’opera e lo spettatore: “by mediating a personal engagement with the work, the internet dilutes the viewing experience”<sup>120</sup>. Per cercare di rendere meno smaccata tale distanza, è opportuno prendere in considerazione le pratiche di archiviazione digitale della Street Art che si sono rivelate fondamentali per mantenere integro il legame tra dimensione urbana e digitale. Il *Wooster Collective*, fondato da Sara e Marc Schiller, si pone come obiettivo quello di inserire nel proprio archivio digitale quante più opere di Street Art, fornendo la loro

---

<sup>119</sup> U. Blanché, *Street Art and Photography: Documentation, Representation, Interpretation*, in “Nuart Journal” 2018, Vol. 1, Nr. 1 (2018), cit., p. 26.

<sup>120</sup> A. Waclawek, *Graffiti and Street Art*, Thames & Hudson, Londra, 2011, cit., p. 179.

collocazione per spronare gli appassionati a recarsi sul posto e vedere di persona le opere in questione. Nonostante Blanché ammetta il fatto che la fotografia sottragga alla Street Art la sua componente *site specific*, è pur vero che il coinvolgimento, che si esprime attraverso le reazioni del pubblico, va ad attivare un potenziale performativo della Street Art:

The viewer may ask, how did one get up there? How could the artist work illegally at this dangerous hard-to-reach- point without being arrested, without falling down? The time aspect of process documentation is usually caught in photo sequences, the location and the performative aspect in context shots showing the setting of the street art performance<sup>121</sup>.

Il ruolo della fotografia come documentazione ed estensione della performance affonda le radici negli anni Settanta. Alcune performance, come quelle di Gina Pane, di Bruce Nauman o di Yvonne Rainer, ad esempio, sono state create prettamente per essere riprese o fotografate, non tanto per ragioni documentarie, quanto per guadagnare un valore simbolico all'interno del panorama culturale<sup>122</sup>. È come se alle riproduzioni video e fotografiche venisse affidata una parte del senso complessivo dell'opera, affinché venga implementato e arricchito dalle reazioni e dalle nuove letture fornite dal pubblico, sia durante l'esecuzione della performance sia a distanza di tempo, grazie alle riletture di chi ne osserverà le rappresentazioni. Nel suo saggio sulla funzione fotografica nella Performance Art, Auslander riporta le parole della Pane rispetto alla fotografia:

It creates the work the audience will be seeing afterwards. So the photographer is not an external factor, he is positioned inside the action and space with me, just a few centimeters away. There were times when he obstructed the view<sup>123</sup>.

Il commento della performer, difatti, viene inserito da Auslander nel discorso a proposito della “theatrical category” della fotografia, confermando quanto è emerso finora, ossia che le riproduzioni fotografiche non sono preziose solo in quanto documentazioni (“documentary category”), ma anche come forme di riattivazione di una performance dopo la sua esecuzione dal vivo. Persino Maurizio Cattelan,

---

<sup>121</sup> U. Blanché, *Street Art and Photography: Documentation, Representation, Interpretation*, in “Nuart Journal” 2018, Vol. 1, Nr. 1 (2018), cit., p. 24.

<sup>122</sup> “Dependence on documentation to attain symbolic status within the realm of culture”.

P. Auslander, *The Performativity of Performance Documentation*, in “A Journal of Performance and Art”, vol. 28, no. 3, 2006, cit., p. 3; <http://www.jstor.org/stable/4140006>, [ultimo accesso 13 settembre 2023].

<sup>123</sup> Ibidem.

commentando le reazioni suscitate da una sua installazione<sup>124</sup> (fig. 38), afferma:

Il pubblico è fatto di tante storie, ciascuna ne porta una. Stamani sentivo i commenti di chi passava: qualcuno diceva ‘è un’opera contro la guerra’, qualcun altro ‘è in difesa degli alberi’, qualcun altro ancora, indignato, ‘noi siamo per la vita, non per la morte’. Se li potessi tenere tutti insieme, questi commenti, potrei dire che questa è l’opera d’arte<sup>125</sup>.

Trattandosi di reazioni “a caldo”, la testimonianza dell’artista dimostra come la performance, grazie al supporto delle immagini, possa godere di una “doppia esistenza”: quella dal vivo e quella a posteriori e mediata dalle riproduzioni video o fotografiche. Per quanto creino distanziamento con l’originale, l’esperienza della Street Art mediata dalle immagini digitali non ne sminuisce il senso o l’efficacia, ma richiede la creazione di “altri luoghi” per consentire alla Street Art di essere apprezzata in modo diverso.

Una questione ulteriore che merita di essere presa in considerazione è la diversa considerazione che hanno rispettivamente la fotografia analogica rispetto a quella digitale. L’allarmismo nei confronti dell’inattendibilità delle fotografie digitali (in quanto sottoponibili a manipolazioni e ad alterazioni) costituisce una contrapposizione storica tra i due formati. Alla veridicità e all’attestazione di una presenza garantite dalla fotografia analogica si contrappone la diffidenza e la paura della falsificazione, riconducibili alla fotografia digitale. In *L’immagine infedele*, Claudio Marra decostruisce proprio l’opposizione analogico-digitale per dimostrare che: “[...] l’applicazione del sistema digitale non può modificare l’identità di un mezzo (orologio, termometro o macchina fotografica poco importa) perché la funzione rimane esattamente la stessa [...]”<sup>126</sup>. Sia la fotografia analogica che quella digitale, dunque, differirebbero solo per il tipo di tecnologia impiegata e non per la loro funzione. Entrambe effettuano un taglio che coincide con quanto lo sguardo di un soggetto decide di includere in uno scatto. Concludendo la sua riflessione, Marra riconosce un

---

<sup>124</sup> L’installazione in questione è quella dei “Tre bambini impiccati”, esposta per la prima volta nel 2004, in Piazza XXIV Maggio, a Milano. Per l’immagine violenta, è stata fortemente criticata dalla stampa, dall’opinione pubblica e perfino da alcuni giuristi.

<sup>125</sup> Conte, P., *Unheimlich. Dalle Figure Di Cera Alla Uncanny Valley*, in “PsicoArt – Rivista Di Arte E Psicologia”, vol. 2, n. 2, gennaio 2012, cit., p. 6; <https://doi.org/10.6092/issn.2038-6184/2473>, [ultimo accesso 13 settembre 2023].

<sup>126</sup> C. Marra, *L’immagine infedele. La falsa rivoluzione della fotografia digitale*, Mondadori, Milano, 2006, cit., p. 51.

cambiamento epistemologico epocale, guidato (se non addirittura imposto) dalla fotografia digitale. Anche rispetto alla referenzialità e alla veridicità delle immagini fotografiche, ricorda che attraverso specifiche tecniche di ripresa o di sviluppo, la fotografia è sempre stata manipolabile, e che piuttosto, sono i mezzi tecnici messi a disposizione dalle varie epoche a creare un “effetto di realtà”<sup>127</sup>. Lo stesso vale per la Street Art: i suoi più recenti canali di diffusione sono inevitabilmente legati al modo in cui il suo pubblico elabora l’idea di realtà. Al vivo della questione, dunque, non ci si può arrivare indagando gli strumenti, quanto l’esperienza di cui questi si fanno tramite. La ricollocazione delle immagini, rese accessibili dalle nuove tecnologie, “crea un environnement sensoriale che condiziona le forme dell’esperienza, della conoscenza e della vita sociale e culturale”<sup>128</sup>. Dunque, piuttosto che demonizzare, sarebbe necessario cercare di esplorare le nuove modalità di percezione della realtà ed interrogarsi sulle potenzialità e sulle problematiche delle più recenti pratiche artistiche, che secondo Rancière, sono le “operazioni che contribuiscono alla distribuzione del sensibile”<sup>129</sup>. Anche per la Street Art assistiamo a una sua rilocazione e a una sua ridefinizione per mezzo delle nuove tecnologie e del modo in cui vengono adoperate dagli street artist e dal pubblico. Il fatto che oggi tutto sia fotografabile e caricabile online permette alla Street Art di poter scegliere nuovi spazi a cui destinare le proprie opere, ricorrendo, però, a nuove modalità di produzione delle opere, che tengano conto della necessità di renderle accattivanti anche in fotografia. È la studiosa Katja Glaser ad individuare questo nuovo requisito della Street Art e a vedere in Internet il nuovo spazio per la Street Art. Negli anni Novanta, quando la tecnologia dei siti web disponibili consentivano un *upload* piuttosto lento, per condividere sui blog le proprie immagini, gli utenti erano costretti a ricorrere a una risoluzione piuttosto bassa, a caricare le foto in bianco e nero e ad eliminare dalla foto gli elementi di minore interesse che contornavano l’opera per non rallentare il processo di caricamento<sup>130</sup>. Questa è forse una delle motivazioni che si cela dietro la scelta di alcuni street artist dell’epoca di utilizzare pochi colori o esclusivamente il bianco e il nero (i primi stencil

---

<sup>127</sup> A. Pinotti, A. Somaini (a cura di), *Cultura visuale. Immagini, sguardi, media, dispositivi*, Einaudi, Torino, 2016, p. 150.

<sup>128</sup> Ivi, cit. p. 68.

<sup>129</sup> Ivi, cit., p. 170.

<sup>130</sup> U. Blanché, *Street Art and Photography: Documentation, Representation, Interpretation*, in “Nuart Journal” 2018, Vol. 1, Nr. 1 (2018), p. 27.

di Banksy possono essere considerati un esempio). In questa fase, per via di una tecnologia obsoleta e non ancora in grado di restituire l'impatto di un'opera di Street Art, la sua principale modalità di fruizione continuava ad avvenire sulla strada. Con l'avvento del Web 2.0 e con l'estensione degli strumenti di produzione audiovisivi a livello amatoriale, diventa finalmente possibile creare delle interazioni tra sito web e utente ed elaborare, così, altri modi per produrre e fruire la Street Art. Se in un'epoca predigitale fare Street Art significava agire in maniera rapida ed estensiva nello spazio urbano, grazie ad Internet e al Web è possibile realizzare opere più imponenti e colorate per lasciare che sia la circolazione delle fotografie sul Web ad occuparsi della loro circolazione. A tal proposito, Blanché osserva come le opere realizzate nell'epoca dell'*internetized Street Art*<sup>131</sup> cambino il loro formato proprio per adattarsi alle nuove esigenze di visualizzazione:

If you happen to see a street work in situ, and the work was designed for viewing on a PC or mobile phone, it often seems disproportionately large, precisely because the artist already factored in the likely viewing size of the photographs, which need to have an impact even when viewed as a relatively small image<sup>132</sup>.

La simbiosi tra mezzo fotografico e arte urbana non ha solo determinato un cambiamento estetico, ma ha aperto la strada a un rinnovamento interno alla Street Art, che fino a qualche decennio fa sembrava essersi esaurito nel riconoscimento del suo valore artistico ed economico da parte dell'arte ufficiale. Invece, i mezzi di produzione e di condivisione hanno portato alla creazione di canali alternativi alle gallerie d'arte e ai musei, dove le comunità di utenti diventano parte attiva del processo creativo. La *coautorialità* che viene attribuita al pubblico nell'epoca digitale non si limita allo scatto e al caricamento di una foto di un'opera, ma continuano attraverso le forme di interazione offerte dalle varie piattaforme social. La fotografia è diventata il mezzo attraverso il quale la polarizzazione tra esperienza attiva e passiva dell'opera d'arte viene superata. Se già con la Performance Art si era cercato di ridurre un atteggiamento contemplativo a favore di un altro più partecipativo, la Street Art sul Web entra a far parte di un progetto simile, dove le dinamiche partecipative innescate sono estese all'esperienza urbana e alla rete di relazioni che possono formarsi al suo

---

<sup>131</sup> A. Waclawek, *Graffiti and Street Art*, Thames & Hudson, Londra, 2011, cit., p. 184.

<sup>132</sup> U. Blanché, *Street Art and Photography: Documentation, Representation, Interpretation*, in "Nuart Journal" 2018, Vol. 1, Nr. 1 (2018), p. 28.

interno. Ciononostante, sarebbe ingenuo pensare al Web come a un'oasi libera da qualsiasi forma di controllo, così come sarebbe controproducente anche assumere una posizione completamente disfattista ed ignorare le occasioni di democrazia che esso offre. Il sistema di co-produzione e di compartecipazione incoraggiato dalla tecnologia permette alla Street Art di aggiornare i propri linguaggi, così come è possibile osservare nel caso dei video di Blu<sup>133</sup>, realizzati unendo alle Street Art la tecnica dello stop motion. I video sono tuttora presenti sul sito web dell'artista, ma sono stati caricati anche su altre piattaforme social, a dimostrazione della viralità con cui la Street Art può circolare sul Web e sperimentare nuovi approcci. Un caso interessante di coinvolgimento delle comunità online nel processo creativo è costituito da Mariusz Waras, noto anche con il nome di M-City (fig. 39-40), che pone al centro della sua attività artistica la città contemporanea. Il modo in cui raffigura il paesaggio urbano sembra farne una delle vittime del progresso, delle scelte politiche volte esclusivamente allo sviluppo incessante e alla continua produzione di merce. Osservando le sue opere, emerge una interpretazione molto personale di città, che, tuttavia, si ricollega agli agglomerati urbani della rivoluzione industrializzazione. I suoi lavori presentano una ricchezza di dettagli e di particolari che invogliano l'osservatore ad avvicinarsi e ad esplorare l'opera proprio come si farebbe dal vivo. La Waclawek parla del lavoro di M-City come un'esplorazione alternativa della città contemporanea e un modo per pensare diversamente la città, per allenare l'immaginazione, liberare visioni urbane distopiche e coltivarne altre utopiche. Infatti, oltre a spingere lo spettatore ad esplorare gli scenari urbani da lui creati, M-City propone una forma alternativa di partecipazione, coinvolgendo direttamente il pubblico nella costruzione virtuale di una città. Su quello che un tempo era il suo sito Web (oggi convertito a pagina Instagram), M-City, grazie allo strumento *city constructor*, dava la possibilità agli utenti di creare il proprio modello di città:

The elements that make up M-City's stencils are individualized and separated into categories that the viewer can drag and drop into a city model, components of which can also finishes and reorganized. The left-hand column includes all manners of 'buildings', 'infrastructure' and 'people', as well as elemental shapes and unexpected large-scale figures: robots, dinosaurs, astronauts<sup>134</sup>.

---

<sup>133</sup> Muto (2008): <https://www.youtube.com/watch?v=uuGaqLT-gO4>

Letter A (2007): <https://www.youtube.com/watch?v=Z--xtlBjH60>

Walking (2009): <https://www.youtube.com/watch?v=f111U-w9VGU>

<sup>134</sup> A. Waclawek, *Graffiti and Street Art*, Thames & Hudson, Londra, 2011, p. 184

Il gioco proposto da M-City, dunque, propone nuove forme di partecipazione urbana virtuali, che si aggiungono a quelle incoraggiate dalla Street Art e dagli altri movimenti sovversivi. Inoltre, queste fughe utopiche potenziano il nostro sguardo, ci permettono di affinare il nostro senso critico ed estetico, di riflettere sulle immagini presenti nelle città e di porci delle domande rispetto a cosa aspettarsi in futuro dall'arte urbana. All'interno di questi esempi, è come se la Street Art cessasse di essere un insieme di segni per diventare uno strumento relazionale virtuale, ma non per questo meno efficace nel coinvolgere gli utenti nei nuovi processi creativi della Street Art. A questo punto, potremmo tracciare un nesso tra quello che la Waclawek indica come esperimento creativo e la scuola di pensiero secondo cui la contemplazione passiva non è mai stata una prerogativa del pubblico. La teoria della simulazione incarnata, elaborata da Freedberg e Gallese<sup>135</sup>, sostiene, infatti, che la semplice osservazione di un'opera d'arte attivi dei processi cerebrali di immedesimazione, interpretazione e partecipazione. Questo piccolo inciso, che ci ricorda che gli spettatori non "subiscono" l'arte, ma vi partecipano in maniera attiva, nel caso della Street Art, si traduce con i gesti dello scatto, della rilettura e della rimessa in circolazione delle riproduzioni fotografiche delle opere di Street Art di partenza. Grazie alla fotografia e ai software di editing, ogni spettatore restituisce una visione dell'opera diversa, e di conseguenza, unica. Ma se si accetta il fatto che a ogni scatto corrisponde una reinterpretazione unica dell'opera iniziale, si sta affermando che ciascuna delle riproduzioni è "l'evento unico di una visualizzazione di un originale"<sup>136</sup>. Il superamento delle differenze tra originale e copia, tra *high quality* e *low quality* fa sì che la citazione, il frammento e la sua rielaborazione siano i nuovi punti fondatici dell'immagine digitale. Partendo da questo presupposto, l'artista Hito Steyerl sviluppa la teoria delle *Poor Images*, secondo cui:

The poor image is no longer about the real thing – the originary original. Instead, it is about its own real conditions of existence: about swarm circulation, digital

---

<sup>135</sup> A tal proposito, è interessante la teoria della simulazione incarnata, elaborata da Freedberg e Gallese, applicata all'esperienza estetica. I sentimenti corporei suscitati dai contenuti delle opere d'arte, le associazioni immaginative che attiviamo nella loro contemplazione e la capacità di alcune opere di risvegliare la simulazione del gesto, provano quanto osservare un'opera d'arte non sia un atto passivo, ma coinvolge attivamente e sotto ogni aspetto il pubblico con cui entra in relazione.

N. Robusti, *Alla ricerca dello schermo empatico. Intervista al professor Vittorio Gallese*, in "Sharing Knowledge", 14 Dicembre 2015; <https://mapsgroup.it/6memes/neuroni-specchio/#:~:text=La%20simulazione%20incarnata%20è%20rilevante,di%20rispecchiamento%20che%20esse%20evocano> [ultimo accesso 14 settembre 2023].

<sup>136</sup> C. Galal, *Street art*, Auditorium, Milano, 2009, cit., p.

dispertion, fractured and flexible temporalities. It is about defiance and appropriation just as it is about conformism and exploitation. In short: it is about reality<sup>137</sup>.

Dalle parole della Steyerl, è evidente che la nuova cifra della realtà sia da ricercare non tanto nell'opera in sé, quanto nel movimento compiuto dalle sue copie sul Web. È proprio qui infatti, che le immagini marginalizzate e considerate prive di valore hanno la possibilità di essere rivalutate e di entrare a far parte del flusso di immagini, in circolazione sul Web.

Ulteriore aspetto da tenere in considerazione, oltre al ruolo documentario e a quello performativo della Street Art, sono le cornici, elementi che conosciamo per contornare un'immagine e per indirizzare meglio lo sguardo dello spettatore. Se un tempo erano a supporto dell'opera d'arte, con il passare del tempo, sono diventate parte integrante dell'opera, come nel caso della Street Art. Ricavate dagli elementi architettonici reperibili nello spazio urbano, i lavori di Street Art sono quasi sempre posti all'interno di una cornice architettonica (un muro, una finestra, una saracinesca). Secondo il regista di documentari Enrico Pitzianti, questo modo unico di incorniciare la Street Art è dettato dalla necessità di fornire punti di riferimento spaziali per comprendere la grandezza dell'intervento artistico anche se fruito a distanza, attraverso uno schermo. Senza tali *inclusioni architettoniche*, “[...] il graffito immortalato in foto [...] finirebbe per non essere troppo diverso da un'illustrazione o da un disegno qualsiasi”<sup>138</sup>. Ancora una volta, garantire la buona resa dello scatto fotografico su Internet risulta una delle principali preoccupazioni per gli street artist odierni, che oltre alla realizzazione e alla documentazione delle opere, devono garantire una loro circolazione sul Web.

Le cornici istituzionali, costituite perlopiù dai musei, selezionano, proteggono e costruiscono ponti tra la “realtà” e lo spazio “sacro” dell'arte, ma al contempo, come afferma la Comoy Fusaro: “[...] as an art intrinsically open and alive, street art cannot fit into sacred bondaries<sup>139</sup>”. Ogni tipologia di cornice, da quella architettonica a quella

---

<sup>137</sup> Steyerl H., In Defense of the Poor Image, e-flux Journal #10, novembre 2009; <https://www.e-flux.com/journal/10/61362/in-defense-of-the-poor-image/>, [Ultimo accesso 12 agosto 2023].

<sup>138</sup> E. Pitzianti, *Internet è il nuovo muro della Street art?*, in “L'indiscreto”, 4 dicembre 2017, <https://www.indiscreto.org/internet-muro-della-street-art/> [Ultimo accesso 12 agosto 2023].

<sup>139</sup> Comoy Fusaro E., *Where is Street Art (2017-2018)*, in *Framing Graffiti & Street Art*, atti del convegno in “Framing Graffiti & Street Art: Proceedings of Nice Street Art Project”, atti del convegno 2017 - 2018, 2019, cit., p. 13.

museale e fotografica, costituiscono il limite spaziale, sociale e culturale che la Street Art intende superare per confermare la sua natura sovversiva. È proprio per via di questo paradosso che la Comoy Fusaro è scettica rispetto alla rilocalizzazione in corso della Street Art sul Web, in quanto equivarrebbe a trasformare un movimento *site specific* in un fenomeno immateriale, fatto di immagini vuote e destinate alla circolazione caotica sul Web. Questa semplificazione estrema della simbiosi Street Art-Web, tuttavia, non sembra tenere abbastanza in considerazione quei progetti nati online, ma che rimandano allo spazio “fisico” urbano, fornendo le indicazioni per poter trovare le opere di Street Art ed esperire dal vivo. Marc Schiller del Wooster Collective, come la Comoy Fusaro, sostiene che “[the murals] have no emotional power online, [...] because they rarely say anything<sup>140</sup>”. Ma nel momento in cui Auslander afferma che ogni scatto è una personale interpretazione della Street Art, viene implicitamente affermato che a ogni scatto corrisponde uno sguardo, e a ogni sguardo, un punto di vista diverso, prezioso ai fini della realizzazione collettiva dell’opera. In altre parole, una volta messo da parte il valore referenziale della fotografia digitale, questa diventa una forma di appropriazione ed è in grado di generare nuovi significati, creare narrazioni inedite, strettamente legate alle interpretazioni del pubblico online, ormai divenuto anche co-autore. Uno dei punti di forza della Street Art digitalizzata è la sua liberazione dall’originalità e dal peso dell’*aura*. Inoltre, quella che sembra un apparente affrancamento dall’originalità dell’opera, in realtà è un’integrazione al suo valore artistico attraverso le interpretazioni frammentarie elaborate online dagli appassionati di Street Art. Questa cooperazione tra individui è utile non solo a rinnovare continuamente il senso complessivo di un’opera di Street Art, ma contribuisce a creare una rete collaborativa e ad incoraggiare il passaggio da un’arte visiva a una performativa, dove ogni riproduzione corrisponde a una riattivazione dell’opera di partenza. Un esempio di questa tipologia di *reframing* potrebbe essere *Migrant Child* di Banksy. L’opera veneziana deve la sua importanza non solo al nome già affermato del suo autore, ma anche al dialogo che la comunità ha aperto con l’opera, elaborando nuovi possibili significati, come i due pezzi di scotch posti in

---

<sup>140</sup> K. Glaser, Glaser K., *The ‘Place to Be’ for Street Art Nowadays is no Longer the Street, it’s the Internet*, in “Soares Neves P., Freitas Simões, D. (Eds.), “Places and non Places””, *Street Art & Urban Creativity Scientific Journal*, vol. 1, n. 1, 2015, cit., p. 9.

corrispondenza delle labbra del bambino (fig. 41), o l'incontro simbolico avvenuto il 13 febbraio 2020 con la *Madonna dell'Acqua Lurida* (fig. 42), installazione realizzata dall'artista padovano Federico Soffiato e posta temporaneamente accanto allo stencil di Banksy<sup>141</sup>. Il successo di questi interventi è stato possibile grazie alla pubblicazione delle fotografie degli interventi sui giornali online, sui blog e sui social media. Anche queste immagini, così come l'originale che riproducono, sono effimere, non si pongono come riletture definitive, ma ne garantiscono la circolazione continua all'interno del flusso di immagini online, proprio per creare sempre nuove connessioni e proporre nuove interpretazioni. In base a questa dinamica, possiamo affermare che la copia originale può essere considerata alla stessa stregua di un originale, non solo per il fatto di contribuire all'arricchimento di senso dell'opera originale, ma anche perché permette alla Street Art di estendere il proprio campo di azione oltrepassando il limite fisico e geografico dello spazio urbano.

Anche il sistema dell'arte è stato costretto a riconsiderare la propria posizione a causa del formato digitale. Essendo privi di una parte tangibile, ed essendo mediati perlopiù da schermi, il potenziale delle immagini digitali emerge nel momento in cui vengono create le condizioni per lo scambio di interazioni tra immagine e pubblico e tra gli stessi spettatori. In tal senso, la natura dell'immagine digitale è molto più simile a quella della performance, e di conseguenza, è indispensabile attivare strategie come quella proposta da Groys, di giocare con la sua componente immateriale: “[...] l'immagine digitale comincia a funzionare come un pezzo musicale, la cui partitura, come si sa, non è identica al pezzo, essendo di per sé silenziosa. Per risuonare essa va eseguita<sup>142</sup>”. Secondo quanto affermato dal filosofo, l'immagine digitale necessita di un'attivazione, che non dipende più interamente dall'artista dell'opera, ma soprattutto dal modo in cui gli spettatori adoperano le immagini digitali per creare delle reti relazionali e interattive. Al contrario, il rischio di normalizzare la digitalizzazione in ambito museale, così come afferma la Galal, costruirebbe un'altra gabbia intorno alle

---

<sup>141</sup> L'opera in questione fa riferimento a un busto di una Madonna con Bambino, al quale la Vergine tappa il naso per proteggerlo dagli odori della laguna. L'installazione fa tappa a Venezia nel 2020, ma fa parte di un progetto itinerante per sensibilizzare l'opinione pubblica sulla questione dell'inquinamento delle acque.

<https://www.youtube.com/watch?v=E2MMEoxfx2g&t=108s>

<sup>142</sup> K. Glaser, Glaser K., *The 'Place to Be' for Street Art Nowadays is no Longer the Street, it's the Internet*, in “Soares Neves P., Freitas Simões, D. (Eds.), “Places and non Places””, *Street Art & Urban Creativity Scientific Journal*, vol. 1, n. 1, 2015, cit., p. 9.

immagini digitali e finirebbe con il far dipendere la loro identità da un contesto diverso, ma comunque relegato a un contesto spaziale specifico. Tentare di confinare la Street Art all'interno di qualsiasi tipologia di cornice equivale ad imporle una fissità che non le appartiene, e a privarla del movimento necessario a garantirne la sopravvivenza nell'era digitale. Oltre ad innescare dinamiche relazionali, la digitalizzazione della Street Art può avere effetto anche internamente al movimento: il fatto di essersi svincolata (almeno in parte) dall'obbligo di referenzialità nei confronti dello spazio urbano, e dunque di dover creare un nesso riconoscibile con lo spazio in cui è stato realizzata, ha trasformato le città in fabbriche per la produzione intensiva di Street Art. Lo scrittore e fotografo australiano Lachlan Macdowell parla di una sovrabbondanza di immagini che ha reso lo scenario urbano diverso da quello degli anni Novanta: se in passato, di fronte a una parete tappezzata di *tag* e di altri lavori si preferiva cercare una parete vergine, oggi la selezione del muro giusto è molto meno accurata, poiché il compito di eliminare gli elementi di disturbo e di guidare lo sguardo è passato alla fotografia. Macdowell usa l'espressione *acceleration painting*<sup>143</sup> per riferirsi a una pratica di intensa produzione di Street Art, derivante dalla smania di far circolare il maggior numero di opere sul Web. sempre più opere dall'aumento della richiesta online e che viene soddisfatta proprio grazie a uno sfruttamento massiccio delle superfici murarie urbane. Questo fenomeno ci porta a considerare un ennesimo aspetto dell'*internetized Street Art*, che influenza molto sia le modalità di fruizione che di ridefinizione del concetto stesso di Street Art. Lo svuotamento semantico ed estetico incentivato da Internet sembra aver contribuito alla nascita di un'arte non più destinata ad essere esperita dal vivo, ma proiettata esclusivamente al compiacimento visivo. Il fatto che il suo campo di azione si sia spostato altrove fa vacillare uno dei pilastri fondativi della Street Art, ossia il suo essere *site specific* e dunque, il suo rapporto con le dinamiche politiche, sociali e culturali strettamente legate alla vita urbana. Diversamente da quella sul Web, la quantità di immagini prodotta sui muri delle città non riesce più a soddisfare l'avidità iconica contemporanea, e per questo, grazie alla fotografia digitalizzata e ai software di editing, lo spostamento della produzione di immagini su Internet sembra aver conferito alla città un ruolo marginale ed

---

<sup>143</sup> MacDowall L., *Instaframe. Graffiti and Street Art in the Instagram Era*, Intellect, Bristol, 2019, cit., p. 88.

esclusivamente funzionale alla circolazione della Street Art sul Web. Oltre ai blog e ai siti web, su cui gli street artist caricano le proprie opere per tenere traccia dei loro lavori e per fornire un archivio quanto più completo, i social media possono creare ulteriori spazi, dove gli utenti possono contribuire attivamente trasformando la Street Art in oggetto relazionale.

### 3.2 La realtà conversazionale del Web 2.0

L'espressione Web 2.0 (o Web dinamico) viene coniata nel 2005 da Tim O'Reilly, presidente della O'Reilly Inc., e più che indicare un'evoluzione del precedente Web 1.0, si riferisce al risultato ottenuto da una strategia marketing messa a punto per far fronte alla crisi degli anni Novanta, che ha colpito quelle *start up* che avevano investito su Internet e sui siti web. Distinguere tra obsolescenza e innovazione sarebbe stato uno dei modi per rinnovare l'entusiasmo vacillante nei confronti di Internet. Tuttavia, uno degli inventori del Web 1.0, Tim Berners-Lee, spiega che le tecnologie adoperate dal Web 2.0, come l'attenzione all'intenzione e alla connessione tra gli utenti, erano già presenti nella versione precedente. Il giornalista ed esperto di informatica Fabio Metitieri sostiene che la vera rivoluzione del Web 2.0, in realtà, sia stata la semplificazione dei linguaggi adoperati sui siti web, ma a questo, potremmo aggiungere che anche una facilitazione applicata agli strumenti tecnologici abbia consentito a un maggior numero di persone di avvicinarsi al mondo della produzione di audiovisivi. Inoltre, il concetto di *User Generated Contents* nasce proprio dall'idea che, se il produttore della risorsa ne gestisce la tecnologia, la creazione dei contenuti è interamente affidata agli utenti. Il Web 2.0 ha la caratteristica di essere animato da un meccanismo partecipativo di revisione in continuo divenire. Di conseguenza, è come se i software del web 2.0 entrassero in commercio senza mai vedere una versione definitiva. Questo concetto viene spiegato chiaramente dalla bibliotecaria e ricercatrice Rossana Morriello, la quale afferma che il punto di forza del Web 2.0 sia proprio il fatto di essere sottoposto a una continua "fase di test"<sup>144</sup> da parte dei suoi

---

<sup>144</sup> R. Morriello, *Web 2.0: la rivoluzione siamo noi*, in "Biblioteche oggi", 2010, cit., p. 10.

utenti. Questi, difatti, segnalando i malfunzionamenti e giudicando le performance degli strumenti digitali impiegati, forniscono alle case produttrici dei continui feedback, così da permettere un progressivo miglioramento del prodotto. È proprio questo modello collaborativo e conversazionale ad essere il fulcro attorno al quale si sviluppa l'intelligenza collettiva, concetto teorizzato da Pierre Lévy, che già nel 1996, parlava di cyberspazio come di una dimensione in cui la sovrapposizione tra scrittura e lettura, autori e utenti avrebbe condotto alla creazione della cybercultura, ossia “nuove forme d'arte, che ignorano la separazione tra emissione e ricezione, composizione e interpretazione<sup>145</sup>”. Riprendendo la definizione di intelligenza collettiva, Morriello fa prettamente riferimento a una caratteristica non tecnologia del Web 2.0: il senso di collettività. Il cuore del concetto va ben oltre la somma complessiva degli individui che la compongono, e si basa sulle possibilità create da una mentalità aggregativa che consente a ciascun partecipante di apportare il proprio contributo nella creazione di un progetto comune. Nel caso Web 2.0, questo progetto si fonda sulla possibilità di creare delle interazioni partendo da interessi comuni, come, nel caso della Street Art, di condividere le opere dei propri street artist preferiti e condividere con altri appassionati immagini e punti di vista.

Altro aspetto del Web da tenere in considerazione, oltre allo scambio interpersonale di cui si fa garante, è quello conversazionale, poiché, sebbene venga declinato su un piano prettamente sociale nell'uso quotidiano, mostra dei legami importanti con le dinamiche di mercato. In uno dei capitoli del *Cluetrain manifesto* – una raccolta di 95 tesi che descrivono il nuovo mercato interconnesso –, Doc Searls and David Weinberge paragonano i mercati a delle vere e proprie conversazioni<sup>146</sup>, affermando che un commercio di successo sia possibile solo assumendo un atteggiamento di onestà e sincerità. All'interno del loro saggio *Markets Are Conversations* non parlano di consumatori, bensì di persone che comunicano tra loro: “Conversation is a profound act of humanity. So once were markets<sup>147</sup>”. I due autori si riferiscono al periodo in cui gli scambi commerciali erano a tutti gli effetti dei dialoghi tra persone interessate a

---

<sup>145</sup> P., Lévy, *Il mutamento incompiuto della sfera pubblica* (The Unfinished Mutation of the Public Sphere), trad. it. di Luca Corchia, in L. Corchia, *La democrazia nell'era di Internet. Per una politica dell'intelligenza collettiva*, Firenze, Le Lettere, 2011, cit., p. 129.

<sup>146</sup> F. Metitieri, *Il grande inganno del Web 2.0*, Bari, Laterza, 2015, Kindle, cit., p. 39.

<sup>147</sup> R. Levine, C. Locke, D. Searls, D. Weinberger, *The Cluetrain Manifesto. The end of business as usual*, Cambridge, Perseus Books, 2000, cit., p. 62.

comprendere e a vendere. La nascita di Internet segna il ritorno delle dinamiche conversazionali, dopo la grande interruzione industriale – dove lo scambio diretto tra persone viene sostituito da dinamiche anonime di produzione e distribuzione delle merci –. Il Web viene visto dai due autori come un vero e proprio luogo, dove è possibile parlare, imparare e fare affari, proprio come in un bazaar: “It is a conversation. At last and again”<sup>148</sup>. Inoltre, le conversazioni dirette che avvengono su Internet controbilanciano il potere ipnotico e subdolo degli annunci pubblicitari, sviluppando una maggiore consapevolezza degli utenti rispetto al loro potere di influenzare le dinamiche commerciali a cui sono esposti, proprio attraverso il dialogo diretto e onesto. Difatti, decentralizzazione, simultaneità e coautorialità sono i principi da cui è possibile sviluppare una socialità alternativa, incentrata sui processi piuttosto che sugli oggetti. Se da un lato, la creazione di spazi relazionali digitali ha riaperto l’entusiasmo nei confronti degli strumenti informatici, persistono i luoghi comuni secondo cui, la formazione di luoghi alternativi di socialità proposti dalla contemporaneità spingerebbe l’individuo a isolarsi. In realtà, il Web nasce proprio come tentativo di sopperire alle mancanze dei sistemi sociali, politici e culturali tradizionali, che evidentemente non sono stati in grado di rispondere in modo altrettanto efficiente alle esigenze dell’epoca contemporanea. Tuttavia, Metitieri, considera questo sovvertimento dei flussi comunicativi unidirezionali (da parte delle aziende agli utenti) una democratizzazione parziale delle dinamiche di scambio online, soprattutto per quanto riguarda l’attività del *blogging*<sup>149</sup>. All’interno di *Il grande inganno del Web*, Metitieri fornisce più di un esempio che fa vacillare la componente democratica dei blog, ricorrendo ai concetti di *swarm intelligence* (secondo cui sono i singoli individui ad influenzare il comportamento dell’intero gruppo) e di *wisdom of crowds* (con cui si indica un tipo di saggezza inconsapevole e automatica delle folle, supportata da una struttura piramidale, al cui apice si collocano dei veri e propri *hub cognitivi*, responsabili del controllo della circolazione delle opinioni nella blogosfera<sup>150</sup>). Per quanto riguarda i blog intesi come forma di scrittura diaristica e personale, un ulteriore scossone all’aspetto democratico dei blog avviene nel momento

---

<sup>148</sup> Ivi, cit., p. 65.

<sup>149</sup> Per *blogging* si intende l’attività condotta attraverso i blog, siti web organizzati secondo un ordine cronologico dei post e sulla predisposizione alle interazioni tra il proprietario del blog e i suoi lettori.

<sup>150</sup> F. Metitieri, *Il grande inganno del Web 2.0*, Bari, Laterza, 2015, Kindle, cit., p. 48.

in cui ai proprietari viene concesso di modificare le impostazioni di visualizzazione dei post o le interazioni con i lettori, arrivando addirittura a poter censurare alcuni commenti. Un'altra caratteristica dei blog contro cui si oppone Metitieri è legata al valore informativo che viene riconosciuto a questi “diari online”. Difatti, seppure concepiti per rendere pubbliche le opinioni personali degli utenti, molto spesso, i testi presenti sui blog sono il frutto di sciacallaggio informativo, un *mash up* di opinioni altrui che vengono spacciate come inedite<sup>151</sup>. Si tratta di un rischio che anche Umberto Eco riconosce, quando, durante una delle sue ultime interviste, indica con lucidità e schiettezza le possibili conseguenze dell'uso massiccio dei social:

Il fenomeno Twitter, che permette a certa gente, in fondo, di essere in contatto con gli altri, benché abbia una natura leggermente onanistica, ed escluda la gente da tanti contatti faccia a faccia, da un lato è un fenomeno anche positivo [...]. Ma d'altro canto, fa sì che dà diritto di parola a legioni di imbecilli, i quali, prima, parlavano solo a vanvera, dopo due o tre bicchieri di rosso, e quindi non danneggiavano la società. È gente che di solito veniva messa a tacere dai compagni. Adesso, invece, ha lo stesso diritto di parola di un premio Nobel<sup>152</sup>.

Questo passaggio ci porta a prendere in considerazione un altro prodotto del Web 2.0, ossia i social media. Rispetto ai blog, esercitano una doppia funzione: creano una rete di relazioni e dispongono di una serie di strumenti per attivare una serie di strategie finalizzate al mantenimento delle interazioni nel corso del tempo. La loro tecnologia permette di eseguire più azioni simultaneamente, di mediare diverse tipologie di contenuti (foto, video, testi, musica) e di ricevere notifiche per essere sempre aggiornati sui propri amici virtuali e per monitorare la propria attività e ricevere dei feedback, come gli *hashtag*, i *like* e il numero di follower, che, sia a livello professionale che amatoriale, generano sempre più spesso un *social overload* (con cui Metitieri intende un esasperante sovraccarico di socialità, che finisce con impattare sulle vite degli individui)<sup>153</sup>. Per quanto sia importante tenere in considerazione le contraddizioni e gli aspetti negativi legati al Web, è innegabile il fatto che

---

<sup>151</sup> Ivi, cit., p. 90.

<sup>152</sup> Nell'intervista in occasione della consegna della laurea *honoris causa* in “Comunicazione e Cultura dei media”, Eco si esprime rispetto agli usi dei social media, ma gli articoli che vengono pubblicati subito dopo, estrapolano da un discorso ben più articolato solo la frase “I social media danno diritto di parola a legioni di imbecilli”, eliminando (forse intenzionalmente) la parte in cui viene fatta una distinzione tra gli usi “positivi” e quelli più deleteri della comunicazione sui social. <https://www.youtube.com/watch?v=qkzw6vm865I&t=flurida> [Ultimo accesso 29 settembre 2023].

<sup>153</sup> F. Metitieri, *Il grande inganno del Web 2.0*, Bari, Laterza, 2015, Kindle, cit., p. 111.

costituiscono un'occasione preziosa per creare spazi di interconnessione, dove a fare da legante sono passioni e argomenti comuni. All'interno di queste *comunità di interesse*<sup>154</sup>, viene data maggiore rilevanza ai processi di conoscenza invece che agli oggetti delle interazioni. Il cyberspazio, con la sua mancanza di confini e restrizioni, costituisce la dimensione in cui ciascun individuo può essere valorizzato e riconosciuto in un contesto collettivo, non omologante e in continua espansione. Questi tre parametri sono sostanziali all'*universale senza totalità*, ovvero a una dimensione di apertura e di inclusione, priva di un centro regolatore che controlla ed indirizza direttamente le interazioni. In essa agisce l'intelligenza collettiva, mentre la complessità e le differenze trovano terreno fertile per essere coltivate e messe in risalto. Secondo il punto di vista di Lévy, infatti:

L'umanità comincia a prendere coscienza di sé, ma questa presa di coscienza non ha un senso unico e non passa per un punto centrale e non sta sotto un'unica legge, come nella scienza, in cui, per esempio, la gravitazione universale è la stessa dappertutto. Nella cybercultura ciò che è interessante è la messa in contatto di tutte le differenze e di tutte le eterogeneità<sup>155</sup>.

Seguendo il ragionamento del filosofo, dunque, la creazione di punti di contatto e l'adozione di un atteggiamento più inclusivo ha fatto sì che anche forme espressive ed artistiche meno gettonate, come quelle di cui ci occupiamo in questo testo, potessero trovare per la prima volta la propria nicchia all'interno del cyberspazio. Prima dell'avvento del digitale, i mezzi di comunicazione di massa creavano delle programmazioni selezionando i contenuti meritevoli di essere trasmessi e cercando di assecondare le tendenze del *mainstream*. Grazie al Web, l'uniformizzazione culturale e dell'intrattenimento, vengono sostituiti dalla possibilità di creare una compresenza di contenuti eterogenei e in grado di soddisfare le più disparate richieste del pubblico. YouTube è l'esempio fornito da Morrelli, la quale lo descrive come

[...] un vero e proprio museo che gli utenti amano frequentare e le cui risorse circolano tra gli utenti, rendendolo quindi estremamente vitale e dinamico, più di quanto qualsiasi museo della musica nel mondo reale riuscirebbe a fare, considerando i limiti posti dallo spazio fisico ben spiegati da Anderson e la poca possibilità di interazione che a differenza di YouTube un museo "fisico" consentirebbe<sup>156</sup>.

---

<sup>154</sup> R. Morriello, *Web 2.0: la rivoluzione siamo noi*, in "Biblioteche oggi", 2010, cit., p. 18.

<sup>155</sup> P. Lévy, *La comunicazione in Rete? Universale e un po' marxista*, in Media Mente (Rai educational), 20/11/1997;

<https://docuver.se/mirrors/www.mediamente.rai.it/mmold/home/bibliote/intervis/l/levy03.htm.html>

[Ultimo accesso 19 settembre 2023].

<sup>156</sup> R. Morriello, *Web 2.0: la rivoluzione siamo noi*, in "Biblioteche oggi", 2010, cit., p. 19.

Ancora una volta, si presenta la contrapposizione tra lo spazio fisico e virtuale, che riconosce al primo le condizioni ottimali per la creazione e la contemplazione dell'arte; nel secondo, invece, convergono tutte le ansie e le frustrazioni di un sistema socioculturale che rimpiange un approccio contemplativo, auratico, monolitico, sclerotizzato dell'arte tradizionale. Nel suo saggio, *Black Box, White Cube, Gray Zone: Dance Exhibitions and Audience Attention*, Claire Bishop decostruisce la dialettica dell'attenzione/distrazione, dove la prima associata alla dimensione "fisica" e a quella virtuale, e ne rintraccia l'origine nel periodo dell'industrializzazione, in cui avviene una distinzione netta tra i tempi di lavoro e quelli di svago (che traspare anche dall'organizzazione degli spazi urbani e delle abitazioni). Anche Walter Benjamin, ragionando sulle modalità di fruizione dell'arte, rispetto all'idealizzazione dell'attenzione e alla demonizzazione della distrazione, si esprime come segue: "colui che si raccoglie davanti all'opera d'arte vi si sprofonda; penetra nell'opera, [...]". Inversamente, la massa distratta fa sprofondare nel proprio grembo l'opera d'arte"<sup>157</sup>. Sia secondo Benjamin che secondo la Bishop, la distrazione e gli sguardi occasionali possono garantire una ricezione valida tanto quanto quella che avviene tramite l'appercezione. Alla tecnologia viene addossata la responsabilità di aver diffuso un generale disturbo dell'attenzione, quando invece è stata proprio l'economia neoliberale a richiedere una sempre maggiore capacità di multitasking e di simultaneità delle operazioni. In ambito artistico, ciò che nella "realtà" viene considerato un "disturbo" viene normalizzato e colto come un'occasione di sperimentazione. La Bishop traccia un'unione tra socialità e spettatorialità: "the difference today is that attention is also externalized and social, existing not just in the individual mind but directed outwardly and online too"<sup>158</sup>. Riferendosi alla Performance Art, osserva come, grazie alla digitalizzazione dell'arte, l'esperienza artistica non si esaurisca nell'esecuzione o nella partecipazione in tempo reale da parte del pubblico, ma sopravviva all'interno della *grey zone*. In questo spazio indistinto tra il *white cube* e la *black box*, l'artista, l'opera e il fruitore si uniscono in un'identità ibrida e indefinita, –

---

<sup>157</sup> W. Benjamin, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica. Arte e società di massa*, Einaudi, Torino, 2000, cit., pp. 44-45.

<sup>158</sup> C. Bishop, *Black Box, White Cube, Gray Zone: Dance Exhibitions and Audience Attention*, in "The Drama Review", vol. 62, n° 2, Estate 2018, MIT Press, cit., p. 38.

che la critica d'arte Olga Scotto di Vettimo definisce “artista plurale<sup>159</sup>” – e dove vengono ripresi i principi di co-autorialità, di interattività e di reattività. Tuttavia, per provare a comprendere i nuovi processi espressivi non è possibile ricorrere agli stessi strumenti interpretativi adoperati per l'arte tradizionale, soprattutto nella misura in cui si ha a che fare con l'arte contemporanea, i cui movimenti e forme espressive possono fungere solo come direzioni che ci consentono di intuire la direzione verso cui l'arte si sta muovendo. La *gray zone* può essere considerata come quella dimensione indefinita e inafferrabile dove le pratiche artistiche non sono definite da oggetti, ma dalle dinamiche relazionali create dagli utenti del cyberspazio.

Sulla base di quanto detto finora, la condivisione delle fotografie sui social media emerge sia come una sorta di automatismo, ma anche come un momento ludico o di distrazione. I due aspetti non sminuiscono il valore di tale pratica. Scotto di Vettimo, difatti, afferma:

L'eccezionalità e la condivisione dell'azione sono le due caratteristiche proprie anche della festa, momento di vita sociale che interrompe la normalità del quotidiano e infrange gli schemi, aprendo all'improvvisazione, alla relazione e al gioco [...]<sup>160</sup>.

Se a questo si aggiunge il fatto che la distrazione può essere un'altra forma di attenzione<sup>161</sup>, aumenta anche la nostra reattività agli stimoli e agli indizi circostanti. Ad esempio, Andrea Baldini, caporedattore dell'*East Asian Journal of Philosophy* e docente di estetica e teorie dell'arte alla Nanjing University in Cina, paragona la Street Art al Carnevale: “Carnival and laughter play a special role in contemporary practices of dissent. They cannot be reduced to copying strategies for discharging anger<sup>162</sup>”. In questo discorso, la componente giocosa della Street Art emerge grazie alle immagini dal contenuto simbolico e provocatorio, così come il sarcasmo, la parodia e l'ironia. Spostandoci sui processi di riattivazione e ricontestualizzazione della Street Art eseguite dal pubblico, possiamo fare riferimento a Blub e al suo progetto *L'arte sa*

---

<sup>159</sup> O. Scotto di Vettimo, *The portrait vanishes. Arte relazionale e connettiva*, in E. Tavani (a cura di), *Selfie & Co. Ritratti collettivi tra arte e web* (2016), Milano, Angelo Guerini e Associati, 2020, cit., p. 126.

<sup>160</sup> Ivi, cit., p. 131.

<sup>161</sup> C. Bishop, *Black Box, White Cube, Gray Zone: Dance Exhibitions and Audience Attention*, in “The Drama Review”, vol. 62, n° 2, Estate 2018, MIT Press, cit p. 39.

<sup>162</sup> A. Baldini, *An Urban Carnival on the City Walls: The Visual Representation of Financial Power in European Street Art*, in “Journal of Visual Culture”, 2015, cit., p. 249.  
[https://www.academia.edu/62722503/An\\_Urban\\_Carnival\\_on\\_the\\_City\\_Walls\\_The\\_Visual\\_Representation\\_of\\_Financial\\_Power\\_in\\_European\\_Street\\_Art](https://www.academia.edu/62722503/An_Urban_Carnival_on_the_City_Walls_The_Visual_Representation_of_Financial_Power_in_European_Street_Art) [ultimo accesso: 19 settembre 2023].

nuotare (fig. 43- 45). L'artista, la cui identità resta tutt'oggi sconosciuta, ammette che i suoi lavori non intendono essere una forma di opposizione al sistema, quanto un gioco cominciato per risvegliare la curiosità dei passanti<sup>163</sup>. Le sue opere, raffiguranti alcuni dei personaggi più emblematici del panorama artistico, letterario e musicale italiano (e non solo), vengono "immersi" sott'acqua e dotati di un paio di occhiali da sub e di un boccaglio. Realizzate con la tecnica del Wheatpaste<sup>164</sup> o con colore acrilico, le opere vengono applicate sugli sportelli del gas o dell'acqua delle città e dei borghi italiani e cercano di mantenere un legame con il contesto urbano circostante o con la storia del personaggio. Il progetto *L'arte sa nuotare* intende diffondere un messaggio positivo partendo proprio dall'acqua:

Dall'elemento acqua nasce la vita, il lato nascosto della materia, l'emozione positiva è l'accettazione e l'accoglienza. Quando sei sott'acqua non c'è peso, il tempo si ferma, i pensieri se ne vanno e fluttui in simbiosi con questo elemento, in un'altra dimensione<sup>165</sup>.

Per quanto riguarda il suo rapporto con i social media, invece, l'artista afferma:

L'arte di strada, se apprezzata, viene condivisa sui social e diventa ancor più visibile e aperta a chiunque. Grazie ai social gli appassionati si trasmettono informazioni su dove trovare le opere, si incontrano tra loro<sup>166</sup>.

Ed è proprio dall'idea del flusso, legato tanto alla circolazione delle immagini nelle città quanto sul Web, che nasce l'idea di creare – prima sulla pagina di Facebook e poi su quella Instagram – una raccolta di immagini dei lavori dell'artista. #Lartesanuotare è un progetto attivo sia *in situ* che online e consente di tenere traccia degli ultimi lavori realizzati dall'artista e delle iniziative espositive a cui prenderà parte in futuro. Il primo post pubblicato su Instagram raffigura Lorenzo de' Medici e risale al 2013, mentre l'ultimo (ad oggi) è del 17 settembre 2023 e consiste in un video della mostra *Alla ricerca di Blub*, dedicata interamente all'artista e allestita presso la pinacoteca

---

<sup>163</sup> Blub, artista delle opere "L'arte sa Nuotare". *L'intervista*, 055 Firenze, maggio 2015, <https://www.055firenze.it/art/122612/Intervista-Larte-nuotare> [ultimo accesso: 19 settembre 2023].

<sup>164</sup> Anche detto Attacchinaggio, prevede l'impiego di un liquido adesivo speciale, fatto di acqua ed amido (a volte viene chiamata colla di farina), utilizzato dagli street artist per far aderire i propri disegni, poster, foto i dipinti ad una parete. L'artista prima distribuisce in maniera uniforme uno strato di liquido, successivamente stende sopra la parete umida il proprio poster ed infine ricopre ulteriormente il tutto con un secondo strato di colla. <https://www.disagian.it/cinque-tecniche-di-street-art-diffuse-in-italia/> [Ultimo accesso 19 settembre 2023].

<sup>165</sup> A. Tommasini, *Street Art e un mondo migliore. Intervista a Blub*, in "Artribune", 18/12/2018, <https://www.artribune.com/arti-visive/street-urban-art/2018/12/intervista-blub/> [Ultimo accesso 19 settembre 2023].

<sup>166</sup> Ibidem.

comunale della città di Castello, in provincia di Perugia. I social hanno contribuito enormemente ad accrescere la fama dell'artista in Italia e all'estero, ma a risentirne positivamente è stata anche la partecipazione del suo pubblico, il quale, essendo aggiornato in tempo reale sulle iniziative e sulle nuove opere dell'artista, si mostra molto più attivo sia sul social (lasciando dei commenti ai post) sia *in situ* (fotografando i lavori Blub presenti nella propria città e caricandole su Instagram). In modo simile al blog degli Schiller, anche *#Lartesanuotare* parte dal Web per invogliare ogni potenziale osservatore a cercare l'opera in questione sui muri delle proprie città.

Danielle Fouschée, scrittrice, artista e docente di design presso l'Arizona State University, fornisce dei termini precisi per le dinamiche di gioco che includono social media e Street Art. I concetti di *Creative Placemaking* e *Street Art Hunting* indicano il modo in cui gli abitanti di una città, appassionati di Street Art, provano a rielaborare le immagini urbane presenti al suo interno per sviluppare le qualità del posto. Nel suo saggio, parla della propria esperienza, nata come una passeggiata tra le strade di Phoenix e sviluppatasi in una caccia alla Street Art locale:

At first, I simply wanted to see more art in Phoenix's streets. Each find was a thrill. Seeing the art in person was part of what made it so exciting. Eventually, I began to share images of the art I discovered on Instagram<sup>167</sup>.

Per certi versi, lo *Street Hunting* presenta delle regole simili a quelle di una caccia al tesoro: i partecipanti non possono fornire indicazioni esplicite sulla collocazione delle opere e gli unici indizi sono le fotografie su Instagram. Lo scopo è quello di passeggiare tra le strade della propria città, alla ricerca di nuove opere di Street Art. I partecipanti alle prime armi tendono ad iniziare con il pubblicare opere famose e già conosciute, ma ben presto affinano il loro intuito, imparano ad osservare lo spazio circostante e a trovare, così, dei pezzi unici. Parte dell'esperienza consiste nello scattare la foto di un'opera e pubblicarla assieme a una descrizione delle proprie sensazioni una volta trovata. Questo gioco semiotico crea un duplice livello di legami, sia tra le comunità virtuali e "reali" delle varie città che tra gli street artist e gli *street hunters*. Tale dinamica ludica parte dalla città, si sposta sul Web, ma solo per tornare nuovamente in strada; "giocare" con le immagini di Street Art per ritrovarle sui muri

---

<sup>167</sup> D. Fouschée, *Instagram And the Gamification of Creative Placemaking*, in "UXUC Journal", v. 1, n. 2, Arizona State University, 2019, cit., p. 75.

delle città diventa un'opportunità per prendere coscienza degli spazi in cui si agisce. Con il supporto degli strumenti digitali, la Street Art può circolare liberamente nel cyberspazio, senza temere l'azione invasiva dei sistemi di controllo e di sorveglianza istituzionali o di diventare una forma espressiva obsoleta, ripudiata e svuotata del proprio significato, poiché la Street Art, seppure fortemente presente online, non rinnega lo spazio urbano. Le pratiche ludiche appena analizzate, assieme ai movimenti culturali, alle discipline impegnate nella pianificazione urbana e agli strumenti tecnologici entrano in simbiosi per perseguire un progetto culturale, sociale e politico comune e diffuso globalmente. In fondo, va ricordato che la Street Art si sviluppa proprio per opporre una resistenza alle politiche che tutelano solo gli strati sociali più forti, responsabili della creazione di uno spazio urbano disomogeneo, discriminatorio, e piegato alle dinamiche neocapitaliste. D'altra parte, il Web ha fornito una dimensione alternativa e potenzialmente neutrale, dove poter prendere le distanze dalle dinamiche gentrificanti e strumentalizzanti che modificano lo spazio urbano, e per poter sperimentare le nuove possibilità del vivere assieme, e sviluppare, così, un nuovo "Sense of Place"<sup>168</sup>.

### **3.3 I nuovi spazi della Street Art**

Finora abbiamo provato a ripercorrere la storia della Street Art fino alla sua smaterializzazione digitale. È necessario sottolineare, tuttavia, che l'andamento della Street Art nel corso del tempo non è mai stato lineare e uniforme, e ancora oggi, all'entusiasmo per il suo approdo sul Web si contrappone una resistenza che attribuisce esclusivamente allo spazio urbano o ai musei il diritto di accogliere la Street Art. Comoy Fusaro, ad esempio, considera le cornici architettoniche dei confini spaziali e metaforici indispensabili perché la Street Art possa continuare a produrre immagini sovversive, e non crede che il Web abbia i presupposti per una diffusione adeguata

---

<sup>168</sup> Ivi, cit., p. 64.

della Street Art. I suoi confini sono troppo indefiniti, così come difficili da collocare sono anche le forme espressive che si formano in questo contesto. Per alcuni studiosi, è addirittura possibile che la progressiva scomparsa di una dimensione concreta e tangibile della Street Art possa riportare il Graffitismo *in auge*. Probabilmente, la perdita della componente *site specific*, unitamente alla priorità data ai processi di diffusione piuttosto che alle opere, costituirebbe una nuova fase di rivendicazione dello spazio urbano. L'atteggiamento conservativo è assunto anche dalla critica artistica, nella misura in cui:

la Street Art ha la sua “piena ragione di esistere e di essere considerata tale” solo se fruita come esperienza fenomenologica conseguente e adiacente allo stesso contesto, fatto per soddisfare il luogo in cui è stato realizzato e privo di valore se spostato, trasferito o modificato<sup>169</sup>.

Al contempo, il Web non si pone come unica alternativa “spaziale”, ma vuole fornire altri strumenti e nuove tecnologie per incoraggiare la creatività espressiva. Se a questo si aggiunge il fatto che anche l'epoca del Web 2.0 sta giungendo al suo termine per far spazio a una versione 3.0, probabilmente sarà necessario mettere nuovamente tutto in discussione e avviare ulteriori riflessioni sulla concezione dello spazio, sulla percezione della realtà e sulle possibilità espressive rese possibili dalle nuove tecnologie. Il momento che stiamo vivendo vede un progressivo slittamento dal *site-specific* al *site-oriented*, ovvero verso una dimensione virtuale più fluida, che assume valore politico, sociale e culturale grazie alle interconnessioni che avvengono nel *cyberspazio*. I concetti di *intelligenza collettiva* o di *artista plurale* si creano proprio all'interno del contesto *site-oriented* e sono le sfumature di un'autorialità diffusa. Con questa espressione la figura dell'autore non scompare, ma ci viene restituita attraverso un gioco di riflessi tra spettatore e autore. Nei processi in continua riformulazione, messi in moto dall'autorialità diffusa, le individualità non vengono mai impoverite, ma incoraggiate a cooperare fino a diventare indistinguibili. Non si tratta di annullamento delle singole identità, quanto di una “programmazione senza ego<sup>170</sup>”, per prendere in prestito l'espressione coniata dall'informatico Gerald Weinberg. Per molti aspetti, questo concetto mostra della affinità con l'intelligenza collettiva, ma mette meglio a fuoco l'importanza dell'aspetto cooperativo della programmazione

---

<sup>169</sup> Naldi F., *Tracce di Blu*, Sartoria Editoriale, Milano, 2020, cit., p. 78.

<sup>170</sup> Pescatore D., *L'ombra dell'autore*, Carocci, Roma, 2006, cit. p. 164.

informatica. Nel saggio *Psychology of computer programming*<sup>171</sup>, emerge come la collaborazione, l'apertura all'altro, l'umiltà e la disponibilità a correggere e di accettare gli errori compongono la base solida su cui costruire un programma sicuro, a basso contenuto di errori e che garantisca un lavoro sinergico efficiente ed efficace. Una metafora interessante per estendere al contesto *social* e sociale l'atteggiamento cooperativo, adoperato in ambito informatico, è quella della *cattedrale e del bazar* di E. S. Raymond. La scelta di queste due tipologie di edificio richiama due diversi approcci di costruzione: da un lato la cattedrale, “carefully crafted by individual wizards or small bands of mages working in splendid isolation [...]”<sup>172</sup>, dall'altro il bazar, costruzione temporanea, composta da elementi strutturali assemblabili e progettato cambiare forma in caso di necessità. Esattamente come un bazar, la struttura del Web muta continuamente per andare incontro alle esigenze dei suoi utenti e rifiuta di essere definita secondo binarismi semplicistici e riduttivi. Proprio come sostiene Lévy, “il virtuale non è affatto qualcosa di opposto al reale ma è, piuttosto, qualcosa che esiste potenzialmente, con possibilità di attualizzazione inventiva”<sup>173</sup>. Per questo motivo, i tempi e gli spazi dell'epoca contemporanea non possono essere riducibili a un'opposizione sbrigativa tra reale e virtuale. Oltre a quello geografico, l'epoca attuale è costituita da una molteplicità di spazi che possono anche coesistere. Lévy spiega che prima dell'epoca predigitale, lo spazio fisico, territoriale ed emotivo coincidevano, poiché la possibilità di costruire delle relazioni era limitata ai confini geografici dei villaggi. Lo spazio economico, invece, costituiva una dimensione che non poteva sovrapporsi alla vita interna al villaggio, e quindi si sviluppava al di fuori dei suoi confini. Con la cybercultura, invece, ciò che avviene è una “dissociazione degli spazi”. In questa frammentazione, apparentemente svantaggiosa per la creazione di legami sociali “autentici”, si cela la possibilità di crearne di nuovi, adottando parametri diversi. Quelli creati dalla cybercultura, difatti, prescindono dagli obblighi o dalle convenzioni sociali e culturali, e si fondano piuttosto sugli interessi che accomunano i membri delle community: “Nel cyberspazio, le persone possono contattarsi realmente.

---

<sup>171</sup> G. M. Weinberg, *The psychology of computer programming*, Litton Educational Publishing, 1971.

<sup>172</sup> E. S. Raymond, *The cathedral and the bazaar: Musings on Linux and Open Source by an Accidental Revolutionary, Revised Edition* (1999), O'Reilly, 2001, cit., p. 21.

<sup>173</sup> P. Lévy, *La comunicazione in rete? Universale e un po' marxista*, in Mediamente Rai Educational, 1998. <https://www.repubblica.it/online/internet/mediamente/pierrelevy/pierrelevy.html>, [ultimo accesso: 22 settembre 2023].

Non c'è perdita della realtà o perdita del territorio o perdita del corpo!<sup>174</sup>". Quest'ultimo punto è di fondamentale importanza per imparare a gestire le ansie espresse da coloro che preannunciano la morte della Street Art per mano del Web. Tenendo in considerazione il ragionamento sugli spazi multipli di Lévy e quello sul bazar di Raymond alla Street Art, sarebbe lecito domandarsi se esista o meno uno spazio ideale per questa forma d'arte. Qualora esistesse una risposta, non porterebbe a una risoluzione definitiva del problema, dal momento che la dimensione ideale per la Street Art sembra essere né nella città né sul Web, bensì all'interno di quella "zona grigia" tra spazio fisico, virtuale, emotivo e sociale, in cui lettura e scrittura si sovrappongono, dove il pubblico diventa anche autore e dove le reazioni diventano occasione per creare nuove narrazioni. Considerato che lo spazio urbano e quello istituzionale del mondo dell'arte hanno imposto alla Street Art dei vincoli piuttosto pressanti, il Web diventa una sorta di liberazione, una dimensione dove sopravvivono qualità come l'anonimato e la viralità, ma dove si sommano una serie di altre possibilità, come la possibilità di "fare rete", di creare luoghi di scambio tanto per gli street artist quanto per il pubblico. Tutto ciò permette di attribuire alla Street Art (e all'arte in generale) un ulteriore valore oltre a quello artistico ed economico, ovvero quello relazionale. Le interazioni che legano i membri delle community online libera la Street Art dai vincoli urbani, estetici e commerciali, senza estraniarla da questi contesti. Difatti, come è stato possibile riscontrare grazie allo *Street Art Hunting*, le opere di Street Art continuano ad essere eseguite sui muri delle città, l'unico aspetto ad essere cambiato è la modalità di condivisione. Sul Web 2.0 o sul cyberspazio, le immagini di Street Art continuano a creare "una volteggiante città dai tetti di segni"<sup>175</sup>, da cui provare ad immaginare futuri scenari utopici.

---

<sup>174</sup> Ibidem.

<sup>175</sup> P. Lévy, *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio* (1996), Feltrinelli, Roma, 2002, cit., p. 127.



*Figura 38 M\_City, Senza titolo, 2022, Braunschweig, Germania.*



*Figura 39 M-City, Senza titolo, 2019, Ragusa, Italia.*



Figura 40 Maurizio Cattelan, Senza titolo, 5 maggio - 6 giugno 2004, Piazza XXIV Maggio, Milano.



Figura 41 Banksy, Migrant Child con scotch sulle labbra, 2019, Venezia.



Figura 42 Federico Soffiato, *Madonna dell'acqua lurida e Migrant Child* di Banksy, 2020, Venezia.



Figura 43 Blub, *Angeli della Madonna Sistina* di Raffaello, acrilico, Firenze.



Figura 44 Blub, *Totò*, Napoli.



Figura 45 Blub, *Antonio Vivaldi*, 2019, Giudecca, Venezia.

## Conclusioni

Nel corso di questa trattazione, sono stati esplorati i “luoghi” della Street Art partendo dalla città postmoderna, passando attraverso i canali del sistema dell’arte, fino ad arrivare alla realtà smaterializzata e conversazionale del Web. Nel corso di questo excursus, sono emersi una serie di valori oltre a quelli sovversivo e rivoluzionario – già presenti nella Street Art degli anni Settanta – e che riguardano prettamente le dinamiche di scambio tra pubblico e street artist.

Come si è visto, portare la Street Art all’interno dei musei e delle gallerie ha contribuito a rendere più riconoscibile il suo valore artistico, ad allinearla ai parametri del sistema dell’arte e a conferirgli un valore economico. Difatti, la mercificazione e la riduzione della Street Art a oggetto di scambio, viene controbilanciata dalla sua capacità di porsi trasversalmente ai vari ambiti disciplinari e di avviare delle riflessioni critiche eterogenee.

Esempi come il MAAM e il Museo dell’Ex Mira Lanza testimoniano la possibilità di creare occasioni di dialogo proprio grazie alla componente sovversiva della Street Art, con cui poter individuare e denunciare i problemi tuttora irrisolti della società contemporanea. I due casi citati pongono l’attenzione sull’emergenza abitativa a Roma, e al contempo sfruttano la componente partecipativa della Street Art coinvolgendo la comunità territoriale, quella istituzionale e quella artistica. Esperimenti del genere sono fondamentali per mitigare l’opposizione sistematica tra arte ufficiale e pratiche sovversive, ma anche per incoraggiare a pensare fuori dagli schemi e a sperimentare nuove forme collaborative per incentivare la realizzazione di un museo diffuso, piuttosto che accentrato. Tuttavia, le cornici istituzionali non costituiscono sempre un ambiente ostico ai valori della Street Art, e spesso, rappresentano un’occasione preziosa per ampliare la gamma di significati della Street Art. A differenza delle strade, difatti, i musei costituiscono una dimensione protetta, dove gli street artist possono concedersi tempi diversi per pensare e realizzare le proprie opere.

Ciononostante, è sul Web che la Street Art sembra poter disporre a pieno della propria

versatilità e delle proprie possibilità espressive. Inizialmente avviata come tentativo di sottrarre le proprie opere all'azione del tempo, la raccolta dei lavori di Street Art sui blog avviene sia per mano degli stessi artisti sia da parte degli appassionati di Street Art, i quali utilizzano la fotografia come "oggetto" di conversazione sui social media. Tuttavia, a differenza dell'ambito artistico, sul Web non avviene nessuna mercificazione della Street Art, poiché le riproduzioni fotografiche ne garantiscono esclusivamente la diffusione, andando a potenziare anche i processi di riappropriazione e di condivisione online. Anche il rapporto tra spazio urbano e Street Art e le modalità di produzione delle opere hanno risentito delle nuove forme di circolazione: l'*acceleration painting*, ad esempio, fa un uso intensivo delle superfici urbane per realizzare quanti più lavori possibili da caricare online e ignorando le norme estetiche che andrebbero osservate in caso di una esclusiva fruizione dal vivo della Street Art. Lo *Street Art hunting*, invece, si pone come pratica ludica che tenta di mantenere vivo l'interesse nei confronti delle opere *in situ*, invitando il pubblico online a scovare nuove opere di Street Art nelle proprie città. Quest'ultimo atteggiamento, che ritroviamo anche nei primi blog, come il *Wooster Collective*, dimostra che con l'avvento di Internet, l'aspetto sostanziale della Street Art non è più lo spazio di ubicazione, ma la rete di rapporti che la circolazione della Street Art è in grado di attivare grazie alle immagini digitali all'interno del cyberspazio.

Alla luce del ruolo coautorale e di quello cooperativo ricoperto dagli utenti del Web, è possibile parlare di un duplice valore performativo della Street Art: oltre all'esecuzione effettiva dell'"opera originale", i processi messi in atto dall'intelligenza collettiva all'interno del cyberspazio, permettono alla Street Art di essere "prelevata", riattivata e ri-contestualizzata attraverso le riproduzioni fotografiche.

Potremmo concludere affermando che una possibile evoluzione della Street Art non si riscontra tanto nel passaggio dallo spazio fisico a quello digitale, quanto nel potenziamento della sua capacità di arrivare al pubblico molto più rapidamente di quanto avvenisse in passato sui muri delle città. Rispetto a questo discorso, la fotografia digitalizzata ha contribuito a liberare definitivamente la Street Art dai limiti materici e spaziali e a mettere in evidenza la sua componente relazionale e alla sua

capacità di dare luogo a un'urbanistica del cyberspazio, che Lévy definisce nomade<sup>176</sup>, ovvero in continua ridefinizione e fondata sulle pratiche democratiche di comunicazione e condivisione del Web.

---

<sup>176</sup> Lévy P., *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio* (1996), Feltrinelli, Roma, 2002, cit. p. 127.

## Elenco delle immagini

Fig. 1: Superstudio, *Supersuperficie*, 1971.

<https://www.domusweb.it/it/architettura/gallery/2021/03/18/ossessioni-conessioni-e-l-abitare-il-flusso.html>

Fig. 2: Superstudio, *Un viaggio da A a B*, 1969.

<https://www.domusweb.it/it/architettura/gallery/2021/03/18/ossessioni-conessioni-e-l-abitare-il-flusso>

Fig. 3: Billboard Banditry, *Never Buy Gas Again*.

<https://notbuyinganything.blogspot.com/2013/04/culture-jamming-billboard-bandits.html>

Fig. 4: Billboard Banditry, *Love Profit*.

<https://viveresvezia.wordpress.com/2009/11/03/culture-jamming/>

Fig. 5: B.U.G.A. U.P., *Coca Cola: BUGA UP a billboard*, 1980, B.U.G.A. U.P. Autumn Catalogue.

[https://www.bugaup.org/gallery\\_autumn.htm](https://www.bugaup.org/gallery_autumn.htm)

Fig. 6: B.U.G.A. U.P., *Dunhill: Superior Lung Cancer??*, 1980, B.U.G.A. U.P. Autumn Catalogue.

[https://www.bugaup.org/gallery\\_autumn.htm](https://www.bugaup.org/gallery_autumn.htm)

Fig. 7: Taki 183, Tag, 1970 -TAKI 183.

<https://www.wikiart.org/en/taki-183/tag-1970>

Fig. 8: Space Invader, *World Invasion*, Rennes, Francia.

<https://www.space-invaders.com/world/>

Fig. 9: Shepard Fairey, *Obey Giant -- Andre The Giant Has A Posse -- 7'4" -- 520 Lb*, 1989-2012.

[https://library.artstor.org/public/SS7730635\\_7730635\\_9262115\\_LAWRENCE](https://library.artstor.org/public/SS7730635_7730635_9262115_LAWRENCE)

Fig. 10: Sticker di Obey nello spazio urbano.

<https://stakeholderdoce.wordpress.com/2014/11/26/obey-the-art-of-phenomenology/>

Fig. 11: Banksy, *The Mild Mild West*, 1999, murale, Bristol, Regno Unito.

<https://banksyexplained.com/the-mild-mild-west1999/>

Fig. 12: Banksy, *Flying Balloon Girl*, 2005, stencil, Qalandia checkpoint, Palestina.

[https://en.wikipedia.org/wiki/Flying\\_Balloon\\_Girl#/media/File:Flying\\_Ballon\\_Girl\\_on\\_the\\_West\\_Bank\\_wall\\_at\\_Kalandia\\_\(174617912\)\\_cropped.jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/Flying_Balloon_Girl#/media/File:Flying_Ballon_Girl_on_the_West_Bank_wall_at_Kalandia_(174617912)_cropped.jpg)

Fig. 13: Banksy, *Girl Frisking Soldier*, 2007, spray e stencil, Betlemme, Palestina.

<https://www.pinterest.it/pin/83105555614942698/>

Fig. 14: Banksy, *Segregation Wall*, 2005, spray e stencil, Betlemme, Palestina.

<https://banksyexplained.com/the-segregation-wall-palestine-2005/>

Fig. 15: Banksy, *Ginnasta con nastro*, spray e stencil, 2022, Kiev, Ucraina.

<https://www.exibart.com/street-art/sei-opere-di-banksy-in-ucraina-la-conferma-dello-street-artist/>

Fig. 16: Banksy, *Ginnasta in equilibrio sulle macerie*, 2022, spray e stencil, Borodyanka, Ucraina.

<https://www.collater.al/banksy-ginnasta-ucraina-art/>

Fig. 17: Banksy, *Ratti*, 2004-2010, stencil, Londra.

<https://www.erraticphenomena.com/2008/02/banksys-rat-appreciation.html>

Fig. 18: Blek le rat, *Crooner Rat*, 2016, serigrafia, 31 × 23 cm.

<https://leonardsart.co.uk/blek-le-rat/>

Fig. 19: Figura 2 Banksy, *McDonalds stealing our children*, 2004, Installazione, Londra, Regno Unito.

<https://banksyunofficial.com/2004-sa-uk-london-instalation-mcdonalds-stealing-our-children-wall-and-piece-p214/>

Fig. 20: Banksy, *Venice in Oil*, 2019, Performance, Venezia.

<https://www.collater.al/banksy-biennale-venice-in-oil/>

Fig. 21: Banksy, *Migrant Child*, 2019, spray e stencil, Venezia.

<https://www.pikasus.com/prospettive/lo-studio-esseci-di-sergio-campagnolo-e->

[linnovativo-progetto-ghost-over-banksy/](#)

Fig. 22: Blu, *Sucking the planet dry* e *Crown of greed*, 2010, murals, Lisbona.  
<https://buenosairesstreetart.com/2011/07/os-gemeos-blu-sam3-ericailane-and-lucy-mclauchlan-in-lisbon/>

Fig 23: Blu, *Draw The Line*, 2015, murale, Campobasso.  
<https://arrestedmotion.com/2011/07/streets-blu-for-draw-the-line-festival-italy/>

Fig. 24: Blu, *Laoconte*, 2022, murale, Campobasso.  
<https://zero.eu/it/news/il-nuovo-murale-di-blu-sulla-guerra-per-le-risorse-fossili/>

Fig. 25: Blu, *Brother Brothers* e *Chain*, 2007-2008, murale, Berlino.  
<http://www.wakeupnews.eu/blu-cancellati-i-murales-brothers-chains-berlino-stato/>

Fig. 26: Banksy, *Little Diver*, 2003, stencil, Melbourne.  
<https://www.flickr.com/photos/linda-1/2995133818>

Fig 27: Martha Cooper, "*Midge*" with yellow school bus, 1982, Subway Art.  
Henry Chalfant, *Blade*, 1980, Subway Art.  
Martha Cooper, *Deli*, by Ban2, 1981, Subway Art.  
<https://slate.com/culture/2016/01/martha-cooper-and-henry-chalfants-subway-art-is-the-bible-of-graffiti-art-in-new-york-city.html>

Fig 28: Banksy, *Girl With Balloon*, 2018.  
<https://www.elledecor.com/it/design/a23729964/quadro-bansky-autodistrutto-venduto/>

Fig. 29: *Old Street Roundabout*, Londra.  
<http://www.streetmuseumofart.org/old-street-roundabout>

Fig. 30: MAAM, *Museo dell'Altro e dell'Altrove di Metropolit*.  
<https://artslife.com/2019/03/28/10-anni-roma-maam-museo-altro-altrove-occupazione-metropolit/>

Fig 31: Edoardo Kobra, *Malolla*, serie PEACE, 2014, Roma.  
<https://viaggi.corriere.it/eventi/gallery/dal-brasile-roma-murales-ritratti-kobra-4419fc2a-d6c4-11e3-b1c6-d3130b63f531-gallery/>

Fig. 32: Massimo Di Giovanni, *L.U.N.A.*, 2009, installazione, MAAM, Roma.  
<https://www.artribune.com/attualita/2015/04/la-storia-del-maam-larte-prende-vita-in-uno-strano-museo-a-roma-1/>

Fig. 33: Stefania Fabrizi, *I guerrieri della Luce*, MAAM, Roma.  
<http://www.stefaniafabrizi.it/portfolio/ultima-battaglia-maam/>

Fig. 34: *Big City Life*, Tor Marancia.  
<https://www.wantedinrome.com/yellowpage/big-city-life-romes-open-air-street-art-museum.html>

Fig. 35: Blu, *Senza titolo*, Via del Porto Fluviale, 2013, Quartiere Ostiense, Roma.  
<http://stradadicasa.altervista.org/ostiense-district-roma/>

Fig. 36: Seth, *Palmirya*, 2016, installazione, Ex Mira Lanza Museo, Roma.  
<https://www.salteditions.it/roma-ex-mira-landa-un-po-di-possibile/>

Fig. 37: Seth, *Lampedusa* (dettaglio), 2016, Ex Mira Lanza Museo, Roma.  
<https://www.davidschacherl.com/murales-dell'ex-mira-landa/>

Fig. 38: Maurizio Cattelan, *Senza titolo*, Piazza XXIV Maggio, Milano  
5 maggio - 6 giugno 2004.  
<https://discpellegrina.blogspot.com/2018/06/arte-e-provocazione-maurizio-cattelan.html>

Fig. 39: M\_City, *Senza titolo*, 2022, Braunschweig, Germania.  
<https://barbarapicci.com/tag/M-city/>

Fig. 40: M-City, *Senza titolo*, 2019, Ragusa, Italia.  
<https://barbarapicci.com/tag/M-city/>

Fig. 41: Banksy, *Migrant Child con scotch sulle labbra*, 2019, Venezia.  
[https://www.ilgazzettino.it/nordest/veneziana/banksy\\_migrant\\_child\\_bambino\\_migrant\\_e\\_veneziana\\_si\\_anima\\_ghost\\_over\\_banksy-6552509.html](https://www.ilgazzettino.it/nordest/veneziana/banksy_migrant_child_bambino_migrant_e_veneziana_si_anima_ghost_over_banksy-6552509.html)

Fig. 42: Federico Soffiato, *Madonna dell'acqua lurida* e *Migrant Child* di Banksy, 2020, Venezia.

[https://www.google.it/search?q=migrant+child+Scotch+labbra+banksy&tbm=isch&ved=2ahUKEwjCpsGK0MuBAxXog\\_0HHZI1BmEQ2-cCegQIABAA#imgrc=1fbJRTLOXLxzwM](https://www.google.it/search?q=migrant+child+Scotch+labbra+banksy&tbm=isch&ved=2ahUKEwjCpsGK0MuBAxXog_0HHZI1BmEQ2-cCegQIABAA#imgrc=1fbJRTLOXLxzwM)

Fig. 43: Blub, *Angeli della Madonna Sistina di Raffaello*, acrilico, Firenze.

<https://unpodipepe.ca/2019/06/08/larte-sa-nuotare/>

Fig 44: Blub, *Totò*, Napoli.

[https://napoli.repubblica.it/cronaca/2019/04/10/foto/street\\_art\\_i\\_personaggi\\_subacquei\\_di\\_blub\\_ce\\_la\\_possiamo\\_fare\\_nonostante\\_il\\_mare\\_di\\_difficolta\\_-223721806/1/](https://napoli.repubblica.it/cronaca/2019/04/10/foto/street_art_i_personaggi_subacquei_di_blub_ce_la_possiamo_fare_nonostante_il_mare_di_difficolta_-223721806/1/)

Fig. 45: Blub, *Antonio Vivaldi*, 2019, Giudecca, Venezia.

<https://www.ilmiraggio.com/street-art-di-blub-a-veneziasa-nuotare/>

## Bibliografia

Alberro A., *Questionnaire on “The Contemporary”*, Foster, Hal, et al. “Questionnaire on ‘The Contemporary.’” *October*, vol. 130, 2009, p. 56. pp. 3–124.

Appadurai A., *Modernità in polvere* (1996), Meltini, Roma, 2001.

Baldacci C., *Archivi impossibili: un'ossessione dell'arte contemporanea*, Johan & Levi, Monza, 2016.

Baldacci C., ‘Recirculation: The Wandering of Digital Images in Post-Internet

Art’, in *Re-: An Errant Glossary*, ed. by Christoph F. E. Holzhey and Arnd Wedemeyer, Cultural Inquiry, 15 (Berlin: ICI Berlin, 2019).

Banksy, *Wall and Piece*, Londra, Century, Londra, 2005.

Benjamin W., *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, *Arte e società di massa* (1935), tr. it. ed. 2000 di E. Filippini, Einaudi, Torino, 2000.

Bennetts L., *Celebrities join mayor in new battle against graffiti writers*, in “New York Times”, Section B, 30 aprile 1982.

Bertola C. (a cura di), *Curare l'arte*, Mondadori Electa, 2008.

Bishop C., *Black Box, White Cube, Gray Zone: Dance Exhibitions and Audience Attention*, in “The Drama Review”, vol. 62, n° 2, Estate 2018, MIT Press, pp. 22-42.

Bishop C., *Inferni artificiali. La politica della spettatorialità nell'arte partecipativa* (2015), trad. it di Guida C., Luca Sossella, Roma, 2020.

Blanché U., *Street Art and Photography: Documentation, Representation,*

*Interpretation*, in “Nuart Journal” 2018, Vol. 1, Nr. 1 (2018), pp. 23-29.

Burin D., *The function of the museum*, in A. Alberro, B. Stimson *Institutional critique*, Cambridge: MIT Press, Cambridge, 2011.

Comoy Fusaro E., *Where is Street Art (2017-2018’)*, in *Framing Graffiti & Street Art*, atti del convegno in “Framing Graffiti & Street Art: Proceedings of Nice Street Art Project”, atti del convegno 2017 - 2018, 2019, pp. 6-15.

Cooper M., Chalfant H., *Subway Art 25th Anniversary Edition*, Thames and Hudson, Londra, 2009.

Dal Lago A., Giordano S., *Fuori cornice. L'arte oltre l'arte*, Einaudi, Torino, 2008. [1]  
[SEP]

Diehl C., *Banksy!*, Carocci editore, Roma, 2022.

Dogheria D., *Banksy*. Firenze Milano, Giunti, 2020.

Galal C., *Street art*, Auditorium, Milano, 2009.

Glaser K., *The ‘Place to Be’ for Street Art Nowadays is no Longer the Street, it’s the Internet*, in “Soares Neves P., Freitas Simões, D. (Eds.), “Places and non Places””, *Street Art & Urban Creativity Scientific Journal*, vol. 1, n. 1, 2015, pp. 6-13.

Groys B., *Art Power (2008)*, Postmedia, Milano, 2012.

Harvey D., *L'esperienza urbana. Metropoli e trasformazioni sociali (1989)*, il Saggiatore, Milano, 1998.

Jameson F., *Postmodernism, Or, The Cultural Logic of Late Capitalism*, *New Left Review*, no. 146, 1991 Duke University Press, 1997, pp. 59-92.

Krauss R., *Grids*, in "October", Vol. 9, Summer 1979, pp. 50-64.

Lefebvre H., *The Urban Revolution*, University of Minnesota Press, Londra, 2003.

Levine R., Locke C., Searls D., Weinberger D., *The Cluetrain Manifesto. The end of business as usual*, Cambridge, Perseus Books, 2000.

Lévy P., *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio* (1996), Feltrinelli, Roma, 2002.

MacDowall L., *Instaframe. Graffiti and Street Art in the Instagram Era*, Intellect, Bristol, 2019.

Mania P., Petrilli R., Cristallini E. (A cura di), *Arte sui muri della città. Street art e Urban Art: questioni aperte*, Round Robin, Roma, 2017.

Mania P., *L'atto politico di autodistruzione in alcune opere di Street Art*, in "Arte di frontiera", Street Art, Urban Art: dall'immagine alla parola, e ritorno. Cultura & Comunicazione, Anno IX, n.15 - Aprile 2019.

Mania P., Petrilli R e Cristallini E., *Street Art, Urban Art: dall'immagine alla parola, e ritorno*, Atti della presentazione del volume di P. Mania, R. Petrilli e E. Cristallini, *Arte sui muri delle città. Street Art e Urban Art: questioni aperte*, 24 settembre 2018, Università per Stranieri di Siena.

Marra C., *L'immagine infedele. La falsa rivoluzione della fotografia digitale*, Mondadori, Milano, 2006.

Mastroianni R. (a cura di), *Writing the city. Graffitismo, Immaginario urbano e street art*, Aracne, Roma, 2013.

Mello P., *Metamorfosi dello spazio. Annotazioni sul divenire metropolitano*, Bollati

Boringhieri, Torino, 2002.

Mello P., *Neoavanguardie e controcultura a Firenze. Il movimento Radical e i protagonisti di un cambiamento storico internazionale*, Angelo Pontecorboli, Firenze, 2017.

Metitieri F., *Il grande inganno del Web 2.0*, Bari, Laterza, 2015.

Naldi F., *Tracce di Blu*, Sartoria Editoriale, Milano, 2020.

Parisi V., *Towards a graffiti hauntology. After the death of graffiti: the “ghost” of non-places in the art of MOSA/ Alexandre Bavard*, in “Framing Graffiti & Street Art: Proceedings of Nice Street Art Project”, atti del convegno 2017 - 2018, 2019, pp. 66-74.

Perniola M., *L'arte espansa*, Einaudi, Torino, 2015.

Pescatore D., *L'ombra dell'autore*, Carocci, Roma, 2006.

Pinotti A., Somaini A. (a cura di), *Cultura visuale. Immagini, sguardi, media, dispositivi*, Einaudi, Torino, 2016.

Pinotti A., Somaini A. (a cura di), *Teorie dell'immagine. Il dibattito contemporaneo*, Raffaello Cortina, Milano, 2014.<sup>[1][2][3][4][5][6][7][8][9][10][11][12][13][14][15][16][17][18][19][20][21][22][23][24][25][26][27][28][29][30][31][32][33][34][35][36][37][38][39][40][41][42][43][44][45][46][47][48][49][50][51][52][53][54][55][56][57][58][59][60][61][62][63][64][65][66][67][68][69][70][71][72][73][74][75][76][77][78][79][80][81][82][83][84][85][86][87][88][89][90][91][92][93][94][95][96][97][98][99][100]</sup>

Poli F. (a cura di), *Arte contemporanea. Le ricerche internazionali dalla fine degli anni '50 a oggi*, Mondadori Electa, Milano 2005.

Poli F., *Il sistema dell'arte contemporanea*, Laterza, Bari, 2017 <sup>[1][2][3][4][5][6][7][8][9][10][11][12][13][14][15][16][17][18][19][20][21][22][23][24][25][26][27][28][29][30][31][32][33][34][35][36][37][38][39][40][41][42][43][44][45][46][47][48][49][50][51][52][53][54][55][56][57][58][59][60][61][62][63][64][65][66][67][68][69][70][71][72][73][74][75][76][77][78][79][80][81][82][83][84][85][86][87][88][89][90][91][92][93][94][95][96][97][98][99][100]</sup> Priarolo M., Simone R., Zinato E., *Guy Debord, La società dello spettacolo*, Allegoria, N. 59, gennaio- giugno, 2009, pp. 146-167.

Raymond E. S., *The cathedral and the bazaar: Musings on Linux and Open Source by an Accidental Revolutionary, Revised Edition* (1999), O'Reilly, 2001.

Sassatelli R., *Consumer Culture. History, Theory and Politics*, SAGE, Londra, 2007.

Scazzosi L., *Museo, museo diffuso, paesaggio*, in E. Gennaro (a cura di), *Musei e paesaggio. Da tema di ricerca a prospettiva d'impegno*, Ravenna, Angelo Longo editore, 2011, pp. 65-73.

Scotto di Vettimo O., *The portrait vanishes. Arte relazionale e connettiva*, in E. Tavani (a cura di), *Selfie & Co. Ritratti collettivi tra arte e web* (2016), Milano, Angelo Guerini e Associati, 2020, pp. 124-134.

Waclawek A., *Graffiti and Street Art*, Thames & Hudson, Londra, 2011.

Weinberg G. M., *The psychology of computer programming*, Litton Educational Publishing, 1971.

Young A., *Street art, Public City. Law, Crime and Urban Imagination*, Routledge, Londra, 2014.

## Sitografia

Auslander, P., *The Performativity of Performance Documentation*, in “A Journal of Performance and Art2”, vol. 28, no. 3, 2006, pp. 1–10.

<http://www.jstor.org/stable/4140006>

Baldini A., *An Urban Carnival on the City Walls: The Visual Representation of Financial Power in European Street Art*, in “Journal of Visual Culture”, 2015, pp. 246–252. Web.

[https://www.academia.edu/62722503/An\\_Urban\\_Carnival\\_on\\_the\\_City\\_Walls\\_The\\_Visual\\_Representation\\_of\\_Financial\\_Power\\_in\\_European\\_Street\\_Art](https://www.academia.edu/62722503/An_Urban_Carnival_on_the_City_Walls_The_Visual_Representation_of_Financial_Power_in_European_Street_Art)

Blub, *artista delle opere "L'arte sa Nuotare". L'intervista*, 055 Firenze, maggio 2015,

<https://www.055firenze.it/art/122612/Intervista-Larte-nuotare>

Conte, P., *Unheimlich. Dalle Figure Di Cera Alla Uncanny Valley*, in “PsicoArt – Rivista Di Arte E Psicologia”, vol. 2, n. 2, gennaio 2012.

<https://doi.org/10.6092/issn.2038-6184/2473>

Costa P., Lopes R., *Is street art institutionalizable? Challenges to an alternative urban policy in Lisbon*, in “Métropoles”, 2015.

<http://journals.openedition.org/metropoles/5157>

Deodato Arte, *STREET ART: UN MERCATO ALLE STELLE*, in “Deodato Arte”, 5 novembre 2021.

[https://www.deodato.com/deodato\\_arte\\_italy/blog/post/street-art-mercato-prezzi-e-valore](https://www.deodato.com/deodato_arte_italy/blog/post/street-art-mercato-prezzi-e-valore)

De Santis G., *Ex Mira Lanza, mostra abusiva dello street artist francese Seth: gallerista assolto*, in “Corriere della Sera”, 6 gennaio 2023;

[https://roma.corriere.it/notizie/cronaca/23\\_gennaio\\_06/ex-mira-lanza-mostra-](https://roma.corriere.it/notizie/cronaca/23_gennaio_06/ex-mira-lanza-mostra-)

[abusiva-dello-street-artist-francese-seth-gallerista-assolto-89c03e75-57a0-4966-b63b-3db690a71x1k.shtml](https://abusiva-dello-street-artist-francese-seth-gallerista-assolto-89c03e75-57a0-4966-b63b-3db690a71x1k.shtml)

Disagian: <https://www.disagian.it/cinque-tecniche-di-street-art-diffuse-in-italia/>

Fouschée D., *Instagram And the Gamification of Creative Placemaking*, in “UXUC Journal”, v. 1, n. , Arizona State University, 2019, pp. 62-81.

Genus Bononiae blog, *Intervista al curatore della mostra “Street Art – Banksy & Co.” Christian Omodeo*, in “Genius Bononiae blog”, Maggio 2016;  
<https://genusbononiaeblog.it/2451-2/>

Insideart, *Maam, breve storia del museo sulla luna*, 14 aprile 2017,  
<https://insideart.eu/2017/04/14/maam-breve-storia-del-museo-sulla-luna/>

Lévy P., *Il mutamento incompiuto della sfera pubblica* (The Unfinished Mutation of the Public Sphere), trad. it. di Luca Corchia, in L. Corchia, *La democrazia nell’era di Internet. Per una politica dell’intelligenza collettiva*, Firenze, Le Lettere, 2011, pp. 253-263.

Lévy P., *La comunicazione in rete? Universale e un po' marxista*, in “MediamenteRaiEducational”, (18 febbraio 1998).  
<https://docuver.se/mirrors/www.mediamente.rai.it/mmold/home/bibliote/intervis/l/levy03.htm.html>

Magnani F., *Riprendono le grandi opere di street art a New York. Intervista a Yvette Vexta*, in “Artribune”, 3 maggio 2021.  
<https://www.artribune.com/arti-visive/street-urban-art/2021/05/intervista-a-yvette-vexta/>

Morriello R., *Web 2.0: la rivoluzione siamo noi*, in “Biblioteche oggi”, aprile 2010, pp. 9-30.

<https://core.ac.uk/reader/234902290>

Pitzanti E., *Internet è il nuovo muro della street art?*, in “L’Indiscreto”, 2017;

<https://www.indiscreto.org/internet-muro-della-street-art/>

Rinaldi A., *La storia del MAAM. L’arte prende vita in uno strano museo a Roma (2)*,

in “Artribune”, 10 aprile 2015; ; [https://www.artribune.com/attualita/2015/04/la-](https://www.artribune.com/attualita/2015/04/la-storia-del-maam-larte-prende-vita-in-uno-strano-museo-a-roma-2/)

[storia-del-maam-larte-prende-vita-in-uno-strano-museo-a-roma-2/](https://www.artribune.com/attualita/2015/04/la-storia-del-maam-larte-prende-vita-in-uno-strano-museo-a-roma-2/)

Robusti N., *Alla ricerca dello schermo empatico. Intervista al professor Vittorio*

*Gallese*, in “Sharing Knowledge”, 14 Dicembre 2015;

<https://mapsgroup.it/6memes/neuronispecchio/#:~:text=La%20simulazione%20incarnata%20è%20rilevante,di%20rispecchiamento%20che%20esse%20evocano>

Steyerl H., *In Defense of the Poor Image*, e-flux Journal #10, novembre 2009;

<https://www.e-flux.com/journal/10/61362/in-defense-of-the-poor-image/>

Tommasini T., *Street Art e un mondo migliore. Intervista a Blub*, in “Artribune”,

18/12/2018, <https://www.artribune.com/arti-visive/street-urbanart/2018/12/intervista-blub/>

## Siti degli artisti

Banksy: <https://www.banksy.co.uk/>

Blu: <https://blublu.org/b/>

Blub: facebook: [https://www.facebook.com/p/Blub-Larte-sa-nuotare-100045239132922/?locale=it\\_IT](https://www.facebook.com/p/Blub-Larte-sa-nuotare-100045239132922/?locale=it_IT)

Instagram: [https://www.instagram.com/blub\\_lartesanuotare/](https://www.instagram.com/blub_lartesanuotare/)

Space Invader: <https://www.space-invaders.com/home/>

SWOON: <https://swoonstudio.org/about>

## Videografia

Banksy, *Make this year YOU discover a new destination*, 2015, YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=3e2dShY8jIo>

Boni F., G. De Finis, *Space Metropoliz*, 2013., YouTube.

<https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=Space+Metropoliz&ie=UTF-8&oe=UTF-8#fpstate=ive&vld=cid:ef819cdc,vid:pK5FTzEaHtA,st:0>

Eco: *"I social danno voce ad un mare di imbecilli!!"*, 2015, YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=qkzw6vm865I&t=2s>

MADONNA DELL'ACQUA LURIDA installazione di PADOVA. MADONNA OF FILHTY WATERS

<https://www.youtube.com/watch?v=E2MMEoxfx2g&t=108s>

Silver T., *Style Wars*, 1983, YouTube.

[https://www.youtube.com/watch?v=yAaeVmE3i\\_k&t=3094s](https://www.youtube.com/watch?v=yAaeVmE3i_k&t=3094s)