



Università  
Ca' Foscari  
Venezia

Corso di Laurea magistrale  
in Sviluppo Interculturale dei Sistemi Turistici  
ordinamento ex D.M. 270/2004

Tesi di Laurea

# **Il potenziale turistico della Street Art**

Tra eventi, rivalutazione urbana e musei

**Relatore**

Ch. Prof. Matteo Giannasi

**Laureando**

Silvia Menegon

Matricola 836613

**Anno Accademico**

2016 / 2017

ペットにも友達にも家族にも「ありがとう」。

## Sommario

<b>Introduzione</b>	<b>4</b>
<b>Capitolo 1. Capire la Street Art</b>	<b>10</b>
1.1 Distinguere Graffiti da Street Art.....	12
1.2 Gli obiettivi della Street Art.....	13
1.3 Il site-specificness.....	15
<b>Capitolo 2. Evoluzione storica</b>	<b>18</b>
2.1 I predecessori.....	18
2.2 Il Graffiti Writing.....	21
2.3 La Street Art.....	26
2.4 Valore commerciale.....	28
2.4.1 Obey - Shepard Fairey.....	30
2.4.2 The Banksy Effect e il mercato dell'arte.....	31
<b>Capitolo 3. Legislazione italiana</b>	<b>34</b>
3.1 Imbrattamento, deturpamento e danneggiamento.....	34
3.2 Proprietà privata e consenso.....	36
3.3 Alcuni esempi.....	37
<b>Capitolo 4. La Street Art come potenziale turistico</b>	<b>41</b>
4.1 Dinamiche di utilizzo della Street Art come attrattiva turistica.....	42
4.2 Cultura, esperienza e creatività.....	44
4.3 Il ruolo della fotografia e di Internet.....	45

<b>Capitolo 5. Nella strada</b>	<b>49</b>
5.1 Il panorama urbano .....	49
5.1.1 Street Art per il turismo: tra siti istituzionali e tour guidati.....	52
5.2 I festival di arte urbana.....	57
5.3 L'arte di strada per riqualificare le città .....	62
5.4 L'arte di strada italiana.....	68
<b>Capitolo 6. Oltre la strada</b>	<b>78</b>
6.1 Nelle gallerie e nei musei .....	78
6.2 Nelle guide turistiche .....	82
6.3 Google Art Project per la Street Art .....	84
6.4 UrbanArt Biennale.....	85
6.5 In Italia, tra particolarità ed errori.....	86
<b>Capitolo 7. Gli attori del fenomeno</b>	<b>93</b>
7.1 Gli artisti .....	93
7.2 Gli interlocutori .....	96
7.2.1 Bandi e progetti per la promozione della Street Art.....	98
7.3 La comunità.....	101
7.4 Lo spettatore.....	103
<b>Conclusioni</b>	<b>106</b>
<b>Appendice</b>	<b>110</b>
<b>Indice delle immagini</b>	<b>115</b>
<b>Bibliografia</b>	<b>117</b>
<b>Sitografia</b>	<b>121</b>



## Introduzione

Fino a poche decine di anni fa in pochi avrebbero creduto che delle opere, molto spesso illegali, dipinte sulle pareti delle città sarebbero potute diventare un fattore di attrattiva per i turisti di tutto il mondo, né tantomeno che questi lavori sarebbero riusciti a irrompere nel mercato dell'arte e a imporsi come un vero e proprio movimento.

Non lo avrebbero creduto gli spettatori, e non lo avrebbero creduto gli autori. Perché la Street Art, oggetto di questa tesi, nasce con tutt'altro intento rispetto a quello che ha acquisito oggi, ovvero decorare e abbellire le strade.

A dire la verità non lo credevo neppure io, fino a qualche anno fa, quando durante un viaggio in Portogallo mi sono imbattuta in delle gigantesche e meravigliose opere murarie a Lisbona. È subito scattata la ricerca, setacciando con lo sguardo le strade della città a bordo dei tram o vagando senza meta. Nel perdermi tra le vie inerpicate sui colli portoghesi ho scoperto piccole meraviglie realizzate in luoghi reconditi, che io avevo trovato fortuitamente e che probabilmente in pochi altri avevano avuto l'occasione di ammirare. A fianco ai monumenti storici, ai musei e alla cultura del luogo, questo piccolo, ma imponente dettaglio mi aveva stupita e affascinata.

Questa curiosità è piano piano cresciuta dentro di me. Ho scoperto che moltissime città ogni giorno si colorano grazie all'opera degli street artist, e mi sono chiesta: possibile che io sia l'unica ad ammirare quest'arte? La domanda era ovviamente retorica, non era infatti verosimile che nessuno al mondo apprezzasse quelle opere. Con il tempo ho scoperto che non solo la Street Art suscitava un vivo interesse nelle persone, ma che molte viaggiavano appositamente per goderne. Da questo, l'origine del mio elaborato, volto ad analizzare le potenzialità turistiche che questo fenomeno possiede.

Il primo capitolo è dedicato alla definizione dei termini "Graffiti Writing" e "Street Art", spiegando cosa differenzia e cosa invece accomuna questi due generi. I confini tra queste due tipologie di opere eseguite sulle pareti delle città sono infatti labili, non è facile trovare una definizione univoca che li presenti in maniera netta e precisa.

Con il secondo capitolo ho ripercorso la storia del Writing, dalle sue origini statunitensi negli anni Sessanta, all'assalto ai vagoni della metropolitana newyorkese degli anni Settanta, fino ai primi riconoscimenti da parte del mondo artistico negli anni Ottanta. Contemporaneamente ho parlato delle politiche di repressione messe in atto per arginare il fenomeno e della percezione da parte della popolazione; presenterò inoltre alcuni dei principali esponenti del movimento. Durante gli anni Novanta ha iniziato a comparire un'evoluzione del Graffiti Writing, quella che con il nuovo millennio è stata ufficialmente chiamata Street Art. Affiancato allo scenario statunitense, ho delineato quello europeo e infine quello italiano. Per concludere, ho mostrato come la Street Art e il Graffiti Writing siano lentamente entrati a far parte del mondo commerciale e artistico, con gli esempi emblematici di Shepard Fairey, in arte Obey, e Banksy, il misterioso artista britannico.

In un terzo momento illustro come la legge italiana reagisce nei confronti di chi realizza questo genere di interventi, facendo riferimento alle ipotesi di reato contenute nel Codice Penale, l'articolo 635 e l'articolo 639, rispettivamente danneggiamento e imbrattamento. Si tratta inoltre di opere realizzate spesso senza l'autorizzazione dei proprietari degli immobili, siano essi pubblici o privati, quindi risulta necessario capire il concetto di proprietà privata e di consenso. L'analisi è corredata da degli esempi di come la giurisprudenza si sia occupata di denunce a carico di alcuni street artist.

Dopo aver presentato il tema della tesi, fornendo al lettore le basi per poter poi comprendere la mia ricerca, arriviamo finalmente al tema centrale della discussione, il turismo. Ho deciso di introdurre l'argomento con un'analisi in cui spiego come e perché l'arte di strada possa di fatto essere ritenuta un potenziale in questo settore. Ho individuato poi quelle che secondo la mia opinione sono le tipologie turistiche sotto le quali è possibile collocare la Street art, ovvero il turismo culturale, quello esperienziale e quello creativo, spiegandoli e giustificandone la scelta. Ho quindi analizzato quello che è il canale principale di diffusione dell'arte di strada, ovvero la fotografia, che negli anni è traslata dalla fotografia analogica a quella digitale, per poi diffondersi in Internet. Infine individuo quali benefici può questo movimento, se gestito correttamente, portare alle città.

A questo punto del mio elaborato ho iniziato a introdurre alcuni casi internazionali e nazionali, distinguendo tra le applicazioni della Street Art nella strada e i rapporti con il mondo oltre la strada.

Per quanto riguarda l'arte realizzata nella strada, ho individuato tre principali applicazioni. In un primo momento ho portato alcuni esempi di Street Art che ha reso alcune città e luoghi inconfondibili, da Lisbona al muro di Berlino. Relativamente a ciò, ho mostrato come le istituzioni pubbliche di numerose località dedichino uno spazio all'interno dei loro siti turistici ufficiali, segnale dell'importanza che questo fenomeno ha come attrattiva per i visitatori, e in contemporanea ho colto l'occasione per parlare del successo dei *guided tours* alla scoperta degli spazi più iconici tramite percorsi esplorativi. I festival dedicati all'arte urbana ho deciso di collocarli in questa sezione poiché generalmente sono organizzati in spazi pubblici esterni, volendo quanto più possibile rimanere fedeli allo spirito originario della Street Art. Secondo lo stesso principio, trova spazio in questo capitolo l'uso dell'arte urbana come riqualificazione dei luoghi, ovvero quei casi in cui le amministrazioni, spesso in accordo con artisti o associazioni, commissionano la pittura delle zone più grigie e desolate per dare loro nuova vita e consentire oltretutto un forte rilancio turistico. Ho deciso di concludere portando alcuni esempi italiani, dalle città in cui l'arte di strada esisteva ancora prima dell'avvento del fenomeno della Street Art, a quelle che hanno deciso di adottarla solo di recente, senza dimenticare i festival.

Oltre la strada troviamo i controversi musei e gallerie. Controversi perché spaccano il movimento del Writing e della Street Art a metà: da un lato chi professa la fedeltà all'illegalità e alle pareti cittadine, dall'altro chi è disposto a eseguire i suoi lavori su tela o carta per esibirli e magari venderli. È notizia recente l'affollatissima inaugurazione del primo museo permanente e ufficiale dedicato all'arte urbana, l'*Urban Nation* a Berlino, che ha aperto i battenti a metà settembre e che fornisce un punto di vista fresco e nuovo sul tema dei musei dedicati a questo fenomeno. A seguire, ho ricercato la presenza della Street Art all'interno di alcune principali guide turistiche, fattore che denota come quest'arte stia effettivamente diventando un fattore di attrattiva per i viaggiatori. Altre interessanti declinazioni dell'arte di strada fuori dalle pareti delle città sono un progetto avviato da Google per la catalogazione e la salvaguardia di questa effimera forma artistica e la UrbanArt Biennale, realizzata in un sito tedesco patrimonio dell'umanità



dell'UNESCO. Nello scenario italiano ho potuto riscontrare due importanti esempi di come sia delicato il rapporto delle istituzioni artistiche quando si relazionano con l'arte di strada, ribelle per natura e che non sempre scende a compromessi: da un museo realizzato in un ex-macello alla discussione sul salvare la Street Art a costo di sacrificarne alcuni aspetti caratterizzanti, passando per le polemiche che un'organizzazione poco definita e una comunicazione poco chiara possono generare.

L'ultima parte è dedicata agli attori dell'arte di strada. Non sono infatti solo gli artisti a recitare sul palcoscenico urbano: nonostante infatti i veri protagonisti siano gli autori delle opere, intervengono numerosi altri protagonisti. Dei primi ho studiato le modalità di comportamento in relazione alle istituzioni, osservando che spesso si riuniscono in associazioni per ottenere una maggiore rispettabilità e accettazione. Una menzione speciale va a *INWARD - Osservatorio sulla Creatività Urbana*, organismo primo del suo genere al mondo che ha come obiettivo la valorizzazione di Street Art, urban design, graffiti e muralismo. I principali interlocutori con cui si rapportano gli street artist sono le amministrazioni comunali e le pro loco, inoltre ogni anno vengono pubblicate decine di bandi che promuovono interventi di arte urbana. Importante ovviamente è la comunità ospitante delle opere di Street Art: che si tratti di rivalutazione urbana o festival, è infatti necessario che la cittadinanza accetti l'intervento, perché solo grazie alla comprensione questo fenomeno può fiorire e dare risultati positivi. Per concludere lo spettatore, il turista che comprende e ammira gli interventi eseguiti dagli artisti.

Nonostante la maggior parte della Street Art "spontanea" sia considerata illegale, gran parte di essa rivela la diversità dell'arte pubblica, della strada. Ironica, di critica, studiata, improvvisata, improvvisa, la Street Art dona ai luoghi in cui è realizzata un carattere unico. Basti pensare agli Space Invaders di Manchester o alle opere londinesi di Banksy, anche questi sono dettagli che ci fanno ricordare un luogo e lo rendono unico, che ci lasciano intuire quanto la città sia creativa e segnalano un'attiva comunità artistica.

L'arte gioca un ruolo fondamentale nell'esperienza turistica e nello specifico l'arte di strada ci permette di interagire ed essere coinvolti nella vera essenza dei luoghi in cui si trova grazie al suo carattere *site-specific*. Nei casi in cui invece è conservata in appositi

musei, questi consentono di scoprirla nella sua interezza, apprezzando le capacità artistiche di artisti non ancora ufficialmente considerati tali. L'importante è comunque che tra gli street artist e qualsiasi istituzione voglia fare delle loro opere un richiamo turistico si apra un dialogo chiaro e trasparente, per evitare imbarazzanti equivoci e ripercussioni.

Ciò che mi propongo di fare con questo elaborato è definire quanto e come la Street Art possa essere considerata un *boost* per il turismo di una località. Ovviamente non si tratta di un turismo di massa né tantomeno può configurarsi come il maggiore fattore di attrattiva di un luogo, tuttavia può andare a occupare quei piccoli spazi interstiziali che restano esclusi dalle grandi vie turistiche. Se utilizzato con furbizia e attenzione all'evoluzione culturale della società, questo fenomeno può ritagliarsi uno spazio all'interno delle località in cui è realizzato e arricchirle sotto vari punti di vista, sociali, economici e turistici.

Il motivo che mi ha spinto a scegliere questo argomento è mostrare anche a chi non conosce il mondo della Street Art quanto questa possa rivelarsi un interessantissimo elemento culturale del nuovo millennio. Per questo ho voluto affrontare questo tema ancora poco conosciuto e apprezzato rispetto a quello che è e quello che sta diventando: un fenomeno che si insinua in ogni città, che è sempre sotto gli occhi di tutti e che potrebbe un giorno essere testimonianza della nostra attuale epoca.



## Capitolo 1. Capire la Street Art

«Street Art is in motion and the simple act of giving it a name, of reducing it to a word or an expression is problematic. Style Writing, Graffiti, Subway, Art, Stencil Art, Street Art... How is anyone supposed to define the most important artistic movement of our brand new century?»

Magda Danysz<sup>1</sup>

Da qualche tempo ormai le nostre città sono un po' più colorate: i muri sono diventati tele per artisti anonimi che vogliono abbellire il mondo con le loro opere. Ma cos'è la Street Art? Emersa dai semplici graffiti, è riuscita a guadagnare l'attenzione di tutti e in molti la guardano con positività, al punto da inaugurare musei e festival a tema e commissionare la pittura delle grigie mura cittadine. Eppure resta in un limbo, né autorizzata come la Public Art, né condannata come imbrattamento. Di seguito cercherò di definire il tema di questa trattazione, la Street Art, per poi riuscire a collocarla nel mondo del turismo.

La Public Art è una forma d'arte che interviene nello spazio pubblico solitamente accessibile a chiunque: essa prevede installazioni artistiche di vario genere che spesso stimolano l'interazione dello spettatore. Nasce attorno agli anni Trenta negli Stati Uniti con fini propagandistici e a essa vengono dedicati alcuni programmi all'interno del New Deal del presidente Roosevelt; a partire dagli anni Settanta perde il carattere propagandistico degli inizi e si assiste all'espansione del fenomeno su scala mondiale.

Non è da ignorare l'importanza del luogo dell'arte pubblica, lo spazio pubblico, caratteristica fondamentale anche per l'arte di strada. Altri elementi fondamentali condivisi da entrambe sono il concetto di *site-specific* e il rapporto con il pubblico, nozioni che saranno approfondite all'interno della trattazione. Ciò che maggiormente separa la Public Art dalla Street Art è la legalità: la prima, essendo nata come programma governativo, non ha mai dovuto combattere per ottenere dei riconoscimenti

---

<sup>1</sup> Danysz M., Dana M.N., *From Style Writing to Art: A Street Art Anthology*, Roma, Drago, 2010. (L'arte di strada è in movimento e il semplice atto di darle un nome, di ridurla a una parola o a un'espressione è problematico. Style Writing, Graffiti, Subway Art, Stencil Art, Street Art... Come si fa a definire il più importante movimento artistico del nostro nuovo secolo?)

in quanto arte; la seconda, invece, originatasi nelle periferie e derivante dal graffitismo, ancora oggi affronta problemi di accettazione sociale e legale. Non ritengo tuttavia necessario soffermarmi oltre su questo genere in quanto a mio parere troppo distante come origini rispetto all'arte di strada e troppo ampio nella sua concezione di arte "pubblica". Concentrerò la mia analisi piuttosto sulle differenze e sulle similarità che intercorrono tra Graffiti Writing e Street Art, movimenti più vicini sia dal punto di vista temporale che spaziale.

Nel corso degli anni si è cercato più volte di definire semanticamente il fenomeno che ora conosciamo come Graffiti Writing. Il primo riscontro della parola "graffiti" lo si può individuare da parte dei giornalisti statunitensi attorno agli anni Settanta per indicare l'applicazione, tipicamente illegale, di *tag* sulle superfici della città di New York: la connotazione data alla parola è chiaramente dispregiativa. Nel tentativo di etichettare questa corrente, in passato è stato spesso utilizzato il termine "Graffiti Art", ciononostante questo risulta inappropriato data la natura del fenomeno: i primi protagonisti del movimento infatti non iniziarono ad applicare i loro *tag* nel tentativo di entrare nel mondo dell'arte, né tantomeno si consideravano artisti, anzi, era piuttosto loro volontà uscire dagli schemi dell'arte istituzionalizzata. Per questo il suffisso "art" rappresenta in maniera inaccurata questo genere. La scelta di chiamarlo "Graffiti Writing" risulta per questo secondo me essere la più giusta: non costringe i suoi esponenti a sottostare a una definizione troppo stretta e al contempo incorpora la sua essenza, ovvero la scrittura, onnipresente dal semplice *tag* di protesta e rivalsa sociale delle origini, fino agli affinamenti stilistici e svariate modifiche che subirà con il passare del tempo.

"Street Art" è l'etichetta più comunemente usata per definire il movimento artistico contemporaneo evolutosi dal Writing. Secondo alcuni<sup>2</sup>, il termine include diverse modalità di esecuzione, come graffiti, stencil, poster, installazioni luminose, mosaici. Per altri<sup>3</sup> certi stili non possono essere invece inclusi, come ad esempio John Fekner, che definisce la Street Art come "tutta l'arte nelle strade che non sia graffiti".

---

<sup>2</sup> Danysz M., Dana M.N., *From Style Writing to Art: A Street Art Anthology*, Roma, Drago, 2010.

<sup>3</sup> Lewisohn C., *Street Art: The Graffiti Revolution*, Tate, 2008.

Ai fini della mia trattazione, considererò il fenomeno della Street Art quanto più possibile separato da quello del Graffiti Writing e dedicherò il seguente capitolo a cercare di definirne le sfocate linee di confine.

### **1.1 Distinguere Graffiti da Street Art**

La Street Art acquista notorietà agli inizi del nuovo millennio. Come vedremo più dettagliatamente nel capitolo dedicato alla sua evoluzione storica, questa deve le proprie origini principalmente al Graffiti Writing e ne è da alcuni considerata il naturale erede. Con il predecessore, l'arte di strada condivide similarità e differenze che mi impegnerò a illustrare per meglio comprendere entrambi gli stili.

Iniziando da ciò che accomuna le opere di writer e street artist, innanzitutto risulta naturale notare il luogo in cui esse sono eseguite, ovvero la strada, o meglio una qualsiasi superficie non convenzionale dell'ambiente urbano dove il lavoro possa essere osservato. È infatti questo il secondo punto in comune: la volontà e la necessità di essere visti, di far percepire al resto del mondo la propria presenza grazie a lavori lasciati dove meno ce li si aspetta. Altro punto in comune è l'anonimato: dato il carattere fondamentale illegale di queste due espressioni artistiche, solitamente chi le esegue preferisce non far trapelare la propria identità e spesso utilizza un pseudonimo. Non mancano comunque casi in cui gli artisti hanno rivelato la loro identità, soprattutto in concomitanza con l'aumentare del loro successo, oppure per poter lavorare su commissione. Altri invece sfruttano il loro celarsi nell'ombra come azione di marketing, come ad esempio Banksy.

Tuttavia pur convivendo sulle pareti cittadine, Street Art e Writing parlano a pubblici differenti con diversi linguaggi. I writer comunicano tra loro all'interno della medesima comunità, i *tag* sono intricati e indecifrabili per gli estranei, non vogliono essere compresi. La Street Art invece invita apertamente il pubblico a interagire, osservare e discutere. Anche la tipologia di opera è quindi differente: lo street artist solitamente non utilizza caratteri scritti, ma si basa per lo più su immagini, spesso già progettate in studio, mentre il Graffiti Writing riduce il messaggio all'essenziale, il *tag*, per poi espandere questa forma distillata tramite espedienti visivi (ripetizione, ingrossamento delle lettere, aumento della scala). Altra differenza è lo strumento utilizzato per

eseguire i lavori: i writer tendenzialmente utilizzano marker o vernice spray, mentre gli street artist spaziano anche verso altri materiali e tecniche, come ad esempio stencil, sticker, poster e murali. È comunque necessario specificare che talvolta i due generi possono sovrapporsi e può risultare complesso distinguerne i confini.

L'arte di strada si declina secondo diversi numerosi stili o sotto-generi. Di seguito alcuni dei principali, accompagnati dai loro rispettivi artisti più rappresentativi: Stencil Art, ossia una delle prime espressioni di Street Art, con il suo pioniere Blek le Rat, che consiste nell'applicazione di colore tramite apposite maschere; Poster Art, tecnica preferita da uno tra i più brillanti artisti degli anni Duemila, Shepard Fairey, il quale applica tramite collanti le sue opere, precedentemente eseguite su supporto cartaceo; poi ancora Sticker Art, vale a dire adesivi, e le opere di pittura murale a mano libera, in Italia rappresentate principalmente da Blu, AliCè e Erica il cane.

## **1.2 Gli obiettivi della Street Art**

Riassumendo e arricchendo quanto finora detto, possiamo individuare quelli che ritengo i principali obiettivi della Street Art: la creazione di un'opera in uno spazio pubblico, usufruibile da tutti e che sappia abbellire la città.

Innanzitutto lo street artist desidera operare in un luogo pubblico, e il posizionamento diventa parte integrante del lavoro e del modo in cui esso è percepito. Quest'opera non è quindi destinata a un'audience definita, quanto piuttosto al passante casuale, che deve imbattersi nel lavoro, scoprirlo, esserne colpito senza aspettarselo. Il fattore dell'imprevedibilità gioca un ruolo fondamentale nell'opera di strada.

Oltretutto lo street artist generalmente trasmette un messaggio con la sua produzione artistica e lo scopo di ciò è produrre un dibattito interno allo spettatore, iniziarlo alla critica pur non essendo in una galleria d'arte o in un museo. Come dice Peat Wollaeger, la Street Art porta l'arte alle persone che normalmente non ne farebbero esperienza.<sup>4</sup> Essenziale è quindi l'interazione emozionale tra opera e pubblico, ottenuta tramite

---

<sup>4</sup> Young A., *Street Art, Public City. Law, Crime and the Urban Imagination*, Oxon/New York, Routledge, 2014.

tematiche di attualità (immigrazione, salvaguardia dell'ambiente e politica, per citarne solo alcune).

L'obiettivo dello street artist di collocare la propria opera in uno spazio pubblico e normalmente non destinato a espressioni artistiche crea un problema nella comprensione da parte della legge. Se dal punto di vista strettamente normativo le opere non autorizzate di Street Art sono ovviamente da considerare illegali, non mancano i casi di giudici che hanno assolto artisti denunciati, esempi che saranno affrontati nel quarto capitolo, dedicato nello specifico alla legislazione italiana. Negli ultimi anni tuttavia abbiamo assistito a una sorta di rinuncia a questo carattere unicamente illegale, con la partecipazione di moltissimi artisti a festival e muri concessi legalmente: questo non significa che lo stesso artista che partecipa a un'iniziativa autorizzata non compirà un'opera in un luogo dove non è lecito eseguirla, ma sottolinea comunque la volontà di molti street artist di far percepire la loro arte in maniera positiva e non per forza come un affronto alle autorità.

Infine, la Street Art può sì essere considerata una forma d'arte "ribelle", ma non può di certo considerarsi distruttiva e anzi, c'è la volontà insita nella maggior parte degli artisti di abbellire l'ambiente urbano in cui agiscono: gli artisti non vogliono quindi soltanto creare un dialogo con il passante. Per loro l'estetica del pezzo gioca un ruolo fondamentale. Alison Young riporta nel suo libro "Street Art, Public City. Law, Crime and the Urban Imagination"<sup>5</sup> dei commenti rilasciati da alcuni artisti: Pisa<sup>73</sup> dice che «quei luoghi che avevamo pitturato illegalmente sono finiti per essere più belli dopo piuttosto di quanto lo fossero prima» e, per Kaff-eine, la Street Art «rende [un luogo fatiscente] un po' più bello e più piacevole da visitare per le persone». Banksy stesso approva questo punto di vista dicendo che «alcune persone diventano vandali perché vogliono rendere il mondo un posto più bello».

---

<sup>5</sup> Young A., *Street Art, Public City. Law, Crime and the Urban Imagination*, Oxon/New York, Routledge, 2014, pagina 30. (those things we painted illegally ended up being nicer afterwards than they were before»; «makes [a rundown space] a bit nicer and . . . makes it a more pleasant place for people to visit; some people become vandals because they want to make the world a better looking place).



### 1.3 Il *site-specificness*

Un'opera d'arte *site-specific* è creata per esistere in un determinato luogo. Un'artista che vuole compiere un lavoro di questo genere deve dunque considerare anche la *location* durante la progettazione e la creazione del suo pezzo, il quale potrà esistere solo all'interno del contesto per cui è stato creato: se dovesse essere cambiato o rimosso, ne andrebbe dell'intera comprensione dell'opera. Questa tipologia di lavori nasce negli anni Settanta come critica all'istituzione museale, che viene vista come restrittiva e limitante sia per gli artisti che per gli spettatori.

Come la Public Art o la Land Art, anche la Street Art è *site-specific*. Come già detto, essa condivide con i graffiti il luogo d'azione, ovvero le superfici cittadine, tuttavia le modalità con cui sono scelte non sono le stesse. Mentre i writer hanno come obiettivo quello di saturare lo spazio su cui lavorano (qualsiasi esso sia) per segnalare la propria presenza, per quanto riguarda la Street Art l'artista studia il luogo e in base a esso disegna il messaggio che poi andrà a dipingere: spesso si tratta di location con grande impatto emotivo, luoghi della storia contemporanea che hanno assistito a fatti importanti per l'epoca contemporanea. Ben noto è il dipinto di Keith Haring commissionatogli nel 1986 dal Mauermuseum di Berlino, raffigurante una lunga catena umana che simboleggiava l'unione dei due popoli tedeschi (dipinti in nero e rosso) su fondo giallo (i tre colori riprendono quelli della bandiera tedesca); quasi una sfida, distruggere il muro dipingendolo [Fig.1]. Trent'anni dopo Banksy intacca un altro muro, la barriera di separazione israeliana: qui il simbolo è una bambina che, grazie a dei palloncini, supera le separazioni imposte dal conflitto [Fig.2].



[Fig.1] Keith Haring, Muro di Berlino, 1986



[Fig.2] Banksy, Barriera di separazione israeliana, 2005

Da questo suo carattere contestuale nasce però un problema: la Street Art si può spostare? Come si devono giudicare i tentativi di musealizzazione compiuti negli anni passati e, soprattutto, come sono giudicati dagli stessi artisti? Anche in questo ambito troviamo posizioni contrastanti: da un lato abbiamo chi vede di buon grado la musealizzazione in quanto avvicina il movimento al mondo dell'arte, dall'altro c'è chi contesta a spada tratta il diritto (e il dovere) della Street Art di rimanere nel luogo in cui è stata concepita. Uno degli esempi più eclatanti degli ultimi anni è il caso di Blu, artista bolognese che ha cancellato tutti i suoi murales dalla città natia una volta che alcuni di questi erano stati prelevati dalle strade senza il suo consenso per essere esposti all'interno di una mostra.<sup>6</sup> Questo episodio sarà successivamente discusso all'interno del sesto capitolo.

---

<sup>6</sup> Smargiassi M., Bologna, *Blu cancella tutti i suoi murales: "No alla street art privatizzata"*, 12 marzo 2016, [http://bologna.repubblica.it/cronaca/2016/03/12/news/bologna\\_graffiti-135303806/](http://bologna.repubblica.it/cronaca/2016/03/12/news/bologna_graffiti-135303806/), (ultimo accesso settembre 2017).



## Capitolo 2. Evoluzione storica

La Street Art è un fenomeno complesso da definire e del quale sono difficili da individuare delle precise origini. Quel che è certo è che la sua genesi sia legata a doppio nodo con il Graffiti Writing, tuttavia è forte l'influenza anche di altre correnti artistiche del Novecento. I cugini di questo movimento sono il muralismo messicano, l'Art Brut e la Pop Art, che hanno contribuito in maniera più o meno incisiva alla formazione di un ambiente artistico in cui l'arte di strada e i graffiti hanno trovato terreno fertile.

Va ovviamente considerato anche l'ambito di sviluppo di questi due fenomeni, in particolar modo l'ambiente *underground* in cui il Graffiti Writing affonda le sue radici, che caratterizzerà il carattere di illegalità e sfida verso le autorità che rende tanto discusse queste due espressioni artistiche.

Data la vasta letteratura e le altrettanto vaste interpretazioni date al fenomeno, ritengo sia opportuno precisare le mie fonti: la seguente analisi sull'evoluzione del Graffiti Writing e della Street Art si basa principalmente sui libri<sup>7</sup> "Street Art: The Graffiti Revolution" scritto da Cedar Lewisohn, "Banksy. Urban Art in a Material World" di Ulrich Blanché e "From Style Writing to Art: a Street Art anthology" di Magda Danysz e Mary-Noëlle Dana, unitamente a fonti cartacee e reperite online opportunamente citate.

### 2.1 I predecessori

Graffiti Writing e Street Art prendono spunto da diverse fonti, senza le quali non sarebbero diventati i movimenti artistici e culturali che oggi conosciamo. Alcune delle principali sono il muralismo messicano, l'Art Brut e la Pop Art, movimenti artistici tutti responsabili, secondo misure più o meno grandi, di aver contribuito allo sviluppo dell'arte di strada.

---

<sup>7</sup> Lewisohn C., *Street Art: The Graffiti Revolution*, Tate, 2008.

Blanché U., *Banksy. Urban Art in a Material World*, Tectum Verlag, 2016.

Danysz M., Dana M.N., *From Style Writing to Art: A Street Art Anthology*, Roma, Drago, 2010.

## **Muralismo**

Il muralismo messicano è un movimento pittorico sviluppatosi attorno agli anni venti del Novecento, in seguito alla fine della rivoluzione messicana iniziata nel 1910.

L'idea di creare un gruppo di artisti che sapesse produrre un'arte capace di raggiungere e unire un popolo dilaniato da scontri durati un decennio fu dell'artista e nuovo ministro dell'educazione Jose Vasconcelos, precedentemente impegnato in opere di protesta sociale durante il conflitto, che lo suggerì al neo-eletto presidente Álvaro Obregón. Il governo iniziò quindi a commissionare ai migliori artisti messicani la pittura di murales in tutto lo stato. La scelta di utilizzare le immagini piuttosto che le parole fu dettata principalmente dalla loro immediatezza e dalla necessità di utilizzare un mezzo comprensibile da tutta la popolazione, all'epoca in gran parte analfabeta.

Gli autori che fecero la storia di questo movimento sono definiti "Los Tres Grandes", ovvero Diego Rivera, José Clemente Orozco e David Alfaro Siqueiros, i quali decisero di abbandonare la tela per spostarsi sui muri: il loro intento era quello di creare un'arte accessibile al popolo intero e che lo rappresentasse. I temi dipinti sulle pareti pubbliche delle città erano carichi di messaggi politici, nazionalistici e sociali, spaziando dall'epoca precolombiana alla conquista spagnola.

Come aveva previsto Jose Vasconcelos, questo movimento contribuì alla creazione di un'identità culturale in Messico e con il tempo uscì dai confini nazionali per espandersi dapprima al Sud e poi al Nord America, evolvendosi in tematiche e stili fino allo sviluppo della moderna Street Art.

## **Art Brut**

Il termine "Art Brut", letteralmente "arte grezza", fu inventato dal pittore e scultore parigino Jean Dubuffet per descrivere «opere eseguite da persone prive di cultura artistica, [che] (...) traggano tutto (...) dal proprio profondo e non da stereotipi dell'arte classica o dell'arte di moda.»<sup>8</sup> Durante la giovinezza Dubuffet si interessa ai disegni dei

---

<sup>8</sup>Jean Dubuffet, *L'art brut préféré aux arts culturels*, 1949, (Nous entendons par là des ouvrages exécutés par des personnes indemnes de culture artistique, dans lesquels donc le mimétisme, contrairement à ce qui se passe chez les intellectuels, ait peu ou pas de part, de sorte que leurs auteurs y tirent tout (sujets,

bambini e dei pazienti degli ospedali psichiatrici, i quali compiono una «operazione artistica pura, grezza, reinventata nell'inezienza di tutte le sue fasi dal suo autore, a partire soltanto dai propri impulsi (...) dove si manifesta la sola funzione dell'invenzione (...)»<sup>9</sup> Nel 1947 fondò la Compagnie de l'Art Brut, tra i cui appartenenti spicca André Breton, noto poeta e principale teorico del Surrealismo, per raccogliere e conservare opere di malati mentali e bambini.

Alla costante ricerca di espressioni artistiche istintive e impulsive, Dubuffet si avvicinò anche al Graffitismo, dove la forza dell'incisione esprime l'energia della creazione al suo stato più grezzo, e alle sue opere vengono spesso associati<sup>10</sup> i lavori di Jean-Michel Basquiat, uno dei precursori della Street Art.

## **Pop Art**

Movimento emerso attorno alla metà degli anni Cinquanta in Gran Bretagna e all'inizio degli anni Sessanta negli Stati Uniti, la Pop Art (Popular Art, arte popolare) nasce dalla crisi scatenata dalla nuova epoca industriale e dal consumismo post-bellico.

Questa corrente artistica influenza la Street Art per quanto riguarda la logica d'azione: la Pop Art riscatta l'oggetto del consumo e lo rende il protagonista della sua opera, mettendo in risalto le deformazioni di cui è stato oggetto dal consumismo delle masse; l'arte di strada invade gli spazi pubblici per sottolineare i problemi della contemporaneità, quasi obbligando i passanti a vedere le sue opere e a recepirne il messaggio.

Oltretutto gli artisti Pop utilizzano con insistenza serigrafia e altri mezzi a stampa seriale: la Street Art erediterà questo amore per la serialità, specialmente nelle sue declinazioni di Stencil Art e Sticker Art.

---

choix des matériaux mis en œuvre, moyens de transposition, rythmes, façons d'écriture, etc.) de leur propre fond et non pas des poncifs de l'art classique ou de l'art à la mode. Nous y assistons à l'opération artistique toute pure, brute, réinventée dans l'entier de toutes ses phases par son auteur, à partir seulement de ses propres impulsions. De l'art donc où se manifeste la seule fonction de l'invention, et non, celles, constantes dans l'art culturel, du caméléon et du singe).

<sup>9</sup> *Ibidem.*

<sup>10</sup> Fretz E., *Jean-Michel Basquiat: A Biography*, Westport (United States), Greenwood, 2010.

## 2.2 Il Graffiti Writing

Nella storia i graffiti sono sempre esistiti, assumendo nel tempo forme e funzioni diverse. Dalle prime incisioni e pitture rupestri presenti in tutto il mondo, le cui più importanti testimonianze in Italia si trovano in Valcamonica, passando per le scritte lasciate dagli antichi romani sulle mura dell'antica Pompei<sup>11</sup>, per arrivare poi al Rinascimento, dove la tecnica dello sgraffito veniva usata per decorare facciate degli edifici in alternativa alla tecnica pittorica dell'affresco.

Più recentemente, il graffito si ripresenta sul palcoscenico artistico contemporaneo rinnovandosi nei contenuti e nelle tecniche grazie all'invenzione della bomboletta spray: è l'avvento del Graffiti Writing.

Il Graffiti Writing nasce a Filadelfia, città statunitense nello Stato della Pennsylvania, verso la fine degli anni '60 e, sebbene sia difficile individuare il capostipite di questo movimento artistico, convenzionalmente i due writer a cui si attribuisce la paternità del fenomeno sono Cornbread e Cool Earl<sup>12</sup>. In breve tempo il fenomeno conquista anche la città di New York, dove iniziano ad apparire ovunque i cosiddetti *tag*<sup>13</sup>, eseguiti con la bomboletta spray o con i marker. I primi graffitisti sono caratterizzati da quello che lo street artist francese Christian Guémy, in arte C215, ha definito<sup>14</sup> uno "spirito romantico": i giovani delle grandi metropoli statunitensi vogliono lasciare il loro segno sui muri delle città, sfidandosi per conquistare i luoghi più irraggiungibili e dimostrare quindi grande coraggio. Il loro scopo non è piacere alla società, ma provocarla. L'unica approvazione che i primi giovani writer cercano è quella del gruppo di appartenenza, la *crew*. I motivi che spingono i primi giovani artisti, spesso appartenenti a minoranze etniche e sociali, sono legati a una forte volontà di affermazione e rivalsa tramite l'impossessamento dello spazio pubblico, protestando contro una società che li emarginava.

---

<sup>11</sup> Lewisohn C., *Street Art: The Graffiti Revolution*, Tate, 2008.

<sup>12</sup> Gray S., *20th Century Graffiti – The Rise of Graffiti Art*, <http://www.widewalls.ch/20th-century-the-rise-of-graffiti/>, (ultimo accesso settembre 2017).

<sup>13</sup> Il *tag* è la firma, lo pseudonimo dell'artista o della gang, che una volta rielaborato secondo una calligrafia studiata dal writer, viene apposto sulle superfici che intende marchiare.

<sup>14</sup> C215, *Graffiti, street art, muralisme... Et si on arrêtait de tout mélanger?*, 6 novembre 2013, <http://tempsreel.nouvelobs.com/rue89/rue89-rue89-culture/20131106.RUE9974/graffiti-street-art-muralisme-et-si-on-arretait-de-tout-melanger.html>, (ultimo accesso settembre 2017).

Nel 1971 il New York Times dedica un articolo<sup>15</sup> a un giovane writer, producendo di fatto il primo documento scritto sul writing: l'allora diciassettenne di origine greca Taki 183 (diminutivo di Dimitraki) è il primo artista ad acquisire rilevanza mediatica e questo contribuisce a una considerevole diffusione del fenomeno.

Tra il 1972 e il 1973 il Graffiti Writing è ormai ampiamente diffuso nelle grandi città nordamericane: se i primi a essere "bombardati"<sup>16</sup> erano stati i muri, molto presto anche le cabine telefoniche, le cassette postali, i sottopassi, gli autobus vengono presi d'assalto, fino a colpire i vagoni delle metropolitane, all'inizio all'interno e poi all'esterno. È proprio lungo le linee della metropolitana di New York, le quali raggiungono ogni angolo della città, che il fenomeno assume la sua connotazione più competitiva, una gara alla ricerca della notorietà: gli artisti si sfidano per il titolo di *king*, il re, i cui pezzi sono i più visibili, grandi e belli ed eseguiti nei luoghi più rischiosi e con maggiore abbondanza.

Nel 1972 il sindaco della città di New York dichiara la prima "War on graffiti", con l'obiettivo di eliminare la piaga che stava affliggendo la metropolitana, procedendo sia con la pulizia che con la rimozione dalla circolazione dei vagoni interessati, ma all'epoca il provvedimento non ebbe grandi effetti sul fenomeno e anzi, la competizione e il senso di sfida dell'autorità si intensificarono sulle carrozze rese inconsapevolmente nuove tele bianche per i writer.

L'espansione del fenomeno porta a un numero sempre maggiore di writer: per emergere e distinguersi dalla massa è necessario trovare altre soluzioni. I *tag* si evolvono e comincia a diventare sempre più importante l'estetica del pezzo, non più solo la ridondanza della firma nell'ambiente urbano e il concetto di territorialità. Inizia una vera e propria ricerca artistica e assume notevole rilievo lo studio della calligrafia (*lettering*) e dei colori, influenzati da fumetti e loghi pubblicitari; lentamente si inizia ad affinare il fenomeno del Graffiti Writing, inserendo sempre più elementi artistici all'interno delle opere. Si introduce il concetto di *piece*, "pezzo", che deriva dal termine *masterpiece* (capolavoro), per indicare le nuove firme che si affiancano ai *tag*: i pezzi

---

<sup>15</sup> Don Hogan Charles, *Taki 183' Spawns Pen Pals*, New York Times, 21 luglio 1971, pagina 37.

<sup>16</sup> Utilizzo il verbo *bombardare* come italianizzazione dell'inglese *bombing*, utilizzato dai writer per indicare la ripetizione seriale della loro firma su una superficie.



occupano pareti intere, decorati e colorati, e il punto d'arrivo dello stile sarà definito *wildstyle*.

Parallelamente alle battaglie per la rimozione dei graffiti, il mondo dell'arte inizia invece a riconoscerne la valenza artistica, anche grazie all'evoluzione estetica che sta avvenendo all'interno del movimento. Nel 1972 avviene il primo tentativo di istituzionalizzazione per mano di Hugo Martinez, sociologo del City College di New York, che, resosi conto del potenziale artistico del fenomeno del Writing, avviò un progetto chiamato UGA (United Graffiti Artists). Martinez selezionò diversi writer affinché esponessero le loro opere all'interno della Razor Gallery di New York: questa permise per la prima volta agli artisti di esporre i loro graffiti su tela all'interno di un contesto formale come una galleria d'arte. Nel 1973 viene pubblicato un articolo<sup>17</sup> sul New York Magazine, in cui viene presentata una hit parade dei pezzi vincitori dei Taki Awards, istituiti dallo stesso magazine in onore di Taki 183, mentre l'anno successivo esce un libro<sup>18</sup> illustrato contenente fotografie a colori delle opere. Questi sono alcuni dei primi importanti segnali di riconoscimento pubblico del potenziale degli artisti del Graffiti Writing.

Dopo l'esperimento di Hugo Martinez è la volta di Stefan Eins, che nel 1978 affitta uno scantinato nel Bronx e lo trasforma in uno spazio artistico che chiamerà Fashion Moda: questo avrà un ruolo importantissimo come organizzatore di eventi nel Bronx, tra cui il primo graffiti show (1980), il The South Bronx Show (1981) e il Graffiti Production Inc., laboratorio e negozio di oggetti prodotti da writer.<sup>19</sup> Tuttavia l'evento più importante per Fashion Moda ebbe luogo nel 1982, quando l'organizzazione ricevette l'invito per partecipare a Documenta 7, esposizione internazionale quinquennale di arte contemporanea, tenutasi a Kassel, Germania: la presenza del gruppo a un evento di così grande importanza contribuì definitivamente alla consacrazione del Graffiti Writing al mondo dell'arte.

Tra gli artisti che lavorarono al Fashion Moda spiccano sicuramente Keith Haring e Jean-Michel Basquiat, divenuti poi celebri a livello mondiale. È doveroso però precisare che

---

<sup>17</sup> Goldstein R., *The Graffiti 'Hit' Parade*, New York Magazine, marzo 1973.

<sup>18</sup> Mailer N., *The Faith of Graffiti*, Dey Street Books, 1974.

<sup>19</sup> Per un maggior approfondimento si veda Lucchetti D., *Writing. storia linguaggi arte nei graffiti di strada*, Castelvechi, 1999.

nessuno dei due si considerava un graffitista, nonostante i contatti di entrambi con il movimento. Per quanto riguarda Haring, tali sono le sue dichiarazioni che emergono da un'intervista<sup>20</sup> rilasciata all'Interview Magazine nel dicembre 1984, in un dibattito con Andy Warhol e Roy Halston Frowick: alla domanda di Halston su come egli preferisca chiamare la sua arte, Haring risponde "I call it drawing.", definendo il suo operato come semplici disegni, senza utilizzare specificatamente il termine "graffiti", nonostante le collaborazioni con esponenti importanti del movimento e i suoi primi lavori svolti nelle metropolitane di New York. Jean-Michel Basquiat, d'altro canto, apprezzava il lavoro degli spray artist, ma non voleva essere considerato tale solo per aver realizzato alcuni lavori in strada agli inizi della sua carriera, ritenendo addirittura che considerare il suo lavoro come fondato sul Graffiti Writing fosse una sorta di razzismo.<sup>21</sup> Entrambi utilizzarono quindi la forza comunicativa dei graffiti come uno strumento per irrompere nel sistema convenzionale dell'arte (ambidue esporranno per la prima volta in galleria nel 1982), ma le loro opere saranno ricordate spesso in associazione agli albori della street art.

Gli anni Ottanta saranno all'insegna di un caos sfrenato all'interno del movimento. Se inizialmente infatti il Writing era nato come rivolta espressiva con lo scopo ben preciso di essere una contestazione all'istituzionalizzato mondo dell'arte, i numerosi riconoscimenti ottenuti proprio da parte di quest'ultimo iniziarono a far gola a molti giovani. Il movimento si spaccò. Da un lato c'erano i puristi, coloro che non ambivano alla fama e alle lodi e che credevano che il Writing appartenesse unicamente ai sobborghi e ai treni, dove i riconoscimenti sarebbero arrivati unicamente da altri writer. Per loro, cedere alla fama era come tradire le proprie origini. Dall'altro lato, c'erano coloro che vedevano nei graffiti una possibilità di successo, un modo per poter accedere al mondo dell'arte, proprio come fecero Haring e Basquiat. Per questi invece, scendere a compromessi per poter continuare il loro percorso artistico in salita non era un problema. E mentre il fenomeno del Writing "puro" continuava a dilagare nelle periferie, nelle gallerie, nei musei e nei primi muri dati in concessione emergevano i futuri grandi artisti.

---

<sup>20</sup> Halston, Petrarca E., Warhol A., *New Again: Keith Haring*, 8 luglio 2013, <http://www.interviewmagazine.com/art/new-again-keith-haring/>, (ultimo accesso settembre 2017).

<sup>21</sup> Hoban P., Basquiat. *Vita lucente e breve di un genio dell'arte*, a cura di Lo Porto T., Castelvechchi, 2006.

Nel frattempo, la battaglia per la rimozione dei graffiti dalla metropolitana, che in precedenza non aveva dato i risultati sperati, era ripresa con maggior vigore. La MTA (Metropolitan Transit Authority) di New York, grazie a una maggiore disponibilità di fondi, fu in grado di controbattere all'ondata di *tag* che stava soggiogando la città. I controlli si fecero più serrati e la rimozione dei graffiti divenne più efficace. Molti dei writer smisero di operare proprio in seguito alla tenace difesa dei treni da parte dell'MTA, mentre altri la percepirono come una nuova sfida. La mancanza di superfici portò a un aumento della territorialità e di conseguenza della micro-criminalità. Nel giro di poco tempo la MTA fu in vantaggio: nel 1986 buona parte delle linee era libera dai graffiti. Verso la fine del decennio iniziò un massivo ritiro dei vagoni vandalizzati e il 12 maggio 1989 fu dichiarata la vittoria sui graffiti: l'ultima carrozza fu rimossa e questo sancì la fine della corsa per il Subway Writing. Era la nascita di quello che è conosciuto come Clean Train Movement.

Tuttavia la vittoria ottenuta dall'MTA è da intendersi esclusivamente per quanto riguarda i puristi dello stile che ancora si concentravano sui vagoni con i loro *tag*, non per coloro i quali avevano ripreso a utilizzare le pareti delle città o che avevano iniziato a collaborare con il mondo dell'arte. Solo writer più agguerriti continuarono ancora a taggare le carrozze della metropolitana in quanto ritenevano che quello fosse il vero spirito del Writing, nonostante le loro firme venissero rimosse dopo poche corse.

Quanto detto finora si riferisce allo scenario statunitense.

In Europa, il fenomeno arriva tra gli anni Ottanta e Novanta soprattutto grazie a musica, film e libri. Nello specifico, il primo responsabile della diffusione del Graffiti Writing è la cultura hip hop. Questo movimento culturale, nato negli anni Settanta, raggiunge la popolarità negli anni Ottanta e i video musicali diffondono la *street culture* di New York in tutto il mondo. Tra i vari aspetti di questa cultura il Writing è uno dei principali che, accompagnando i nuovi ritmi e le nuove movenze, entra a far parte della vita di moltissimi giovani dell'epoca, non solo negli Stati Uniti, ma anche nel resto del pianeta. Nel 1983 escono in America il film *Wild Style* di Charlie Ahearn e il documentario *Style Wars* di Tony Silver e Henry Chalfant. Queste pellicole saranno fondamentali per la divulgazione mediatica della cultura hip hop e del Writing su scala planetaria. A seguire,

nel 1984, sarà pubblicato il libro fotografico *Subway Art* di Martha Cooper e Henry Chalfant, che sarà definito dalle successive generazioni di writer come “graffiti bible”.

I primi esponenti celebri del Graffiti Writing in Europa sono Blek le Rat a Parigi, attivo dal 1981, e Banksy a Bristol, che iniziò a partire dai primi anni '90, ma questi, utilizzando principalmente gli stencil nella realizzazione dei loro lavori, sono stati poi successivamente accomunati più alla Street Art che al Writing. A Blek le Rat si attribuisce infatti il titolo di “padre dello Stencil Graffiti<sup>22</sup>”, una delle nuove tipologie di graffiti che prende piede una volta sbarcati nel vecchio continente. Tuttavia è Banksy che porta in auge lo stile, con i suoi celeberrimi lavori che nella maggior parte dei casi lasciano trasparire un forte impegno politico.

In Italia, come nel resto dell'Europa, il Writing sbarca negli anni Ottanta. L'espansione è rapida e i centri di maggiore sviluppo sono Milano, Bologna e Roma. In queste città saranno organizzati alcuni dei primi grandi eventi dedicati ai graffiti, tra cui *Telepazzia*, nel 1982 a Bologna, e *Arte di frontiera: New York e graffiti*, sempre a Bologna, nel 1984.

Anche in Italia la diffusione del fenomeno interessa soprattutto i treni: il cosiddetto *trainbombing* da metà degli anni Novanta inizia a divenire un problema incontrollabile, al punto da spingere le Ferrovie Italiane a intervenire come la MTA di New York, dapprima limitandosi a cancellare i graffiti, per poi arrivare a pulire le carrozze con l'acido e applicare pitture protettive.

### **2.3 La Street Art**

È ormai chiaro che se il Graffiti Writing non si fosse diffuso su scala mondiale, la Street Art per come la conosciamo oggi non sarebbe mai nata.

Escludendo inconsapevoli pionieri del genere come Keith Haring o Jean-Michel Basquiat, i primi veri protagonisti indicati con il nome di street artist emergono a partire dagli anni 2000. L'origine di questa denominazione è difficile da rintracciare: il

---

<sup>22</sup> Stencil Graffiti: tipologia di graffiti più veloce da realizzare grazie all'utilizzo di stencil, ovvero maschere ritagliate su appositi materiali, che consentono di applicare la vernice nello spazio rimosso.

primo utilizzo del termine con la connotazione più simile a quella contemporanea è del 1985, ovvero un libro di Allan Schwartzman intitolato *Street Art*, ma è dal nuovo millennio che il vocabolo viene utilizzato per indicare un movimento.<sup>23</sup>

Come già illustrato nel primo capitolo, l'arte di strada vuole sedurre i suoi spettatori e i suoi pezzi sono facilmente comprensibili: è per questo che uno dei motivi del successo della Street Art è da attribuire a Internet, che diventa una vetrina planetaria per gli street artist in cerca di pubblico, ed ecco quindi che si spiega il perché dell'ascesa del fenomeno a partire dai primi anni 2000, quando anche a livello tecnologico si segnalano importanti innovazioni. Il web è utilizzato dagli artisti per promuovere le loro opere a livello internazionale e al contempo per trarre nuove fonti di ispirazione. Inoltre Internet assicurava l'anonimato e gli artisti non dovevano temere provvedimenti nei confronti delle loro opere illegali. Banksy, ad esempio, lanciò il suo sito internet il 15 agosto del 2000.<sup>24</sup> Tra le altre innovazioni tecnologiche che favorirono l'ascesa della Street Art agli inizi del ventunesimo secolo troviamo anche la diffusione di programmi di elaborazione digitale come Adobe Photoshop e lo sviluppo delle stampanti casalinghe, grazie alle quali produrre i propri stencil e sticker divenne più economico rispetto agli anni precedenti. Oltretutto, la velocità di realizzazione di questa prima Street Art era di gran lunga superiore al Graffiti Writing e le probabilità di essere colti in flagrante dalla polizia erano inferiori. Lo stesso Banksy ammetterà che questo è uno dei motivi per cui passò agli stencil.<sup>25</sup> Nel 2005 si potevano contare innumerevoli risultati relativi all'arte di strada nel web: su Flickr era possibile trovare immagini di lavori realizzati, su YouTube i video che immortalavano la creazione dei pezzi, mentre su siti come Wooster Collective attiravano numerosi lettori appassionati.

Il nuovo millennio è caratterizzato dall'aumento degli eventi legati all'arte di strada: festival, gallerie, fiere, musei gallerie, improvvisamente tutto il mondo vuole conoscere e avere i propri muri colorati. Perché è proprio questo quello che è successo: da atto di affronto e deturpamento quale era il Graffiti Writing, la Street Art si evolve per essere compresa e desiderata dal pubblico. Tant'è che oltre che all'interno di specifici eventi e

---

<sup>23</sup> Walde C., *Sticker City. Paper Graffiti Art*. Londra, 2006.

<sup>24</sup> Archivio web indicante la data di apertura del sito di Banksy, [http://web.archive.org/web/20000815000000\\*/http://www.banksy.co.uk](http://web.archive.org/web/20000815000000*/http://www.banksy.co.uk), (ultimo accesso settembre 2017).

<sup>25</sup> Banksy, *Banksy: Wall and Piece, Century*, 2005.

luoghi, ora la Street Art viene addirittura commissionata da enti privati o pubblici per decorare gli spazi.

Spostando il nostro sguardo nuovamente sul territorio nazionale, in Italia la Street Art arriva ufficialmente sul palcoscenico artistico nel marzo 2005, quando a Milano si svolge un importante evento internazionale, l'*Urban Edge Show*. «Per la prima volta uno sguardo leale e caleidoscopico sui 30 anni di storia dell'arte urbana dagli anni '70 ad oggi»<sup>26</sup>, così viene presentata la mostra: un turbinio di esibizioni, *performance live*, concerti ed esposizioni per «affermare la propria esistenza, una spontanea dichiarazione del proprio mondo.»

Sempre a Milano, nel 2006 arriva *Beautiful Losers. Contemporary Art and Street Culture*, un'importante mostra collettiva itinerante nata in Ohio nel marzo 2004 e proseguita in varie tappe internazionali fino al 2009. All'edizione milanese parteciparono importanti artisti internazionali come Shepard Fairey (presente anche all'*Urban Edge Show*).

Il 2007 sancisce la consacrazione della Street Art italiana con la mostra *Street Art, Sweet Art*, svolta al Padiglione di Arte Contemporanea di Milano, il cui catalogo diventò il *vademecum* del movimento nazionale. Nel 2017, presso la stessa sede, è stato tenuto un ciclo di conferenze, workshop ed eventi dal titolo *Street Art, Sweet Art. Dieci anni dopo* per riflettere sul significato che ha assunto oggi il fenomeno.

## **2.4 Valore commerciale**

Tra gli anni Novanta e il Duemila la diffusione internazionale dei Graffiti e della Street Art inizia ad attirare l'attenzione di svariati protagonisti del mercato. Si cominciano a commissionare lavori di vario genere agli artisti, che in contemporanea lanciano i primi siti online in cui pubblicizzare le proprie opere e, in un successivo momento, venderle.

In breve tempo il fenomeno diviene talmente conosciuto, soprattutto grazie a Internet, che si iniziano a organizzare le prime mostre, prima all'estero e successivamente in

---

<sup>26</sup> Dal comunicato stampa del 3 marzo 2015 dell'evento, consultabile all'indirizzo <http://1995-2015.undo.net/it/mostra/24001>, (ultimo accesso settembre 2017).

Italia. Seguono gallerie, musei, festival ed eventi di vario genere e nelle città iniziano a nascere visite guidate alla scoperta dei muri dipinti.

Per prime, ci furono le commissioni. Numerosi locali come discoteche, negozi d'abbigliamento, pub e bar iniziarono a entrare in contatto con i writer per affidare loro la pittura delle loro pareti. Il tema, le forme e i colori erano precedentemente concordati, come d'altronde spesso succede tutt'oggi per i muri legali o per i festival, ma per gli artisti questa rappresentava una delle prime occasioni di guadagnare tramite la loro arte, facendo ciò che amavano fare e senza temere le forze dell'ordine. I "puristi" disapprovavano questa pratica, ma in molti fra i giovani la sfruttarono per ottenere visibilità, fare pratica e ricevere un compenso.

In seguito, anche grandi marchi come Nike, Converse e Vans, cavalcando la diffusione della musica hip hop e rap e della cultura dello skating, si affidano agli artisti per creare capi di vestiario originali e accattivanti destinati al loro pubblico giovanile. Il fascino subito dal settore della moda per il Writing non viene meno negli anni successivi, anzi. Ad esempio, nel 2001, il celebre fashion designer Stephen Sprouse disegnerà per Louis Vuitton una serie di borse decorate da graffiti, mentre nel 2015 Moschino per la sua collezione autunno/inverno trarrà spunto dalla Pop Culture e dai graffiti.<sup>27</sup>

Perché questo fascino? «L'idea – oserei dire mito – che i graffiti siano una sottocultura ribelle e quindi incompatibile con la moda nasce dall'artista francese Jean Dubuffet che conì il termine 'art brut' ovvero grezza, cruda. Per Dubuffet i graffiti che vide negli anni Quaranta e Cinquanta per le strade erano una forma di arte grezza non addomesticata dalla società. Questa crudezza, tuttavia, è stata perduta da tempo.»<sup>28</sup> spiega Jonathan Jones, critico d'arte che scrive per la testata inglese The Guardian, in merito al rapporto dei graffiti con la moda.

Altro settore interessato è quello della pubblicità.

---

<sup>27</sup> Phelps N., *Moschino Fall 2015 Ready-to-Wear Collection*, 26 febbraio 2015, <http://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2015-ready-to-wear/moschino>, (ultimo accesso settembre 2017).

<sup>28</sup> Ferrier M., *From the car park to the catwalk: how fashion embraced street art*, The Guardian, 12/05/2015 (The idea – I'd go as far as to say myth – that graffiti is a rebel subculture and therefore incompatible with fashion originates with the French artist Jean Dubuffet who coined the term 'art brut' meaning 'raw art'. For Dubuffet the graffiti he saw on 1940s and 50s streets was a form of raw art untamed by society. This rawness, however, has long since been lost). <https://www.theguardian.com/fashion/2015/may/12/from-the-car-park-to-the-catwalk-how-fashion-embraced-street-art>, (ultimo accesso settembre 2017).

L'industria dell'*advertising* si basa sulla comprensione dei trend sociali e culturali, sulla base dei quali i team creativi decidono di produrre delle campagne pubblicitarie efficaci. Ecco quindi che, dai primi anni Duemila, grandi marchi mondiali come Toyota, Microsoft e Smirnoff commissionano a gruppi di artisti lavori di Writing o Street Art utilizzati per pubblicizzare i loro prodotti.

Un'interessante tecnica utilizzata è quella dei *reverse graffiti*, eseguiti rimuovendo lo sporco dalla superficie (muro, marciapiede, strada), creando quindi un contrasto con la parte pulita. A differenza dei graffiti tradizionali, i *reverse graffiti* operano in un'area legalmente ambigua, in quanto tecnicamente non catalogabili come imbrattamento. Oltretutto, risultano più ecologici poiché non vengono utilizzati né spray né poster.

Infine, per presentare due ulteriori settori del mercato "invasi" dalla Street Art e dal Writing, presenterò due artisti emblematici di questo movimento: Shepard Fairey, meglio noto come *Obey*, maestro dell'autoimprenditorialità, e il misterioso Banksy, uno dei protagonisti indiscussi del mercato dell'arte contemporanea.

#### **2.4.1 *Obey* - Shepard Fairey**

Nato in South Carolina nel 1970, Shepard Fairey è conosciuto in tutto il mondo con lo pseudonimo *Obey*. Il nome deriva dal film distopico di John Carpenter *They Live* (nella versione italiana, *Essi Vivono*) del 1988, nel quale il protagonista scopre, grazie a degli speciali occhiali, che il mondo non è quello che appare: gran parte delle persone sono infatti alieni che stanno colonizzando il pianeta e i cartelloni pubblicitari celano messaggi subliminali come "*Consume*", "*Reproduce*" e, appunto, "*Obey*". La sua scalata verso la notorietà inizia nel 1989, quando crea il suo celebre sticker ritraente il volto del wrestler francese André René Roussimoff, chiamato André the Giant, prendendo l'immagine da una rivista. Sotto al viso del lottatore Fairey scrive la frase "André the Giant has a posse".<sup>29</sup>

Utilizzando poster, stencil e sticker, *Obey* con le sue opere denuncia il consumismo e altri problemi della società contemporanea.

---

<sup>29</sup> *Posse* significa banda, gang, squadra.



Dopo la laurea in illustrazione conseguita nel 1988 alla Rhode Island School of Design, Fairey avvia una piccola azienda di stampa che gli permette di guadagnare grazie ai suoi lavori (prevalentemente t-shirt e sticker). Tra il 1997 e il 2003 lavora presso lo studio di design BLK/MRKT Inc., fondato con i colleghi Dave Kinsey e Phillip DeWolff. Questa attività lo porterà a collaborare con grandi aziende come Pepsi e Hasbro. Nel 2003 fonda con la moglie Amanda Fairey l'agenzia di design *Studio Number One*, oggi uno dei più importanti studi degli Stati Uniti.

Nel 2001 crea *Obey Clothing*, linea di abbigliamento che per Shepard Fairey diventa «un'altra tela per diffondere la sua arte e il suo messaggio alle persone»<sup>30</sup>. A testimoniare il suo attivismo e il suo impegno per il sociale, l'*Obey Awareness Program* dona periodicamente il 100% dei profitti ricavati dalle vendite di determinati capi della linea d'abbigliamento a organizzazioni no-profit da lui supportate.

La sua più celebre opera, che lo fa conoscere al mondo intero, è il poster realizzato nel 2008 per la campagna presidenziale americana dei Barack Obama, *Hope*.

Protagonista indiscusso della scena internazionale della Street Art e continuo ospite di mostre ed esposizioni mondiali, Fairey affianca alle sue carriere di graphic designer, illustratore, imprenditore e attivista quella di street artist, continuando comunque a lavorare per le strade delle città.

#### **2.4.2 The Banksy Effect e il mercato dell'arte**

La Street Art vive una grande contraddizione interna per la quale, mentre gli artisti di strada sono arrestati per atti vandalici compiuti nelle città, nelle gallerie e nelle case d'asta le loro opere vengono vendute a quotazioni stratosferiche.

Ma da chi ha avuto inizio questo fenomeno? Colui al quale viene attribuito il titolo di apripista della Street Art al mercato dell'arte è Banksy, l'anonimo artista che ha visto una sua tela venduta all'asta da Sotheby's per più di un milione di dollari.<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> (clothing became another canvas to spread his art and message to the people.)  
<http://zine.obeyclothing.com/about/>, (ultimo accesso settembre 2017).

<sup>31</sup> *Keep it Spotless*, spray su tela, 2007, per 1.870.000 dollari,  
<http://www.sothebys.com/en/auctions/ecatalogue/2008/auction-red-n08421/lot.34.html>, (ultimo accesso settembre 2017).

Originario di Bristol, Banksy inizia la sua carriera come writer verso i primi anni Novanta, nella crew *Bristol's DryBreadZ*. In un primo momento lavora prevalentemente a mano libera, utilizzando occasionalmente gli stencil, che invece a partire dal Duemila diventeranno il tratto caratteristico e predominante dei suoi lavori. Le sue opere sono caratterizzate da immagini suggestive e provocatorie, spesso denotate da un forte impegno politico. Dal caso del 2003 alla Tate Gallery di Londra, dove appende al muro la celebre tela intitolata *Crimewatch UK Has Ruined the Countryside For All of Us*, entra di nascosto in numerosi musei per lasciare opere di denuncia della società moderna. Nel 2005 avvia il progetto *Santa's Ghetto*, con il quale punta alla sensibilizzazione del mondo sulla questione israelo-palestinese tramite dei lavori che ritraggono bambini in scene idilliache o che si allontanano simbolicamente dal conflitto. Negli anni a seguire organizza vari eventi che lo portano periodicamente sotto i riflettori, come il *Cans Festival* del 2008 in un tunnel in disuso di Londra e il progetto *Better Out Than In* del 2013 a New York. Assieme ai suoi lavori su muro, Banksy realizza anche opere su tela che destina a esposizioni in gallerie o alla vendita all'asta i cui proventi sono spesso destinati in beneficenza.

Banksy è diventato un'icona per la società contemporanea, avvicinando l'arte alle persone e rendendo nota a tutti la Street Art. Ciò che ha fatto è stato creare un mercato per un'intera categoria di artisti che ora possono guadagnarsi da vivere con i loro lavori: questo è l'effetto Banksy.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> Marc, *The "Banksy Effect"*, 13 febbraio 2007, <http://www.woostercollective.com/post/the-banksy-effect>, (ultimo accesso ottobre 2017).



## Capitolo 3. Legislazione italiana

Prima di addentrarmi all'interno del vero tema della tesi, ovvero il valore economico e turistico della Street Art, è però necessario fare alcune precisazioni in merito al rapporto che quest'arte ha con la legge, nel nostro caso quella italiana. Fin dalle sue origini la Street Art è sempre stata protagonista di un'ambivalenza giuridica, tra l'illecito e il lecito.

In questo capitolo spiegherò in cosa consistono i reati di deturpamento, imbrattamento e danneggiamento, prestando attenzione al concetto di proprietà e di consenso. Le fonti del diritto italiano di seguito analizzate provengono dal Codice Penale, dal Codice Civile e dalla Costituzione italiana.<sup>33</sup>

Per concludere, riporterò degli esempi di come la giurisprudenza si sia occupata di denunce a carico di alcuni street artist, con particolare riguardo ai casi in cui questi siano stati assolti e alle motivazioni di questa scelta.

### 3.1 Imbrattamento, deturpamento e danneggiamento

Nel Codice Penale in riferimento alle ipotesi di reato per le quali possono essere puniti graffiti e Street Art troviamo innanzitutto l'articolo 635 e l'articolo 639.

L'articolo 635 si riferisce al danneggiamento e recita che «chiunque distrugge, disperde, deteriora o rende, in tutto o in parte, inservibili cose mobili o immobili altrui (...) è punito con la reclusione da sei mesi a tre anni». La possibile applicazione al fenomeno della Street Art è da individuare al secondo comma, il quale indica tra le cose altrui anche edifici pubblici o destinati ad uso pubblico, cose di interesse storico o artistico, immobili compresi nel perimetro dei centri storici e immobili con lavori in corso. Per questi, qualora l'imputato non si opponga, il giudice può optare per la concessione della sospensione condizionale della pena, subordinata alla riparazione del danno, oppure

---

<sup>33</sup> Fonti apprese dalla consultazione dei siti giuridici <http://www.brocardi.it> e <http://www.altalex.com>, (ultimo accesso agosto 2017).

per la prestazione di lavoro non retribuito per la collettività per un tempo determinato, comunque non superiore alla durata della pena stabilita.

Al deturpamento e l'imbrattamento è invece dedicato l'articolo 639, per il quale è punibile con una multa fino a centotré euro «chiunque, fuori dei casi preveduti dall'articolo 635, deturpa o imbratta cose mobili o immobili altrui». Al secondo comma troviamo specificato che se il fatto viene commesso su beni immobili o mezzi di trasporto pubblici o privati, l'imputato può essere recluso da uno a sei mesi o multato da trecento a mille euro, pene che si inaspriscono (reclusione da tre mesi a un anno e, cumulativamente, multa da mille a tremila euro) nel caso in cui l'imbrattamento sia realizzato su cose di interesse storico e artistico. Il terzo comma indica un aggravamento della pena nei casi di recidiva.

Il decreto legge 20 febbraio 2017, n.14 recante "Disposizioni urgenti in materia di sicurezza delle città" (convertito con la Legge di conversione 18 aprile 2017, n.48) aggiunge un quinto comma all'articolo 639, che indica come possa essere concessa la sospensione della pena se subordinata al ripristino e alla ripulitura dei luoghi deteriorati oppure al rimborso delle spese, o ancora, se l'imputato non si oppone, allo svolgimento di attività non retribuite di pubblica utilità, similmente a quanto previsto dall'articolo 635.

L'opera di Street Art è maggiormente punita con l'articolo 639, e ciò trova fondamento in alcune sentenze pronunciate dalla Corte di Cassazione. La prima, n.11756/2000, indica come imbrattare o deturpare i muri di un'abitazione con scritte a vernice sia da riferire all'articolo in questione, e non all'articolo 635, in quanto i danni non sono permanenti e si possono ripristinare aspetto e valore originari del bene intaccato. Ulteriore sentenza a supporto di questa mia dichiarazione viene fornita dalla sentenza di Cassazione n.22370/2002, secondo la quale il danneggiamento, in quanto apporta una modifica che diminuisce il valore della cosa in questione e ne impedisce anche solo parzialmente l'uso, differisce dal deturpamento o dall'imbrattamento, che invece altera solo momentaneamente la cosa.

Infine, all'articolo 733 del Codice Penale troviamo un'ulteriore specifica per quanto riguarda i danni apportati al patrimonio archeologico, storico o artistico nazionale, per

il colpevole dei quali può essere ordinata la reclusione fino a un anno o una multa non inferiore a duemilasesantacinque euro.

Tra le principali novità introdotte dal sopracitato decreto legge 20 febbraio 2017, n.14, oltre alla modifica dell'articolo 639 troviamo la voce "Arresto in flagranza differita", che introduce la possibilità di arrestare, per reati commessi con violenza alle persone o alle cose, anche «colui il quale, sulla base di documentazione video fotografica dalla quale emerga inequivocabilmente il fatto, ne risulta autore» (entro le 48 ore dal fatto).

### **3.2 Proprietà privata e consenso**

Altro punto da definire ai fini di chiarire come la legislazione prenda in esame il fenomeno della Street Art è la proprietà privata, nella fattispecie i concetti di consenso e dissenso.

All'articolo 42 della Costituzione italiana troviamo la definizione di proprietà come pubblica o privata: quest'ultima è riconosciuta e garantita dalla legge, che ne assicura la funzione sociale e l'accessibilità a tutti. L'articolo 832 del Codice Civile recita inoltre che «il proprietario ha diritto di godere e disporre delle cose in modo pieno ed esclusivo, entro i limiti e con l'osservanza degli obblighi stabiliti dall'ordinamento giuridico».

Il writer o lo street artist, nel realizzare le loro opere, di frequente viola questo diritto. Tuttavia, può intervenire un fatto che elimina la punibilità dell'operato, ovvero il consenso. L'articolo 50 del Codice Penale recita infatti che «non è punibile chi lede o pone in pericolo un diritto, col consenso della persona che può validamente disporre». Questo consenso, per non essere considerato invalido, deve rispondere ad alcuni requisiti Innanzitutto deve essere una volontà libera, vale a dire che non deve essere operata alcuna violenza per ottenerlo, né tantomeno il soggetto operante può rappresentare la realtà falsamente (errore) o condizionare il giudizio del proprietario (dolo). Il consenso può manifestarsi in diverse forme: può essere scritto, orale o desunto, ovvero ricavato da comportamenti non altrimenti interpretabili. Ci sono inoltre due forme particolari, cioè il consenso putativo, quando il soggetto operante agisce credendo erroneamente che il consenso del titolare del diritto esista, e il

consenso presunto, caso in cui il soggetto pur sapendo che non vi è il consenso, agisce ugualmente perché ritiene l'azione vantaggiosa per l'avente diritto.

È necessario sottolineare un limite a questo diritto: portando come esempio un'opera di Street Art, essa può essere realizzata con il consenso del proprietario del supporto, a condizione che questa non offenda dei diritti altrui (Codice Penale. Libro secondo: Dei delitti in particolare).

Infine, nel caso in cui il graffito dovesse essere realizzato senza un accordo precedente al fatto, la parte lesa, ovvero il proprietario, può chiedere un indennizzo secondo quanto riportato nell'articolo 2043 del Codice Civile.<sup>34</sup>

### 3.3 Alcuni esempi

Ora, alla luce di quanto appena riportato è chiaro che esistano numerosi casi di condanna di writer e street artist: uno dei più controversi riguarda la romana Alice Pasquini, in arte AliCè. Artista di fama internazionale alla quale sono state commissionate opere in tutto il mondo e che ha collaborato con marchi come Microsoft, Nike e Toyota, AliCè è stata denunciata nell'ottobre 2013 per alcuni murali realizzati a Bologna e poi condannata il 15 febbraio 2015 per imbrattamento e al pagamento di una multa di ottocento euro.<sup>35</sup> In questa sentenza assistiamo alla ferrea applicazione delle leggi finora illustrate infatti, come dichiara il giudice Gabriella Castore, l'esistenza del reato «non può avere come parametro né lo stato di decoro del bene imbrattato né l'eventuale natura artistica dell'opera d'arte che si sta realizzando».<sup>36</sup>

Tuttavia capita anche di assistere a provvedimenti che contraddicono la legge.

Un primo esempio è il caso di Manu Invisible, denunciato nel 2011 per aver dipinto un muro di proprietà delle Ferrovie dello Stato a Segrate, Milano. In un primo processo, conclusosi il 17 gennaio 2014, fu assolto completamente in quanto il muro era già

---

<sup>34</sup> Art.2043 C.C., Risarcimento per fatto illecito. «Qualunque fatto doloso o colposo che cagiona ad altri un danno ingiusto, obbliga colui che ha commesso il fatto a risarcire il danno.»

<sup>35</sup> Ansa.it, Bologna, *Condanna AliCè, 'arte non è parametro'*, 25 febbraio 2016, [http://www.ansa.it/sito/notizie/cronaca/2016/02/25/condanna-alice-arte-non-e-parametro\\_d9b4a99a-e43b-4874-8407-cee24c173973.html](http://www.ansa.it/sito/notizie/cronaca/2016/02/25/condanna-alice-arte-non-e-parametro_d9b4a99a-e43b-4874-8407-cee24c173973.html), (ultimo accesso ottobre 2017).

<sup>36</sup> *Ibidem*.

imbrattato, inoltre fu riconosciuta la volontà artistica da parte dell'imputato. Il Pubblico Ministero fece ricorso alla sentenza, ma il 28 aprile 2015 la Corte d'Appello assolse nuovamente l'imputato, questa volta per la particolare tenuità del fatto. In seguito a questa seconda assoluzione, il Pubblico Ministero fece un ulteriore ricorso e, per la prima volta in Italia, il caso finì davanti alla Corte di Cassazione: questa tuttavia il 5 aprile 2016 ne confermò il proscioglimento.

Nel 2012 era avvenuto un altro caso simile, in cui due writer erano stati assolti dall'accusa di aver imbrattato un muro a Milano nel 2010 in quanto volevano «migliorare l'apparenza estetica di un muro già imbrattato».<sup>37</sup>

Il merito delle vittorie di Manu Invisible e dei due writer va Domenico Melillo, in arte Frode, writer e avvocato che ha difeso, negli anni, una ventina di colleghi accusati di imbrattamento.



[Fig.3] Art. 639 reato di espressione - Manu Invisible Feat. Frode, Meeting of styles Milano, 2017.

---

<sup>37</sup> De Vito L., *Il Tribunale assolve due writer - "Volevano abbellire quel muro"*, 4 agosto 2012, [http://milano.repubblica.it/cronaca/2012/08/04/news/il\\_tribunale\\_assolve\\_due\\_writer\\_volevano\\_abbellire\\_quel\\_muro-40324002](http://milano.repubblica.it/cronaca/2012/08/04/news/il_tribunale_assolve_due_writer_volevano_abbellire_quel_muro-40324002), (ultimo accesso ottobre 2017).



Altro caso di assoluzione interessò nel 2014 un gruppo di ragazzi che realizzò un murales su un pilastro della Sopraelevata di Genova, in ricordo di un amico deceduto in quel luogo in un incidente automobilistico.<sup>38</sup>

Infine, è interessante l'assoluzione dell'artista pordenonese Sqon, al secolo Andrea Alzetta, che nel 2012 dipinse il suo celebre gatto sui muri di alcune calli veneziane. Data la riconoscibilità del pezzo, lo street artist fu presto rintracciato e denunciato dalle forze dell'ordine. Al processo però, una volta chiamati a testimoniare i proprietari dei palazzi "vandalizzati", la sorpresa: nessuno di questi denunciò i suoi lavori come imbrattamento, anzi, piuttosto i veneziani dichiararono che i disegni di Sqon avevano migliorato dei muri fatiscenti. Il disegno fu ritenuto di valore artistico, e secondo il giudice che si occupò del caso «il fatto non sussiste».<sup>39</sup>

Gli esempi appena dimostrano la situazione di ambivalenza in cui è percepita e opera la Street Art. Da un lato è importante ricordare che sotto il profilo giuridico la condanna di writer e street artist non può che essere tale in quanto la legge è chiara riguardo a cosa è considerato imbrattamento o danneggiamento e rispetto ai limiti della proprietà. Dall'altro, è curioso notare come più volte questa espressione artistica sia stata riconosciuta da parte dei giudici, creando di fatto spesso delle contraddizioni interna alla legge.

Per molti writer e street artist l'illegalità è un brivido, il carattere illecito delle loro opere conferisce significato a ciò che producono<sup>40</sup>. Tuttavia in molti si dimostrano propensi a negoziare con la legge, ragione per cui sono sempre più numerosi progetti che coinvolgono gli artisti o la creazione di spazi legali, i cosiddetti *hall of fame*.

---

<sup>38</sup> Filetto G., *Murales sulla Sopraelevata, per la procura nessun reato: "Non è un bene di pregio"*, 31 agosto 2014, [http://genova.repubblica.it/cronaca/2014/08/31/news/murales\\_sulla\\_sopraelevata\\_per\\_la\\_procura\\_nes\\_sun\\_reato\\_non\\_un\\_bene\\_di\\_pregio-94749748](http://genova.repubblica.it/cronaca/2014/08/31/news/murales_sulla_sopraelevata_per_la_procura_nes_sun_reato_non_un_bene_di_pregio-94749748), (ultimo accesso ottobre 2017).

<sup>39</sup> Antonutti C., «È arte, non vandalismo». *Giudice assolve il writer Sqon*, 14 ottobre 2014, [http://www.ilgazzettino.it/nordest/venezia/writer\\_sqon\\_arte\\_vandalismo\\_venezia\\_pordenone\\_assolto\\_p\\_rocesso-640765.html](http://www.ilgazzettino.it/nordest/venezia/writer_sqon_arte_vandalismo_venezia_pordenone_assolto_p_rocesso-640765.html), (ultimo accesso ottobre 2017).

<sup>40</sup> Alison Young, professoressa di criminologia presso l'università di Melbourne, riporta nel suo libro *Street Art, Public City - Law, Crime and the Urban Imagination* (Oxon/New York, Routledge, 2014.) i seguenti dati: 16 intervistati (28%) hanno parlato dell'illegalità in questo modo.



## Capitolo 4. La Street Art come potenziale turistico

Grazie al suo riconoscimento da parte del mondo dell'arte e al lavoro di artisti come Fairey e Banksy, la Street Art è quindi diventata più facilmente accettata dalle persone che prima la associavano esclusivamente a comportamenti vandalici. Al giorno d'oggi, nella maggior parte delle più grandi città del mondo sono presenti *tour* che presentano l'arte di strada: nei casi più semplici si tratta di visite per le vie cittadine condotte principalmente a piedi o in bicicletta, ma non sono rari gli esempi in cui i tour si arricchiscono di esperienze come i workshop, dove i partecipanti possono cimentarsi in prima persona nell'arte di strada con stencil e vernici spray, o incontri con gli artisti, che hanno in questo modo la possibilità di condividere le loro conoscenze e spiegare i significati delle opere trovate sulle pareti cittadine e le motivazioni per le quali i writer si esprimono su questi supporti.

In alcuni casi le istituzioni o le organizzazioni presenti sul territorio propongono delle mappe appositamente create per individuare le opere di street art sul territorio. Tuttavia, nelle città in cui queste non sono presenti, ciò non è da considerarsi un fattore necessariamente penalizzante, ma anzi può essere fonte di sfida nella ricerca di questi luoghi e quindi potenziare l'esperienza turistica, specialmente per quei turisti aperti all'esplorazione e all'avventura urbana.

La Street Art può addirittura contribuire alla creazione di un vero e proprio *brand* per la località, che se promosso adeguatamente può diventarne uno dei tratti distintivi: un esempio lampante è Bristol, città natale di Banksy, immediatamente associata all'arte di strada, in origine città industriale. I festival allo stesso modo creano un'immediata associazione con la città che li ospita, inoltre sono in grado di generare un importante richiamo turistico in determinati spazi temporali, potendo così collocarli nei periodi in cui la località riceve meno attenzione.

Infine, anche le gallerie e i musei hanno aperto le loro porte all'arte di strada, una volta compreso l'interesse generato nel pubblico. La presenza della Street Art in questa tipologia di spazi espositivi fa sì che la città abbia un ritorno di immagine estremamente positivo dato dall'apertura nei confronti di questo genere d'arte.

#### 4.1 Dinamiche di utilizzo della Street Art come attrattiva turistica

Nell'ottica dell'esperienza turistica, l'offerta artistica "tradizionale" resta innegabilmente la fonte primaria di attrazione. Tuttavia, la Street Art si sta ritagliando uno spazio importante tra quelle attività e quegli interessi meno comuni che possono sia creare nuovi flussi turistici in luoghi meno conosciuti, che decongestionare luoghi in cui il turismo si è ormai consolidato in percorsi standardizzati e sovraccarichi. In un certo senso si può parlare di *turismo interstiziale*<sup>41</sup>, in quanto si è ben consapevoli che, salvo rari casi, l'arte di strada non sarà mai in grado di competere con le attrazioni maggiori, ma piuttosto può avere il compito di andare a riempire quegli spazi che il turismo canonico non riesce a coprire.

Sono molteplici i fattori che possono giustificare l'impiego della Street Art nel turismo.

Innanzitutto, è necessario ricordare che si tratta di un'esperienza ancora relativamente giovane e innovativa, capace di stimolare l'interesse e l'attenzione di molti. Utilizzare opere già esistenti nel territorio o commissionarne di nuove per sfruttare la curiosità dei visitatori è sicuramente una possibilità di sviluppo turistico, ma bisogna soprattutto mantenere l'autenticità dell'arte di strada, cercando di non decontestualizzarla e conservando il carattere marginale tipico della cultura urbana. La Street Art si configura come un'esperienza artistica unica che sarebbe una vergogna trasformare in un prodotto turistico di massa.

La sua marginalità può generare nuovo interesse verso luoghi dimenticati o verso mete da scoprire, che acquisiscono una nuova vocazione turistica; le zone oggetto del lavoro di questi artisti si estendono dai centri storici fino alle periferie e la visita alla scoperta della Street Art consente anche la scoperta di nuovi settori urbani, permettendo una distribuzione più diffusa degli introiti turistici.

È una tipologia d'arte contestuale che può di fatto essere considerata parte integrante della cultura e quindi dell'offerta culturale della località; attraverso le sue opere, l'arte di strada mostra ciò che anima le popolazioni dei luoghi in cui sono eseguite: scenari sociali, riferimenti culturali, opinioni politiche. Dipingendo le pareti, gli street artist consentono ai turisti di avvicinarsi alla cultura visitata in modo immersivo e autentico.

---

<sup>41</sup> Sarah Lilia Baudry, *Rome: touristification and artification*, in *Murals and tourism: heritage, politics and identity*. Routledge, 2017.

Lo scopo dello street artist è quello di creare un dialogo con l'osservatore, esprimere un messaggio che vuole essere interpretato e che invita alla scoperta. Questo rende il turista partecipe di un'arte innovativa, viva e che ha bisogno del suo contributo, un'arte diversa da quella tradizionale, "rinchiusa" nei musei.

L'elemento della scoperta concorre anch'esso a far sentire il viaggiatore parte attiva dell'esperienza, sfidandolo alla ricerca delle opere e consentendogli di recarsi in luoghi in cui altrimenti difficilmente si avventurerebbe.

Non è inoltre da sottovalutare l'economicità dell'esperienza legata alla Street Art: molto spesso gli eventi di questo genere sono gratuiti. Il turista può comunque sempre optare per un'attività condotta in modo autonomo e autogestito, se non vuole ricorrere a enti organizzativi. Il terreno di gioco è lo spazio pubblico, la visita dei luoghi dell'arte di strada è al pari della visita a qualsiasi altro luogo d'interesse.

I tour organizzati, i musei e i festival offrono infine la possibilità di imparare divertendosi: si tratta di *edutainment*, una forma di educazione che educa attraverso l'intrattenimento. Con workshop e corsi gestiti da esperti, il partecipante non solo si diverte, ma impara ad apprezzare una cultura diversa e spesso male interpretata.

Come per ogni evento, è necessario mettere in atto una corretta comunicazione delle iniziative legate all'arte di strada, questo sia per evitare fraintendimenti sul genere di esperienza che sta venendo proposta, che per riuscire a raggiungere quanti più possibili spettatori potenziali e mantenere l'interesse vivo anche per gli sviluppi successivi (soprattutto nel caso di iniziative cicliche come i festival).

Se correttamente gestita, la Street Art può essere un valido strumento di differenziazione, ovvero può riuscire a far emergere con più efficacia la località rispetto alle destinazioni concorrenti. Con un'adeguata comunicazione e organizzazione degli eventi proposti, il pubblico che si può riuscire a coinvolgere non è soltanto quello locale, ma anche quello proveniente da zone più distanti, persino a livello internazionale. Il parallelismo che si può creare tra la cultura del luogo e l'evento di Street Art è essenziale ai fini di questa differenziazione, infatti come il patrimonio culturale differisce di città in città, anche la rappresentazione che ne dà l'arte di strada cambia. Vedremo nello specifico all'interno del quinto capitolo dei casi italiani esemplari.

## 4.2 Cultura, esperienza e creatività

Il pubblico a cui gli enti e le associazioni che vogliono utilizzare questa nuova forza turistica si possono indirizzare è estremamente vasto. È possibile comunque individuare alcune tipologie di turismo che possono includere al loro interno il concetto di arte urbana, ovvero il turismo culturale, esperienziale e creativo.

Iniziamo dal turismo **culturale**. L'UNWTO ha coniato due definizioni. La prima, ristretta, attesta che questo può comprendere spostamenti di persone spinte da diverse motivazioni culturali, quali «viaggi di studio, tour culturali e artistici, viaggi per festival e altri eventi culturali, visite a siti archeologici e monumenti». Tuttavia, secondo la definizione, più estesa, «tutti i movimenti di persone dovrebbero essere inclusi nella definizione perché soddisfano il bisogno umano per la diversità, tendendo ad accrescere il livello culturale dell'individuo e comportano nuove conoscenze, esperienze ed incontri».

Osservando il fenomeno della Street Art, risulta chiaro come questa possa essere inclusa tra le mete del cosiddetto turista culturale. Volendo associare all'arte di strada delle possibili motivazioni di viaggio in relazione alla prima definizione fornita, questi sono:

- la presenza di festival e spazi espositivi il cui tema sia la Street Art;
- la ricerca di arricchimento artistico e culturale.

L'arte di strada si configura a pieno titolo tra le attività culturali presenti all'interno di una località, essendo essa intimamente legata allo sviluppo storico, artistico e culturale del luogo. Inoltre, è innegabile che sia parte integrante del paesaggio urbano, sia questa presenza ritenuta positiva, che negativa.

Un altro importante trend che l'arte di strada può avvicinare è il turismo **esperienziale**. Per il turista il viaggio è sì un'occasione e un mezzo per entrare in contatto con una specifica cultura, ma egli vuole tornare a casa con un ricordo memorabile, unico, con un'attività che gli ha permesso di conoscere qualcosa di nuovo e non sperimentabile altrimenti.

Nel caso della Street Art, questa risulta sicuramente innovativa e replicabile in pochi altri luoghi, inoltre l'aggiunta di workshop e attività svolte in prima persona (si veda l'esempio dei tour organizzati o dei festival) arricchisce ulteriormente l'esperienza.

Il tema dello sviluppo di capacità pratiche tramite una partecipazione attiva rende inoltre la Street Art avvicinabile a un terzo concetto, quello del turismo **creativo**. La creatività è un processo che è in grado di sviluppare prodotti culturali innovativi che comunicano con un'immagine di dinamismo e cambiamento; questa strategia risponde all'esigenza di contrastare il rischio della serializzazione dell'esperienza turistica, che può accadere in seguito alla competitività tra le località e alla globalizzazione. In questo modo non solo l'artista, ma anche il turista produce un'opera, e questo aggiunge valore all'esperienza vissuta.

La sommatoria degli aspetti illustrati denota la possibilità di un turismo in linea con le tendenze attuali, secondo cui il viaggiatore vuole entrare in contatto con nuove tipologie culturali e toccare con mano l'esperienza che sta vivendo e diventare, se possibile, uno dei protagonisti.

### **4.3 Il ruolo della fotografia e di Internet**

«Cosa ha salvato e salverà la Street Art? La fotografia.»

Martha Cooper<sup>42</sup>

L'arte di strada è effimera. Questo attributo non è considerato negativo, anzi, è un elemento fondamentale dell'essenza dell'opera di Street Art. Tuttavia l'interesse generato fin da subito da parte dei primi graffiti ha portato a un tentativo di preservazione nel tempo: una delle prime persone a "salvare" l'arte eseguita nelle strade è stata Martha Cooper, autrice della raccolta fotografica *Subway Art* pubblicata nel 1984.

Attualmente uno dei mezzi più importanti per la conservazione della Street Art è sicuramente il web. Come già illustrato, dagli anni Duemila assistiamo alla nascita dei primi siti online gestiti dagli artisti, che pubblicano le fotografie e i video in *time-lapse* della realizzazione delle loro opere.

---

<sup>42</sup> Stella M., *Intervista a Martha Cooper*, 30 aprile 2013, <http://www.marieclaire.it/Attualita/interviste/Martha-Cooper-intervista-alla-fotografa-della-street-art> (ultimo accesso ottobre 2017).

La fotografia e Internet sono e sono stati due mezzi importantissimi per l'arte di strada: grazie a essi non solo è possibile ammirare opere che per la loro natura intrinseca non sono destinate a durare nel tempo, ma soprattutto questi due canali contribuiscono in maniera essenziale alla diffusione del fenomeno tra il pubblico. Ne è consapevole anche Shepard Fairey, che in un'intervista<sup>43</sup> dichiara:

«Internet ha permesso all'arte di strada e alla cultura dei graffiti di crescere a livello globale perché anche le persone che non viaggiano possono vedere una vasta gamma di esempi online. Penso che l'impulso per le persone di creare all'interno e all'esterno sia senza tempo, ma ora ci sono molti altri modi per trovare l'ispirazione e accelerare la curva di apprendimento tecnico.»

Un secondo aspetto già precedentemente nominato è infatti l'importanza del contesto per la Street Art, in altre parole l'opera è quasi sempre *site-specific*. Questo significa che l'opera non è riproducibile in luoghi diversi da quello per cui è stata concepita. Per questo motivo, fotografia e web giocano un ruolo fondamentale nella conoscenza di quest'arte: non potendo essere decontestualizzate, la diffusione delle immagini delle opere di strada immortalate immerse nel loro contesto ne permette il godimento in maniera quanto più possibile vicina all'autenticità originale.

Inoltre, la diffusione delle immagini permette anche a coloro che non si trovano nei pressi dei luoghi in cui è eseguita l'opera di venirne a conoscenza: il fenomeno turistico legato alla Street Art non sarebbe stato quello che conosciamo oggi se la fotografia e Internet non si fossero interessate al movimento.

Oggi il connubio tra turismo e tecnologia non fa che rafforzare il processo di diffusione della fama dell'arte di strada: il pubblico stesso immortala le pareti variegata di colori e in pochi secondi le immagini sono sotto gli occhi di tutti nei siti di social network, generando un interesse ciclico.

---

<sup>43</sup> Timber S., *Shepard Fairey on street art: "It has the ability to reach people who are not a captive audience"*, 12 gennaio 2016 (The Internet has allowed street art and graffiti culture to grow globally because even people who don't travel can see a vast array of examples online. I think the impulse for people to create indoors and out is ageless but now there are many more ways to find inspiration and accelerate the technical learning curve.), <https://www.salon.com/2016/11/30/shepard-fairey-on-street-art-it-has-the-ability-to-reach-people-who-are-not-a-captive-audience>, (ultimo accesso ottobre 2017).



Un esempio significativo può essere fornito dalla città di Melbourne: attualmente ci sono 119 mila immagini taggate #HosierLane su Instagram, rendendo la celebre strada dei graffiti e dell'arte di strada più fotografata rispetto dello Zoo di Melbourne (100 mila), della Federation Square (58 mila) o dell'Eureka Tower (32 mila).



## Capitolo 5. Nella strada

Negli ultimi anni la Street Art è stata soggetta a una forte rivalutazione da parte del mondo dell'arte e ciò ha dato il via a una maggiore curiosità verso la stessa. In principio si trattava di forme di turismo autonome e spinte dall'interesse verso un'arte differente che non si trovava all'interno di musei o gallerie, ma era invece a contatto con il pubblico, chiunque poteva usufruirne.

Con il passare del tempo le istituzioni si sono rese conto di quanto questo fenomeno possedesse un forte richiamo turistico e in breve tempo sono emerse diverse tipologie di organizzazioni ed eventi legati alla Street Art.

Ho deciso di distinguere tra quegli eventi che mantengono la Street Art quanto più possibile nella strada e quelli che invece la utilizzano fuori dal suo contesto d'origine, come musei e gallerie. Questa prima parte sarà quindi destinata a luoghi che sono stati caratterizzati dall'arte di strada fino a guadagnare grazie a essa una notevole importanza sul piano artistico e turistico internazionale, ai tour organizzati, ai festival di arte urbana e ai progetti di riqualificazione cittadina. Inizialmente saranno trattati i casi internazionali di maggiore fama e successo, per poi analizzare degli esempi italiani.

### 5.1 Il panorama urbano

Una località resa celebre dalla Street Art è la cittadina di **Bristol**, situata a circa duecento chilometri a ovest di Londra. È a questa città che Banksy deve i natali ed è a Banksy che questa città deve parte della sua fama. Ancora prima dell'attività dell'anonimo artista, Bristol è stata il punto focale del Graffiti Writing europeo ai suoi esordi e possiede tuttora una comunità di street artist molto attiva che la rende uno dei punti di riferimento a livello internazionale per quest'arte. La città è sede dell'*UpFest*, festival di Street Art conosciuto a livello mondiale, inoltre esistono numerosi *walking tours* che guidano i visitatori alla scoperta dei lavori di Banksy e di altri artisti tra le mura cittadine. Bristol è un centro che ha saputo sfruttare un fenomeno caotico come il

Writing e la Street Art per generare un grandissimo giro d'affari, rendendo l'arte di strada parte integrante della propria offerta culturale.

Immane esempio di località che ha saputo sfruttare l'estetica della Street Art è **Lisbona**: l'arte di strada è riuscita a diventare protagonista della cittadina portoghese, che è stata trasformata in una gigantesca galleria a cielo aperto, inondata di accattivanti opere, la gran parte delle quali autorizzate dalla città stessa.

Lisbona ha infatti un proprio programma di opere pubbliche, chiamato *Galeria de Arte Urbana*, avviato nel 2008. Pur non avendo degli spazi espositivi permanenti, questo progetto sponsorizza eventi speciali e rende disponibili le superfici agli artisti, tra cui muri, edifici e anche i bidoni per la raccolta differenziata. In tal modo la città ha approfittato della creatività della sua popolazione, valorizzando sia il lavoro degli artisti che le proprie strade. Negli stessi siti istituzionali Lisbona è presentata come un *must-see* per gli appassionati di arte di strada, con tanto di mappe che indicano i percorsi migliori per poter ammirare le numerose opere presenti per le vie cittadine:

«Anche se nata da un atteggiamento di trasgressione e di illegalità, questa espressione artistica ha suscitato l'interesse di enti pubblici e privati. Molti artisti, sia nazionali che stranieri, sono stati invitati dai consigli comunali e dalle associazioni culturali a intervenire negli spazi pubblici e negli edifici abbandonati, dando loro una nuova immagine e attirando l'attenzione di coloro che passano per strada.»<sup>44</sup>

Più recentemente un'altra località ha tratto giovamento dalle numerose opere murarie che si trovano sulle sue pareti. Si tratta di **Sheffield**, città industriale del nord dell'Inghilterra conosciuta fino a pochi anni fa principalmente per la sua produzione di acciaio. Negli ultimi tempi, invece, la località sta guadagnando una forte reputazione come destinazione per gli appassionati e gli artisti di Street Art. Il sito istituzionale della cittadina dedica un'intera sezione a quest'arte, nella quale fornisce indicazioni sui luoghi in cui si possono trovare le opere murarie, indica i percorsi migliori per goderne

---

<sup>44</sup> *Arte Urbana em Portugal*, <https://www.visitportugal.com/pt-pt/content/arte-urbana-em-portugal>, (ultimo accesso settembre 2017), (Embora nascida de uma atitude de transgressão e ilegalidade, esta expressão artística tem suscitado o interesse de entidades públicas e privadas. Muitos artistas, nacionais e estrangeiros têm sido convidados por câmaras municipais e por associações culturais a intervirem em espaços públicos e em prédios devolutos, dando-lhes uma nova imagem e chamando a atenção de quem passa na rua.).

appieno e dedica uno spazio agli artisti che contribuiscono a trasformare le mura cittadine con i loro colorati lavori. Grazie ai numerosi progetti ed eventi artistici e culturali avviati negli ultimi anni con la collaborazione del Consiglio Comunale e dell'Università di Sheffield, la città ha visto le sue pareti colorarsi di opere d'arte, rendendola una delle possibili future capitali della Street Art.

Gli street artist ricercano sempre con attenzione dei luoghi dove esprimere al meglio i propri messaggi. Con i graffiti gli spazi selezionati acquistano una carica comunicativa nuova, di sovente in contraddizione con la funzione originaria: luoghi di guerra e conflitto che invece trasmettono pace, muri di periferie abbandonate che esprimono vitalità e gioia. Con i loro sgargianti colori, le opere di Street Art riescono a sovvertire la natura stessa di questi muri grigi e silenziosi.

Uno dei più celebri luoghi storici dove poter ammirare la Street Art è il muro di **Berlino**. Eretto nel 1961 durante la Guerra Fredda, fu costruito per dividere la zona occidentale della città controllata da Stati Uniti, Regno Unito e Francia da quella orientale d'influenza sovietica.

Del muro, abbattuto nel 1989, oggi resta solo un suggestivo ricordo: la *East Side Gallery*. Questa galleria a cielo aperto è il tratto conservato più lungo della barriera, della misura di 1316 metri: dopo la sua caduta fu dipinto da 118 artisti provenienti da 21 paesi che con le loro opere celebrarono la fine della separazione della Germania e dell'Europa intera. Danneggiato da inquinamento, vandalismo ed eventi atmosferici, fu restaurato nel 2009 dagli stessi artisti che lo dipinsero alla sua caduta. Oggi è un monumento protetto, un inno alla libertà d'espressione, e ogni anno i suoi murales contano più di tre milioni di visitatori.

Un altro tristemente celebre muro di nostro interesse è la barriera di separazione israeliana, figlia del conflitto israelo-palestinese. La "chiusura di sicurezza" (questo il nome dato dalle autorità israeliane) è una barriera costruita da Israele nell'area della Cisgiordania a partire dalla primavera del 2002 con lo scopo formale di impedire ulteriori attacchi da parte di terroristi palestinesi nel territorio nazionale. Lunga 730 chilometri, la "barriera di separazione razziale" (così è invece chiamata dai palestinesi) colloca la maggior parte delle colonie più importanti e la quasi-totalità dei pozzi d'acqua

nel lato Ovest, ovvero quello israeliano, e non segue la Green Line, confine riconosciuto dalle organizzazioni internazionali.

Nel 2007 **Betlemme** diventa la nuova meta degli street artist quando Banksy, in collaborazione con l'associazione *Pictures on Walls*, organizza l'ormai divenuto celebre *Santa's Ghetto*.<sup>45</sup> In questa occasione realizza con una ventina di artisti provenienti da tutto il mondo delle opere sul muro di separazione; tra questi anche gli italiani Blu ed Erica il cane. Oltre alla realizzazione di lavori sul muro, il progetto prevedeva una mostra organizzata in un edificio nella Piazza della Mangiatoia di Betlemme: la vendita all'asta delle opere realizzate – per partecipare era necessario recarsi sul luogo – fruttò circa un milione di dollari, cifra dieci volte superiore alle aspettative, destinati alla beneficenza locale. Già nell'estate dello stesso anno aveva ricoperto la barriera con numerosi lavori<sup>46</sup> e nel 2015 tornerà a Gaza con quattro nuove opere che documenterà sul suo canale YouTube.<sup>47</sup> Nel suo libro *Wall and Piece* Banksy scrive come la Palestina sia «oggi la più grande prigione a cielo aperto del mondo e la meta vacanziera definitiva per i graffiti artist».<sup>48</sup>

### 5.1.1 Street Art per il turismo: tra siti istituzionali e tour guidati

Come precedentemente detto, in molti hanno negli ultimi anni compreso l'importanza turistica dell'arte di strada. In numerosi siti istituzionali ufficiali sono indicati tour guidati alla scoperta delle strade cittadine, segnale che l'arte di strada sta diventando un importante mezzo di promozione turistica e territoriale.

Numerosi sono anche i casi in cui svariate città promuovono sui loro siti turistici ufficiali mappe in cui sono segnalate le opere di Street Art disseminate per la città, con evidenziati dei percorsi per agevolarne la scoperta. Anche adottare delle soluzioni così semplici costituisce una notevole risorsa per il turismo della città: queste iniziative

---

<sup>45</sup> L'edizione del 2007 è la settima organizzata: le prime sei si erano svolte in vari quartieri di Londra a partire dal dicembre del 2001.

<sup>46</sup> Jones S., *Spray can prankster tackles Israel's security barrier*, 5 agosto 2005, <https://www.theguardian.com/world/2005/aug/05/israel.artsnews>, (ultimo accesso ottobre 2017).

<sup>47</sup> Banksyfilm, *Make this the year YOU discover a new destination*, 25 febbraio 2015, <https://www.youtube.com/watch?v=3e2dShY8jIo>, (ultimo accesso ottobre 2017).

<sup>48</sup> Banksy, *Banksy: Wall and Piece*, Century, 2005, (Palestine is now the world's largest open-air prison and the ultimate activity holiday destination for graffiti artists).

consentono infatti a coloro che hanno interesse nel fenomeno dell'arte di strada di poter visitare la città in autonomia e così facendo contribuiscono allo sviluppo economico di zone periferiche esterne ai ferventi centri cittadini.

I *walking tour* costituiscono un importante aspetto nella diffusione della Street Art quale componente attrattiva di una città. Alcuni sono offerti al pubblico gratuitamente, altri sono a pagamento e sono gestiti da organizzazioni o consigli comunali locali. Questo tipo di esperienze è molto richiesto, come illustrerò riportando alcuni numeri e percentuali di gradimento dal sito TripAdvisor, nel quale è possibile trovare molti esempi di tour dedicati alla scoperta dell'arte di strada. L'elemento principale di questi tour è lo spostamento a piedi (o in alcuni casi in bicicletta), caratteristica che fa sentire i partecipanti a contatto con la città allo stesso modo degli abitanti, fornendo loro un'esperienza più autentica.

Un primo caso è la già citata **Bristol**, che nel suo sito turistico ufficiale promuove la Street Art come una delle sue esperienze culturali *must-do*. I tour guidati hanno la durata di circa due ore e sono gestiti dall'organizzazione indipendente *WHERETHEWALL*, che investe tutti i proventi ricavati in progetti atti alla promozione della cultura creativa della città.

«Avendo constatato l'effetto unificante che ha l'arte di Banksy sulle persone di tutto il mondo, con il suo senso dell'umorismo intelligente e pieno di significato, e la sua capacità di coinvolgere migliaia di persone, il fenomeno globale dell'arte di strada rappresenta qualcosa di speciale: una forma diretta di espressione libera in questo mondo che riduce le piattaforme vocali.»<sup>49</sup>

Esistono due diverse tipologie di visite guidate: la prima, *Bristol Street Art Tour*, è dedicata in generale a tutta l'arte di strada della città e si svolge durante l'intero anno, mentre la seconda, *The Banksy & historic harbour walking tour*, si concentra sulla storia di Bristol e delle opere del celebre street artist e viene svolta durante i periodi festivi e le vacanze scolastiche. I biglietti variano a seconda del tour e della tipologia di acquirente:

---

<sup>49</sup> Where the wall, <http://www.wherethewall.com>, (ultimo accesso settembre 2017), (Having seen the unifying effect of Banksy art on people all over the world with his clever and meaningful sense of humour, and his ability to engage with 1000s of people, the global phenomenon of street art represents something very special: a direct form of free expression in this world of decreasing vocal platforms).

	Adulto	Studente	Fino a 16 anni	Famiglia*
Bristol Street Art Tour	£9.20	£7.20	£4.80	£24.80
The Banksy & historic harbour walking tour	£12.50	-	£5.50	-

\* due adulti e due minori di sedici anni

Queste visite guidate hanno un enorme successo: sulla piattaforma TripAdvisor, portale web di viaggi, sono presenti più di 500 recensioni di utenti che hanno usufruito di questo servizio, il 90% dei quali lo valuta come eccellente.

L'organizzazione *WHERE THE WALL* ha proposto inoltre un interessante caso di offerta di turismo creativo, creando per i visitatori dei *workshop* di Street Art: durante queste sette "*spray sessions*", organizzate nei mesi di luglio e agosto del 2017, al costo di 15 sterline (12.50 in prevendita), i partecipanti hanno potuto imparare a utilizzare una bomboletta spray e creare una loro opera di Stencil Art.



[Fig.4] Lower Approach Road - Copyright & Paul Monsters, Bristol, 2017.

Allo stesso modo, in Australia la città di **Melbourne** «riconosce l'importanza dell'arte di strada nel contribuire ad una vibrante cultura urbana»<sup>50</sup> ed è indicata come una delle capitali mondiali della Street Art, alla quale il sito ufficiale della città dedica numerosi itinerari e articoli. La cittadina ha condotto una ricerca e ha rivelato che la maggior parte dei suoi abitanti non ama i *tag*, tuttavia molti cittadini apprezzano l'arte di strada,

<sup>50</sup> Street Art, City of Melbourne, <http://www.melbourne.vic.gov.au/arts-and-culture/art-outdoors/pages/street-art.aspx>, (ultimo accesso ottobre 2017), (The City of Melbourne recognises the importance of street art in contributing to a vibrant urban culture).



ovvero pezzi più grandi e artistici o murali collocati in posizioni appropriate con l'autorizzazione necessaria. A tal proposito nel maggio 2014 è stato approvato un *Graffiti Management Plan*, atto alla riduzione dei graffiti<sup>51</sup> tramite un mix di educazione, opportunità artistiche e rapida eliminazione, incoraggiando la produzione di Street Art di qualità, anche tramite la collaborazione con enti privati.

Sempre sul sito ufficiale della città troviamo poi un collegamento a *Melbourne Street Art Tours*, che organizza visite guidate condotte da alcuni degli stessi artisti di strada, a capo dei quali troviamo Adrian Doyle, il quale collabora con la città di Melbourne come consulente per sviluppare una strategia sostenibile riguardo all'arte urbana. I tour e i workshop presenti (rispettivamente a 69 e 89 dollari australiani) come negli altri casi sono molto richiesti: sulla piattaforma TripAdvisor il 91% delle valutazioni, su 305 complessive, gli dà il massimo del punteggio.



[Fig.5] Otters - Smug, Melbourne, 2016.

Anche **Buenos Aires** si propone come una delle principali città al mondo nelle quali ammirare la Street Art. Nel suo sito governativo sono proposti due itinerari che il visitatore può seguire liberamente, uno dedicato alla parte settentrionale della città e uno a quella meridionale, inoltre è riportato che su TripAdvisor sono presenti numerosi

---

<sup>51</sup> Il piano, della durata di quattro anni, distingue la necessità di eliminare i graffiti indesiderati applicati senza permesso e i lavori di Street Art posti su pareti e infrastrutture con il permesso dei proprietari e in linea con la legge australiana.

tour guidati gestiti da compagnie private. Viene indicato come esempio *graffitimundo*, organizzazione non-profit che organizza tour in stretta collaborazione con gli street artist locali. Il costo delle visite, della durata di 2-3 ore, varia tra i 20 e i 33 dollari; è uno dei tour di maggiore successo nella capitale argentina e vanta 659 valutazioni, l'85% delle quali eccellenti e il 13% molto buone.



[Fig.6] *El Regreso de Quinquela* - Alfredo 'El Pelado' Segatori, Buenos Aires, 2013.

A **Londra** tra le numerose offerte troviamo *Alternative London*, impresa sociale che propone numerose escursioni a piedi e in bicicletta tematizzate, dal cibo fino all'arte di strada. I prezzi dei tour dedicati alla Street Art partono dalle otto sterline per un semplice tour a piedi di due ore fino alle sedici sterline per un tour in bici di due ore. L'organizzazione propone anche delle visite guidate che si concludono con dei workshop: in questo caso i prezzi variano dalle venti sterline per un'esperienza di due ore e mezza, fino alle trentadue sterline per una sessione di quattro ore. Anche il progetto londinese riscuote molto successo: sempre su TripAdvisor, i tour offerti dall'associazione hanno ricevuto il 93% di recensioni con punteggio massimo, su un totale di più di tremila e seicento voti.<sup>52</sup>

Infine, non possono mancare a questa panoramica gli Stati Uniti, luogo in cui tutto ebbe inizio. A **New York** esistono decine di organizzazioni che offrono il servizio di guida alla scoperta dei graffiti e dell'arte di strada della città, alcuni dei quali arrivano a costare anche centinaia di dollari. Lo stesso vale per **Filadelfia** che, accanto ai tour proposti da

---

<sup>52</sup> I dati riportati si riferiscono a tutti i tour proposti; selezionando come parola chiave il termine "street art", otteniamo comunque 937 voti positivi su un totale di 1000.

associazioni o privati, permette al visitatore di scoprire le opere disseminate per la città tramite delle visite ufficiali.

## 5.2 I festival di arte urbana

Negli ultimi decenni i festival sono stati uno dei settori più in crescita nell'industria del turismo. Questa tipologia di eventi è di grande importanza in quanto testimonia le tendenze sociali e culturali delle comunità, che tramite i festival riescono a generare ricchezza: le motivazioni possono essere le più svariate, dalla promozione dell'identità locale (ad esempio festival dell'artigianato) al rinnovamento e sviluppo urbano. Inoltre i festival contribuiscono alla creazione di un *brand* per la località che li accoglie, rendendola riconoscibile sul piano internazionale e di sovente cambiandone l'immagine in meglio.

Anche la Street Art contribuisce alla creazione di un *brand*, che posiziona e differenzia la destinazione dalle altre. Ad esempio città come Bristol sono riuscite a modificare la loro immagine di città industriali in città creative, mentre località meno note come Grottaglie sono divenute famose a livello internazionale.

Generalmente i festival di Street Art sono composti da sessioni di pittura davanti al pubblico, workshop che coinvolgono i visitatori e illustrano loro le principali tecniche dell'arte di strada, conferenze e interventi di artisti e studiosi internazionali del fenomeno e una serie di eventi collaterali come concerti o performance live (ad esempio hip hop o rap). I visitatori sono spesso incoraggiati a camminare, a scoprire i nuovi lavori per le vie della città (assieme a quelli realizzati negli anni precedenti). Questo spinge il pubblico a girovagare per la città, contribuendo alla scoperta della stessa anche fuori dal centro focale dell'evento.

La durata dei festival può variare da alcuni giorni a più settimane e mentre alcuni vengono riproposti in varie edizioni negli anni, altri godono del successo del momento e rimangono a testimoniare l'importanza della Street Art come casi unici. Mentre gli eventi più longevi di certo sono importanti per creare un'associazione diretta con la città stessa, non sono comunque da sottovalutare quei festival che vengono organizzati

una sola volta nella destinazione, in quanto possono comunque portare beneficio economico e d'immagine.

I partecipanti sono artisti che desiderano farsi conoscere, collezionisti, galleristi, persone appassionate o visitatori incuriositi dall'argomento, spesso attirati anche dagli eventi secondari che circondano la tematica principale della Street Art, come concerti e spettacoli. I festival offrono inoltre la possibilità di dare una spinta all'economia locale e questo fattore è un importante incentivo all'ospitare questo tipo di eventi.

Il ***Cans Festival*** è un perfetto esempio di evento che ha contribuito alla consacrazione della città di Londra come centro pulsante dell'attività artistica di strada britannica. Organizzato da Banksy dal 3 al 5 maggio del 2008, il festival, dedicato alla celebrazione della Stencil Art<sup>53</sup>, era situato in Leake Street, un tunnel in disuso sotto alla stazione di Waterloo e dato in concessione da Eurostar. All'esibizione furono invitati una quarantina di artisti da tutto il mondo e i visitatori stessi furono incoraggiati a lasciare un loro segno, a patto che non coprisse il lavoro degli altri. L'evento riscosse un enorme successo: fuori dal tunnel si formarono code di centinaia di persone che durarono fino a tre ore e alla conclusione del festival si contarono migliaia di visitatori, rendendolo di fatto un successo senza precedenti.

Proprio il festival londinese di Banksy è citato come una delle ispirazioni alla base della nascita dell'***Upfest*** (*Urban Paint Festival*), la più grande manifestazione europea di arte di strada e di graffiti creata a Bristol nell'ottobre del 2008.

Inizialmente il festival era nato per riunire nella città britannica un gruppo di venti artisti al fine di decorare una fabbrica, ma in poco tempo la notizia si diffuse e il numero degli artisti aumentò fino ad arrivare a una cinquantina. La seconda edizione dell'evento fu tenuta pochi mesi dopo, nel giugno del 2009, subendo fin da subito un notevole aumento di popolarità, triplicando le visite dell'anno precedente e ospitando 100 artisti internazionali in sette differenti sedi. Nel 2010 la terza edizione vede la partecipazione di più di 150 ospiti e la diffusione dei luoghi di lavoro in varie sedi cittadine, con un flusso di cinquemila visitatori. Gli anni successivi vedono una crescita continua, arrivando nel 2013 a 250 artisti partecipanti e 25 mila visitatori. Il notevole successo

---

<sup>53</sup> Nell'agosto dello stesso anno l'evento è stato ripetuto, questa volta dedicandolo al Graffiti Writing. Attualmente il tunnel è utilizzato da artisti e writer come luogo d'incontro e area di pittura legale.

della sesta edizione porta gli organizzatori a mettere momentaneamente in pausa per un anno il festival, ripreso nel 2015, continuando a raccogliere consensi e constatando un ulteriore aumento di visitatori. All'edizione del 2016 partecipano più di 35 mila persone, mentre l'ultima edizione vede la cifra record di ben 50 mila presenze.

# Edizione	Periodo di svolgimento	# Visitatori	# Artisti
1	2008, Ottobre	500	50
2	2009, Giugno	1.500	100
3	2010, 5/6 Giugno	5.000	150
4	2011, 4/5 Giugno	13.000	200
5	2012, 2/4 Giugno	18.000	250
6	2013, 25/27 Maggio	25.000	250
7	2015, 25/27 Luglio	27.000	300
8	2016, 23/25 Luglio	35.000	350
9	2017, 29/31 Luglio	50.000	350

Tabella riassuntiva delle edizioni dell'*Upfest*.<sup>54</sup>

Le sedi espositive nell'ultima edizione sono arrivate a 35, disseminate in tutta la città, tra cui l'*Ashton Gate Stadium*, che attualmente rappresenta la più lunga superficie di pittura, con 50 artisti all'opera su un tratto di 200 metri, la *Tobacco Factory*, ovvero la prima sede scelta per l'*Upfest* del 2008, la *Upfest Gallery*, la galleria d'arte urbana più longeva di Bristol, che ospita esibizioni durante tutto l'anno, e ancora innumerevoli locali, ristoranti e negozi che collaborano e mettono a disposizione le loro pareti. Il festival, gestito interamente da volontari, è completamente gratuito, ma tramite l'acquisto del programma e della mappa si contribuisce alla raccolta fondi per l'organizzazione di beneficenza NACOA di Bristol, che sostiene i bambini che crescono in famiglie in cui uno o entrambi i genitori soffrono di alcolismo, raccogliendo al 2017 più di 50.000 sterline. Alla creazione delle opere di strada si affiancano infine innumerevoli eventi, tra cui concerti, workshop e vendita di stampe, libri, merchandise e lavori degli artisti. Per sostenere le spese, dal 2015 vengono inoltre lanciate tre campagne di

<sup>54</sup> Dati gentilmente concessi da *Upfest - Urban Paint Festival*.

*crowdfunding*: tutte superano gli obiettivi prefissati, raccogliendo più di cinquantamila sterline nel corso dei tre anni.

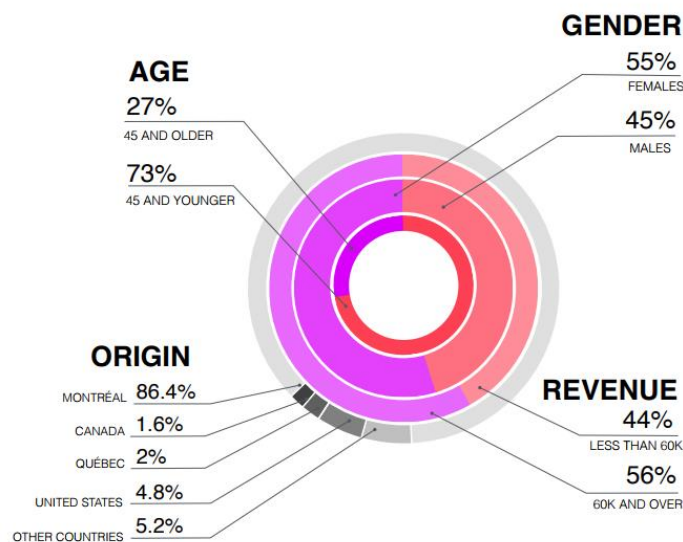
A Montréal è invece il **MURAL Festival** a fare da padrone, con più di un milione e mezzo di presenze durante la sua quinta edizione, nel 2017.

Il festival, le cui attività ed eventi si svolgono in una zona pedonale a libero accesso lungo Boulevard Saint-Laurent, una delle principali arterie del centro, offre ai visitatori l'opportunità di assistere alla realizzazione di murali dal vivo, partecipare a eventi musicali e conferenze e godere di una varietà di mostre e installazioni all'aperto. Fondato nel 2012 con la missione di democratizzare l'arte urbana, il MURAL è arrivato nel 2017 alla sua quinta edizione. Disseminate per la città troviamo un'ottantina di opere di Street Art che decorano intere facciate di edifici e strade, alcune risalenti al primo anno del Festival: nel corso del tempo alcuni lavori sono stati sostituiti da nuovi, ma all'interno del sito ufficiale dell'evento è possibile visualizzare l'intera raccolta fotografica. Dal 2013 il MURAL organizza anche una fiera espositiva, la Foire d'Art MURAL (FAM), che nel 2017 ha ospitato un centinaio di opere d'arte urbana e contemporanea all'interno del Marché Bonsecours, importante edificio designato sito storico nazionale del Canada nel 1984. Il successo ottenuto dalle prime due edizioni ha spinto gli organizzatori a estendere la durata del festival da quattro a undici giorni, inoltre dal 2015 il periodo in cui è organizzato il festival coincide con il weekend dedicato al Grand Prix du Canada del campionato mondiale di Formula 1; nel 2017 questi due fattori, unitamente al 375esimo anniversario della fondazione di Montréal, hanno portato alla città migliaia di turisti, segnando la cifra record di un milione e mezzo di visitatori al MURAL.

# Edizione	Periodo di svolgimento	# Visitatori
1	2013, 13/16 Giugno	400.000
2	2014, 12/15 Giugno	700.000
3	2015, 4/14 Giugno	1.150.000
4	2016, 9/19 Giugno	1.300.000
5	2017, 8/18 Giugno	1.500.000

Tabella riassuntiva delle edizioni del *MURAL Festival*.

Grazie a uno studio condotto dall'École Polytechnique de Montréal<sup>55</sup>, possiamo osservare le differenti componenti del pubblico del MURAL Festival. Se non si notano grandi differenze tra il genere dei visitatori e il loro reddito, notevole è invece la percentuale di visitatori di età inferiore ai quarantacinque anni, 73%, contro un 27% di visitatori al di sopra di questa età. Per quanto riguarda la provenienza del pubblico, la maggior parte arriva dalla città di Montréal (86,4%), mentre il pubblico internazionale si attesta attorno al 10%, la metà facente parte dei vicini Stati Uniti.



[Fig.7] Studio realizzato dall'École Polytechnique de Montréal.

Internet e i social network giocano un importantissimo ruolo nella promozione del MURAL Festival: il sito ufficiale dell'evento conta 84 mila visitatori, Instagram 166 mila follower e 38 mila risultati per #muralfestival, Facebook 39 mila like e più di 2 milioni di persone raggiunte, Twitter 4 mila iscritti.<sup>56</sup> La presenza sui media è altrettanto forte: al 2017 le pubblicazioni sono 889 in oltre venti paesi, con un pubblico di più di 608 milioni di persone (fonte: Dossier de Presse 2017).

Dopo una sola edizione, nel 2014 il MURAL Festival è stato uno dei vincitori de *Les Grand Prix du Tourisme Québécois*, che ogni anno premiano gli sforzi e il dinamismo delle aziende che operano nel settore del turismo, e nel 2016 replica la vittoria.

<sup>55</sup> Consultabile all'interno del press kit sul sito <http://2017.muralfestival.com/en/home>, (ultimo accesso ottobre 2017).

<sup>56</sup> Dati aggiornati all'8 settembre 2017.

Questa tipologia di festival riscuote grande successo a livello internazionale. Dal 2001 a Stavanger, Norvegia, ha luogo il *Nuart*, uno dei festival più longevi e riconosciuti al mondo all'interno del genere e che attrae noti nomi internazionali ogni anno. Alle Hawaii nel 2010 è nato il festival *Pow! Wow!*, che nel corso degli anni si è espanso anche in altri stati, come Taiwan, Hong Kong, Giamaica, Stati Uniti e Giappone. Ibiza ospita dal 2011 il *BLOOP Festival*, che vede partecipare una media di più di novantamila persone a edizione. Fanzara, piccola città spagnola di poco più di duecento abitanti, dal 2014 organizza il festival *MIAU (Museo Incabado de Arte Urbano, museo d'arte urbana incompiuto)*, progetto che mette a disposizione di artisti da tutto il mondo le pareti di tutta la città, diventata una galleria a cielo aperto, e che attira migliaia di turisti sia durante l'evento che nel resto dell'anno.

Il successo della Street Art è ormai riconosciuto in tutto il mondo e il proliferare di festival ed eventi legati a quest'arte dimostra come essa sia di fatto considerata facente parte dell'offerta turistica di moltissime città.

### 5.3 L'arte di strada per riqualificare le città

«I told him no, I'm sorry, compromise in colors is gray, and we have enough gray  
to last us a lifetime.»

Edi Rama

Con le parole dell'attuale primo ministro dell'Albania voglio introdurre un altro metodo che consente di integrare l'arte di strada nel paesaggio urbano, ovvero utilizzarla per riqualificare le località. Le qualità che si vanno a migliorare sono sia di natura urbana che sociale: da un lato la città viene rinnovata e dall'altro gli abitanti che amano i loro quartieri abbelliti li tratteranno con maggiore rispetto e cura, orgogliosi di poter vantare un luogo unico al mondo; oltre a ciò, la diffusione attraverso i canali mediatici di questi progetti innovativi fa sì che le località in questione diventino nuove destinazioni per turisti curiosi in cerca di novità, contribuendo allo sviluppo economico e sociale delle zone. In questa tipologia di interventi sono generalmente le istituzioni comunali a commissionare la pittura di superfici pubbliche: questo è proprio il caso di **Tirana**, capitale dello stato albanese che dal 2001 ha iniziato a cambiare volto. Il merito di



questo cambiamento è di Edi Rama, che per undici anni, fino al 2012, è stato sindaco della città.

L'Albania è stata governata da un regime militare socialista dal 1944 al 1991. Durante questi cinquant'anni lo stato subì una massiccia industrializzazione e la pianificazione urbana risultò in grigie e cupe città gremite di complessi di appartamenti e industrie. L'isolamento dell'Albania finì con la fine del governo sovietico nei primi anni Novanta: la popolazione raddoppiò, molti edifici simbolo del comunismo furono distrutti e molti altri ne furono costruiti, senza una precisa logica.

Poi, nel 2001, l'artista, scrittore e politico Edi Rama diventò sindaco e si trovò nel difficile ruolo di dover riportare l'ordine in quel caotico sviluppo urbano. Non disponendo di grossi fondi, Rama decise di utilizzare le sue conoscenze artistiche per il rinnovo della città: decise quindi di colorare le pareti della capitale. Dopo la pittura del primo edificio, tinto di un arancione brillante, Edi Rama si stava preparando a continuare il suo progetto quando si scontrò con la resistenza degli altri paesi dell'Unione Europea. Gli fu chiesto di optare per più colori neutri, in quanto quelli scelti non incontravano gli standard europei: l'allora sindaco replicò che nemmeno i dintorni erano conformi agli standard europei. Gli fu allora chiesto di scendere a compromessi, ma la risposta di Rama fu la seguente: «Ho detto loro no. Il compromesso nei colori è grigio e noi abbiamo abbastanza grigio da bastarci per una vita intera».<sup>57</sup> Il cambiamento che subì esteticamente la città si riflesse anche sulla popolazione: le persone iniziarono a gettare meno rifiuti a terra, a pagare le tasse, a sentirsi sicure grazie all'abbellimento dei loro quartieri, che in un certo qual modo migliorava anche gli individui stessi, infatti si registrò anche un calo del crimine. L'impegno profuso nel migliorare la sua città (che affianca al progetto illustrato anche interventi alla rete dei trasporti, alla sanità e altri) ha portato Edi Rama a essere eletto *World Mayor 2004* e grazie a lui oggi Tirana è una città colorata e piena di vita, il cuore pulsante dell'Albania.

Certo, la tipologia di intervento attuata da Rama non è del tutto paragonabile alla Street Art, ma si tratta comunque di un utilizzo innovativo dell'arte nell'ambiente urbano. I siti di promozione turistica esaltano la "nuova" Tirana, la città dei colori, che grazie a un intervento semplice come questo si è vista rinascere e riscoprire come meta da visitare.

---

<sup>57</sup> Edi Rama, *Take back your city with paint*, maggio 2012, [https://www.ted.com/talks/edi\\_rama\\_take\\_back\\_your\\_city\\_with\\_paint](https://www.ted.com/talks/edi_rama_take_back_your_city_with_paint), (ultimo accesso ottobre 2017).

«Vi ho dato un piccolo esempio di come una cosa, l'uso del colore, possa rendere il cambiamento possibile. (...) ognuno di voi può fare avvenire il cambiamento se lo desidera.»<sup>58</sup>



[Fig.8] Alcuni degli edifici dipinti nella capitale albanese.

Un'applicazione più diretta della Street Art è osservabile a **Il Cairo**: qui l'artista tunisino eL Seed ha dipinto una gigantesca opera su una cinquantina di edifici nel quartiere di Manshiyat Naser, anche definita "la città dei rifiuti". I residenti del sobborgo raccolgono la spazzatura della capitale e la smistano nel loro quartiere da decenni, sviluppando uno dei sistemi più efficienti e organizzati al mondo. Dalle persone esterne alla comunità sono chiamati *Zabaleen*, ovvero "gente spazzatura", e il quartiere è considerato sporco ed emarginato a causa di questa associazione; tuttavia loro non vivono *nella* spazzatura, ma *della* spazzatura, infatti si definiscono *Zaraeab*, "allevatori di maiali", che nutrono con i rifiuti organici raccolti. Ironicamente, gli abitanti di Manshiyat Naser chiamano *Zabaleen* la popolazione di Il Cairo, in quanto sono quelli a produrre la spazzatura e non loro.

L'idea di eL Seed era quella di creare un pezzo anamorfico, vale a dire un pezzo che si può vedere solo da un determinato punto d'osservazione. In questo caso il luogo da cui poter ammirare l'opera è il Monte Muqattam, l'orgoglio della comunità, dove è costruito il monastero di San Simone, una chiesa scavata nella montagna stessa. I lavori di eL Seed sono sempre scritte in calligrafia araba, anche chiamati *calligraffiti*. L'artista sceglie

---

<sup>58</sup> *Ibidem*, (I gave you a very small example of how one thing, the use of color, can make change happen. (...) every single one of you can make change happen if you want to).

sempre con attenzione il messaggio che vuole lasciare sulle pareti, assicurandosi che sia rilevante per il posto dove lo dipinge, ma al tempo stesso vuole che abbia una dimensione universale, in modo che chiunque possa capirlo. Per Manshiyat, Naser decise quindi di scrivere in arabo le parole di Sant'Atanasio di Alessandria, un vescovo copto del terzo secolo: إن أراد أحد أن يبصر نور الشمس، فإن عليه أن يمسح عينيه, in italiano "Chiunque voglia vedere chiaramente la luce del sole deve prima pulirsi gli occhi". Date le dimensioni dell'opera, eL Seed non aveva ben chiaro come procedere per riuscire a farsi dare il permesso da tutti i proprietari delle case del quartiere, ma dopo la benedizione di Padre Samaan, il capo della comunità, tutti i residenti approvarono il progetto. L'artista racconta che inizialmente numerò le abitazioni per organizzare il lavoro, ma presto quei numeri si trasformarono in nomi di famiglie: la realizzazione coinvolse l'intero sobborgo, che recepì l'impegno dell'artista molto positivamente e collaborò con il suo team. L'iniziale intento di abbellire il luogo si arricchì di un significato più profondo, «cambiare la percezione e aprire un dialogo sulla relazione che abbiamo con le comunità che non conosciamo»<sup>59</sup>; l'opera fu chiamata *Perception*.

Questo è un esempio di iniziativa privata condotta con il consenso e la partecipazione dei proprietari degli immobili. L'artista non è nuovo a questo genere di opere: nel 2012 aveva dipinto una parete esterna del minareto della moschea di Jara nella sua città natale, Gabés, in Tunisia, e altri suoi lavori si possono ammirare a New York, Parigi e in altre città. Nel 2015, l'organizzazione internazionale Ted lo ha riconosciuto come uno dei *Ted Fellows* per i valori di pace e unità comunicati attraverso i suoi lavori e nel 2017 ha vinto il premio UNESCO Sharjah per la cultura araba. Il valore di opere come *Perception* è principalmente comunitario; il progetto ha comunque riscosso una particolare attenzione da parte dei media e ha incuriosito le persone, che hanno cominciato a interessarsi a questo quartiere.

---

<sup>59</sup> eL Seed, *A project of peace, painted across 50 buildings*, giugno 2016, [https://www.ted.com/talks/el\\_seed\\_a\\_project\\_of\\_peace\\_painted\\_across\\_50\\_buildings](https://www.ted.com/talks/el_seed_a_project_of_peace_painted_across_50_buildings), (ultimo accesso ottobre 2017).



[Fig.9] Perception - eL Seed, Il Cairo, 2016.

Memore del muralismo di Diego Rivera e altri, anche il Messico colora con grande dedizione le sue città: uno dei progetti che ha riscosso più attenzione negli ultimi anni è quello condotto a Pachuca. Nel 2014 infatti il governo messicano ha commissionato al collettivo di street artist Germen Crew la pittura di 209 case in un'area di 20.000 metri quadrati nella colonia di Palmitas; oltre alle pareti multicolore, le vie interne sono state disseminate di opere di street artist locali. Lo sviluppo è durato quindici mesi ed è stato realizzato grazie al programma *Nos Mueve la Paz*, un piano nazionale per la prevenzione sociale della violenza attraverso il recupero di spazi pubblici e attività culturali, sportive e ricreative; all'inaugurazione, nell'agosto 2015, era presente anche il presidente messicano Enrique Peña Nieto. L'opera *Pachuca se Pinta*, dal budget di cinque milioni di pesos, ha coinvolto attivamente circa duemila residenti a colorare le case di 190 diversi colori e la pittura dei muri continua ancora a due anni di distanza, con l'aggiunta di opere verso quartieri limitrofi. Secondo il governo messicano l'incidenza del crimine nella colonia di Palmitas è stata notevolmente ridotta durante e dopo la realizzazione del macro-murale anche grazie alle attività culturali, ai tour e ai workshop organizzati da Germen Crew per tutta la durata del progetto.

La notizia delle famose "case dipinte" di Pachuca ha fatto il giro del mondo, da testate giornalistiche a blog di arte urbana e social network; visti i risultati sociali e l'interesse mediatico ottenuto, è attualmente in studio un progetto per convertire il murale di Palmitas in una zona protetta e prioritaria, al fine di espandere il suo potenziale



turistico, organizzando anche visite guidate ai murales interni e spazi per la vendita di artigianato.



[Fig.10] Palmitas, Pachuca, Messico, 2015.

A Malaga il quartiere di Soho, vecchia zona residenziale che rischiava il degrado, è ora il “barrio de las artes”. L’iniziativa MAUS - Malaga Arte Urbano Soho è stata lanciata nel 2013 dai residenti che, con l’aiuto del Comune e del vicino Centro di Arte Contemporanea, hanno trasformato il quartiere in un distretto culturale innovativo per trarre vantaggi turistici, ma soprattutto per migliorare e diversificare l’immagine della città. I palazzi di Soho ospitano opere murarie che vantano nomi come Shepard Fairey, Ben Eine e D\*Face e altri celebri artisti internazionali; assieme alle nuove opere di Street Art, ogni anno altre numerose attività come musica, danza, teatro, scultura e fotografia intervengono per arricchire l’esperienza. Il quartiere è diventato un’attrattiva sia per i residenti, ovvero i primi beneficiari, che per i turisti giornalieri, soprattutto crocieristi e turisti dal litorale nella loro giornata di visita alla città, come per i turisti culturali che soggiornano diversi giorni a Malaga, i turisti d'affari e quelli del fine settimana. L’intensificazione dei flussi turistici ha inoltre portato a un aumento della popolazione nella zona, effetto e causa di un incremento di negozi, bar, ristoranti e altre attività economiche.

Malaga, Pachuca, Tirana, Il Cairo: sono tutti esempi viventi delle possibilità di rivitalizzazione sociale, economica e turistica che può offrire la Street Art e l’industria

della creatività in generale. Accanto a queste, altre decine di iniziative prendono forma ogni anno, da Reykjavík in Islanda a Jinmankeng in Cina, segnale che i protagonisti delle città stanno iniziando a considerare la Street Art come una vera arte in grado di arricchire e valorizzare i luoghi.

#### **5.4 L'arte di strada italiana**

In Italia come abbiamo visto non c'è una legislazione adeguata a individuare la differenza tra vandalismo e Street Art: questo porta a una confusione nell'atteggiamento da adottare nei confronti dell'arte di strada e non solo sul piano giudiziario, ma anche su quello amministrativo. Da un lato c'è chi spinge per la repressione del movimento, dall'altro chi lo promuove attraverso l'organizzazione di festival ed eventi di riqualificazione cittadina; a seguire illustrerò alcuni interessanti casi di incoraggiamento e utilizzo della Street Art.

Le città culla del Writing degli anni Ottanta, Milano, Bologna e Roma, continuano a rappresentare i luoghi migliori dove poter andare alla ricerca di Street Art in Italia; al loro fianco ci sono anche Napoli, Torino e Padova, che con il tempo si sono ritagliate uno spazio importante in questo scenario grazie a mostre ed eventi realizzati negli anni, e altre città minori che hanno saputo cogliere – o sono state colte da – l'ondata di arte di strada dell'ultimo ventennio.

Tuttavia, ci sono città che ancora prima dell'avvento della Street Art dipingevano le loro pareti di murales: Orgosolo, Diamante, Dozza e Cibiana di Cadore sono forse gli esempi più celebri sul territorio nazionale.

In Sardegna, a **Orgosolo** il primo murale dipinto risale al 1969, realizzato da parte di un gruppo anarchico milanese firmatosi "Dioniso". Ufficialmente il fenomeno muralistico nasce tuttavia nel 1975, quando un professore, Francesco Del Casino, coinvolse alcuni alunni della scuola media in cui insegnava nella creazione di opere per abbellire alcune pareti della città. Inizialmente si trattò di murales di denuncia, soprattutto politica, ma negli anni Ottanta, quando le tensioni si placarono, iniziarono ad apparire scene di vita quotidiana della città. Attualmente la città vanta circa 150 pitture murarie e i visitatori sono invitati a lasciare un loro contributo per abbellire le vie del paese. Nella zona anche

altre località hanno coltivato l'arte dei murales, come San Sperate, Villamar, Carbonia, Iglesias e San Teodoro, alcune rimanendo nella tradizione e altre abbracciando un'ottica più moderna avvicinandosi alla Street Art.

**Diamante**, in Calabria, è un'altra cittadina che ha fatto dei murales un segno distintivo. Nel 1981 infatti, grazie a un'idea del pittore Nani Razzetti, nacque l'*Operazione Murales*, con lo scopo di rivitalizzare il centro storico: arrivarono, dall'Italia e dall'estero, ottantatre pittori che durante l'estate dipinsero 85 muri del centro storico. Nel tempo furono aggiunti in diverse occasioni altri murales, fino all'evento del 2017 *OSA! - Operazione Street Art*, che dal 20 giugno al 12 luglio ha ospitato una decina di artisti per colorare altre pareti della località.

«L'idea di implementare la street art nel complesso artistico, che ha toccato le mura di questo borgo marino durante gli ultimi 36 anni, nasce da un'esigenza di contemporaneità dell'immagine che viene rappresentata, di un'amplificazione del significato della tematica, di un marcamento più incisivo e diretto».<sup>60</sup>

L'evento è stato possibile grazie all'artista Antonino Perrotta, che ne ha curato la direzione artistica, con la collaborazione di Francesco Cirillo e il Patrocinio del Comune di Diamante.



[Fig.11] Diamante, uno dei lavori realizzati; opera di Diamond.

<sup>60</sup> Estratto dalla pagina Facebook dell'evento, data 05/06/2017.  
<https://www.facebook.com/operazionestreetartdiamante/>, (ultimo accesso ottobre 2017)

**Dozza**, borgo medievale in provincia di Bologna, ospita invece dal 1960 la *Biennale del Muro Dipinto*. Dalla sua nascita a oggi, l'evento ha visto la partecipazione di circa duecento artisti e dal 2007 la Biennale si divide tra Dozza, che ospita opere pittoriche su muro più tradizionali, e Toscanella, limitrofa cittadina contemporanea che dà spazio al Writing e alla Street Art. I lavori eseguiti sono sempre visibili per le strade dei due paesi, vere e proprie gallerie a cielo aperto, inoltre il Centro Studi e Documentazione del Muro Dipinto raccoglie e cataloga i bozzetti inviati dagli artisti e le opere "strappate" per esigenze di conservazione.

Nel cuore delle Dolomiti, vicino a Cortina d'Ampezzo, **Cibiana di Cadore** è un'altra piccola località che da anni è famosa per i suoi murales. In questo caso l'iniziativa nacque negli anni Ottanta con lo scopo di recuperare tradizioni, mestieri e storie del luogo riproponendole come una memoria collettiva visibile a tutti: in questo modo è stato sia salvaguardato il patrimonio culturale del luogo che valorizzato il borgo, abbellendolo. Negli anni i murales sono aumentati e al giorno d'oggi se ne contano una cinquantina, alcuni addirittura realizzati da artisti giapponesi e russi.

Questi tre paesi presi in esempio godono tutti di una buona presenza turistica grazie anche ai murales; consultando la categoria "Attrazioni" su TripAdvisor, osserviamo i seguenti risultati:

	Rank	Tot. Attrazioni	N° recensioni	Valutazione
<b>Orgosolo</b>	#1	13	123	4.5
	#4	13	37	4.5
<b>Diamante</b>	#2	17	100	4.5
<b>Dozza</b>	#1	7	281	4.5
<b>Cibiana</b>	#2	7	13	4.5

Dati estrapolati da TripAdvisor, aggiornati al 12 settembre 2017

Per quanto riguarda la promozione del territorio anche tramite la Street Art, oltre alle città appena descritte, che vantano un genere di arte di strada "storico", in Italia proporre tra i punti di interesse le opere che si trovano realizzate per le strade anche sui siti istituzionali e turistici non è una pratica molto diffusa. Ravenna cataloga la Street



Art tra le opere artistiche, permettendo all'utente di scaricare una mappa delle opere presenti all'interno della città, Roma propone tra i suoi itinerari una sezione interamente dedicata all'arte di strada, con una divisione per quartieri e il servizio di geolocalizzazione dei lavori. Tuttavia, nella maggior parte dei casi, città che ospitano addirittura eventi di rilevanza internazionale non dedicano spazio a questo fenomeno all'interno dei loro siti istituzionali; è molto più facile invece trovare informazioni a riguardo in pagine web di appassionati o associazioni culturali.

I festival sono invece numerosi, in continuo aumento soprattutto negli ultimi tempi; ogni anno se ne contano a decine, tutti di grande successo sia per il fattore di attrazione turistica che per il fattore di riqualificazione urbana, elementi entrambi estremamente importanti per il benessere della comunità. Iniziando dai primi anni del Duemila, le più rilevanti manifestazioni italiane per il successivo sviluppo dei festival dedicati alla Street Art sono state il longevo *Icone* di Modena, nato nel 2002 e conclusosi nel 2013, il *Fame Festival* di Grottaglie (Taranto), particolare per il suo carattere prettamente politico, iniziato nel 2008 e terminato nel 2012, il *Picturin* di Torino (2010-2012) e molti altri. Attualmente lo scenario degli eventi dedicati all'arte di strada è amplissimo, ho quindi deciso di selezionare alcuni esempi significativi secondo la mia opinione.

***Memorie Urbane*** è un festival nato nel 2011 con l'obiettivo di far riscoprire la città attraverso l'arte urbana contemporanea, che funge da strumento per mettere in luce luoghi trascurati e abbandonati, dando loro un nuovo scopo, quello di tela artistica. Il nome pone l'attenzione sul concetto di memoria, infatti l'arte non va a sovrascrivere la città, ma ne esalta i luoghi mantenendo vivo il patrimonio storico, artistico e naturale in cui viene posta. Dopo sei edizioni il festival si è evoluto, diventando quello che oggi è il museo di arte muraria più grande in Italia, sviluppato in ben tredici cittadine dislocate tra Lazio e Campania, con all'attivo quasi 200 opere realizzate da più di 120 artisti provenienti da tutto il mondo. Ogni edizione è accompagnata da appuntamenti collaterali come workshop tenuti da street artist, eventi serali, conferenze e molto altro; inoltre, il 2016 ha segnato a Gaeta la nascita dell'area espositiva *Street Art Place / Urban Gallery*, curata da Davide Rossillo, ideatore dello stesso *Memorie Urbane* e presidente di

Turismo Creativo, associazione che si occupa dello sviluppo di progettualità creativa turistica sul territorio laziale.

A Ravenna è l'Associazione Industria, in collaborazione con l'assessorato alle Politiche Giovanili, a dar vita nel 2014 a **Subsidenze**, il primo festival di Street Art della città romagnola. Ogni anno la manifestazione, che di edizione in edizione si è ampliata con l'aggiunta di conferenze, proiezioni, mostre e altri eventi collaterali, ha portato numerosi street artist italiani e stranieri di grande fama nel capoluogo. Allo stesso tempo ha dato la possibilità ai giovani artisti del territorio di poter esprimere la propria creatività, grazie a bandi e iniziative come quello lanciato nel 2014 per la realizzazione di murali nel sottopasso della stazione, al quale hanno aderito giovani da tutta Italia.

Nella molisana Civitacampomarano, in provincia di Campobasso, è organizzato invece il giovanissimo **CVTà Street Fest**. Nel 2016 infatti ha avuto luogo la sua prima edizione, sotto la direzione artistica di Alice Pasquini, in arte AliCè, una degli street artist italiani più famosi sul piano internazionale. La manifestazione è organizzata dalla Pro Loco locale ed è patrocinata dal Comune e dalla Regione. L'idea del festival nasce nel 2014, quando il presidente della Pro Loco di Civitacampomarano invia una email ad AliCè per invitarla a dipingere i muri del centro storico, ormai quasi disabitato; una volta sul luogo, l'artista dipinge una serie di opere murarie prendendo ispirazione da fotografie d'epoca del borgo, celebrandone il passato. Subito la città risponde positivamente alle opere di Alice e l'orgoglio per il proprio paese, unitamente alla passione dello street artist, rendono possibile la nascita del festival: sono infatti gli abitanti stessi a fare a gara per mettere a disposizione i propri muri, legando la comunità ai propri luoghi e permettendone la partecipazione alla valorizzazione della città. La prima edizione, dal 21 al 24 aprile 2016, riscuote un forte successo sia mediatico che in termini di visitatori, più di 2500 a fronte di 400 abitanti del piccolo borgo, e grazie alla Street Art a Civitacampomarano si riattivano i settori immobiliare e turistico-ricettivo. Nel 2017 **CVTà Street Fest** torna per il secondo anno, la seconda edizione incontra tuttavia dei problemi impensati: non sono enti o istituzioni a ostacolare l'evento, ma una serie di gravi eventi naturali che compromettono il paese in molti suoi luoghi. Tra neve e frana tuttavia la città resiste e il festival continua: spostato dall'1 al 4 giugno, nei mesi precedenti si alternano comunque alcuni artisti nella realizzazione delle loro opere; i giorni del festival si riempiono di conferenze, dibattiti ed eventi gastronomici e musicali,

vengono organizzati inoltre tour guidati alla scoperta non solo della Street Art ma anche dei luoghi storici e naturali che continuano per tutta l'estate. I risultati sono anche quest'anno ottimi, con più di quattromila presenze nei soli tre giorni di festival.

I festival arricchiscono e stimolano la creatività delle località e consentono di capire l'importanza che eventi di questo tipo assumono nell'ambiente urbano, contribuendo ad aumentare la consapevolezza e la riscoperta degli spazi cittadini e favorendo la legittimazione e valorizzazione della Street Art, che può dare e fare molto sia sul piano sociale che urbanistico.

L'utilizzo della Street Art in quanto mezzo di riqualificazione del territorio sembra essere un intervento ben accolto dalle istituzioni e dalle comunità, infatti frequentemente anche gli eventi propongono tra i loro obiettivi il rinnovo urbano. La zona urbanistica di Tor Marancia a Roma, il quartiere periferico torinese Barriera di Milano e il Parco dei Murales di Napoli sono dei perfetti esempi di come da nord a sud la Street Art stia diventando un importante strumento per salvare alcune zone periferiche o industriali dal degrado.

A Roma è stato realizzato un progetto grandioso che ha coinvolto popolazione, associazioni e artisti all'abbellimento di Tor Marancia, zona periferica interessata da numerose criticità. Così vede la luce **Big City Life**, iniziativa di riqualificazione urbana che dall'8 gennaio al 27 febbraio ha visto dipingere nel quartiere romano ventidue opere murali sulle facciate di undici edifici di proprietà dell'Ater, l'azienda territoriale per l'edilizia residenziale. Al fianco dei ventidue artisti provenienti da dieci Paesi sono intervenuti anche gli abitanti della zona, le scuole e le associazioni locali, per trasformare Tor Marancia in un museo a cielo aperto permanente. Il progetto è stato ideato nel 2014 dall'associazione culturale *999Contemporary* ed è stato realizzato grazie al sostegno dell'Assessorato alla Cultura, Creatività, Promozione artistica e Turismo e della Fondazione Roma-Arte-Musei, con il patrocinio dell'VIII Municipio e la collaborazione di Ater. «Abbiamo messo in moto diversi percorsi di street art, da Ostiense a San Basilio, nel tentativo che anche Roma come tante altre città europee abbia un percorso turistico nelle aree meno frequentate dai visitatori, così che si venga nella Capitale anche per delle testimonianze di arte contemporanea e non solo per lo

straordinario patrimonio archeologico e monumentale che abbiamo. L'arte urbana è decisiva per la riqualificazione, il nostro compito è di contribuire al rafforzamento del tessuto sociale e culturale raccogliendo tutte le energie della città»<sup>61</sup> spiega l'assessore alla Cultura Giovanna Marinelli a proposito del museo condominiale di Tor Marancia. *Big City Life* è stato inoltre selezionato come uno dei progetti esposti nel Padiglione Italia alla 15° Mostra Internazionale di Architettura della Biennale di Venezia, nel 2016, avente come tema "Taking Care - Progettare per il bene comune".

Quella appena descritta non è l'unica iniziativa di riqualificazione delle zone grigie della Capitale. Le prime opere di Street Art furono infatti eseguite nel quartiere Ostiense tra il 2009 e il 2010, in un'iniziativa che mirava a valorizzare e promuovere l'area come spazio d'arte contemporanea e alla quale parteciparono artisti rinomati tra cui Blu, Lucamaleonte, Roa e C215. Nei mesi di gennaio e febbraio del 2015 nel quartiere di San Basilio è stata proposta la seconda edizione di *SanBa* dell'Associazione Culturale *W.A.L.L.S.*, che già aveva operato nella zona durante l'estate dell'anno precedente e che è stata impegnata in altri numerosi interventi di riqualificazione della città capitolina.

Torino è un altro recente esempio dell'avvicinamento del sistema istituzionale agli artisti: nel 2014 è stato indetto dalla Fondazione Contrada Torino il bando internazionale di arte pubblica *B.A.R.T - Arte in Barriera*, promosso dalla Città di Torino e dal Comitato Urban Barriera. Il concorso sfidava i partecipanti nella creazione di un progetto di riqualificazione



[Fig.12] Facciate dei palazzi dipinte nel quartiere di Tor Marancia.

<sup>61</sup> *Tor Marancia, museo a cielo aperto di street art*, 9 marzo 2015, [http://roma.repubblica.it/cronaca/2015/03/09/news/tor\\_marancia\\_museo\\_a\\_cielo\\_aperto\\_di\\_street\\_art\\_-109123532](http://roma.repubblica.it/cronaca/2015/03/09/news/tor_marancia_museo_a_cielo_aperto_di_street_art_-109123532), (ultimo accesso ottobre 2017).

del quartiere torinese Barriera di Milano, pensando tredici lavori legati da un tema e stile comune da realizzare sulle tredici pareti messe a disposizione. Le adesioni sono state numerosissime, complice l'incentivo di un premio in denaro, per un totale di 83 proposte: la giuria, composta da cinque esperti, ha votato le quattro opere finaliste e trenta giurati di territorio hanno proclamato il progetto vincente. È lo street artist pugliese Millo a guadagnarsi l'onore di trasformare il quartiere con la sua serie di opere *Habitat*, che da settembre a dicembre sono state dipinte su più di millecinquecento metri quadrati di muro. Il tema dei lavori è quello del rapporto tra l'individuo e lo spazio, rappresentato con personaggi enormi stilizzati e amichevoli che esplorano delle città miniaturizzate e intricate. Il progetto originale prevedeva la realizzazione delle opere in bianco e nero, ma in seguito a degli incontri con i residenti, è stato deciso di aggiungere delle note di colore e apportare piccole modifiche. La cittadinanza accoglie calorosamente i lavori murari e i tre tour gratuiti alla scoperta delle opere registrano il tutto esaurito.



[Fig.13] *Quiet* - Millo, Torino, 2014.

Dall'altro capo dell'Italia, un'altra città si colora per riscoprirsi. Si tratta di Napoli, che fa rinascere il quartiere di Ponticelli grazie a un'iniziativa di *INWARD - Osservatorio sulla Creatività Urbana*. In seguito al successo di un'opera di Street Art realizzata nella

primavera del 2015<sup>62</sup>, all'organizzazione fu chiesto di presentare un progetto di riqualificazione e rigenerazione tramite l'arte di strada per il Parco Merola di Ponticelli. Negli anni sono stati realizzati diversi lavori, l'ultimo nell'agosto 2017, e in molti si sono interessati all'iniziativa: in breve tempo si è deciso di promuovere l'evento tramite visite guidate, rendendo il soprannominato **Parco dei Murales** un vero e proprio distretto culturale per la Street Art. Dal 16 aprile 2016, prima data nel calendario dei tour, si sono susseguiti numerosi giri turistici; il successo è stato grande e il ricavato destinato a una cooperativa locale impegnata nello sviluppo di nuove opportunità lavorative per i giovani di Napoli Est.

---

<sup>62</sup> *Ael. Tutt'egual song'e criature* di Jorit AGOch. Opera eseguita per la campagna nazionale "Accendi la mente, spegni pregiudizi" promossa dall'UNAR - Ufficio Nazionale Antidiscriminazioni Razziali, MIUR e ANCI.



## Capitolo 6. Oltre la strada

In tutto il mondo vengono organizzati festival di Graffiti Writing e Street Art e le amministrazioni cittadine riconoscono il loro potenziale per azioni di riqualificazione urbana. Parallelamente agli interventi in strada, gli street artist espongono anche in gallerie e musei, trasladando i loro lavori su stampe, installazioni e tele; il fenomeno turistico ormai avviato ha attirato inoltre l'attenzione anche delle più importanti guide turistiche al mondo, che dedicano libri e articoli alla Street Art, mentre online Google lancia lo Street Art Project, con il fine ultimo di catalogare le opere presenti in ogni nazione.

### 6.1 Nelle gallerie e nei musei

«Street Art gehört auf die Straße, die Geschichte jedoch braucht ein Zuhause»

Yasha Young<sup>63</sup>

Come abbiamo già visto, la scelta da parte degli street artist di esporre in gallerie e musei, o comunque sottostare a una qualche forma di autorità e in un certo qual modo rinnegare le origini ribelli del Writing, è spesso aspramente criticata da quella fetta di artisti puristi, i quali ritengono che mai l'arte di strada e i graffiti dovrebbero scendere a compromessi. Tuttavia, con il passare degli anni, la crescente accettazione della Street Art ha inevitabilmente posto gli artisti di fronte a un bivio: rimanere nell'ombra, fedeli alle origini, o sfruttare l'istituzionalizzato mondo dell'arte per farne una vetrina e guadagnare dalle proprie opere. Non è tuttavia oggetto di questa trattazione discutere sulle scelte dei singoli; alcuni potrebbero sostenere che l'istituzionalizzazione dell'arte di strada interferisca con il suo scopo originario, ma allo stesso tempo può aiutare a portare agli artisti che la desiderano l'attenzione ricercata.

Dalle gallerie a cielo aperto rappresentate dalle vie delle città, l'arte di strada è presto arrivata alle gallerie d'arte. Con il termine galleria intendiamo un luogo dedicato

---

<sup>63</sup> Lars von Törne, *Die Straße hat ein Zuhause*, 16 settembre 2017, (La Street Art appartiene alla strada, ma la storia ha bisogno di una casa), <http://www.zeit.de/kultur/kunst/2017-09/urban-nation-eroeffnet-in-berlin>, (ultimo accesso ottobre 2017).



all'esposizione di opere d'arte, spazio solitamente mantenuto da privati o associazioni. In seguito al successo ottenuto nel mercato dell'arte sono nate numerose gallerie specializzate nel Writing e nella Street Art, all'interno delle quali è possibile inoltre concludere la compravendita delle opere.

Una delle prime gallerie a esporre opere di Street Art è stata la *Galerie de Magda Danysz*, a Parigi, che dal 1998 promuove l'arte di strada collaborando con artisti come Shepard Fairey, JR, Futura e che ha recentemente ampliato i suoi spazi espositivi aprendo due spazi rispettivamente a Londra e a Shanghai. Un'altra importante galleria ha sede a Londra: si tratta della *Hang-Up Gallery*, nata nel 2008 come sito online specializzato e divenuta celebre per aver dedicato nel 2016 una mostra permanente all'anonimo street artist inglese, il *Banksy Bunker*. A Barcellona invece la *Base Element*, dal 2003, oltre a essere uno spazio espositivo e di compravendita dedicato soprattutto ad artisti locali, permette ai visitatori di conoscere questi ultimi e partecipare a workshop da essi organizzati.

Per quanto riguarda i musei, sono pochi quelli che dedicano alla Street Art uno spazio al loro interno. Sia per il loro particolare supporto, sia per la loro particolare natura, le opere di arte di strada ancora faticano a ritagliarsi un posto per essere conservate a fianco dell'arte più "classica". Per questo, piuttosto che cercare di entrare all'interno dei musei tradizionali, negli ultimi anni sono sorti dei musei dedicati esclusivamente alla Street Art.

Uno dei primi esempi in termini temporali è il ***5Pointz: The Institute of Higher Burnin'***, considerato il centro espositivo di *Aerosol Art* più importante mai esistito. Situato a Long Island City, nel Queens, il *5Pointz* (il nome rappresenta i cinque distretti di New York: Bronx, Manhattan, Queens, Brooklyn e Staten Island) era un'ex-fabbrica risalente alla fine del diciannovesimo secolo che fu comprata negli anni Settanta dalla famiglia Wolkoff. Nei primi anni Novanta i proprietari ricevettero la richiesta di poter utilizzare l'edificio, rimasto in completo disuso, come spazio legale per la produzione di graffiti, e la risposta fu affermativa. Fu così che per i successivi vent'anni l'edificio venne considerato la mecca dei graffiti, attirando artisti da ogni angolo del mondo. Purtroppo nel 2013 fu demolito dai proprietari per far spazio a un complesso residenziale, non senza scatenare una miriade di proteste e raccolte di firme, che comunque poterono

fare ben poco per salvare l'edificio. Nonostante la conclusione infelice, questo può essere considerato il primo tentativo di dedicare uno spazio all'arte di strada, che ha dato il via ai successivi esperimenti di preservazione di Street Art e Writing.

Similarmente, a Parigi fu organizzata *La Tour Paris 13*, ovvero la più grande mostra di Street Art mai esistita. Il progetto, realizzato dalla *Galerie Itinerrance* con il sostegno del Consiglio comunale del tredicesimo *arrondissement* e il permesso del proprietario dell'immobile, prevedeva la realizzazione di opere sia all'interno che all'esterno di un palazzo di nove piani destinato alla demolizione. Sono stati coinvolti 108 street artist di 18 diverse nazionalità (il terzo piano della torre era completamente dedicato ad artisti italiani), che hanno realizzato sulle pareti e sui soffitti dei trentasei appartamenti e sulle pareti esterne dell'edificio più di quattrocento lavori. L'iniziativa si è inoltre svolta in totale coerenza con l'essenza dell'arte di strada, dato che alla fine tutto è scomparso nelle macerie, effimero. La realizzazione delle opere è durata per alcuni mesi fino all'apertura al pubblico, a entrata gratuita, per il solo mese di ottobre del 2013: i numeri sono stati da record, con quasi 25.000 visitatori in totale (tra le seicento e le mille persone al giorno, limitando l'accesso a quarantanove persone allo stesso tempo per motivi di sicurezza).

Rimaniamo a Parigi, ma questa volta nel diciassettesimo *arrondissement*: si tratta dell'*Art 42*, il primo museo di arte urbana in Francia, inaugurato nell'ottobre del 2016. Il progetto, ospitato in uno spazio di quattromila metri quadrati all'interno della scuola d'informatica *École 42*, permette all'arte di strada di diventare perenne: all'interno del museo, a ingresso gratuito, sono esposte più di 150 opere di cinquanta rinomati artisti appartenenti allo scenario internazionale, da Banksy a Zevs, passando anche per street artist italiani come Blu o Erica il cane. I lavori presentati appartengono alla collezione privata di Nicolas Lasserre, padre del progetto, che ha all'attivo più di quaranta esposizioni organizzate negli ultimi dieci anni. Il fascino dell'arte urbana<sup>64</sup>, secondo Lasserre, risiede nel suo spirito libertario, nella volontà di cambiare il mondo e nella generosità degli artisti che rendono l'arte accessibile a tutti, senza filtri né intermediari. Per quanto riguarda l'istituzionalizzazione e il mercato dell'arte, Lasserre non vede

---

<sup>64</sup>«Le terme d'art urbain englobe les deux courants que sont le street art et le post-graffiti.»: Lasserre utilizza il termine "arte urbana" per indicare la Street Art e il Post-graffiti, includendo quindi all'interno del museo non solo opere murarie, ma anche sculture e installazioni. (fonte: dossier de presse consultabile sul sito art42.fr, ultimo accesso ottobre 2017)

questi due aspetti negativamente: gli artisti hanno bisogno di vivere della loro arte, dichiara, e quindi producono dei lavori in studio parallelamente ai muri in strada.

«Da qualche decennio l'arte urbana si è appropriata del più grande museo del mondo: la strada. Constatiamo così che l'arte non emerge solo dall'alto della società, ma anche dal basso. Rappresenta quindi un'ampia gamma di dialoghi aperti e multipli, come il numero di artisti appartenenti a questa corrente, ed è in questo modo che s'inscrive nella storia dell'arte. Il progetto Art 42 dimostra la volontà di aprire a tutti i cittadini quest'arte che non ha ancora una mostra permanente in Francia e quindi consentirle una migliore visibilità.»<sup>65</sup>

Il successo è stato fortissimo: nei primi otto mesi dall'apertura, l'*Art42* ha accolto più di 35mila visitatori.<sup>66</sup>

È recentissima infine l'inaugurazione a Berlino dell'*Urban Nation Museum for Urban Contemporary Art*, avvenuta il 16 settembre 2017 dopo quattro anni di pianificazione e studio. All'interno del museo trovano spazio le opere appositamente create da circa centocinquanta di artisti locali e internazionali, e sulle pareti esterne nelle vicinanze un'altra cinquantina di lavori realizzati con il permesso degli abitanti del quartiere, trasformandolo in una gigantesca galleria a cielo aperto. Lo scopo è quello di creare un archivio e centro d'informazione del linguaggio dell'arte di strada, dei graffiti e dell'arte urbana contemporanea. La direttrice del museo, Yasha Young, definisce le opere una "estensione di quello che succede per le strade", dichiarando che mai all'interno del museo si vedranno lavori rimossi dalle pareti cittadine, rifiutando l'idea che portare l'arte urbana in uno spazio museale possa sminuirne il suo impatto. Blek le Rat, uno dei numerosi street artist chiamati a esporre le loro opere all'*Urban Nation*, si dichiara entusiasta all'idea di vedere le sue opere valorizzate da parte dell'istituzione: «Penso che questo museo sia un punto di svolta. Era nostro un obiettivo quello di essere ammessi nelle istituzioni. È molto complicato perché da un lato siamo ribelli, creiamo

---

<sup>65</sup> Dossier de presse consultabile sul sito [art42.fr](http://art42.fr), (ultimo accesso ottobre 2017), (Depuis déjà quelques dizaines d'années, l'art urbain s'est approprié le plus grand musée du monde: la rue. On constate ainsi que l'art n'émerge pas seulement par le haut de la société, mais aussi par le bas. Il représente ainsi un éventail de dialogues ouverts et multiples, comme le nombre d'artistes appartenant à ce courant, et c'est de cette façon qu'il s'inscrit dans l'histoire de l'art. Le projet Art 42 affiche la volonté d'ouvrir à tous les publics cet art qui ne connaît pas encore d'exposition permanente en France, et ainsi lui permettre une meilleure visibilité).

<sup>66</sup> Dati gentilmente concessi da *Art42*; numeri aggiornati a giugno 2017, prima della pausa estiva, con riapertura al pubblico in ottobre.

arte in luoghi dove è illegale, rischiamo la prigione facendo la nostra arte per le strade, ma dall'altra parte, quando parli con gli street artist e i graffiti artist, tutti vogliono di essere all'interno dei musei, tutti vogliono essere venduti da Christie's, tutti vogliono far parte del mondo dell'arte.»<sup>67</sup> Per Young il museo aiuterà le persone a comprendere che il movimento della Street Art non è una semplice moda passeggera, ma qualcosa di credibile, internazionale e importante artisticamente. In occasione dell'inaugurazione sono state inoltre svolte diverse attività, come muri dove i visitatori potevano lasciare i loro *tag*, installazioni e performances. L'*Urban Nation Museum* dispone inoltre di una biblioteca, la *Martha Cooper Library*, dove si possono trovare più di cinquemila libri, rare riviste specializzate, oggetti e fotografie, molti dei quali donati proprio dalla fotografa Martha Cooper, che documenta il movimento dai suoi esordi.

La mostra inaugurale, *UNique. UNited. UNstoppable.*, ha avuto un successo enorme: nel weekend del 16 e 17 settembre più di tredicimila persone hanno affollato le strade del quartiere per ammirare i murales dipinti lungo le vie e le presenze all'interno dell'*Urban Nation Museum* sono state oltre settemila. All'inaugurazione erano presenti anche Martha Cooper, il ministro della Cultura e della Comunicazione tedesco e il sindaco della città di Berlino.

## 6.2 Nelle guide turistiche

Il successo planetario della Street Art si può appurare anche dal suo ingresso all'interno del mondo dell'editoria dei viaggi. Oltre a essersi ritagliata un angolo nelle guide turistiche locali minori, l'arte di strada è riuscita a conquistare anche alcuni dei titoli più conosciuti al mondo.

All'interno di *routard.com*, sito complementare della celebre guida turistica francese *Guide du routard* nata nel 1975, troviamo decine di esempi di articoli rivolti ai curiosi

---

<sup>67</sup> Hannah Ellis-Petersen, *Street art goes home: museum of graffiti opens in Berlin*, 20 settembre 2017, (I think this museum is a turning point. It was a goal for us to be admitted into the institutions. It's very tricky because on one side we are rebellious, we make art in places where it is illegal, we risk jail by making our art on the streets, but on the other side, when you talk with street artists and graffiti artists they all want to be in museums, they all want to be sold at Christie's, they want to be a part of the art world.), <https://www.theguardian.com/artanddesign/2017/sep/20/street-art-goes-home-museum-of-graffiti-opens-in-berlin-urban-nation>, (ultimo accesso ottobre 2017).

dell'arte di strada intesi come fonte d'ispirazione di viaggio. In alcuni casi, come l'Upfest di Bristol, il sito dedica delle vere e proprie guide, mentre in altri casi include la Street Art tra gli itinerari consigliati, ad esempio in città come Berlino e New York.

Allo stesso modo *Rough Guides*, uno dei leader dell'editoria dei viaggi, fondato nel 1982 nel Regno Unito, pubblica articoli (più di 200 risultati contenenti le parole "street art") che ripercorrono le storie dei movimenti e dei rappresentanti dell'arte di strada e dei graffiti, suggerendo tour locali e creando raccolte fotografiche alla scoperta dei fenomeni.

Alla lista non può di certo mancare *Lonely Planet*, la più grande casa editrice di guide turistiche al mondo, nata in Australia nel 1972. Anche in questo caso sono innumerevoli gli articoli dedicati alla Street Art e il forum del sito è molto attivo riguardo all'argomento, con numerosissimi interventi da parte degli iscritti, che consigliano i percorsi migliori per scoprire l'arte presente nelle loro città.

Grazie a questo genere di articoli questi editori non solo mirano a interessare ai viaggi nuovi segmenti di pubblico, magari i più giovani e incuriositi dall'arte contemporanea, ma riescono a generare l'interesse verso le località che ospitano l'arte di strada. Non è raro infatti che, a fianco di articoli dedicati unicamente alla Street Art, ne compaiano altri in cui questa è solo una delle numerose attrazioni che il luogo in questione è in grado di offrire.

Nei sopracitati esempi lo spazio dedicato dagli esperti del settore dei viaggi è online. Tuttavia è recente la pubblicazione della prima guida turistica dedicata esclusivamente all'arte di strada: si tratta del libro *Street Art*, edito da Lonely Planet nell'aprile del 2017. Il volume si propone come una guida visiva ai punti caldi dell'arte di strada mondiale, nei quali è possibile trovare i lavori dei migliori artisti. All'interno troviamo un centinaio di luoghi appartenenti a trenta diverse città, interviste ad alcuni artisti e protagonisti della scena internazionale e la presentazione di una decina dei più importanti festival al mondo.

### 6.3 Google Art Project per la Street Art

«The transient nature of street art means it can be at risk of being scrubbed out and lost forever to its legions of fans. But long after the paint has faded from the walls, technology can help preserve street art, so people can discover it wherever and whenever they like... Street art may be temporary on our walls and sidewalks, but its beauty and vibrancy live on, on the web.»

Lucy Schwartz<sup>68</sup>

*Arts & Culture*, piattaforma online lanciata il primo febbraio 2011 da Google, consente al pubblico di tutto il mondo di accedere a immagini in alta risoluzione delle opere ospitate in moltissimi musei, dalla Tate Gallery di Londra agli Uffizi di Firenze.

Nel giugno 2014 il sito ha deciso di aprire le porte all'arte di strada, inaugurando il *Google Street Art Project*. Il progetto, realizzato in collaborazione con esperti di arte urbana, ha come obiettivo la preservazione della Street Art, che per sua intrinseca natura rischia di sparire ogni giorno a causa di fattori atmosferici o interventi umani. Dal lancio della piattaforma, i numeri sono aumentati vertiginosamente. Inizialmente si contavano circa cinquemila immagini e un centinaio di esibizioni, mentre a oggi sono più di tredicimila le fotografie e oltre trecento le esposizioni. A questo, con gli anni si sono aggiunti quasi quattrocento video tra interviste e live painting e un centinaio di tour virtuali.

La missione del progetto, secondo il direttore dell'istituto culturale di Google Amit Sood, è quella di trasformare il mondo in una grande galleria all'aperto, godibile da tutti, e tramite *Google Street Art Project*, che utilizza la stessa tecnologia del progetto *Google Street View*, chiunque può ammirare l'arte presente nelle strade (e non solo) del mondo.

---

<sup>68</sup> Schwartz L., *The world is a canvas: introducing the street art project*, 10 giugno 2014, <https://www.blog.google/topics/arts-culture/the-world-is-canvas-introducing-street>, (ultimo accesso ottobre 2017), (La natura transitoria della Street Art fa sì che essa possa correre il rischio di essere rimossa e che le sue legioni di sostenitori possano perderla per sempre. Tuttavia molto tempo dopo che la vernice è scomparsa dalle pareti, la tecnologia può aiutare a preservare l'arte di strada, in modo che la gente possa scoprirla dove e quando vuole. La Street Art potrà anche essere temporanea sulle nostre pareti e sui marciapiedi, ma la sua bellezza e vivacità continueranno a vivere, nel web),

## 6.4 UrbanArt Biennale

Nella Germania occidentale, nei pressi del confine con la Francia, su una superficie di sei ettari si trova la Völklingen Ironworks, complesso industriale dichiarato nel 1994 dall'UNESCO Patrimonio mondiale dell'umanità. La ferriera, uno stabilimento siderurgico in cui si producono ghisa, ferro e acciaio, fu costruita nel 1883 e continuò la sua attività fino al 1986. Durante la diciottesima sessione del *WHC, World Heritage Committee*, svoltasi a Phuket, in Thailandia, si decise di includere l'ex-industria nella *World Heritage List*. È un bene di tipo culturale, iscritto secondo il secondo e il quarto criterio di selezione<sup>69</sup>: nello specifico, le motivazioni addotte sono che molteplici innovazioni tecnologiche sviluppate e messe in atto con successo per la prima volta alle Völklingen Ironworks oggi sono utilizzate in tutto il mondo (II criterio) e in quanto l'unico esempio intatto in Europa occidentale e in Nord America di una ferriera costruita nel XIX e nel XX secolo (IV criterio).

Il team incaricato della supervisione e della conservazione del sito ha dichiarato la volontà di utilizzare le Völklingen Ironworks per nuovi usi (museo, manifestazioni culturali, mostre), prestando attenzione a non comprometterne l'integrità e l'autenticità. Al suo interno sono quindi state organizzate mostre sulle Arti europee, nonché altri eventi culturali.

Attualmente le Völklinger Ironworks sono un museo, un centro di scienze interattive sulla produzione di ferro e ospitano mostre temporanee su vari argomenti, oltre che numerosi eventi e concerti.

Nel 2011 ha avuto luogo la prima edizione della futura biennale, con il titolo *UrbanArt - Graffiti 21 New York, Parigi, Berlino, Völklingen*, coinvolgendo importanti artisti come Fairey, Blek le Rat e Invader e in parallelo alla quale al Museo dell'arte contemporanea (MOCA) di Los Angeles si è svolta la mostra *Art in the Streets*. La coincidenza dei due eventi ha riscosso l'attenzione internazionale, di conseguenza Völklingen è diventato rapidamente un punto focale per gli appassionati d'arte con l'evoluzione del progetto,

---

<sup>69</sup> Il criterio: «Mostrare un importante interscambio di valori umani, in un arco temporale o all'interno di un'area culturale del mondo, sugli sviluppi nell'architettura, nella tecnologia, nelle arti monumentali, nella pianificazione urbana e nel disegno del paesaggio».

IV criterio: «Offrire un esempio eccezionale di un tipo di edificio, di un insieme architettonico o tecnologico o di un paesaggio che illustri uno o più periodi significativi della storia umana»  
(fonte: <http://whc.unesco.org/en/criteria/>).

ovvero, nel 2013, la *UrbanArt Biennale*. Nel 2015 la terza edizione porta nella città tedesca un'ottantina di artisti da più di venti diversi stati e sei continenti, che realizzano centoventi lavori, rendendo l'esibizione una delle più grandi al mondo, visitabile dal 29 marzo al 1 novembre.

È attualmente in corso la quarta edizione della *UrbanArt Biennale*, iniziata il 9 aprile e che si concluderà il 5 novembre. L'adesione degli artisti è stata ancora più numerosa rispetto all'evento precedente, con più di centocinquanta opere realizzate su uno spazio di centomila metri quadrati da un centinaio di artisti provenienti da diciassette nazioni. A poco meno di un mese e mezzo dalla conclusione, le presenze in termini di visitatori sono superiori alle centodiecimila unità, in lieve aumento rispetto alle edizioni precedenti che si sono concluse attorno a questa cifra.<sup>70</sup>

## 6.5 In Italia, tra particolarità ed errori

Anche in Italia, seppur con minore incidenza rispetto all'estero, sono presenti gallerie e musei a tema Street Art. Per quanto riguarda le prime spiccano le città di Milano, Torino e Roma, poli nello sviluppo del Writing degli anni Ottanta e tuttora attive anche sul tema dell'arte di strada. Nella Capitale troviamo due gallerie che trattano con street artist esteri e italiani, la Galleria Varsi e la Wunderkammern, quest'ultima con una seconda sede a Milano, dove è ospitata anche la Galleria Patricia Armocida. A Torino invece la Galo Art Gallery, oltre alla compravendita di opere e all'esposizione di lavori su tela, ha messo a disposizione degli artisti alcune pareti interne della galleria, dove ora sono realizzati alcuni murales.

Il **MAAM - Museo dell'Altro e dell'Altrove di Metropoliz\_città meticcia** di Roma è forse l'esempio, per quanto particolare, più interessante di museo di Street Art e Urban Art italiano. La storia del futuro MAAM comincia nel 2009, per difendere l'occupazione abitativa da parte di italiani e stranieri di uno stabilimento ex-mattatoio: la vicenda assume rilevanza nel 2012, quando sul posto si reca Giorgio de Finis, antropologo, artista e regista, che con il collega Fabrizio Boni realizza un documentario, *Space Metropoliz*, sulle lotte per l'ottenimento dello spazio abitativo. Il film è il primo progetto

---

<sup>70</sup> Dati gentilmente concessi da *UrbanArt Biennale*.



artistico del futuro museo, che inizia a vedere le sue pareti colorarsi durante l'allestimento del set grazie all'opera di alcuni street artist chiamati a collaborare. Fu così che nacque il *MAAM*, Museo dell'Altro, a sottolineare la presenza di diverse etnie, e dell'Altrove, indicando come la diversità sia un valore, secondo le parole di Giorgio de Finis, adesso direttore artistico del museo. Con gli anni si sono aggiunte sia opere degli abitanti dell'ex-mattatoio che di altri numerosi street artist provenienti da ogni angolo del mondo. Oggi il *MAAM* è un esperimento artistico e culturale di grande importanza e molto conosciuto, soprattutto all'estero; come dichiarò in un'intervista<sup>71</sup> l'assessore alla crescita culturale Luca Bergamo, «nei musei normalmente si passa, mentre qui le persone ci vivono, e questo potrebbe essere da esempio nella gestione di altri spazi della cultura capitolina».

Negli ultimi anni abbiamo visto come a livello globale l'interesse per la Street Art sia letteralmente esploso, causando un'ovvia risposta da parte delle istituzioni che hanno cercato di cogliere questo potenziale. I risultati sono stati molteplici: ci sono stati casi di enorme successo, eventi che non hanno avuto seguito e altri che hanno causato polemiche e ripercussioni. In Italia abbiamo due casi esemplificativi di come una mala organizzazione possa generare effetti opposti a quelli desiderati.

La mostra ***Banksy*** a Padova, svoltasi presso la Galleria Anna Breda tra il 15 e il 16 dicembre 2016, è un primo esempio. La prima giornata era dedicata all'acquisto delle opere da parte di un ristretto gruppo di potenziali acquirenti, mentre il giorno successivo la mostra fu aperta gratuitamente al pubblico. In questo caso tutto scaturì dall'accusa lanciata su Facebook al termine della serata inaugurale da parte del famoso artista padovano Kennyrandom, che conosce personalmente Banksy, asserente il fatto che la mostra fosse un fake, ovvero che fossero esposte opere fotocopiate e non originali come dichiarato dal comunicato stampa della galleria. Ne seguì una discussione pubblica sul social, dove la galleria e Anna Breda in persona rispondevano all'artista in maniera poco chiara e lo street artist alzava i toni della conversazione con espressioni colorite. Di certo la comunicazione della galleria non è stata delle migliori, né per le relazioni con il pubblico, non propriamente cristalline, né per la scarsa capacità di gestire la conversazione online. A qualche giorno di distanza la Galleria Anna Breda

---

<sup>71</sup> Di Cori A., Roma, *Maam, l'ex fabbrica atelier modello dei giovani artisti*, 30 ottobre 2016, [http://roma.repubblica.it/cronaca/2016/10/30/news/roma\\_maam\\_l'ex\\_fabbrica\\_atelier\\_modello\\_dei\\_giovani\\_artisti-150929142](http://roma.repubblica.it/cronaca/2016/10/30/news/roma_maam_l'ex_fabbrica_atelier_modello_dei_giovani_artisti-150929142), (ultimo accesso ottobre 2017).

rilasciò un'intervista<sup>72</sup>, nella quale dichiarò di avere sostituito quattro opere in mostra con delle copie per proteggere gli originali da danni e/o furti. Tuttavia nella stessa intervista si poté appurare che su sette fotografie scattate durante la serata inaugurale da Kennyrandom, già sei risultavano essere copie (come confermato dalla stessa gallerista). Nonostante l'opinabile chiarezza e sincerità verso gli spettatori, la mostra totalizzò circa millecinquecento visitatori nella giornata di apertura al pubblico, complice anche l'attenzione mediatica che la discussione online suscitò.

Sempre nel 2016, questa volta a Bologna, un altro evento generò delle critiche: si tratta della mostra ***Street Art – Banksy & Co. L'arte allo stato urbano***, prodotta e organizzata da Fondazione Cassa di Risparmio in Bologna, Genus Bononiae. Musei nella città e Arthemisia Group. Nel sito dedicato alla mostra questa viene definita come «la prima grande retrospettiva dedicata alla storia della street art» nata con la volontà di far riflettere «sulle modalità della salvaguardia, conservazione e musealizzazione di queste esperienze urbane». <sup>73</sup> All'interno degli spazi espositivi di Palazzo Pepoli, museo della storia di Bologna, dal 18 marzo al 26 giugno è stato infatti possibile trovare oltre duecentocinquanta opere e documenti, alcuni facenti parte della collezione donata nel 1994 al Museo della Città di New York dal pittore statunitense Martin Wong (collezione ospitata per la prima volta in Italia). La mostra si divideva in tre aree tematiche: *Città dipinta*, dedicata a opere prodotte per il mercato e pezzi provenienti dalle strade; *Città scritta*, focalizzata su Writing; *Città trasformata*, ovvero la collezione newyorkese.

L'obiettivo era quello di avviare una riflessione sulla necessità di proteggere e conservare l'arte di strada, e per farlo sono stati "strappati" alcuni lavori realizzati su pareti di edifici destinati all'abbattimento; lo "strappo" e restauro era stato affidato a un laboratorio di restauro locale. «Il recupero di opere d'arte contemporanea come i graffiti sui muri di strutture ubicate in zone periferiche della città - strutture che hanno subito e rischiano la demolizione per programmi di sviluppo urbano già definiti e spesso attuati - non è un atto vandalico. Occorre uscire dal conformismo latente e dannoso di chi vuole per forza criticare questa operazione e non ne prende in considerazione l'aspetto culturalmente rilevante e per ciò stesso meritorio. Il senso della mostra "Street

---

<sup>72</sup> Borsa T., *Banksy a Padova? Almeno 6 opere non originali*, 21 dicembre 2016, <https://incipitmag.com/2016/12/21/ban-chi>, (ultimo accesso ottobre 2017).

<sup>73</sup> *Street Art – Banksy & Co. L'arte allo stato urbano*, <http://www.genusbononiae.it/mostre/street-art-banksy-co-larte-allo-urbano>, (ultimo accesso ottobre 2017).

Art Banksy and Co. L'arte allo stato urbano" vuole essere questo, e siamo certi che la città parteciperà con grande attenzione a questa iniziativa», questo è quanto dichiarato da Fabio Roversi-Monaco, presidente di Genus Bononiae, sul comunicato stampa dell'esibizione.

In un'intervista precedente<sup>74</sup>, all'apertura della mostra, era stato chiesto a Christian Omodeo, curatore insieme a Luca Ciancabilla, come avrebbe fatto a gestire i rapporti con artisti non propensi a vedere le proprie opere all'interno di un museo: la risposta era stata che la Street Art doveva capire che attualmente esistono figure curatoriali in grado di instaurare un dialogo con gli artisti, cresciute in strada come loro e capaci di capirli.

Tra le numerose opere esposte, da Banksy a Invader, da Os Gemeos a Faile, erano presenti anche alcuni lavori "strappati" dell'italiano Blu. Ed è proprio da Blu che sorge la polemica legata a questa esposizione. L'operazione di strappo messa in atto per la mostra non era infatti stata autorizzata dagli autori delle opere di Street Art e lo street artist italiano, una volta venuto a sapere del fatto, ha replicato in maniera teatrale, cancellando tutti i suoi muri presenti all'interno di Bologna e realizzati nell'arco di vent'anni, concludendo con un post nel suo blog: «A Bologna non c'è più Blu e non ci sarà più finché i magnati magneranno. Per ringraziamenti o lamentele sapete a chi rivolgervi».<sup>75</sup>

Quello che era l'obiettivo dichiarato della mostra, ovvero "salvare" le opere anche tramite un'eventuale "musealizzazione" rimuovendole dal luogo per cui erano state pensate, ma così conservandole e trasmettendole ai posteri, è stato interpretato da alcuni artisti come un'occasione per guadagnare tramite l'opera di persone che invece concepiscono l'arte per tutti, pubblica, e non privata e chiusa tra le mura di un museo, 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

---

<sup>74</sup> Giacomelli M.E., *A Bologna è bufera. Sulla Street Art*, 3 gennaio 2016, <http://www.artribune.com/attualita/2016/01/bologna-street-art-mostra-polemica>, (ultimo accesso ottobre 2017).

<sup>75</sup> Blu, MAGNATE MAGNATI, 12 marzo 2016, <http://blublu.org>, (ultimo accesso ottobre 2017).

sono stati laboratorio per quegli artisti, ora i poteri forti della città vogliono diventare i salvatori della street art».76

Il problema di fondo sembra quindi risiedere nella mancata richiesta da parte dell'organizzazione della mostra di procedere con lo stacco dei lavori, che quindi è apparso come un'appropriazione al solo scopo di lucro da parte di un gruppo di artisti. Gli stessi street artist hanno poi organizzato una sorta di contro-mostra all'aperto in una fabbrica dismessa, «un immenso spazio di arte IN strada destinato ad avere vita finita così com'è nella natura stessa di questa forma d'arte», come troviamo scritto sul sito del progetto R.u.s.c.o. (Recupero Urbano Spazi Comuni; in bolognese, "rusco" vuol dire spazzatura).77

In una seconda intervista78, questa volta posteriore all'azione di Blu, Christian Omodeo risponde alla polemica degli "stacchi" senza consenso, dichiarando che la tecnica in questione è in uso da decenni e che lo scopo della mostra era quello di comunicare agli artisti che il museo è il luogo dove possono mostrare ciò che realizzano in strada, dicendo anche che lo stesso Blu ha esposto in diverse occasioni in musei. Inoltre afferma che la decisione di procedere allo stacco è avvenuta in seguito alla mancata risposta dell'artista alla richiesta da parte degli organizzatori, basandosi quindi sul silenzio-assenso: «Sono loro che si definiscono artisti (...) Ma se vuoi starci, devi sapere che il mondo dell'arte ha le sue regole. Il museo ha il dovere di sollevare il problema culturale della salvaguardia, del restauro, della permanenza di queste opere nella storia».

Nonostante le polemiche precedenti all'apertura della mostra, *Banksy & Co.* ha chiuso, dopo circa tre mesi di esposizione, a quota quarantaduemila visitatori, di cui trentaquattromila paganti (biglietto intero tredici euro, ridotto undici euro).79

---

<sup>76</sup> Wu Ming, *Street Artist #Blu Is Erasing All The Murals He Painted in #Bologna*, 12 marzo 2016, <https://www.wumingfoundation.com/giap/2016/03/street-artist-blu-is-erasing-all-the-murals-he-painted-in-bologna>, (ultimo accesso ottobre 2017).

<sup>77</sup> R.U.S.Co., <http://2016rusco.wixsite.com/rusco/2016>, (ultimo accesso ottobre 2017).

<sup>78</sup> Smargiassi M., *Blu, il curatore della mostra: "Ora le sue opere sono soltanto al museo"*, 13 marzo 2016, [http://bologna.repubblica.it/cronaca/2016/03/13/news/blu\\_il\\_curatore\\_della\\_mostra\\_ora\\_le\\_sue\\_opere\\_sono\\_soltanto\\_al\\_museo\\_-135360267](http://bologna.repubblica.it/cronaca/2016/03/13/news/blu_il_curatore_della_mostra_ora_le_sue_opere_sono_soltanto_al_museo_-135360267), (ultimo accesso ottobre 2017).

<sup>79</sup> Dati gentilmente concessi da *Genus Bononiae. Musei nella Città*.



[Fig.14] Opera di Blu in via Gandusio (BO) - prima e dopo la cancellazione.



## Capitolo 7. Gli attori del fenomeno

Questo capitolo illustrerà il ruolo dei vari interlocutori della Street Art, dai diversi attori della scena pubblica e privata, con cui gli street artist devono dialogare per poter realizzare le proprie opere legalmente, alle comunità che ospitano questo genere d'arte, specialmente nella sua originaria collocazione "stradale", e infine gli spettatori dell'arte di strada, il pubblico che la cerca o che ne viene colpito improvvisamente.

### 7.1 Gli artisti

Prima di addentrarmi nello studio degli altri attori, voglio dedicare però uno spazio ai protagonisti principali della Street Art, gli artisti. Come illustrato precedentemente, gli esponenti di questo movimento artistico faticano ad adattarsi ai canoni del mondo dell'arte e il principale ostacolo che incontrano è la rinuncia all'autonomia, affidarsi cioè a figure curatoriali. Per questo gli street artist, la maggior parte delle volte, auto-organizzano i propri eventi e gestiscono indipendentemente la promozione affidandosi generalmente a Internet. Gli artisti urbani inoltre differenziano i loro lavori tra quelli che destinano ai muri e quelli che invece destinano ai musei e alle gallerie: oltre al supporto, che di sovente nel secondo caso diventa la tela, più adatta all'esposizione e alla vendita, spesso interviene un atto di auto-censura che rende l'opera più consona al luogo. Questo tipo di modifiche è ciò che spinge molti artisti a rifiutare l'ingresso nel mercato artistico, ritenendo che vada a perdersi lo spirito originario dell'arte di strada. Tuttavia sono in molti ad affiancare all'attività illegale sui muri anche diverse tipologie di operazioni legali: queste sono utili sia per la possibilità di generare un ritorno economico che per aumentare la propria visibilità ed esperienza.

Oltre all'attività autonoma, non è raro che gli artisti si riuniscano sotto associazioni culturali – una caratteristica soprattutto italiana – che permettono loro di avere una veste più ufficiale che rende loro più semplice rapportarsi con le istituzioni e ottenere con maggiore facilità risposte affermative alle richieste di concessione di spazi o contributi per la realizzazione delle opere e degli eventi. L'obiettivo delle associazioni culturali è quello di promuovere gli artisti e mediarne il dialogo con le istituzioni, che si

dimostrano più propense in quanto «la maggior trasparenza possibile sul piano legale e uno statuto giuridico riconosciuto, contribuiscono a incrinare un alone di scetticismo che (...) molti soggetti istituzionali sembrano nutrire nei confronti degli street artist».<sup>80</sup>

Un importante caso italiano è ***INWARD - Osservatorio sulla Creatività Urbana***, che dimostra come sia possibile svolgere azioni di valorizzazione della creatività urbana (intesa come tutto ciò che riguarda Street Art, urban design, graffiti e muralismo) nei quattro settori pubblico, privato, no profit e internazionale. *INWARD* è l'acronimo di *International Network on Writing Art and Development*, ma ha anche la duplice lettura di "inward" come "rivolto dentro di sé" e "in ward" ovvero "nel quartiere", e il suo logo è una freccia, uno dei primi elementi decorativi dei graffiti, che puntando dentro di sé disegna l'occhio dell'osservatore: tutto ciò sottolinea gli effetti visivi della cultura urbana, fatta per sé ma godibile da tutti.

La storia di *INWARD* ha origine negli anni Novanta, quando i fondatori organizzano le prime attività informali, piccoli eventi con enti pubblici locali, per poi passare a progetti più importanti a livello regionale e nazionale nei primi Duemila. Nel 2008, in seguito al rinvio della "norma anti-writer", *INWARD* dichiarò tramite un comunicato stampa di essere disposto al dialogo con le istituzioni per discutere sui temi del Writing e della Street Art, chiedendo però l'attivazione di un Tavolo Tecnico, così da poter distinguere tra vandalismo e creatività urbana organizzata e matura. La richiesta viene accettata e nel 2010 coordina il Tavolo Tecnico Nazionale sulla Creatività Urbana per la Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento della Gioventù, istituito presso il CNEL – Consiglio Nazionale dell'Economia e del Lavoro, il primo strumento nazionale per la comprensione della cultura dei graffiti. Il Tavolo Tecnico ha elaborato il primo modello italiano di valorizzazione della creatività urbana, poi presentato nel 2011 alla Presidenza del Consiglio.

Nel corso degli anni *INWARD* ha sviluppato numerosi progetti, sei dei quali sono diventati programmi permanenti per la valorizzazione della creatività urbana. *Italian Graffiti* è un'iniziativa realizzata nell'ambito del bando di Giovani Energie in Comune (di cui seguirà nel capitolo 7.2 un'analisi più dettagliata) che lavora con l'Associazione Nazionale dei Comuni Italiani, nata per far emergere e dare valore al crescente numero

---

<sup>80</sup> Tommasini M., *Beautiful Winners. La Street art tra underground, arte e mercato*, Verona, Ombre Corte, 2012.



di enti locali che lavorano nell'ambito della creatività urbana. *Inopinatum* è il primo centro studi internazionale dedicato alla ricerca e all'analisi interdisciplinare sul tema della creatività urbana, in partnership con l'Università degli Studi di Roma "La Sapienza". Nel settore privato, *Streetness* è una piattaforma che mette in contatto aziende e street artist per lo sviluppo di linee speciali di produzione industriale, offrendo servizi di analisi commerciale, consulenza e promozione degli artisti. *DoTheWriting!* è il primo coordinamento al mondo delle Associazioni per la Creatività Urbana. *CUNTO Creatività Urbana Napoli Territorio Orientale* è un programma educativo di inclusione sociale attraverso la creatività urbana in periferia. Infine, *Urban Creativity Alliance* è un network internazionale di organizzazioni specializzate.<sup>81</sup>



[Fig.15] Settori di intervento e attività di INWARD.

Ritengo sia necessario dedicare una particolare attenzione alle sopracitate Associazioni per la Creatività Urbana. Tale denominazione è propria di *INWARD* e accoglie al suo interno tutte le organizzazioni no profit che lavorano a progetti di creatività urbana: la loro forma associativa risulta essere molto vantaggiosa in quanto consente agli artisti di dialogare più semplicemente con le istituzioni. In seguito alla campagna di

<sup>81</sup> Per maggiori dettagli consultare il sito <http://www.inward.it/organizzazione/piattaforme.html>, (ultimo accesso ottobre 2017).

sensibilizzazione nazionale *DoTheWriting!* avviata nel 2009 con il Ministro della Gioventù, le associazioni aderenti sono state iscritte al Registro Nazionale ACU e i loro presidenti hanno partecipato al Tavolo Tecnico sulla Creatività Urbana.

Le ACU sono un importante simbolo per quanto riguarda l'affermazione e la maturazione del fenomeno della Street Art e della creatività urbana in generale in Italia, che consentono di avere un dialogo più diretto e positivo con le istituzioni e un'immagine più accettata dal pubblico.

## **7.2 Gli interlocutori**

Gli spazi pubblici appartengono ai cittadini, ma il loro utilizzo è regolato dall'amministrazione comunale. Questa, assieme alle pro loco, è uno dei co-protagonisti che contribuiscono alla diffusione della Street Art nelle città italiane (per ovvie ragioni non è possibile analizzare la figura del privato che commissiona opere agli street artist, vista la varietà di declinazioni che la vicenda può assumere).

Il compito dell'amministrazione comunale è quello di gestire gli spazi e controllarne la fruizione da parte dei cittadini. Molti comuni mettono a disposizione nei loro siti online dei regolamenti comunali per le attività di street artist e writer in cui forniscono le indicazioni e le linee guida secondo cui questi possono agire nei limiti della legge. Lo scopo è quello di dare la possibilità agli artisti di esprimere la propria creatività designando degli spazi appositamente destinati alla loro arte. In questo modo l'amministrazione comunale cerca di creare un rapporto con gli street artist e i writer, in modo tale da ottenere un triplice beneficio:

- tutelare gli spazi pubblici dai fenomeni vandalici e di conseguenza evitare il danneggiamento dei beni, impedendo quindi il degrado di alcune zone della città;
- migliorare l'estetica urbana, donando alla località una nuova veste, colorata e viva;
- valorizzare la creatività degli artisti.

Solitamente viene fornita una lista dei luoghi in cui è possibile operare, ma in generale gli spazi tassativamente esclusi dal permesso riguardano le zone del Centro Storico e i luoghi tutelati per legge dal punto di vista ambientale e architettonico.

Spesso è inoltre richiesto agli street artist che intendono far uso dei luoghi destinati loro un portfolio di immagini che mostrino le loro opere, in modo tale che l'amministrazione comunale possa valutarne la qualità artistica. Di norma non sono imposti vincoli all'attività degli artisti, è sufficiente che i loro lavori non siano offensivi, razzisti, discriminatori o comunque in contrasto con il decoro e la pubblica decenza (in tal caso è giustificata la rimozione dell'opera).

Gli street artist e i writer possono presentare la richiesta individualmente o tramite le associazioni sotto cui spesso si riuniscono; la domanda può essere fatta tramite un modulo generalmente allegato al regolamento, inoltre può essere chiesta l'iscrizione all'Albo. Normalmente gli uffici dell'amministrazione comunale che si occupano di questo tipo di iniziative sono il Settore Urbanistica per l'individuazione degli spazi da destinare ai writer, mentre per quanto concerne il rapporto con gli artisti se ne occupano il Progetto Giovani, che fa capo al Settore delle Politiche Giovanili, e l'Assessorato alla Cultura.

È consentito infine sia a enti pubblici e privati che ai cittadini mettere a disposizione i propri spazi, presentando al Comune l'autorizzazione del proprietario e la documentazione fotografica necessaria alla catalogazione.

La scelta di attuare progetti urbani che coinvolgano writer e street artist ha inoltre l'interessante risvolto di contribuire a diminuire il vandalismo nell'area circostante. Secondo alcune ricerche infatti «se ai writer vandali è data l'opportunità di eseguire la propria arte su superfici autorizzate, smetteranno di taggare le proprietà non autorizzate» e «i vandali non sfregeranno l'arte degli altri per rispetto».<sup>82</sup>

Mentre le amministrazioni comunali gestiscono l'utilizzo degli spazi, le pro loco si occupano soprattutto dell'organizzazione di eventi legati alla Street Art, in collaborazione con associazioni di artisti e generalmente patrocinati dai comuni.

---

<sup>82</sup> Office of Crime Prevention, *A Study of Urban Art as a Graffiti Prevention Strategy*, State Graffiti Taskforce, aprile 2010, <http://goodbyegraffiti.wa.gov.au/wp-content/uploads/Urban-Art-Research-Paper.pdf>, (ultimo accesso ottobre 2017), (if graffiti vandals are given the opportunity to perform their art on approved surfaces, they will stop tagging unauthorised properties» e «vandals will not deface the art of others out of respect).

Le pro loco (dal latino “a favore del luogo”) sono associazioni locali senza fini di lucro costituite da volontari le cui attività toccano diversi ambiti d’intervento turistico, culturale, sociale, sportivo e ambientale. Il loro principale scopo è la promozione e la valorizzazione del territorio di competenza, solitamente un comune o una frazione: la loro nascita si deve alla necessità dei cittadini e degli operatori turistici di avere a disposizione uno strumento immediato e valido per la tutela e la gestione della propria località. Di particolare importanza sono quindi le attività di promozione turistica, specialmente per quello che riguarda la cultura autoctona del luogo e quindi prodotti enogastronomici, tradizioni popolari e mestieri artigianali, beni storico-artistici e ambientali.

Con il recente avvento del fenomeno della Street Art e l’interesse crescente da parte del pubblico, le pro loco hanno iniziato a organizzare eventi e festival in cui è inclusa o ne è il tema principale l’arte di strada. L’importanza di questa apertura denota come la Street Art stia di fatto iniziando a venire considerata un fenomeno turistico capace di generare movimento e profitto e al quale dedicare attenzione.

In ogni caso, per una corretta riuscita di eventi legati all’arte urbana è consigliabile per gli artisti sviluppare dei legami con gli enti presenti sul territorio: che si tratti di Associazioni Comunali, Pro Loco, altre tipologie di associazioni o privati, questi infatti possono contribuire alla riuscita del progetto con la loro esperienza, le loro conoscenze e le loro capacità, andando a completare ciò che invece offrono gli organizzatori, ovvero passione e competenza nell’ambito della Street Art. Questo supporto permette inoltre di riuscire a comunicare meglio l’evento e inserirlo adeguatamente all’interno del territorio in cui viene organizzato.

### **7.2.1 Bandi e progetti per la promozione della Street Art**

Nel dicembre 2009 furono pubblicati tre bandi di gara nell’ambito del programma ***Giovani energie in Comune***, promossi dal Dipartimento delle Politiche Giovanili e dall’ANCI, l’Associazione Nazionale Comuni Italiani, rivolto a iniziative progettuali riguardanti le politiche giovanili. Lo scopo del bando era infatti quello di «promuovere

una politica organica che sappia investire sui giovani come risorsa, anche attraverso la partecipazione ad iniziative e progetti con Enti pubblici e privati, Associazioni ed altre istituzioni interessate». <sup>83</sup> Il progetto prevedeva l'intervento in cinque settori: produzione musicale giovanile indipendente, valorizzazione di Street Art e Writing urbano, interventi a favore del volontariato giovanile, integrazione sociale mediante orchestre e bande musicali, valorizzazione delle specificità territoriali.

Il progetto *Valorizzazione della Street Art e del Writing urbano* era destinato a iniziative promosse da Comuni capoluogo (escluse le città metropolitane) e da quelli con una popolazione superiore ai cinquantamila abitanti, per il quale il Dipartimento della Gioventù aveva stanziato un finanziamento di settecentocinquantamila euro proveniente dal Fondo Nazionale per le Politiche Giovanili del 2009 per attivare corsi, laboratori e concorsi e per mettere a disposizione spazi per la realizzazione di opere artistiche. La cifra andava poi ripartita in somme non superiori ai cinquantamila euro da assegnare ai comuni vincitori del bando, che dovevano provvedere con una quota di co-finanziamento locale non inferiore al 20% del valore complessivo del singolo progetto. Tale quota poteva provenire da finanziamenti esterni forniti da partner del progetto, soggetti pubblici o privati. I progetti sono stati valutati da una commissione sulla base:

- dell'efficacia ed estensione del partenariato locale;
- della potenziale continuità nel tempo delle attività proposte e degli obiettivi dichiarati, in termini economici e professionali e possibilità di sviluppo e di ricadute sui territori interessati;
- del coinvolgimento attivo dei giovani nella gestione del progetto;
- del coinvolgimento di più Comuni;
- della sostenibilità economico-finanziaria del progetto;
- dell'incidenza del co-finanziamento locale sul costo totale del Progetto;
- della congruità e innovatività delle attività proposte;
- dell'attenzione alle situazioni di bisogno sociale.<sup>84</sup>

Nella sua totalità, il bando Giovani Energie in Comune ha visto la presentazione di oltre settecento domande, dalle quali sono stati attivati 134 progetti, per un totale di 348

---

<sup>83</sup> *Avviso pubblico per la selezione dei comuni da ammettere a finanziamento*, Bando Giovani energie in comune (2009), consultabile sul sito [www.gioventuserviziocivilenazionale.gov.it](http://www.gioventuserviziocivilenazionale.gov.it) (ultimo accesso ottobre 2017).

<sup>84</sup> *Ibidem*.

comuni che hanno potuto beneficiare di un finanziamento (con una popolazione coinvolta di quattro milioni di abitanti, di cui circa un milione e mezzo sotto i trentacinque anni d'età).<sup>85</sup> Il progetto dedicato alla Street Art e al Writing ha ricevuto quarantotto domande, dalle quali sono stati selezionati otto comuni vincitori: Ravenna, Foggia, Imperia, Latina, Padova, Teramo, Campobasso e Civitavecchia.<sup>86</sup>

Un altro interessante progetto è *P.A.I.N.T. - Poste e Artisti Insieme Nel Territorio*. Lanciato nel giugno 2016 da Poste Italiane, il progetto è stato pensato per valorizzare ventidue Uffici Postali dislocati sul territorio nazionale con altrettanti murales realizzati sulle pareti esterne. L'obiettivo era quello di rendere gli Uffici oltre che funzionali anche gradevoli e confortevoli: a distanza di poco più di un anno i muri dipinti sono 19, i tre restanti saranno realizzati nei prossimi mesi.

Esemplificativo di come la Street Art possa essere espressione del mondo culturale italiano è *PAX TIBI*, progetto veneto a cura di Comitato1866, organizzazione no-profit, e patrocinato dalla Regione Veneto – Assessorato alla Cultura. La realizzazione di opere murarie è stata una scelta fatta «per “tirare fuori la storia dai cassetti” e riportarla alla luce sugli edifici della nostra terra». <sup>87</sup> Per questo motivo sette street artist internazionali hanno dipinto nell'ottobre 2016 altrettanti personaggi veneti, da Andrea Palladio ad Antonio Canova, sui muri di sette città venete (Arcole, Thiene, Cittadella, Campo San Martino, Oderzo, Portogruaro) in quella che nella scheda del progetto viene definita come una «riqualificazione urbana che corrisponde ad una valorizzazione culturale attraverso la consapevolezza delle proprie radici». <sup>88</sup>

Questi progetti contribuiscono al raggiungimento di varie finalità, dal coinvolgimento dei giovani e degli artisti, alla riqualificazione urbana e sociale, inoltre contribuiscono a

---

<sup>85</sup> Brochure *Giovani Energie in Comune*, 30 maggio 2011, consultabile sul sito [www.anci.it](http://www.anci.it), (ultimo accesso ottobre 2017).

<sup>86</sup> Graduatoria definitiva Bando Comuni grandi - Valorizzazione della street art e del writing urbano, 6 agosto 2010, consultabile sul sito [www.anci.it](http://www.anci.it), (ultimo accesso ottobre 2017).

<sup>87</sup> Progetto consultabile sul sito [www.pax-tibi.com](http://www.pax-tibi.com), (ultimo accesso ottobre 2017).

<sup>88</sup> *Ibidem*.

generare interesse verso la cultura della Street Art e a renderla più comprensibile e accettabile.

### 7.3 La comunità

I progetti urbani avviati da numerose città non solo contribuiscono all'abbellimento e alla prevenzione del vandalismo, ma anche all'avvicinamento della comunità alla comprensione della Street Art.

Spesso infatti l'arte urbana è associata, in relazione ai graffiti spesso incontrollati e deturpanti, a una sorta di degrado morale e culturale, tuttavia se dovessimo cercare la definizione di "degrado" nel dizionario troveremmo "situazione di abbandono, di incuria"<sup>89</sup>, ovvero proprio ciò che la Street Art mira a combattere. Questa concezione deriva dalla prolungata lotta ai graffiti già ampiamente illustrata nel capitolo dedicato all'evoluzione storica, che vede le città sotto l'assedio dei *tag*. Alcuni portano come elemento penalizzante i costi necessari alla rimozione, ma attuando una precisa politica di promozione e informazione sul fenomeno, questa non è un'argomentazione destinata ad avere seguito, in quanto la maggior parte degli interventi sarebbe autorizzata. Altri lamentano la presenza della Street Art in relazione alla sicurezza del luogo: anche questa è una sorta di eredità morale derivata dalle origini dei graffiti, nati nelle periferie, e spesso ancora presenti, soprattutto sotto forma di *tag*, in luoghi dove la criminalità è più elevata. Tuttavia anche in questo caso è necessario chiarire alla popolazione come i fenomeni del Writing e della Street Art abbiano subito un'evoluzione che li sta avvicinando sempre più a un riconoscimento artistico e che quindi non sono più necessariamente un sinonimo di vandalismo e criminalità.

Nonostante l'arte di strada incontri ancora alcune difficoltà di accettazione iniziale in alcune località, sono in continuo aumento le città che ne colgono le potenzialità. Il suo utilizzo per la riqualificazione urbana è un esempio lampante di come oggi la Street Art stia diventando sempre più condivisa per i valori di unione e accettazione che promuove. Gli abitanti delle zone interessate da questi progetti capiscono in breve tempo il lato positivo di interventi di questo genere, i quali mirano ad apportare colore a

---

<sup>89</sup>Definizione da [dizionari.corriere.it](http://dizionari.corriere.it)

zone della città grigie e anonime. In ugual misura, per la popolazione vedere l'avvio di eventi come i festival denota un'accettazione da parte delle istituzioni e quindi conseguentemente anche grazie a queste iniziative l'opinione pubblica migliora.

È importante inoltre che durante l'organizzazione di interventi e festival i residenti siano informati, ascoltati e coinvolti in modo tale che gli eventi risultino compatibili con i bisogni della comunità ospitante. In questo modo la popolazione sarà quindi più positiva e ben disposta sentendosi parte attiva e importante per la corretta riuscita dell'attività.

Mano a mano che la cittadinanza diventa più consapevole e favorevole verso questi vari interventi artistici, anche le istituzioni incrementano la pianificazione di questo tipo di eventi, creando così un circolo virtuoso per la Street Art.

Oltretutto, l'azione degli artisti sulle mura cittadine modifica la percezione degli abitanti nei confronti del luogo in cui vivono: non più una città asettica, ma un luogo colorato da riscoprire, complice anche l'eventuale (e molto probabile visti i casi analizzati in precedenza) interesse turistico che ne può derivare. Oltretutto, come già accennato, la Street Art autorizzata spesso determina un miglioramento delle problematiche sociali grazie alla ventata di aria fresca che porta, dalle nuove presenze recatesi nella zona per visitarla, agli eventi collaterali frequentemente organizzati come concerti, attività per bambini e ragazzi e maggiore visibilità mediatica.

Insomma, l'arte di strada può portare, se ben collocata e gestita, a un cambiamento radicale delle zone in cui viene eseguita, contribuendo a contrastarne le negatività e ad aumentarne invece il benessere.

Infine, un'osservazione sul fenomeno della *gentrification* in relazione alla Street Art. Con questo termine s'intendono la "riqualificazione e [il] rinnovamento di zone o quartieri cittadini, con conseguente aumento del prezzo degli affitti e degli immobili e migrazione degli abitanti originari verso altre zone urbane".<sup>90</sup> L'arte di strada in molti casi è utilizzata dalle amministrazioni per rilanciare economicamente le zone più periferiche e degradate delle città: spesso ne consegue una nuova percezione del quartiere come provocante e giovane, motivo per cui inizia ad attrarre nuovi abitanti e attività

---

<sup>90</sup> Definizione da treccani.it



economiche. La zona risulta riqualificata e di maggior valore, con un conseguente aumento dei prezzi.<sup>91</sup> In Italia questa potenzialità è spesso sottostimata a causa della scarsa valorizzazione data al fenomeno, tuttavia la capacità di rivalutare aree degradate è stata pienamente dimostrata, soprattutto all'estero. In alcune aree di Bristol e Londra le proprietà hanno raggiunto un valore di diverse decine di migliaia di sterline grazie a opere di Banksy. In quartieri newyorkesi come Tribeca e Brooklyn, il costo degli immobili è aumentato del 10-15% a seconda dell'artista che vi ha realizzato l'opera. Anche in Italia abbiamo degli esempi, soprattutto nei grandi centri urbani come Torino, dove in zona San Salvario i prezzi sono aumentati anche del 30% in quattro anni, e Milano, in particolare Lambrate, che ospita pezzi di Ericailcane e Blu.<sup>92</sup>

#### 7.4 Lo spettatore

«Le spectateur, c'est celui qui comprend»

Jean-Pierre Sarrazac<sup>93</sup>

La Street Art gode di forte successo ed è tendenzialmente più tollerata e apprezzata rispetto al Writing. La percezione da parte del pubblico è totalmente differente, ma questo coincide con il desiderio dei due diversi autori: il writer vuole comunicare all'interno del suo gruppo chiuso, lo street artist invece cerca il confronto e l'interazione con l'osservatore. Di conseguenza risulta molto più semplice apprezzare un'arte che cerca un punto d'incontro e che vuole lanciare un messaggio, piuttosto che una che già dall'inizio taglia qualsiasi ponte con la comunità che l'accoglie e anzi, si impone in maniera ossessiva senza però volersi fare comprendere.

---

<sup>91</sup> A questo si ricollega una delle principali critiche alla *gentrification*, ovvero che a beneficiare dei miglioramenti che ne derivano sono soprattutto i nuovi abitanti, quelli più ricchi e che possono permettersi di vivere in zone ora divenute più costose, e non quelli storici, ma più poveri, che vivevano in quel luogo proprio per i bassi prezzi precedenti al fenomeno di gentrificazione, e che nella maggior parte dei casi si trovano costretti a trasferirsi. In opposizione, alcune ricerche (Freeman, Braconi 2004) dimostrano invece che i miglioramenti alle infrastrutture possono rappresentare un incentivo per gli abitanti storici a cercare di rimanere nel quartiere, complici politiche statali per evitare un eccessivo rialzo degli affitti.

<sup>92</sup> Barrilà S.A., *L'arte di strada rivaluta i muri*, 7 gennaio 2012

[http://www.ilsole24ore.com/art/arteconomy/2012-01-12/l-arte-strada-rivaluta-muri-073802.shtml?uuid=AazR35cE&fromSearch&refresh\\_ce=1](http://www.ilsole24ore.com/art/arteconomy/2012-01-12/l-arte-strada-rivaluta-muri-073802.shtml?uuid=AazR35cE&fromSearch&refresh_ce=1), (ultimo accesso ottobre 2017).

<sup>93</sup> Sarrazac Jean-Pierre, «Le spectateur, c'est celui qui comprend.», *Du Théâtre*, 1996, edizione n°5, p.17, (Lo spettatore, è colui che comprende).

La Street Art ha ormai conquistato ogni angolo del mondo ed è possibile trovarla sia nelle strade cittadine che all'interno di gallerie e musei. Il pubblico si interessa a entrambi gli ambienti: scoprire un'opera nel contesto originale o ammirarla all'interno di una mostra sono ormai due esperienze collegate, due realtà che si completano agli occhi degli appassionati. Chi incontra per caso un lavoro eseguito in strada ha il "vantaggio" di poter essere colto di sorpresa e scoprirsi spettatore, cosa che non era fino a pochi istanti prima. Il turista che invece si mette alla ricerca delle opere di Street Art esperisce la sensazione della scoperta, della sfida all'esplorazione di luoghi nuovi che non sono solo una cornice per il raggiungimento dell'obiettivo finale, ma sono essi stessi parte del messaggio e del contesto del lavoro. Quando invece la Street Art si trova all'interno di una location più classica come una galleria o un museo, lo spettatore vi si reca per arricchire la sua conoscenza in maniera più immediata verso un argomento che conosce o che lo incuriosisce. L'importante in questi casi è che il messaggio dell'artista arrivi comunque intatto al destinatario e soprattutto che l'artista stesso sia consapevole e coinvolto nell'utilizzo dei suoi lavori. La grande presenza di visitatori a tour e festival e la partecipazione entusiasta di spettatori a esposizioni in gallerie o musei denota la crescente attenzione nei confronti dell'arte urbana.

Per merito della Street Art molte città hanno avuto un ritorno di immagine di notevole rilevanza e la curiosità nei confronti del fenomeno ha fatto sì che i flussi turistici negli ultimi anni siano aumentati esponenzialmente. Anche in questo caso, come per l'accettazione delle comunità accoglienti, si instaura un circolo virtuoso. Il costante aumento delle presenze agli eventi il cui tema è l'arte di strada è un chiaro segnale per gli organizzatori e per le istituzioni locali, che quindi hanno la conferma di poter investire su questo genere di iniziative.



## Conclusioni

Il potenziale turistico della Street Art.

Esiste? L'arte di strada possiede davvero attrattività turistica?

Nel corso di questo studio è risultato chiaramente quanto questa nuova forma d'arte sia entrata a far parte dell'offerta turistica di numerosissime località. Dalle metropoli ai piccoli paesi di periferia, moltissimi sono i casi in cui la Street Art rappresenta ormai un'associazione immediata ai luoghi in cui si è sviluppata. Consce di questo successo, molte istituzioni e organizzazioni hanno aperto le loro porte all'arte di strada, con il fine di raggiungere più obiettivi: coinvolgere street artist in attività utili per il territorio, diminuire il vandalismo incontrollato e deturpante, riqualificare l'ambiente urbano spesso percepito come troppo grigio e sterile, rendere partecipi le comunità di progetti sociali che le facciano sentire parte del luogo in cui vivono e, ultimo ma non meno importante, creare un richiamo turistico contemporaneo e innovativo. Queste finalità sono solitamente intercorrelate, ovvero allo svilupparsi di una normalmente le altre seguono naturalmente. Tuttavia, come d'altronde ogni sorta di evento, è necessario procedere con un'adeguata comunicazione che ne espliciti la storia, l'attuale concezione e gli apporti positivi che può dare al mondo dell'arte e allo spettatore. Se non comunicato correttamente infatti il fenomeno rischia di essere purtroppo stigmatizzato in base all'associazione con le sue origini.

La forza di quest'arte è insita nel suo carattere. È un'arte democratica, di tutti e per tutti, realizzabile da chiunque e usufruibile da chiunque. Oltretutto, la sua contestualità è in grado di comunicare allo spettatore la storia e la cultura del luogo in cui è realizzata. Tramite le opere di Street Art realizzate in strada, l'arte diventa un'esperienza gratuita, un'esperienza di turismo culturale urbano nuova che le località devono riuscire a cogliere. Quando questi lavori incontrano musei e gallerie assistiamo a un cambiamento, da un lato gli artisti riescono a vivere delle loro opere, dall'altro iniziano ad aprirsi i primi spiragli di riconoscimento dell'arte urbana da parte del mondo artistico, fattore che contribuisce ad avvicinare il grande pubblico alla Street Art.

Sono innumerevoli e innegabili le opportunità che l'arte di strada offre alle città. Come ho esposto all'interno del mio elaborato, risulta essere un ottimo strumento per la riqualificazione dei luoghi: questa interessa sia l'estetica del luogo che la comunità, che ne trae beneficio grazie alle attività parallele che spesso accompagnano questi interventi e anche grazie al nuovo interesse che può nascere verso questo genere di iniziative. Allo stesso modo, i festival sono in grado di contribuire all'apporto turistico ed economico della città rigenerandone il tessuto urbano e creando nuova coesione all'interno della società. Le istituzioni apprezzano sempre più questo tipo di interventi sia per i benefici che ne derivano, sia per la loro economicità.

I tentativi di far entrare l'arte di strada all'interno dei musei hanno incontrato alcuni ostacoli durante il loro percorso, ma complice la sempre maggiore comprensione che si ha di questo movimento, il dialogo tra istituzioni museali e street artist sembra essersi indirizzato verso la giusta direzione, come ci dimostrano i casi di grande successo illustrati nel mio elaborato, ultimo dei quali il neonato Urban Nation di Berlino.

La Street Art si configura così come una grande opportunità sia per la città, che ne trae un'importante valorizzazione dal punto di vista estetico e sociale, che per il visitatore, che può scoprire nuovi luoghi all'interno della località ed entrare in contatto con un diverso aspetto culturale del luogo che sta scoprendo.

Se dal punto di vista sociale e artistico la Street Art si sta iniziando ad affermare con importanza, per la legge la strada è ancora lunga, paralizzata tra la tutela della proprietà privata e del diritto d'autore del realizzatore dell'opera. La soluzione, già adottata in alcune località italiane e straniere, potrebbe essere quella di dedicare degli *halls of fame* agli artisti, in modo tale che in questi luoghi, dove la loro arte sarebbe tollerata e rispettata, essi possano esercitarsi ed esprimersi liberamente, senza al contempo rischiare di danneggiare il patrimonio della città. Anche gli spazi grigi e fatiscenti come le stazioni o i cavalcavia potrebbero dipingersi di nuovi colori, contribuendo a creare un'immagine viva e colorata della località, che specialmente nei luoghi di passaggio sarebbe in grado di suscitare la curiosità di potenziali visitatori.

Per tornare alla domanda iniziale e titolo del mio elaborato quindi, sì, la Street Art rappresenta senza alcun dubbio una potenziale componente attrattiva per il luogo in cui è realizzata.

I numeri sono incoraggianti e, se nella maggior parte dei casi l'arte di strada può servire da contorno all'offerta turistica principale della località, un'occasione per vedere qualcosa di diverso e fuori dai soliti schemi del turismo culturale, alcune piccole località, (si veda l'esempio di Civitacampomariano) possono sperare di rinascere proprio per mezzo della Street Art, che può divenire l'offerta principale del luogo.

Nel corso della stesura del mio elaborato ho individuato alcuni elementi che ritengo importanti per migliorare e accrescere la capacità che questo fenomeno possiede per diventare un fattore di attrattiva turistica. Innanzitutto le opere realizzate necessitano di una maggiore protezione, soprattutto se commissionate, in modo tale da preservarle nel tempo e contrastarne il carattere effimero che naturalmente possiedono. Restauri o rinnovi delle superfici dipinte non sono da escludere, come nemmeno l'apposizione di teche sopra a lavori di particolare importanza, come già fatto a Londra e Napoli per alcuni pezzi di Banksy. Anche la comunicazione svolge un ruolo importante: le istituzioni devono cogliere il potenziale che l'arte di strada rappresenta e sfruttare la tecnologia che ci circonda, promuovendo attivamente la propria località anche valorizzando manifestazioni artistiche di questo tipo. I contrasti tra chi vuole che la Street Art sia libera da qualunque vincolo e chi invece vuole preservarla anche a costo di sacrificarne in parte il carattere probabilmente non cesseranno mai. L'importante, secondo la mia opinione, sarebbe non considerarla al pari delle correnti artistiche che l'hanno preceduta, ma porsi un nuovo obiettivo: non cercare di sottometterla, ma piuttosto renderla partecipe nella creazione di località più vive, colorate e turisticamente attive.



## **Appendice**

Intervista rilasciata da Silvia Scardapane, Capostaff INWARD – Osservatorio sulla Creatività Urbana, in data 29/09/2017.

### **A oggi quanti sono i comuni attivi nella valorizzazione della Street Art? Quanti festival?**

Attualmente siamo circa sui duecento comuni e sicuramente trenta festival di Street Art, di quelli che hanno comunque una certa continuità s'intende e quindi anche un riconoscimento e valore artistico possiamo dire.

### **Avete dei dati in merito ai risultati turistici dati dalla Street Art?**

Al momento non abbiamo dati statistici ma è probabile che in futuro vengano elaborati. Tuttavia è indubbio, anche solo camminando in città o leggendo articoli, che nei quartieri dove sono emersi progetti dedicati alla creatività urbana si sia manifestato un aumento della frequentazione turistica. Personalmente sono la prima a spostarmi in quartieri dove posso ammirare opere di Street Art, sia in Italia che all'estero. Al Parco dei Murale ho incontrato non solo molti turisti stranieri o italiani, ma soprattutto curiosi e appassionati. Per non tralasciare ovviamente gli studenti che oggi sono sempre più interessati e sviluppano studi sull'argomento. Proprio per questo, collaborando assieme a un'altra associazione del territorio, l'Associazione Econote, abbiamo attivato una nuova fase di promozione che è culminata nell'avvio di Street Art tour, il cui successo ci ha procurato una migliore struttura organizzativa con la destinazione del ricavato alla Cooperativa Arginalia, che favorisce occasioni di lavoro ai giovani di Napoli Est.

### **Quale è la reazione della comunità ai vostri interventi? Sempre positiva?**

Le reazioni sono sempre molto varie, perchè naturalmente dipende dal luogo in cui si opera, però per lo più tutti nutrono forte entusiasmo nei confronti di questi interventi. La Street Art non è più considerata, com'è giusto che sia, un fenomeno soltanto



giovanile, ma al contrario come un vero e proprio ramo dell'arte contemporanea, quale certamente è. Anche per questo ha raggiunto ampio consenso tra la popolazione, che ne è diventata in automatico, volente o nolente, fruitrice. Quindi quando si opera in quartieri con una complessa sfera sociale è chiaro che la questione diviene molto più delicata. Proprio per questo, come Osservatorio Nazionale sulla Creatività Urbana, abbiamo coinvolto sin dal principio i residenti, in questo caso in questo quartiere che si chiama Ponticelli, nella periferia orientale di Napoli, e continuiamo a farlo tramite attività sociali e laboratori creativi, collaborando anche con un team di esperti. Abbiamo sia degli psicologi – si tratta di una onlus locale, Psicologi in contatto – sia ad esempio l'appoggio del Servizio Civile Nazionale, che ci dà una mano concreta per svolgere queste attività.

### **Quali sono le istituzioni con cui vi dovete confrontare per realizzare i lavori?**

Al primo posto inserirei il proprietario della struttura su cui si trova la superficie, poi quasi sempre la sovrintendenza e in ogni caso il comune, anche quando la proprietà dell'immobile è privata, ad esempio per quanto concerne tutte le questioni del suolo pubblico per intenderci. Chiaramente anche eventuali committenti, ad esempio nel caso del Parco dei Murales ognuna delle opere ha un supporto molto importante che deriva da enti pubblici, privati e di terzo settore, quindi chiaramente c'è un confronto anche in questo senso. Questo per quanto riguarda le istituzioni. Sicuramente poi non manca il confronto con i residenti, come già detto, perchè comunque tramite i nostri laboratori, ma anche semplicemente con delle visite nel caso in cui l'opera non sia realizzata all'interno del Parco dei Murales, ci piace testare e parlare con le persone del posto, in particolar modo con chi vive all'interno dello stabile su cui andiamo a operare, dove si tratti per l'appunto di un condominio. Quindi non si tratta di un'istituzione, però è sicuramente un dato importante per quanto riguarda questo tipo di confronto.

### **Esistono bandi più recenti simili al Giovani Energie del 2009?**

Attualmente che si sappia no, non esiste una programmazione nazionale di più ampio respiro come quella che fu nel 2009.





[Fig.16] *You'll thank me one day* - Kid Acne, Bristol, 1997.



## Indice delle immagini

Figura 1, pagina 18: Keith Haring, Muro di Berlino, 1986.

<https://www.matlumine.com/it/il-significato-e-il-significante-dellarte-di-keith-haring/>

Figura 2, pagina 18: Banksy, Barriera di separazione israeliana, 2005.

<https://www.flickr.com/photos/43405897@N04/4360569996/>

Figura 3, pagina 41: *Art. 639 reato di espressione* - Manu Invisible Feat. Frode - Meeting of styles Milano, 2017.

<https://www.facebook.com/MeetingofstylesMilano/>

Figura 4, pagina 57: *Lower Approach Road* - Copyright & Paul Monsters, Bristol, 2017.

<https://scooj.org/tag/paul-monsters/>

Figura 5, pagina 58: *Otters* - Smug, Melbourne, 2016.

<https://www.flickr.com/photos/golferdave2010/>

Figura 6, pagina 59: *El Regreso de Quinquela* - Alfredo 'El Pelado' Segatori, Buenos Aires, 2013.

<https://turismo.buenosaires.gob.ar>

Figura 7, pagina 64: Studio realizzato dall'École Polytechnique de Montréal.

<http://2017.muralfestival.com/en/festival/> (press kit)

Figura 8, pagina 67: Alcuni degli edifici dipinti nella capitale albanese.

<http://blog.ted.com/9-views-of-tirana-albania-with-its-bright-multicolored-building/>

Figura 9, pagina 69: *Perception* - eL Seed, Il Cairo, 2016.

<http://elseed-art.com/>

Figura 10, pagina 70: Palmitas, Pachuca, Messico, 2015.

<https://www.facebook.com/muralismogermen>

Figura 11, pagina 73: Diamante, uno dei lavori realizzati; opera di Diamond.

<https://www.facebook.com/operazionestreetartdiamante/photos/a.436167523425293.1073741829.422031084838937/436171273424918/?type=3&theater>

Figura 12, pagina 77: Facciate dei palazzi dipinte nel quartiere di Tor Marancia.

<http://www.bigcitylife.it/>

Figura 13, pagina 79: *Quiet* - Millo, Torino, 2014.

<https://www.millo.biz>

Figura 14, pagina 95: Opera di Blu in via Gandusio (BO) - prima e dopo la cancellazione.

<https://www.fatcap.org/live/blu-a-bologne.html>,

<http://bologna.repubblica.it/cronaca/2016/03/13/foto/blu-135385121/>

Figura 15, pagina 99: Settori di intervento e attività di *INWARD*.

<http://www.inward.it/organizzazione.html>

Figura 16, pagina 118: *You'll thank me one day* - Kid Acne, Bristol, 1997.

<https://www.flickr.com/photos/topfife/8389819463/>

## Bibliografia

Antonutti C., «È arte, non vandalismo». *Giudice assolve il writer Sqon*, 14 ottobre 2014, in [ilgazzettino.it](http://ilgazzettino.it)

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

Barrilà S.A., *L'arte di strada rivaluta i muri*, 07 gennaio 2012, in [ilsole24ore.com](http://ilsole24ore.com)

Baudry S.L., *Rome: touristification and artification*, in *Murals and tourism: heritage, politics and identity*, Oxon/New York, Routledge, 2017.

Bengtzen P., *Street Art Studies: some thoughts on an emerging academic discipline*, 30 maggio 2016, in [inchiestaonline.it](http://inchiestaonline.it)

Blanché U., *Banksy. Urban Art in a Material World*, Tectum Verlag, 2016.

Blu, *MAGNATE MAGNATI*, 12 marzo 2016, in [blublu.org](http://blublu.org)

Borsa T., *Banksy a Padova? Almeno 6 opere non originali*, 21 dicembre 2016, in [incipitmag.com](http://incipitmag.com)

C215, *Graffiti, street art, muralisme... Et si on arrêta de tout mélanger?*, 6 novembre 2013, in [tempsreel.nouvelobs.com](http://tempsreel.nouvelobs.com).

Danysz M., Dana M.N., *From Style Writing to Art: A Street Art Anthology*, Roma, Drago, 2010.

De Gregori S., *Banksy, il terrorista dell'arte. Vita segreta del writer più famoso di tutti i tempi*, Roma, Castelvechi, 2010.

De Vito L., *Il Tribunale assolve due writer - "Volevano abbellire quel muro"*, 4 agosto 2012, in [milano.repubblica.it](http://milano.repubblica.it)

Di Cori A., *Roma, Maam, l'ex fabbrica atelier modello dei giovani artisti*, 30 ottobre 2016, in [roma.repubblica.it](http://roma.repubblica.it)

Dogheria D., *Street Art*, Firenze/Milano, Giunti Editore, 2014.

Don Hogan Charles, *'Taki 183' Spawns Pen Pals*, New York Times, 21 luglio 1971, pagina 37.

Edi Rama, *Take back your city with paint*, maggio 2012, in ted.com

eL Seed, *A project of peace, painted across 50 buildings*, giugno 2016, in ted.com

Ferrier M., *From the car park to the catwalk: how fashion embraced street art*, 12 maggio 2015 in theguardian.com.

Filetto G., *Murales sulla Sopraelevata, per la procura nessun reato: "Non è un bene di pregio"*, 31 agosto 2014, in genova.repubblica.it

Fretz E., *Jean-Michel Basquiat: A Biography*, Westport (United States), Greenwood, 2010.

Giacomelli M.E., *A Bologna è bufera. Sulla Street Art*, 3 gennaio 2016, in artribune.com

Goldstein R., *The Graffiti 'Hit' Parade*, New York Magazine, marzo 1973.

Gray S., *20th Century Graffiti – The Rise of Graffiti Art*, in widewalls.ch.

Graziano T., Nicosia E., *Creativity As a Tool of Local Empowerment and Socio-Cultural Revitalization: a Study of a Peripheral Neighbourhood in Catania*, ne *Il capitale culturale*, X, 2014, pp. 547-568

Halston, Petrarca E., Warhol A., *New Again: Keith Haring*, 8 luglio 2013, in interviewmagazine.com.

Hannah Ellis-Petersen, *Street art goes home: museum of graffiti opens in Berlin*, 20 settembre 2017, in theguardian.com

Hoban P., *Basquiat. Vita lucente e breve di un genio dell'arte*, a cura di Lo Porto T., Castelvechi, 2006.

Inward, *Do the writing! Le associazioni per la creatività urbana in Italia*, Roma, Stampa Alternativa, 2010.

Jones S., *Spray can prankster tackles Israel's security barrier*, 5 agosto 2005, in theguardian.com

Lars von Törne, *Die Straße hat ein Zuhause*, 16 settembre 2017, in zeit.de

Lewisohn C., *Street Art: The Graffiti Revolution*, Tate, 2008.



Lucchetti D., *Writing. storia linguaggi arte nei graffiti di strada*, Castelvevchi, 1999.

Lynch R., *Public Art: More Than a Background for Selfies*, 16 settembre 2014, in [huffingtonpost.com](http://huffingtonpost.com).

Mailer N., *The Faith of Graffiti*, Dey Street Books, 1974.

Marc, *The "Banksy Effect"*, 13 febbraio 2007, in [woostercollective.com](http://woostercollective.com)

Mubi Brighenti A., *Graffiti, street art and the divergent synthesis of place valorisation in contemporary urbanism*, Oxon/New York, Routledge 2016.

Mubi Brighenti A., *Il muro e la città*, Trento, Impressum, 2009.

Mubi Brighenti A., *Urban Interstices: The Aesthetics and the Politics of the In-between*, Oxon/New York, Routledge, 2013.

Office of Crime Prevention, *A Study of Urban Art as a Graffiti Prevention Strategy*, State Graffiti Taskforce, aprile 2010.

Phelps N., *Moschino Fall 2015 Ready-to-Wear Collection*, 26 febbraio 2015, in [vogue.com](http://vogue.com).

Richards G, Wilson J., *Tourism, Creativity and Development*, Oxon/New York, Routledge, 2007.

Robinson P., Heitmann S., Dieke. P, *Research Themes for Tourism*, Wallingford, Oxfordshire, CABI, 2011.

Ross J.I., *Routledge Handbook of Graffiti and Street Art*, Oxon/New York, Routledge 2016.

Schacter R., *The World Atlas of Street Art and Graffiti*, Quarto Publishing Group, 2013

Schwartz L., *The world is a canvas: introducing the street art project*, 10 giugno 2014, in [blog.google](http://blog.google)

Smargiassi M., *Blu, il curatore della mostra: "Ora le sue opere sono soltanto al museo"*, 13 marzo 2016, in [bologna.repubblica.it](http://bologna.repubblica.it)

Smargiassi M., *Bologna, Blu cancella tutti i suoi murali: "No alla street art privatizzata"*, 12 marzo 2016, in [bologna.repubblica.it](http://bologna.repubblica.it).

Soares Neves P., *Street Art & Urban Creativity Journal: Methodologies for Research - Volume 1 Numero 1*, Lisbona, CreateSpace Independent Publishing Platform, 2015.

Soares Neves P., *Street Art & Urban Creativity Journal: Places and non Places - Volume 1 Numero 2*, Lisbona, CreateSpace Independent Publishing Platform, 2015.

Soares Neves P., *Street Art & Urban Creativity Journal: Center Periphery: Practice - Volume 2 Numero 1*, Lisbona, CreateSpace Independent Publishing Platform, 2016.

Soares Neves P., *Street Art & Urban Creativity Journal: Center Periphery: Theory - Volume 2 Numero 2*, Lisbona, CreateSpace Independent Publishing Platform, 2016.

Stella M., *Intervista a Martha Cooper*, 30 aprile 2013, in [marieclaire.it](http://marieclaire.it)

Timber S., *Shepard Fairey on street art: "It has the ability to reach people who are not a captive audience"*, 12 gennaio 2016, in [salon.com](http://salon.com)

Tommasini M., *Beautiful Winners, la street art tra underground, arte e mercato*, Verona, Ombre corte, 2012.

Tor Marancia, *museo a cielo aperto di street art*, 9 marzo 2015, in [roma.repubblica.it](http://roma.repubblica.it)

Walde C., *Sticker City. Paper Graffiti Art*. Londra, 2006.

Wu Ming, *Street Artist #Blu Is Erasing All The Murals He Painted in #Bologna*, 12 marzo 2016, in [wumingfoundation.com](http://wumingfoundation.com)

Young A., *Street Art, Public City. Law, Crime and the Urban Imagination*, Oxon/New York, Routledge, 2014.

## Sitografia

@149st	<a href="http://www.at149st.com/">http://www.at149st.com/</a>
5Pointz	<a href="http://5ptz.com/">http://5ptz.com/</a>
999CONTEMPORARY	<a href="http://www.999contemporary.com/">http://www.999contemporary.com/</a>
Alice Pasquini	<a href="http://www.alicepasquini.com/it/">http://www.alicepasquini.com/it/</a>
Altalex	<a href="http://www.altalex.com/">http://www.altalex.com/</a>
Alternative London Tours	<a href="http://www.alternativeldn.co.uk/">http://www.alternativeldn.co.uk/</a>
Associazione Nazionale Comuni Italiani	<a href="http://www.anci.it/">http://www.anci.it/</a>
ANSA.it	<a href="http://www.ansa.it/">http://www.ansa.it/</a>
ART42	<a href="http://www.art42.fr/">http://www.art42.fr/</a>
Artonweb - Punti di vista sull'arte	<a href="http://www.artonweb.it/">http://www.artonweb.it/</a>
Associazione Culturale W.A.L.L.S.	<a href="http://onthewalls.it/">http://onthewalls.it/</a>
Bando per l'arte muraria in barriera	<a href="http://arteinbarriera.com/">http://arteinbarriera.com/</a>
Base Elements Urban Art Gallery	<a href="https://www.baseelements.net/">https://www.baseelements.net/</a>
BBC News	<a href="http://www.bbc.com/news">http://www.bbc.com/news</a>
BIG CITY LIFE   999Contemporary	<a href="http://www.bigcitylife.it/">http://www.bigcitylife.it/</a>
Blog di Wu Ming Foundation	<a href="https://www.wumingfoundation.com/giap/">https://www.wumingfoundation.com/giap/</a>
BLU	<a href="http://www.blublu.org/">http://www.blublu.org/</a>
Brocardi.it	<a href="http://www.brocardi.it/">http://www.brocardi.it/</a>
CVTà Street Fest	<a href="http://www.cvtastreetfest.com/">http://www.cvtastreetfest.com/</a>
D'ARS MAGAZINE	<a href="http://www.darsmagazine.it/">http://www.darsmagazine.it/</a>
Dipartimento della Gioventù	<a href="http://www.gioventu.gov.it/">http://www.gioventu.gov.it/</a>
Dipartimento della Gioventù e del Servizio Civile Nazionale	<a href="http://www.gioventuserviziocivilenazionale.gov.it/">http://www.gioventuserviziocivilenazionale.gov.it/</a>
East Side Gallery Berlin	<a href="http://www.eastsidegallery-berlin.de/">http://www.eastsidegallery-berlin.de/</a>
eL Seed - Artist	<a href="http://www.elseed-art.com/">http://www.elseed-art.com/</a>
Facebook	<a href="https://www.facebook.com">https://www.facebook.com</a>

FatCap: Street-art et Graffiti	<a href="https://www.fatcap.com/">https://www.fatcap.com/</a>
Fondazione Dozza Città d'Arte	<a href="http://www.fondazioneдозза.it/">http://www.fondazioneдозза.it/</a>
Galerie Itinerrance	<a href="http://www.itinerrance.fr/">http://www.itinerrance.fr/</a>
Galeria de Arte Urbana de Lisboa	<a href="http://gau.cm-lisboa.pt/galeria.html">http://gau.cm-lisboa.pt/galeria.html</a>
Genus Bononiae	<a href="http://www.genusbononiae.it/">http://www.genusbononiae.it/</a>
Graffitimundo	<a href="https://graffitimundo.com/">https://graffitimundo.com/</a>
Guide du Routard	<a href="http://www.routard.com/">http://www.routard.com/</a>
Hang-Up Gallery	<a href="http://www.hanguppictures.com/">http://www.hanguppictures.com/</a>
Huffington Post	<a href="http://www.huffingtonpost.it/">http://www.huffingtonpost.it/</a>
Il Capitale Culturale	<a href="http://riviste.unimc.it/index.php/cap-cult/index">http://riviste.unimc.it/index.php/cap-cult/index</a>
IncipitMag	<a href="http://incipitmag.com/">http://incipitmag.com/</a>
INWARD	<a href="http://www.inward.it/?platform=desktop">http://www.inward.it/?platform=desktop</a>
Keith Haring	<a href="http://www.haring.com/">http://www.haring.com/</a>
La Repubblica	<a href="http://www.repubblica.it/">http://www.repubblica.it/</a>
La Stampa	<a href="http://www.lastampa.it/">http://www.lastampa.it/</a>
Lonely Planet	<a href="https://www.lonelyplanet.com/">https://www.lonelyplanet.com/</a>
Magda Danysz Gallery	<a href="http://magdagallery.com/">http://magdagallery.com/</a>
MAUS - Málaga Arte Urbano en el Soho	<a href="http://www.mausmalaga.com/">http://www.mausmalaga.com/</a>
Melbourne Street Art Tours	<a href="http://www.melbournestreettours.com/">http://www.melbournestreettours.com/</a>
Memorie Urbane - Street Art Festival	<a href="http://www.memorieurbane.it/">http://www.memorieurbane.it/</a>
Millo	<a href="http://www.millo.biz/">http://www.millo.biz/</a>
New York Post	<a href="http://nypost.com/">http://nypost.com/</a>
Obey Clothing	<a href="https://obeyclothing.eu/">https://obeyclothing.eu/</a>
Obey Giant - The Art of Shepard Fairey	<a href="https://obeygiant.com/">https://obeygiant.com/</a>
P.A.I.N.T. Poste e Artisti nel territorio	<a href="http://www.paint.posteitaliane.it/">http://www.paint.posteitaliane.it/</a>
Parco dei Murales di Napoli	<a href="http://www.parcodemurales.it/">http://www.parcodemurales.it/</a>

PAX TIBI – Progetto Veneto	<a href="http://www.pax-tibi.com/">http://www.pax-tibi.com/</a>
Portale turistico ufficiale Bristol	<a href="https://visitbristol.co.uk/">https://visitbristol.co.uk/</a>
Portale turistico ufficiale Buenos Aires	<a href="http://www.turismo.buenosaires.gob.ar/">http://www.turismo.buenosaires.gob.ar/</a>
Portale turistico ufficiale Civitacampomariano	<a href="http://www.turismo-civitacampomariano.it/">http://www.turismo-civitacampomariano.it/</a>
Portale turistico ufficiale Filadelfia	<a href="http://www.visitphilly.com/">http://www.visitphilly.com/</a>
Portale turistico ufficiale Messico	<a href="https://www.visitmexico.com/es">https://www.visitmexico.com/es</a>
Portale turistico ufficiale Orgosolo	<a href="http://www.visitaorgosolo.it/">http://www.visitaorgosolo.it/</a>
Portale turistico ufficiale Roma	<a href="http://www.turismoroma.it/">http://www.turismoroma.it/</a>
Pro Loco Diamante e Cirella	<a href="http://www.prolocodiamante.it/">http://www.prolocodiamante.it/</a>
RomaToday	<a href="http://www.romatoday.it/">http://www.romatoday.it/</a>
Sito Istituzionale del Comune di Diamante - Diamante (CS)	<a href="http://www.comune-diamante.it/">http://www.comune-diamante.it/</a>
Sito Istituzionale del Comune di Torino	<a href="http://www.comune.torino.it/">http://www.comune.torino.it/</a>
Sito Istituzionale del Governo Messicano	<a href="https://www.gob.mx/">https://www.gob.mx/</a>
Sito Istituzionale di Melbourne	<a href="http://www.melbourne.vic.gov.au/">http://www.melbourne.vic.gov.au/</a>
Sito Istituzionale di Sheffield	<a href="http://www.welcometosheffield.co.uk/">http://www.welcometosheffield.co.uk/</a>
Sito ufficiale del turismo in Italia	<a href="http://www.italia.it/it/home.html">http://www.italia.it/it/home.html</a>
SOHO MALAGA Barrio de las artes	<a href="http://www.sohomlg.com/">http://www.sohomlg.com/</a>
Street art con Google Art Project	<a href="https://streetart.withgoogle.com/it/">https://streetart.withgoogle.com/it/</a>
Street Art Europe	<a href="http://www.streetarteurope.com/">http://www.streetarteurope.com/</a>
Studio Number One	<a href="http://www.studionumberone.com/">http://www.studionumberone.com/</a>
TED: Ideas worth spreading	<a href="https://www.ted.com/">https://www.ted.com/</a>
The Guardian	<a href="https://www.theguardian.com/">https://www.theguardian.com/</a>
Treccani Online	<a href="http://www.treccani.it/">http://www.treccani.it/</a>
TripAdvisor	<a href="https://www.tripadvisor.it/">https://www.tripadvisor.it/</a>
Upfest: Europe's largest Street Art & Graffiti festival	<a href="https://www.upfest.co.uk/">https://www.upfest.co.uk/</a>

Urban Nation	<a href="https://urban-nation.com/">https://urban-nation.com/</a>
Washington Post	<a href="https://www.washingtonpost.com/">https://www.washingtonpost.com/</a>
WebArchive	<a href="http://web.archive.org/">http://web.archive.org/</a>
Weltkulturerbe Völklinger Hütte	<a href="https://www.voelklinger-huette.org/willkommen/">https://www.voelklinger-huette.org/willkommen/</a>
WHERE THE WALL	<a href="http://www.wherethewall.com/">http://www.wherethewall.com/</a>
WideWalls	<a href="http://www.widewalls.ch/">http://www.widewalls.ch/</a>
YouTube	<a href="https://www.youtube.com/">https://www.youtube.com/</a>