

Street Art: il vandalismo necessario

di Raffaele Marra

Il mondo è una storia di cambiamenti.

La maggior parte imposti dall'alto, assorbiti dal ceto medio, masticati e sputati fuori in maniere differenti.

Nuove ideologie.

Nella seconda parte del XX secolo, molti sputi in risposta ad un sistema che vede solo il proprio egoistico benessere.

Il basso si mobilita, "imponendo" la sua volontà.

Grido di rabbia fulminea, il fenomeno *Punk*.

Jeans iconici strappati per protesta, stivali alti (chiaro rimando all'aggressività militare, con tanto di lacci colorati simboleggianti la fazione politica), acconciature appuntite e rock arrabbiato.

Primo segno di protesta dura, o almeno così sembra.

Parallelamente nasce un altro segno di protesta, questa volta con un riferimento molto più allo stile "criminale": la cultura *Hip Hop*.

L'*Hip Hop* fa un collage di tante cose, prende la realtà delle periferie, il disagio, la musica funk, il ballo, lo sport, la cultura americana.

Un movimento iniziato con una danza fatta in strada da giovani neri e latino-americani nel Bronx di New York ¹ che porta il nome di *Break Dance*.

Nasce una musica su cui ballare, fatta di campionatori e drum machine, riff ripresi dal funky, pezzi famosi rivisti in maniera creativa.

Sul quel beat un MC (Master of Ceremony) manda al microfono i suoi messaggi in rima. Nasce il Rap.

Gli sport sono quelli delle periferie: basket nei playground, skateboard e bmx: da qui il modo di vestire con le maglie della propria squadra di basket, di football, di hockey.

Le scarpe larghe ed il pantalone a cavallo basso riprendono certe usanze apprese nelle carceri.

Manca una cosa fondamentale: l'ambito artistico.

Il *Writing*.

Scrivere sul muro il proprio nome, la propria "tag".

Spesso l'abbreviazione del nome di battesimo con il civico di dove si abita.

Queste tag diventano sempre più grandi, diventano "pezzi".

Con due bombolette si possono fare 300 tag ovunque, oppure un'enorme tag colorata che spicca nella grigia fatiscenza del ghetto.

Un passo in avanti: le metropolitane portano il "verbo" anche ai colletti bianchi delle zone ricche.

Si iniziano a "bombardare" i treni: il nome ora gira da solo.

È un boom di *writer*, l'*Hip Hop* si afferma in America e nel mondo.

Tutti fanno pezzi col proprio nome, differenziandosi con lo stile sempre più complesso delle lettere, sviluppando un proprio "Lettering".

Chi ha la mano più "artistica" disegna immagini, i "Puppet".

Inizia una lotta di stile, di grandezza e posizionamento del proprio nome.

Si formano le *crew*, gruppi di persone unite sotto un'unica ala e nasce il concetto di zona.



Un movimento dei bassifondi che fermenta sempre di più, tanto da portare la polizia a mettere delle taglie. Un crimine punibile col carcere.
I depositi dei treni diventano vere fortezze con doppio filo spinato e cani nel mezzo.
Pulitura costante delle lamiere dei treni.

È lotta tra classi.

Tra la concezione dello Stato e l'urlo dei bassifondi che vogliono farsi notare, dimostrare la propria esistenza.

Una lotta, fondata a suon di creatività e stile.

Arrivano evoluzioni stilistiche sempre più complesse, come il "Wild Style" (la linearità e composizione delle lettere esplodono in frecce ed incroci, creando un groviglio fatto di punte e curvature che rendono tutto estremamente dinamico ed accelerato).



dettaglio di un graffito in Wild Style

Oltre allo stile del *Lettering*, si sviluppano i *Puppet*, che riportano emblemi dell'intrattenimento Pop, come il celebre vagone realizzato da SEEN con il suo graffito accompagnato da Topolino.





I *Puppet*, distaccandosi sempre di più dal *Lettering*, danno vita ad uno stile figurativo espressivo.

Un cambiamento che porterà negli anni seguenti ad una biforcazione, oltre che ad una lotta interna.

I malpensanti paragonano l'utilizzo unitario dei *Puppet* alla combinazione "AA" a poker: tendenzialmente, una sicurezza.

La popolazione riesce a capire il senso dei *Puppet*, mentre i *Lettering* sempre più complessi comunicano solo "agli addetti ai lavori".

Molti evidenziano questo momento come un primo passo verso la commercializzazione del fenomeno, altri invece capiscono che la potenza di un *Puppet* crea quello scambio, quel dialogo con "lo spettatore non pagante" che un *Lettering* non potrà mai avere.

Negli anni '70 anche le gallerie iniziano ad interessarsi al fenomeno del graffitismo, con Basquiat e Keith Haring.

Questo porta ad un vero boom di vendite e di interesse sempre più crescente: da ragazzo del ghetto, costretto a rubare per poter dipingere, ad artista affermato in tutto il mondo.

Chi spinge il mercato in quella direzione è Andy Warhol, che si innamora perdutamente della tigre selvatica di Basquiat. Il suo stile non ha padrone né casistica, viene definito un "*Dubuffet di strada*". Ma molto più arrabbiato.

Warhol dimostra nei fatti la sua teoria del 1968: « *Nel futuro, ognuno sarà famoso per 15 minuti* » e il messaggio risuona malignamente nella testa di chi guarda il graffitismo in galleria, dandogli vita breve.

Le malelingue saranno accontentate: i massimi esponenti del movimento, l'arcaico Basquiat e gli omini danzanti di Keith Haring lasceranno bomboletta e pennarello prematuramente.

Il primo per overdose, il secondo per la malattia più terribile del momento: l'AIDS.

Queste morti lasciano di stucco, ma per le gallerie che si trovano ad avere le ultime opere di un artista all'apice della sua fama, vi è un solo risultato: guadagno esagerato.

Lo stile del graffitismo si divide, così, tra la vecchia guardia composta di *tag bombing* ovunque e la nuova guardia che spinge sul figurativo.

La nuova guardia sarà responsabile della creazione di una costola che diventerà così potente da creare un cortocircuito interno molto pericoloso.

Alla fine del XX secolo, infatti, si inizia a parlare di "*Street Art*".

Una forma ibrida di graffiti animata da una nuova generazione che usa adesivi, stencil, poster e sculture per lasciare il proprio segno con ogni mezzo possibile.

Con l'arrivo di internet, queste opere - un tempo effimere - sono condivise da milioni di persone e la *Street Art* diventa la più grande forma di controcoltura dai tempi del *Punk*.

I mezzi creativi cambiano, aprendo un ventaglio di nuove possibilità tecniche e di stile. Novità che portano inevitabilmente ad un mutamento del significato (oltre che del significante): non sono più grida di esistenza, sono diventate grida di "qualcosa".

La *Street Art* si politicizza, crea un dialogo con la gente, provoca il pensiero, sfonda il muro della visione passiva del passante.

Ovviamente, questa nuova corrente, di fatto proveniente dalla cultura *HIP HOP*, ha delle ibridazioni al suo interno.

Pensiamo ad uno *street artist* rivoluzionario come SPACE INVADER che riproduce i personaggi dell'omonimo videogame tramite piastrelle a mosaico e con quelle bombarda il mondo.

Un concetto di *tag* rivisitato.

Un nuovo mezzo, ma il *concept* sottostante rimane fermamente di vecchia scuola.

Un altro big che cambierà le regole è Shepard Fairey, in arte OBEY, il quale dice: « *Il logo di André the Giant era nato come un gioco, tanto per divertirsi, ma mi piace l'idea che più ne attacchi in giro, più diventa importante e più la gente si domanda cos'è e ne parla. Così il potere percepito diventa un potere reale.* »²



Rivoluzionerà la scena utilizzando, con caparbietà e forza estetica, la tecnica del poster attaccato con colla di farina. Una tecnica che rende possibili opere immense, facili da fare e da attaccare senza difficoltà, visto che si tratta di stampe.

La cultura di massa si accorge di lui quando realizza un logo su uno sconosciuto senatore di colore che corre alle presidenziali: un certo Barack Obama.



OBEY: André The Giant

Infine, la ciliegina sulla torta: Banksy.

Graffitiaro britannico di provincia, inizia a bombardare il Regno Unito con i suoi “ratti” fatti con lo stencil che, poco per volta, iniziano a portare messaggi politici e sociali e a far pensare la popolazione.

Forte del suo messaggio e della sua identità segreta, Banksy non ha paura di “sparare” sempre più in alto e l’interesse dell’opinione pubblica cresce.



Bacio tra due poliziotti, stencil realizzato da Banksy

Nel 2006, organizza, in un capannone abbandonato nella periferia di Los Angeles, la sua prima mostra “fai da te” dal nome *Barely Legal*.

È il passo decisivo nella *Street Art*, che conferma la sua reale potenza (oltre che il suo valore artistico ufficiale) e porta il “vandalismo” ad un altro livello.

Banksy inserisce tra le opere un elefante vivo, dipinto con vernice lavabile per bambini. Il messaggio è chiaro: “*Quanto è facile ignorare la realtà che abbiamo sotto gli occhi?*”. La risposta arriva prontamente dai media americani che, naturalmente, si concentrano sull’animale al centro della sala.

Tanti giornali gridano allo scandalo, titolando: “*Animalisti sul piede di guerra per l’esibizione di un elefante vivo e dipinto*” ed ancora “*Un elefante nella stanza è un problema di cui non si parla è scritto sul cartoncino dato all’ingresso ai visitatori*”



Oltre - o grazie - a questo imbarazzante errore (?) di lettura dei mass media americani, la mostra *Barely Legal* spinge la *Street Art* sotto i riflettori e attrae l’interesse dei mercanti d’arte. Nei mesi successivi, le opere si vendono a prezzi impressionanti. Anche la *Street Art* diventa, così, merce.

E delle più richieste, tanto da condurre - letteralmente - ad uno smantellamento e sradicamento dai muri per poter asportare le opere destinate alle esposizioni pubbliche e al collezionismo privato.

Una sola domanda: si può fare?

Gli anni hanno portato ad un allargamento e, per certi versi, ad una saturazione della schiera degli “*street artist*”.

Tale aumento ha una motivazione opportunistica: erroneamente, il muro è visto dagli artisti come una possibilità di emergere un po’ più “semplificata”.

Ad accrescere il valore intrinseco della *Street Art* è il concetto di illegalità, di pericolo.

Prima questo aspetto creava una naturale scrematura: bisognava credere fermamente in ciò che si faceva per rischiare una multa - ed in certi casi la vita - al fine di portare il proprio messaggio.

Purtroppo, questo aspetto, una volta che la *Street Art* è entrata nelle gallerie (il “Paradiso” dell’arte?), è diventato un valore in più, un motivo fondamentale di tale interesse.

“*È una cosa illegale, wow!*” si pensa ora che è di moda andare contro al “Sistema”, non capendo che, in realtà, si va semplicemente a rafforzarlo.

Questa parvenza è diventata solo uno specchietto per le allodole, un maxi evidenziatore su tutto ciò che viene creato in strada: “*Hey guardatemi, non ho paura di infrangere le leggi per il mio messaggio, per la mia arte*”.



È, invece, doveroso uno stop per sradicare questa falsa concezione che porta la *Street Art* a perdere mordente e veridicità.

“Big” affermati a parte, la *Street Art* dovrebbe essere qualcosa di viscerale, una forza esplosiva, ma quando diventa un mezzo come gli altri per valorizzare se stessi inizia a puzzare di feticcio.

Se per una voglia personale di spiccare il volo nelle gallerie si è disposti a mettere la propria poetica in strada, non solo non si è capito nulla del valore dell’arte in generale ma, in più, si arreca un danno immenso al movimento.

La “democratizzazione” del fare e il “liberismo” del “tu puoi fare”, genera sicuramente più coscienza di sé e delle proprie possibilità ma, allo stesso tempo, invoglia a fare non tanto per dare un proprio sincero contributo alla “causa comune” quanto più a servirsene per fini personali.

Puoi farlo non significa “fallo”!

La società odierna è caratterizzata da un appiattimento sociale e da una forte “personalizzazione preconfezionata” che, però, ha coda corta, essendo null’altro che uno scegliere tra modelli preconfezionati.

Come dice Riesman, « *quel che i più chiedono oggi non è né una macchina, né una fortuna, né un lavoro: è una personalità.* »³

Oggi è molto complesso essere consci di sé: la nostra società tende a generalizzare e a vivere in maniera estremamente superficiale i suoi fenomeni, senza fermarsi realmente a pensare.

Tutto questo porta ad una semplificazione sconcertante sia per chi vede, sia, purtroppo in molti casi, per chi fa.

Se negli anni ’70 il ragazzo del ghetto scriveva il suo nome ovunque come il grido di chi non ha nulla e vuol emergere, oggi – a condizioni mutate - questa volontà di emergere disseminando le proprie *tag* in giro è solo la sterile riproposizione di uno scenario già visto, già rimasticato.

Non meravigliamoci se il critico di turno definisce la *Street Art* come “robaccia Pop”.

Questa becera semplificazione e questa voglia di passare per “i cattivi della situazione” ha generato una grande falla del movimento, oltre che un suo impoverimento di finalità.

Come se non bastasse, oltre alla difficile identificazione degli *street artist* che meritano, l’attuale fenomeno della “legalizzazione” di questa forma d’arte non è altro che un campo minato e pericolosissimo.

Il fatto che la società oggi voglia garantire a questi “eroi dell’arte moderna” un “tetto sicuro sulla testa” è la chiara dimostrazione che si è franteso lo spirito con il quale la *Street Art* è nata.

Questo errore di lettura imprigiona la bestia selvaggia e selvatica in un recinto che non le appartiene, minacciando, di fatto, la sua salute e riducendola all’ennesimo fenomeno da baraccone, che poco differisce dall’eventuale stile liberty rivisitato dal noto architetto per la facciata del tal palazzo: niente di più di un esercizio di stile, senza alcuna energia.

Il palcoscenico della *Street Art* lo sceglie lo *street artist*. Nessun altro.

Dando a persone che non hanno mai vissuto quel contesto, quella forma di arte illegale, la possibilità di esprimersi con quegli stessi strumenti, si crea un livellamento dialettico che, forse, potrebbe anche essere teoricamente giusto ma che, di fatto, abbassa tutto il concetto portante.

Una lettura veloce potrebbe vedervi un richiamo da parte mia all’elitarismo, ad una sorta di “classe privilegiata del vandalismo”. Non è affatto così.

Qui è questione di merito e autenticità: dare a dei semplici emulanti le “stesse opportunità” è roba da sagra del “politicamente corretto”.

Questi errori di percorso sono importanti ma non vitali, riconducibili a singoli atteggiamenti fuorvianti.

Si impara a dare a schiaffi vedendo uno schiaffo.

Lo schiaffo in questione l’ha assestato il Mercato dell’Arte che, da molto tempo a questa parte, non conta tra le sue file veri amanti dell’arte, vale a dire persone che



vogliono difendere il patrimonio culturale ed artistico passato e presente per dare la possibilità a quante più persone di poter vivere quelle emozioni sotto forma di linee, colori e superfici.

La maggioranza degli attuali attori è fatta da squali che banchettano solo per un motivo: i soldi.

Ovviamente, se tutto gira intorno al denaro, alla valutazione ed al prestigio che deriva da quell'arte - ormai considerata oggetto di scambio o, peggio, *status symbol* -, il "messaggio" interessa ormai ben poco.

Data la situazione, diventa comprensibile e giustificabile staccare un pezzo di muro a cuor leggero tanto, come la spietata legge del mercato insegna: se non lo faccio io, lo farà qualcun altro.

Allora meglio che a farlo sia io, in modo da arricchirmi.

Non è così: la scusante del "non l'ho deciso io questo mondo" "è solo il mio lavoro" non tiene più.

Ognuno è responsabile delle proprie azioni.

Così come è responsabile di furto chi sradica un pezzo di muro per esporlo in galleria e lucrarci sopra.

In diversi articoli e film - uno tra tutti "L'uomo che rubò Banksy" ⁴ - curatori e galleristi si difendono come salvatori dell'arte che si oppongono coraggiosamente alla forza del tempo che tutto distrugge e tutto cambia.

« È come salvare un Michelangelo per il futuro » dice Peter Hvidberg ⁵, collezionista « Garantire la loro integrità per il futuro. »



il muro staccato contenente lo stencil "l'asino e il militare" di Banksy

Dice il collezionista Robin Burton ⁶ : « È come se qualcuno avesse lasciato una Rolls Royce placcata d'oro in un parcheggio e tu sei il proprietario di quel parcheggio.

La macchina rimane lì un giorno, due giorni, un anno.

Il proprietario diventi tu, a meno che qualcuno non ne rivendichi il diritto.

Ma Banksy non può farlo, non può dire "il proprietario sono io" né può ricavarne nulla perché i suoi guadagni derivano dalle sue stampe e dai suoi articoli.

Ti trovi, quindi, in una situazione ove il proprietario del muro vuole guadagnarci e la comunità, sebbene non trovi giusto che lui ne ricavi qualcosa, non vuole investire nulla per salvaguardare quell'opera. [...]

Vi è così questa strana situazione in cui tutti la vogliono solo se è gratis ma se il proprietario del muro - che magari non l'ha mai voluta - vuole venderla, diventa il nemico. »



La rimozione dell'opera dal suo contesto urbano (illegale) è, di base, una falsificazione dell'opera, dato che essa perde il valore che aveva nel suo ambiente "naturale" e, portandola in un altro contesto, ne modifica irreversibilmente il messaggio intrinseco.

Se esiste qualcuno lassù nei cieli, ama la *Street Art*.

È lecito pensarlo, visto ciò che sta accadendo: data la saturazione dell'offerta e dei pezzi di muri staccati che non si riescono a vendere, ora la domanda chiede garanzie di autenticità.

Peccato che la *Street Art* nasca illegalmente e, quindi, non possa esistere alcuna certificazione né, tantomeno, attribuzione certa.

Tralasciando il valore strettamente commerciale, il fulcro della questione, in verità, è se sia lecito salvare la *Street Art*, preservarla.

Difficile rispondere poiché viviamo in epoca dove si tenta a tutti i costi di rendere infinito, immortale tutto ciò che pensiamo ne valga la pena.

Sicuramente, portare il "verbo" ovunque offre la possibilità a persone lontane di poter beneficiare di quella visione, ma si tratta comunque di una visione falsificata perché estrapolata dal suo contesto.

La *Street Art* nasce per restare lì dove è stata creata, perché è stata pensata per quel luogo e perché il suo valore è indissolubilmente legato a quel posto.

Fuori dal suo contesto diventa solo un semplice racconto - sicuramente forte, dato dal suo messaggio intrinseco - ma si perde metà del suo linguaggio, cioè quello della quotidianità, dell'inatteso e del fruibile da tutti, nel bene e nel male.

In alcuni casi, si è visto come la stessa popolazione si sia proposta di salvaguardare il manufatto, garantendone la resistenza negli anni.

La madonna di Banksy a Napoli ne è un esempio.



Questo dimostra che - seppur molto lentamente - che le persone iniziano a capire la forza della *Street Art*.

Sicuramente, di primo acchito, salvaguardando opere di *street artist* già affermati e dal messaggio di facile fruizione. Man mano, però, si riuscirà a capire quanto l'importanza del messaggio sia intrinseco all'opera stessa.



È quello che è successo con l'operazione fatta dal team di Banksy nella Striscia di Gaza, dove 14 *street artist* hanno realizzato delle opere non per rendere la visione più piacevole ai Palestinesi, bensì per dare importanza al quel luogo.

« *C'è questo tizio, Banksy, che i media seguono come i cagnolini... Se i media devono seguirci, allora portiamoli dove dovrebbero essere non dove vogliono essere* » affermò Ron English ⁷, uno degli artisti partecipanti.

Anche la mostra "*Santas Ghetto*" realizzata a Betlemme è riuscita nel suo intento di sensibilizzare l'opinione pubblica.

Chiunque volesse acquistare un pezzo non poteva farlo online, al telefono o per il tramite di un incaricato, ma doveva andare di persona a Betlemme e vedere, così, tutto ciò che quel muro stava causando.

La *Street Art* ha tutte le carte in regola per diventare un emblema della società contemporanea.

Questo movimento porta con sé il concetto di libertà di fruizione pubblica, non è un'espressione artistica da piedistallo: la puoi bistrattare, cancellare, idolatrare, anche metterci un vetro sopra per proteggerla.

Potrebbe essere paragonata a un piccolo fuoco.

Sta alla comunità capirne l'utilità o meno e la decisione di preservarla o renderla semplicemente testimone del tempo e della mutazione.

È bella così: illegale, rischiosa e odiata.

Servirebbe solo veicolarla per i "giusti motivi", senza cadere nella trappola del banale concetto di "anticapitalismo" fine a se stesso perché, come dice Mark Fisher:

« *Il realismo capitalista riesce perfino a contemplare una certa dose di anticapitalismo. [...] È un anticapitalismo gestuale che, anziché indebolire il realismo capitalista, finisce per rinforzarlo.* » ⁸

Raffaele Marra è vice presidente di NETTUNO 1958 APS.

Presidente della Consulta degli Studenti, è membro del Consiglio di Amministrazione dell'Accademia di Belle Arti di Bologna.

1 A partire dalle feste organizzate da dj Kool Herc nel 1972.

2 Dal documentario *Exit Through the Gift Shop* del 2010, diretto da Banksy e prodotto da Paranoid Picture.

3 Jean Baudrillard, *La società dei consumi*, trad. it. Il Mulino, Bologna 2010.

4 *L'uomo che rubò Banksy* (The Man Who Stole Banksy), documentario del 2018 diretto da Marco Proserpio e distribuito da Nexo Digital.

5 *L'uomo che rubò Banksy*, op. cit.

6 *L'uomo che rubò Banksy*, op. cit.

7 *L'uomo che rubò Banksy*, op. cit.

8 Mark Fisher, *Realismo Capitalista*, Nero Editions, Roma 2018.