



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA  
DIPARTIMENTO DI FILOSOFIA, SOCIOLOGIA, PEDAGOGIA E PSICOLOGIA  
APPLICATA

CORSO DI LAUREA IN FILOSOFIA

Oltre il muro: Il messaggio filosofico dell'arte di strada

Beyond the wall: the philosophical message of street art

Relatore:

Ch.mo Prof. Giovanni Gurisatti

Laureanda: Genny Menini

Matricola: 2043506

ANNO ACCADEMICO 2023-2024



## INDICE

INTRODUZIONE	1
CAPITOLO I – Kool Killer: la guerra dei segni	3
1. <i>La logica del simulacro nel postmodernismo</i>	3
1.1. <i>I graffiti, l'arma contro il simulacro</i>	6
2. <i>Breve storia dei graffiti</i>	8
2.1. <i>Le tag: firme distintive sui muri pubblici</i>	12
2.2. <i>L'evoluzione dalle tag ai simboli</i>	14
CAPITOLO II – Il situazionismo nelle strade	18
1. <i>Il post-graffitismo: la street art dei murali e il 'culture jamming'</i>	18
2. <i>L'Internazionale Situazionista e la società dello spettacolo</i>	21
2.1. <i>Il 'détournement'</i>	23
2.2. <i>La deriva psicogeografica</i>	24
2.3. <i>Esempi di 'détournement' nel post-graffitismo</i>	26
2.4. <i>Esempi di psicogeografia nel post-graffitismo</i>	29
CAPITOLO III – Dalla sovversione all'adesione, le incoerenze della street art	31
1. <i>Il rapporto tra street art e istituzioni</i>	31
1.1. <i>Il rapporto tra street art e mondo dell'arte</i>	33
2. <i>Banksy: dalla critica al sistema a essere parte del sistema</i>	35
3. <i>Shepard Fairey: il motto OBEY e le sue contraddizioni</i>	39
CONCLUSIONE	42
BIBLIOGRAFIA	44
SITOGRAFIA	47
APPENDICE ICONOGRAFICA	49



## INTRODUZIONE

L'intento di questa trattazione è quello di analizzare da un punto di vista filosofico il ruolo dei graffiti in quanto metodo di sovversione dall'ontologia dell'apparenza dell'epoca contemporanea attraverso lo studio del pensiero di Jean Baudrillard (1929-2007) e Guy Debord (1931-1994).

Nella prima parte viene introdotta la teoria di Baudrillard per cui, a partire dagli anni Settanta del Novecento, la società è dominata dal simulacro. Secondo Baudrillard, mediante i mezzi di comunicazione di massa e la logica pubblicitaria, le immagini hanno soppiantato la realtà a favore di una sua falsificazione. In tale condizione l'individuo è immerso in un insieme di segni iperreali, i quali appaiono come veri ma in realtà sono privi di specificità e consistenza.

A causa di ciò, il filosofo ritiene che non ci possano essere soggettività forti in grado di scardinare il sistema, ma ammette opposizioni generate da azioni ribelli, di cui i graffiti sono il massimo esempio. Infatti, se la realtà attuale è ormai retta da un sistema di segni, è indispensabile che la ribellione avvenga a partire da altri segni: in questo senso le *tag* di New York rappresentano al meglio la possibilità di ristabilire una presenza attraverso una firma disegnata su un muro, ma senza associarla ad un'identità, sovvertendo così la logica del codice dominante.

Tuttavia, a seguito di un'evoluzione di tale pratica, la carica ribelle perde la sua efficacia da un punto di vista strettamente baudrillardiano, ma ammette elementi eversivi su altri fronti. Essi sono visibili mediante lo studio di Banksy che sposta il fronte rivoluzionario – fino ad ora ritrovato esclusivamente nelle creazioni artistiche – alla propria identità, rappresentazione massima dell'anonimato.

Nella seconda parte viene introdotto il post-graffitismo, movimento in cui confluisce il progresso dei graffiti, caratterizzato da opere il cui significato risulta sempre più forte – a discapito delle *tag* – ma la cui minaccia ribelle permane nell'enigmaticità dei nuovi metodi di cui si servono per evadere dalla simulazione.

A sostegno di ciò, si può constatare la presenza delle tecniche di *détournement* e di deriva psicogeografica – teorizzate da Guy Debord in seno all'Internazionale Situazionista – nelle opere di Banksy e nei mosaici di Invader, in quanto metodi di ribellione dalla dittatura delle immagini mediatiche.

Nell'ultimo capitolo viene trattato il rapporto tra istituzioni e graffiti, i quali per certi versi si piegano al sistema dominante, come nel caso dei *City Walls* e del *Billiboard-art-project* che, in quanto iniziative finanziate dal governo e dalle agenzie pubblicitarie, risultano prive di forza sovversiva.

Inoltre, viene presa in analisi la prima galleria di street art, ovvero FashionModa, alla luce di una ricomprensione della relazione tra il mondo dell'arte ufficiale – mosso dal profitto e fondato su un sistema élitario – e l'arte di strada – fortemente slegata dal mercato e in contrasto con l'alta società.

FashionModa figura come il luogo in cui l'élite è composta dai bassifondi, ossia i principali autori di graffiti, ma le opere vengono tutelate a discapito del carattere effimero a cui sono sottoposte in strada.

Infine, viene nuovamente preso in esame Banksy in quanto personaggio enigmatico della street art contemporanea, poiché si dichiara contrario al dominio capitalista, ma per certi aspetti finisce per farne parte. Si cercherà dunque di chiarire se la potenza ribelle che lo caratterizza persiste o se invece viene fagocitato dal sistema.

Allo stesso modo viene studiato Shepard Fairey, ovvero OBEY, street artist che invade le città con i suoi stickers raffiguranti André the Giant. Egli viene analizzato a partire dalle sue dichiarazioni in cui ammette di combattere il dominio pubblicitario attraverso i suoi adesivi che, essendo privi di significato, possono risvegliare la coscienza critica degli individui da un punto di vista baudrillardiano.

Tuttavia, attraverso la fondazione di un marchio di abbigliamento, diventa una figura controversa all'interno del processo di ribellione poiché il suo progetto entra nel sistema di mercato per quanto la sua essenza risulti contrapposta a esso.

# CAPITOLO I

## KOOL KILLER: LA GUERRA DEI SEGNI

### 1. *La logica del simulacro nel postmodernismo*

Il simulacro non è mai ciò che nasconde la verità, è la verità che nasconde il fatto che non vi è alcuna verità. Il simulacro è vero.<sup>1</sup>

Il termine postmodernismo fa riferimento a un periodo storico e sociale che vede il suo inizio negli anni Settanta del Novecento, giungendo fino ai giorni nostri. Nonostante la sua connotazione spesso ambigua, le certezze che gravitano attorno a questo termine esprimono un pessimismo culturale in netta opposizione al mito del progresso dell'epoca moderna.<sup>2</sup>

Questa condizione può essere definita come epoca dell'apparenza, ovvero una fase dell'esistenza umana in cui il fondamento oggettivo alla base del mondo viene rifiutato a favore delle immagini.<sup>3</sup> Le cause alla base di tale fenomeno sono svariate, ma tra le più rilevanti si può citare l'avvento della società di massa insieme alla mediatizzazione del reale e l'unione della tecnica con la scienza nella tecnoscienza. Infatti, nella contemporaneità il capitalismo ha raggiunto le sue fasi più mature, al punto che il sistema di mercato e la pubblicità hanno soppiantato gli individui e le loro vite.

Tra i contributi più influenti nell'analisi di questo scenario troviamo Jean Baudrillard, filosofo e sociologo del tardo Novecento, che scrive nel 1976 l'opera *Lo scambio simbolico e la morte*. Nella sua teoria, egli descrive l'uomo contemporaneo come smarrito in un'esistenza in cui i valori vengono sterminati a favore del simulacro. L'individuo nella contemporaneità è continuamente oppresso da immagini e segni che mutano, tanto da non aver spazio per la ricezione del significato, ma solo per un'osservazione superficiale ed immediata.

Il mondo attuale è iperreale. La realtà vera e propria non esiste più, ad essa è stato sostituito il principio di simulazione, il cui potere è esercitato tramite i media:

---

<sup>1</sup> J. Baudrillard, *La precessione dei simulacri*, in Id. *Simulacri e impostura. Bestie, Beaubourg, apparenze e altri oggetti*, a cura di M.G. Brega, Pgreco, Milano, 2008, p. 9.

<sup>2</sup> Concezione che nasce a partire dalla seconda metà del 1800 in cui la storia era vista come un grande processo sempre orientato verso un miglioramento.

<sup>3</sup> Cfr. J. Baudrillard, *Lo scambio simbolico e la morte*, trad. it. di G. Mancuso, Feltrinelli, Milano, 1976<sup>4</sup>, p.79.

È così il crollo della realtà nell'iperrealismo, nella reduplicazione minuziosa del reale, di preferenze a partire da un altro medium riproduttivo – pubblicità, foto, ecc. – di medium in medium il reale si volatilizza, diventa allegoria della morte.<sup>4</sup>

Non c'è distinzione fra verità e simbolo, il valore degli oggetti non dipende più dal loro significato, bensì è il significante che prevale.

Attraverso la manipolazione della merce da parte della comunicazione di massa, la forma diventa autonoma rispetto al contenuto, fino a fondare la realtà su un rimando continuo di rappresentazioni prive di significato, ma fortemente autoreferenziali. Se nel sistema economico moderno ogni oggetto veniva considerato in base al suo valore d'uso, nel capitalismo avanzato sono la diffusione e l'immagine del prodotto che alimentano un circolo di interesse dove le narrazioni fallaci prevalgono sulla qualità.<sup>5</sup>

Per capire meglio la logica che si pone alla base del nuovo mondo, è necessario analizzare le fondamenta dell'iperreale, analoghe al meccanismo del codice genetico. La nuova realtà è controllata da un sistema binario in cui ogni oggetto, ogni pubblicità ed ogni messaggio rimandano a un input di domanda e risposta volto a manipolare gli individui. Il codice dominante accresce il suo potere attraverso dei test, pure forme di simulazione in cui la domanda posta sottintende già una risposta, per ricavarne un'opinione pubblica equivalente. Dunque in questo processo la differenza si annulla, anch'essa diventa simulazione, tanto da trasformare l'interrogazione in un'imposizione volta a controllare totalmente la società.<sup>6</sup>

Nel dettaglio, l'annullamento del confine tra concetti porta con sé l'indistinzione tra rappresentante e rappresentato, a favore di una pura forma della rappresentazione.<sup>7</sup> In effetti, la società postmoderna non si fonda semplicemente sulla contraddizione tra realtà e immagini, anzi trova la sua origine nella forte somiglianza del reale a sé stesso: mediante i nuovi mezzi di comunicazione e di moltiplicazione seriale gli oggetti hanno perso la loro originalità, diventando interscambiabili e coincidenti con la loro copia virtuale.

«La definizione stessa del reale è: ciò di cui è possibile fare una riproduzione equivalente»,<sup>8</sup> al punto che il confine tra finzione ed originale si cancella. L'esistenza non è più ciò che può

---

<sup>4</sup> Ivi, p. 85.

<sup>5</sup> Cfr. *ivi*, p. 84.

<sup>6</sup> Cfr. *ivi*, pp. 73-75.

<sup>7</sup> Cfr. *ivi*, p. 82.

<sup>8</sup> *Ivi*, p. 87.



essere riprodotto, ma diventa ciò che è sempre riprodotto. La contemporaneità assiste «all'anticipazione dell'immagine su tutta la realtà possibile».<sup>9</sup>

Baudrillard definisce questo fenomeno come allucinazione estetica della realtà. Se ogni cosa è finzione, la realtà non ha più simulacri con cui confrontarsi, perché essa stessa lo è. In questo stato di allucinazione, il soggetto contemporaneo è di fronte a una situazione perturbante perché da un lato riconosce la familiarità del contesto in cui ha sempre vissuto, ma dall'altro è disorientato e impotente di fronte alla simulazione dell'originale.

Fino all'epoca moderna esistevano classi specifiche di oggetti con la funzione di simulacri dichiarati. Una tra queste è l'arte. L'opera artistica aveva il ruolo di rappresentare il reale, con lo scopo di generare un piacere estetico nell'osservatore, pur consapevole che essa non coincidesse con la realtà. Oggi la dimensione estetica non si ritrova più nell'arte ma nell'immanenza del codice. Ogni ente si duplica in sé stesso, così anche il più banale frammento di vita quotidiana può essere definito come oggetto artistico.<sup>10</sup> Ora l'arte è ridotta a riproduzione indefinita. Essa è ovunque, ma è stata privata del suo senso.

In un mondo dove la finzione prevale sulla verità, l'originale è morto e ha lasciato spazio al prestigio della similitudine. La dittatura dell'immagine è ormai il sistema di governo vigente e per spodestarlo è necessaria un'azione disorientante. L'ordine dei simulacri<sup>11</sup> deve essere sconfitto attraverso un disordine simbolico che scardini totalmente la sua logica; il metodo d'azione del codice<sup>12</sup> deve essere ritorto contro sé stesso e i suoi stessi segni devono diventare suoi nemici. Si deve produrre un vero e proprio blackout.

---

<sup>9</sup> *Ivi*, p. 79.

<sup>10</sup> Cfr. *ivi*, pp. 88-89.

<sup>11</sup> Baudrillard ritiene che esistano tre ordini di simulacri susseguitisi dal Rinascimento in poi: il primo ordine, ovvero la contraffazione, ha speculato sulla legge naturale del valore, dominando dal Rinascimento fino alla rivoluzione industriale attraverso la destrutturazione dell'ordine feudale; il secondo ordine, ossia la produzione, si è imposto sulla legge mercantile del valore e ha governato durante l'epoca industriale in cui gli oggetti fabbricati in serie hanno annullato la distinzione tra originale e copia, facendo sprofondare la realtà nell'equivalenza e nell'indifferenza. Infine, il terzo ordine è la simulazione, schema che attraverso il codice domina nell'epoca attuale sfruttando la legge strutturale del valore. Esso attua una trasformazione radicale per cui i segnali del codice risultano illeggibili e privi di interpretazione ma usurpatori della vita degli individui (cfr. *ivi*, pp. 61-90).

<sup>12</sup> «Ma il codice stesso non è che una cellula genetica, generatrice, nella quale miriadi d'intersezioni producono tutte le domande e le soluzioni possibili, a condizione (per chi?) di scegliere. Queste domande (impulsi informatici e segnaletici) non hanno altra finalità che la risposta, geneticamente immutabile o modulata da differenze minime ed aleatorie. [...] Tale è il simulacro di terzo ordine, il nostro tale è «l'eleganza mistica del sistema binario, dello

Il simulacro è vero, ma può essere sconfitto. La soluzione a questa parodia della realtà, è la guerra dei segni.

### 1.1. *I graffiti, l'arma contro il simulacro*

Nella modernità le città fungevano da centro politico, economico e culturale. La crescita industriale, l'urbanizzazione e lo sviluppo tecnologico hanno incentivato una riorganizzazione sociale che ha comportato un senso di smarrimento individuale, seppur colmabile con la ricerca del sé. Il sistema di produzione industriale centrato sulla fabbrica ha favorito lo sfruttamento dei ceti sociali inferiori, tuttavia gli individui non hanno mai messo da parte la spinta sovversiva finalizzata all'affermazione del singolo e della propria dignità.

Nel postmodernismo invece, la vera forza antagonista non si ritrova più nell'attestazione del principio d'identità, bensì nell'anonimato. In un mondo dove l'indeterminatezza si è impadronita di ogni elemento della vita umana, la battaglia contro il codice parte dall'esigenza di affermare una presenza senza associarla ad un'identità.

La semiocrazia<sup>13</sup> ormai governa la società, tanto da aver eliminato la sostanza concreta a favore di simboli vuoti ed autoreferenziali. Dunque, quando Baudrillard parla di guerra dei segni, egli intende uno scontro fra il potere del codice e un sistema di simboli talmente persuasivo da risultare altrettanto privo di contenuto, ma enormemente trasgressivo.

Nel concreto, l'autore ritrova queste caratteristiche nei graffiti in quanto emblema dell'anonimo contro l'anonimo. Egli infatti si esprime in questi termini:

La rivolta radicale in queste condizioni è infatti innanzitutto dire: «Esisto, sono il tale, abito in tale o tale via, vivo qui e ora». Ma questo non sarebbe che ancora la rivolta dell'identità: combattere contro l'anonimato rivendicandone un nome e una propria realtà. I graffiti vanno più lontano: all'anonimato non oppongono dei nomi, ma degli pseudonimi. Non cercano di uscire dalla combinatoria per riconquistare un'identità comunque impossibile, ma per ritorcere l'indeterminazione contro il sistema – capovolgere l'indeterminazione in sterminazione.<sup>14</sup>

---

zero e dell'uno", da cui procedono tutti gli esseri, tale è lo statuto del segno, che è così la fine della significazione [...]» (*ivi*, pp. 68-69).

<sup>13</sup> «[...] nuova forma della legge del valore: commutabilità totale degli elementi in un insieme funzionale, ciascuno dei quali non assume un senso che come termine strutturale variabile secondo il codice» (*ivi*, p.92).

<sup>14</sup> *Ibidem*.

Secondo quanto afferma Baudrillard, è ormai impossibile combattere contro la semiocrazia attraverso un approccio identitario. L'unica soluzione possibile per una vera rivolta è sterminare i segni con altri segni. In effetti, i graffiti sfuggono alla comprensione del controllo mediatico perché non rappresentano un simbolo direttamente riferito ad un'identità, ma uno pseudonimo. Tanto sono fittizi i simulacri che ci vengono proposti, altrettanto lo sono i disegni che associano un nome d'arte a un'identità vuota.

Questi simboli producono un anti-discorso: rifiutano la sintassi tradizionale, diventano interni al codice stesso, sono cioè dei contenitori privi di contenuto, ma così potenti da annientare qualsiasi segno riconoscibile. Le iscrizioni sui muri spesso derivano dall'esigenza di attestare l'appartenenza ad un gruppo, che sia esso un'etnia, un clan o una *gang*. Perciò, non rimangono all'interno dello schema nome-soggetto, bensì promuovono una socialità, una devozione alla collettività.<sup>15</sup>

Spesso gli autori vengono da quartieri isolati e di periferia<sup>16</sup>, dove fin dalla nascita non sono altro che emarginati tenuti distanti dalla città; molti di loro iniziano ad avvicinarsi al mondo dell'arte di strada per gridare l'esistenza della loro dimensione, ma senza volerlo, reclamano la presenza dell'intero popolo.

Nella creazione di queste particolari opere d'arte, i *writers*<sup>17</sup> attivano un processo in cui il ghetto linguistico entra nell'ambiente urbano per ridargli vita. I graffiti e i loro creatori aprono gli occhi agli individui, li rendono consapevoli che il vero ghetto è la città in cui il codice dominante li ha rinchiusi.<sup>18</sup> Essi prendono lo spazio urbano, ormai reso indefinito dalla

---

<sup>15</sup> Cfr. *ivi*, p. 93.

<sup>16</sup> Si fa riferimento alla genesi dei graffiti ricostruita da Baudrillard. Egli prende in analisi le prime forme di arte di strada nate a New York negli anni Sessanta del Novecento, le quali emergono dai bassifondi delle città e dai ghetti in cui spesso venivano reclusi le minoranze etniche (cfr. *ivi*, pp. 90-91).

Oggi giorno i graffiti sono delle produzioni artistiche svolte da artisti il cui ceto sociale non è necessariamente basso, dunque non c'è più alcun nesso tra gruppo sociale e street art. L'unico principio fondamentale alla base di tale movimento artistico è l'esigenza di lanciare un messaggio (cfr. C. Serra, *Murales e graffiti. Il linguaggio del disagio e della diversità*, Giuffrè Editore, Milano, 2007, pp. 78-91).

<sup>17</sup> Autori dei graffiti.

<sup>18</sup> «È qui che la prospettiva urbana raggiunge il razzismo, perché non c'è differenza tra il fatto di parcheggiare le persone in uno spazio omogeneo chiamato ghetto sulla base d'una definizione razziale e quello di omogenizzarle in una nuova città sulla base d'una definizione funzionale dei loro bisogni. È un'unica e medesima logica» (J. Baudrillard, *Lo scambio simbolico e la morte*, cit., p. 91).

semiocrazia, e gli restituiscono una funzione collettiva attraverso icone vuote ma sovversive a tal punto da riuscire e spiazzare l'ordine dei simulacri.<sup>19</sup>

La potenza simbolica dei graffiti deriva dalla loro presenza assillante e dalla loro irriducibile e non addomesticabile differenza. Baudrillard descrive così la loro sommossa urbana:

Insurrezione, irruzione nell'urbano come luogo della riproduzione e del codice, a questo livello, non è più il rapporto di forze che conta, perché i segni non puntano sulla forza ma sulla differenza, ed è quindi con la differenza che bisogna attaccare, smantellare la rete dei codici, delle differenze codificate mediante la differenza assoluta, non-codificabile, sulla quale il sistema viene a cozzare e disfarsi.<sup>20</sup>

Essi possono essere riprodotti su qualsiasi superficie pubblica, la loro ripetizione si scontra e si distingue dal dominio dei segni sulla città. Con la loro indeterminatezza evocativa sfuggono a qualsiasi categorizzazione linguistica e reale, tanto da non poter diventare proprietà di nessuno, tantomeno del codice.

## 2. *Breve storia dei graffiti*<sup>21</sup>

L'uomo è sempre stato animato da una forte esigenza espressiva durante tutte le fasi della sua esistenza, a dimostrazione di ciò, sin dalla preistoria il disegno si è affermato come una delle forme di comunicazione più incisive.<sup>22</sup>

In effetti, nelle caverne preistoriche sono state rinvenute numerose pitture rupestri che, del tutto a prescindere dalla parola, hanno svolto una funzione comunicativa tra gli uomini. Esse venivano realizzate attraverso due tecniche specifiche: l'incisione e la pittura.

Per molti studiosi, questi reperti dimostrano una prima forma di «arte sul muro», poiché la parete veniva usata come supporto per la rappresentazione delle attività quotidiane, ma non solo. Infatti, se nella maggior parte delle pitture erano ritratte scene di caccia dal significato semplice e diretto, in altri casi l'interpretazione risultava più ambigua, come per le impronte di

---

<sup>19</sup> Cfr. *ivi*, p. 93.

<sup>20</sup> *Ivi*, pp. 94-95.

<sup>21</sup> Per tali studi si vedano: A. Dal Lago, *Graffiti arte e ordine pubblico*, Il Mulino, Bologna, 2016, pp. 15-37; D. Dogheria, *Street Art. Storia e contro storia, tecniche e protagonisti*, Giunti, Firenze, 2015, pp. 15-52; C. Serra, *Murales e graffiti. Il linguaggio del disagio e della diversità*, Giuffrè, Milano, 2017, pp. 3-34.

<sup>22</sup> Si veda A. Dal Lago, *Graffiti e ordine pubblico*, cit., pp. 23-25; D. Dogheria, *Street Art. Storia e contro storia, tecniche e protagonisti*, cit., p. 15.

mani ritrovate in diverse zone del globo. L'ipotesi più coerente, seppure non certa, è l'idea di un segno che manifestasse un'individualità, messaggio simile a quello dei graffiti contemporanei.<sup>23</sup>

Con l'avvento delle prime civiltà, il muro non ha cessato di essere una valida base espressiva. Aldilà dell'arte ufficiale nelle tombe egizie e nelle domus romane, si possono ammirare tra i resti di Pompei scritte che recitano i pensieri più svariati: da frasi d'amore a messaggi politici o disorientanti, tutte tematiche pertinenti a quelle odierne, visibili sulle pareti delle nostre città.<sup>24</sup>

Nel Medioevo invece, la parete era il principale supporto dell'arte ufficiale nei luoghi pubblici. Tuttavia, per quanto essa non avesse una potenza sovversiva, è pur sempre accostabile all'arte di strada attuale.

Se oggi i graffiti inglobano gli oggetti incastonati nel muro, a quel tempo i pittori utilizzavano materiali esterni al quadro, tra cui lamine metalliche o aureole dorate, per giungere a un effetto di tridimensionalità. Nel primo caso, la presenza di elementi esterni è prevedibile ma non necessaria, in effetti l'artista deve adattare la sua arte alle caratteristiche del muro che sceglie come supporto; nel secondo caso invece, il materiale esterno veniva ricercato come arricchimento del dipinto stesso.<sup>25</sup>

Nonostante le svariate analogie, da un punto di vista storico, l'arte fino a qui elencata non può essere definita una vera e propria pittura di strada, poiché il messaggio che trasmette non è paragonabile alla vera essenza della *street art*.

Invece, negli anni Venti e Trenta del Novecento si sviluppa in Messico una tendenza artistica e culturale identificabile con la genesi dell'arte di strada contemporanea. Spopola nelle città un movimento in cui il muro diventa parte centrale dell'opera, ovvero il muralismo.<sup>26</sup> Quest'ultimo, prima di essere una corrente artistica, trova le sue radici nella rivoluzione messicana del 1910 finalizzata alla sconfitta del generale e dittatore Porfirio Diaz.<sup>27</sup>

---

<sup>23</sup> Si veda D. Dogheria, *Street Art. Storia e controstoria, tecniche e protagonisti*, cit., pp. 16-19.

<sup>24</sup> *Ivi*, p. 21.

<sup>25</sup> *Ivi*, pp. 22-26.

<sup>26</sup> Si veda C. Serra, *Murales e graffiti. Il linguaggio del disagio e della diversità*, cit., pp. 4-13.

<sup>27</sup> Serie di contestazioni avvenute in Messico tra il 1910 e il 1920. Lo scopo era quello di instaurare un nuovo governo, a discapito della dittatura del generale Porfirio Diaz. I generali della rivoluzione presero il potere dal 1920 al 1940, ponendo le basi per la Costituzione del Messico (si veda A. Dal Lago, *Graffiti e ordine pubblico*, cit., pp. 27-30; D. Dogheria, *Street Art. Storia e controstoria, tecniche e protagonisti*, cit., pp. 28-34.)

Il principale scopo dei murales messicani era la rivendicazione della centralità del popolo, venivano esaltati gli ideali politici dell'epoca e le classi subalterne rivendicavano la loro autonomia. Il muro non veniva usato casualmente dagli artisti, ma anzi questa scelta era pensata affinché le loro opere arrivassero al più ampio pubblico possibile.

Tra i massimi esponenti del grande movimento messicano, è degno di nota Diego Rivera,<sup>28</sup> il quale lavorava non solo in autonomia, ma anche su commissione dello Stato che, dopo la liberazione dalla dittatura, voleva risollevarlo lo spirito nazionale creando degli enormi dipinti che tracciassero le tappe più importanti della storia del Messico.

Ben presto, anche in Europa arrivarono le influenze del muralismo, malgrado la sua essenza venisse strumentalizzata, soprattutto in Italia. Se in Messico la voglia di libertà e di aggregazione spinse gli artisti a rivalutazione rivoluzionaria del Paese, in Italia il muro subì l'invasione di una propaganda subdola e maligna. Con l'avvento del fascismo, le pareti delle città vennero cosparse da pitture funzionali all'aumento del consenso popolare verso il regime.

Dagli anni Venti agli anni Quaranta, l'arte di strada fu uno strumento di governo per cui l'artista doveva mettere da parte la propria individualità, a favore delle regole e dei principi dominanti. Tuttavia, con la caduta del fascismo, s'innescò un sentire sovversivo per cui tutte le opere parietali di quegli anni vennero occultate e volutamente vandalizzate come segno di protesta e liberazione.<sup>29</sup>

Negli anni del dopoguerra, si sviluppò in Italia e in tutta Europa una Controcultura giovanile che raggiunse il suo massimo successo tra il 1967 ed il 1977. Da un punto di vista comunicativo, quegli anni furono caratterizzati da una forte esigenza di collettività, ma anche di ribellione verso una società fortemente omologata e in contrasto con gli ideali giovanili libertari dell'epoca.

---

<sup>28</sup> Nato nel 1886 e morto nel 1957, fu uno dei più grandi pittori e muralisti messicani. È noto per le sue opere a sfondo politico e sociale, con impronta comunista (si veda A. Dal Lago, *Graffiti e ordine pubblico*, cit., p. 28; C. Serra, *Murales e graffiti. Il linguaggio del disagio e della diversità*, cit., pp. 5-7).

<sup>29</sup> «Nel 1920-1940 si afferma in Italia un orientamento culturale che segna il superamento dell'estetica individualista delle avanguardie di inizio secolo, ed attribuisce all'arte una funzione sociale di comunicazione e di educazione collettiva. In particolare, com'è stato teorizzato nel 1933, l'impiego della pittura murale, la cui forza comunicativa è ritenuta funzionale ad alimentare il consenso popolare intorno al regime [...]. Nonostante l'enorme rilevanza di questo patrimonio [...], subito dopo la caduta del fascismo, la maggior parte delle realizzazioni di regime sono divenute oggetto da occultare, di censura ed atti vandalici» (C. Serra, *Murales e graffiti. Il linguaggio del disagio e della diversità*, cit., pp. 16-17).

In effetti, nel Sessantotto presero il via da Parigi una molteplicità di proteste studentesche particolarmente significative e direttamente correlate all'arte sui muri. Il supporto parietale durante quel periodo rivoluzionario, tornò ad essere il mezzo d'espressione di un'arte priva di interesse gerarchico, svincolata dall'ufficialità dello Stato e spesso anonima. Gli spazi urbani vennero usati per affiggere manifesti a favore della libertà e di un sentimento politico condiviso e furono realizzate numerose scritte e simboli dai messaggi dissidenti.<sup>30</sup> Durante queste proteste nacquero le basi per la vera ribellione, culminata nei graffiti.

Altrettanto decisivo fu il movimento del Settantasette, il cui principio fondante ruotava attorno ad una critica verso il lavoro, poiché fondato su una concezione di individuo come pura forza-lavoro priva di autonomia nella società. Da questo sentimento condiviso scaturirono una serie di contestazioni che, soprattutto in Italia, acquisirono importanza grazie al gruppo ribelle degli Indiani Metropolitani.<sup>31</sup>

I loro ideali si fondavano su un'indole ironica, finalizzata alla rottura con la cultura borghese, verso una collettività più coesa e meno incentrata sui valori individuali. Il loro mezzo espressivo era ovviamente il muro, sul quale dipinsero murali caratterizzati da un forte dinamismo. I colori che utilizzavano erano volutamente degradabili dagli agenti climatici, motivo per cui i soggetti erano in continua evoluzione; inoltre, sovrapponevano diverse figure per dare l'idea di un flusso di coscienza interno all'opera, che trasmettesse allo spettatore la sicurezza di potersi esprimere liberamente.<sup>32</sup>

Anche in questo caso, si può notare come ci si avvicini sempre di più ad uno scopo sovversivo ma anche riflessivo, spesso innescato da tecniche che attirino l'attenzione del passante e lo spingano a guardarsi dentro.

Dunque, guardando al percorso fino a qui analizzato, si può affermare che il muro sia sempre stato un supporto per la manifestazione del sentire umano, fin dalla preistoria. Nonostante abbia veicolato messaggi contrastanti, anche manipolatori in certi momenti della storia, a partire dagli anni Sessanta ha acquisito la funzione liberatoria e ribelle che poi verrà consolidata grazie alle *tag* di New York.

---

<sup>30</sup> Cfr. D. Dogheria, *Street Art. Storia e controstoria, tecniche e protagonisti*, cit., pp. 45-46.

<sup>31</sup> Subcultura giovanile italiana che presentava forti analogie con le avanguardie culturali avverse al conformismo. Essi rivendicavano la libertà dell'individuo e la rottura di ogni tabù (si veda C. Serra, *Murali e graffiti. Il linguaggio del disagio e della diversità*, cit., pp. 32-34).

<sup>32</sup> Si veda *ibidem*.

## 2.1. *Le tag: firme distintive sui muri pubblici*<sup>33</sup>

Negli stessi anni in cui in Europa il muro era utilizzato per dar voce alle proteste giovanili, nacquero a New York quelli che oggi chiamiamo graffiti.

Tra la fine degli anni Sessanta e gli anni Ottanta del Novecento, dai quartieri emarginati del South Bronx, emersero delle firme criptiche denominate *tag*.<sup>34</sup> Le minoranze etniche, specialmente afroamericane e portoricane, escluse dalla grande metropoli, iniziarono a scrivere su ogni superficie possibile con dei *markers*,<sup>35</sup> e solo qualche anno dopo con le bombolette spray, degli pseudonimi seguiti da un numero identificativo della strada di appartenenza. Questo fenomeno prese piede in più città, fino a diventare un movimento globale per cui s'innescò una gara a chi producesse più firme.<sup>36</sup>

L'obiettivo che accomunava tutte queste giovani generazioni era quello di uscire dall'anonimato in cui erano state confinate, per poter giungere il proprio messaggio a più persone possibili. Motivo per cui la maggior parte di questi pseudonimi venivano riprodotti sui vagoni dei treni, cosicché viaggiassero a distanze lontane e attirassero l'attenzione del maggior numero di sguardi.<sup>37</sup>

In altre parole, s'instaurò una sorta di guerra tra il convenzionalismo della parola connessa alle forme linguistiche tradizionali, e l'antitradizionalismo di un nome che eliminasse i limiti espressivi e identitari poiché non riferito a un sé, ma a identità multiple che s'intrecciavano tra loro.

Da un punto di vista formale, nonostante tale fenomeno fosse iniziato senza una ricerca stilistica di base, la volontà di emergere rispetto agli altri spinse i giovani *writers* a un'evoluzione che cercasse la complessità nello stile di scrittura ma anche nelle dimensioni

---

<sup>33</sup> Per tali studi si vedano: J. Baudrillard, *Lo scambio simbolico e la morte*, cit., pp. 90-98; E. Ciotta, *Street Art. La rivoluzione nelle strade*, Bepress, Lecce, 2012, pp. 37-42; D. Dogheria, *Street Art. Storia e controscoria, tecniche e protagonisti*, cit., pp. 54-60; C. Serra, *Murales e graffiti. Il linguaggio del disagio e della diversità*, cit., pp. 43-52.

<sup>34</sup> Sigla, a volte seguita da una sequenza numerica, indicante uno pseudonimo identificativo dell'autore di un graffito (si veda C. Serra, *Murales e graffiti. Il linguaggio del disagio e della diversità*, cit., p. 39).

<sup>35</sup> Pennarelli indelebili inizialmente utilizzati dagli autori dei graffiti, poi sostituiti dalle bombolette spray.

<sup>36</sup> Cfr. J. Baudrillard, *Lo scambio simbolico e la morte*, cit., p. 97.

<sup>37</sup> Cfr. *ivi*, pp. 92-93; E. Ciotta, *Street Art. La rivoluzione nelle strade*, cit., pp. 40-22.



esagerate delle firme e nella pericolosità della superficie su cui erano realizzate. L'unico scopo era puntare all'affermazione attraverso la spettacolarità, per potersi distinguere dagli altri ma anche dai segni del dominio.<sup>38</sup>

Da una prospettiva filosofica, è interessante vedere come le *tag* siano la forma di graffiti più aggressiva nella sommosa urbana contro il segno. Infatti, Baudrillard riteneva che spesso ci si illudesse che la pubblicità vivificasse la città rendendola meno fredda, tuttavia essa lo faceva riproducendo una copia del calore e dell'animazione, restituendoci «un muro di segni funzionali fatti per essere decodificati».<sup>39</sup>

Queste firme non si limitano a un attacco fondato sullo stesso supporto e gli stessi principi dei mass media, anzi, puntavano all'allargamento della prospettiva in una complessità offensiva e liberatoria che miri ad un vuoto rafforzativo nella sconfitta del codice e della pubblicità stessa.

Le *tag* si differenziano dai murales e dalle scritte del Maggio '68 proprio perché in queste due situazioni si credeva che la rivolta dovesse avvenire attraverso la trasmissione di un messaggio chiaro ed esplicito. Nel primo caso, il muro veniva abbellito dagli enormi affreschi murali, nel secondo caso il supporto parietale era attaccato in quanto appartenente ad un'ufficialità governativa contro cui ci si ribellava, ma pur sempre per mezzo di una comunicazione diretta.<sup>40</sup>

I graffiti di New York, invece, potrebbero essere accostati al rituale primitivo dei tatuaggi per cui si crea sul corpo un insieme di simboli che, comunicando tra loro, lo rendano espressivo. Della stessa matrice significativa sono le *tag*, le quali fuoriescono dalla logica meramente istituzionale della città, per arrivare ad uno sconvolgimento urbano e sociale.

Baudrillard si esprime così a riguardo:

Il tatuaggio, che si fa in un corpo è, nelle società primitive, ciò che, assieme ad altri segni rituali, fa del corpo quello che è: un materiale di scambio simbolico – senza il tatuaggio, come senza le maschere, il corpo non sarebbe che quello che è: nudo e inespressivo. Tatuando i muri [...] li liberano dall'architettura, e li restituiscono alla materia viva, ancora sociale, al corpo che si muove della città, prima della marcatura funzionale ed istituzionale.<sup>41</sup>

---

<sup>38</sup> Cfr. D. Dogheria, *Street Art. Storia e contro storia, tecniche e protagonisti*, cit., pp. 60-67.

<sup>39</sup> J. Baudrillard, *Lo scambio simbolico e la morte*, cit., p. 93.

<sup>40</sup> Cfr. *ivi*, p. 94.

<sup>41</sup> *Ivi*, p. 96.

Quindi, in questo scenario di attacco sfuggente ma fortemente sovversivo, possiamo notare il paradosso per cui, per quanto le *tag* rappresentino dei nomi, sfuggano ad ogni tipo di riferimento. Il loro messaggio è nullo, ma è ciò che permette di dare vita a una selvaggia guerriglia urbana, in cui le firme ignorano qualsiasi limite architettonico e linguistico, per creare dei «megasegni invulnerabili dell'onnipotenza del sistema».<sup>42</sup>

## 2.2. L'evoluzione dalle tag ai simboli

Adesso il movimento è terminato, almeno in questa violenza straordinaria. Non poteva che essere effimero [...]. I graffiti si sono fatti più sapienti, con grafismi barocchi incredibili, con ramificazioni di stile e di scuola legate alle diverse bande che operavano.<sup>43</sup>

In ogni movimento artistico l'evoluzione è parte intrinseca delle opere e dei loro artefici. I graffiti sono esplosi nelle città grazie alle *tag*, ma a causa della loro ripetizioni ossessive si è sviluppata l'esigenza di andare oltre, sfidando i limiti tecnico-stilistici di quanto fatto fino a quel momento e cercando di trasmettere un messaggio sempre più complesso.

Dunque, a partire dagli anni Settanta, i *writers* iniziarono a creare i primi *masterpieces*,<sup>44</sup> ossia dei pezzi-capolavoro che, pur mantenendo la loro essenza, divennero più complessi per quanto riguarda la dimensione e lo stile.<sup>45</sup> Le firme fungevano pur sempre da base, ma le lettere iniziarono ad intrecciarsi e ad assumere nuove forme, tra cui una delle più celebri fu la *bubble letter*.<sup>46</sup>

Tuttavia, la necessità di esprimersi ben oltre un semplice pseudonimo, divenne sempre più forte, al punto che, dal 1974, cominciarono a comparire i primi lavori extra-alfabetici. Con essi si fece strada una nuova consapevolezza artistica ed una ricerca stilistica che aprì al graffitismo la possibilità di divenire una corrente artistica tout court, nonostante un progresso simile portasse con sé delle inevitabili contraddizioni.<sup>47</sup>

---

<sup>42</sup> *Ibidem*.

<sup>43</sup> *Ivi*, p. 90.

<sup>44</sup> Elaborazione delle *tag* in cui la struttura è più complessa rispetto alla precedente e i colori sono vari e scelti con maggior cura (si veda C. Serra, *Murales e graffiti. Il linguaggio del disagio e della diversità*, cit., p. 40).

<sup>45</sup> Cfr. D. Dogheria, *Street art. Storia e controscoria, tecniche e protagonisti*, cit., pp. 59-60.

<sup>46</sup> Stile di scrittura caratterizzato da lettere tondeggianti e tendenzialmente realizzato in breve tempo (si veda E. Ciotta, *Street art. La rivoluzione nelle strade*, cit., p. 126).

<sup>47</sup> Cfr. D. Dogheria, *Street Art. Storia e controscoria, tecniche e protagonisti*, cit., pp. 60-62.

In effetti, partendo dalla concezione filosofica di Baudrillard per cui i graffiti non sono altro che una «matricola simbolica priva di significato»<sup>48</sup> fortemente incentrata sulla forma, quando essa assume un certo tipo di contenuto, per quanto sia intrinsecamente rivoluzionario, risulta in ogni caso attaccabile dal sistema dei segni. Egli infatti osserva:

Ci sono anche affreschi murali dei ghetti, opere di gruppi etnici spontanei che decorano i propri muri. Socialmente e politicamente, l'impulso è lo stesso di quello dei graffiti. Sono dei muri dipinti selvaggi, non finanziati dall'amministrazione urbana. Sono per altro tutti centrati su dei temi politici, su un messaggio rivoluzionario [...]. In breve al contrario dei graffiti, hanno un senso, hanno un messaggio.<sup>49</sup>

Per Baudrillard la vera ribellione non si genera da un messaggio chiaro e diretto, in quanto il codice sa dominare gli impulsi contrari alla sua potenza. La rivolta tradizionale, composta da un'organizzazione politica, è effimera rispetto ad un «processo culturale selvaggio» che ha come punto di forza un'assenza di obiettivi e ideologie.<sup>50</sup> Dunque, la sostituzione delle firme con delle figure implica una problematicità riguardante la presenza di contenuto.

Con la diffusione dei simboli, gli *street artists* iniziarono ad agire attraverso semplici icone rappresentative imprimendole con degli *stencil* o affiggendole con stickers e poster.<sup>51</sup> Ma, al di là del metodo di diffusione, ciò che è cruciale è la loro conciliazione con la filosofia baudrillardiana.

Infatti, l'uso di un'immagine con riferimento imprescindibile al reale è difficilmente inseribile all'interno del quadro sovversivo dei graffiti, poiché rischia continuamente di sfociare in un'arte decorativa svuotata della sua potenza ribelle.<sup>52</sup>

Tuttavia, alcuni artisti potrebbero essere ritenuti parte integrante della ribellione poiché, pur operando attraverso un'immagine, ne fanno un utilizzo controverso e totalmente scardinante.

Uno tra questi è Banksy,<sup>53</sup> artista britannico di fama mondiale, emblema della street art contemporanea per le sue opere, ma soprattutto per il suo personaggio. Infatti, ciò che lo ha

---

<sup>48</sup> J. Baudrillard, *Lo scambio simbolico e la morte*, cit., p. 92.

<sup>49</sup> *Ivi*, p. 97.

<sup>50</sup> Cfr. *ivi*, p. 94.

<sup>51</sup> Cfr. D. Dogheria, *Street Art. Storia e controstoria, tecniche e protagonisti*, cit., pp. 99, 119 e 129.

<sup>52</sup> Cfr. *ivi*, p. 97.

<sup>53</sup> Banksy è in realtà uno pseudonimo poiché l'artista ha volutamente mantenuto segreta la sua biografia. È nato come *writer* nella sua città natale, ovvero Bristol, fino ad acquisire fama mondiale per i suoi *stencil* noti in tutto il mondo come portatori di messaggi di pace e giustizia (si veda *ivi*, pp. 99-100).

reso celebre è soprattutto la sua modalità di agire in anonimo. Egli iniziò i suoi interventi urbani a partire dagli anni Duemila e sin da quel momento non rivelò mai la sua identità.

Tale fattore è significativo nella valutazione delle sue opere che, sebbene esprimano delle ideologie ben chiare –tra cui messaggi politici, di pace e di giustizia– rappresentano una valida forza d’attacco contro il codice. In effetti, se nella realtà iperreale ogni spazio urbano è una dimensione creata sulla base di una definizione analitica di funzioni determinate dai segni,<sup>54</sup> la presenza di una figura non identificabile crea un disorientamento significativo.

Banksy rappresenta la «presenza di qualcosa che non c’è e l’assenza di qualcosa che dovrebbe esserci».<sup>55</sup> Seppure le sue opere tramandino un messaggio, esse rimandano necessariamente anche alla presenza dell’autore che però è vuota, tanto quanto le *tag* di New York.

Quindi, alla luce dell’importanza della forma rispetto al contenuto, nell’evoluzione dalle *tag* ai simboli, si può notare come tale artista in particolare abbia spostato la vera carica sovversiva dall’arte alla sua non-identità.

Inoltre, anche le sue modalità d’agire appaiono complesse, poiché egli esegue i propri lavori attraverso un metodo affine a quello pubblicitario, imponendo sui muri delle figure che obblighino il passante a notarle ma, se da un lato la pubblicità opera mediante dei segni persuasori, Banksy fa leva sull’inquietudine.

Infatti, il suo obiettivo principale è produrre delle immagini fortemente disturbanti, una tra queste è lo *stencil* del ratto, suo simbolo rappresentativo sin dagli inizi della sua carriera.<sup>56</sup> Attraverso la rappresentazione di tale animale, genera una sensazione perturbante nei confronti di un ente che è già noto, ma mai visto nel contesto in cui lo si osserva, ossia nella funzione pubblicitaria. Egli desacralizza completamente le figure simbolo della sicurezza urbana, ovvero le immagini pubblicitarie, sostituendole con l’icona del ratto, spesso associato all’idea di sporcizia e degradazione.<sup>57</sup>

---

<sup>54</sup> Cfr. *ivi*, p. 91.

<sup>55</sup> S. Antonelli, *La funzione Banksy*, in S. Antonelli e G. Marziani (a cura di), *Banksy, l’artista del presente*, Metamorfosi, Roma, 2022, p. 17.

<sup>56</sup> Si veda fig. 1.

<sup>57</sup> Cfr. F. Iannelli, *Banksy: un artista-filosofo*, in (a cura di) S. Antonelli e G. Marziani, *Banksy, l’artista del presente*, cit., p. 57.

Così facendo, compie una duplice operazione: da una parte l'individuo che osserva la sua opera la associa inevitabilmente al suo artefice, evocando una presenza priva d'identità; dall'altra, si pubblicizza attraverso il marketing ma imponendosi contro di esso, poiché i soggetti delle sue rappresentazioni sono volutamente contrari ad ogni contenuto pubblicitario, nonostante ne mantengano il meccanismo d'azione.<sup>58</sup>

Quindi, se per Baudrillard la rivoluzione poteva realizzarsi esclusivamente a partire da segni vuoti ed anti-discorsivi, Banksy predilige una ribellione su più fronti. Attraverso la sua immagine sfugge alla logica di associazione nome-identità, e mediante la sua arte, utilizza i ratti come simbolo della sua non-presenza con cui lanciare messaggi ideologici, dotati di contenuto, ma realizzati da un'artista che si sottrae a qualsiasi determinazione.

---

<sup>58</sup> Cfr. S. Antonelli, *Il secondo principio di Banksy*, in S. Antonelli e G. Marziani (a cura di), *Banksy, l'artista del presente*, cit., pp. 38-39.

## CAPITOLO II

### IL SITUAZIONISMO NELLE STRADE

#### 1. *Il post-graffitismo: la street art dei murales e il 'culture jamming'*

Con l'introduzione dei simboli, la street art entra in una nuova era, ovvero il post-graffitismo che, in quanto continuazione dei graffiti, ne mantiene il carattere abusivo ma abbandona la codificazione a favore di nuove modalità comunicative.<sup>1</sup>

Il bersaglio verso cui si scaglia è la pubblicità, manifestazione inconfutabile dell'industria culturale,<sup>2</sup> a cui oppone murales contemporanei dal forte messaggio critico.

In effetti, la società contemporanea si trova in uno stato di torpore mediale, per cui la coscienza critica del singolo individuo ha lasciato spazio al desiderio ossessivo della merce, idealizzata dai media e dalla pubblicità stessa. È dunque obiettivo dei post-graffiti rivitalizzare gli oggetti ridotti a prodotto e allo stesso tempo rivendicare la libertà d'espressione del singolo affinché non si adagi nel mondo idealizzato proposto dai mezzi di comunicazione.

Da un punto di vista pratico, gli artisti si servono della tecnica del *culture jamming*,<sup>3</sup> che consiste nel distorcere pubblicità note al consumatore, al fine di ridicolizzarne il contenuto e imporne uno nuovo. Attraverso il *subvertising*,<sup>4</sup> utilizzano immagini e loghi interiorizzati dal

---

<sup>1</sup> Cfr. Enrico Pitzianti, *Qual è il senso profondo dei post-graffiti?*, articolo pubblicato il 29 Settembre 2017 nel blog culturale «L'indiscreto», visitabile al seguente sito <https://www.indiscreto.org/quale-senso-profondo-dei-post-graffiti/>. Tale blog nasce come continuazione dell'omonima rivista della casa d'aste Pananti, nata nel 1969 a cura di Silvio Loffredo e Piero Pananti.

<sup>2</sup> Termine utilizzato da T. W. Adorno e M. Horkheimer per indicare il processo attraverso cui la cultura viene inglobata dalla logica di produzione e dalle leggi del mercato nella società di massa (si veda T. W. Adorno e M. Horkheimer, *Dialettica dell'Illuminismo*, trad.it. R. Solmi, Einaudi, Torino, 1947, pp. 126-181).

<sup>3</sup> Cfr. Nicki Lisa Cole, *Understanding culture jamming and how it can create social change*, articolo pubblicato il 16 Ottobre 2021 nella rivista online «ThoughtCo», visitabile al seguente sito <https://www.thoughtco.com/culture-jamming-3026194>.

<sup>4</sup> «Il Culture Jamming è la risposta al marketing e al dominio del logo. Una pratica di questo movimento è il subvertising (composto da *to advertise*, pubblicizzare, e da *to subvert*, sovvertire), ossia la produzione e la diffusione di parodie pubblicitarie, volte a ridicolizzare il prodotto pubblicizzato e l'immagine dell'azienda che lo produce» (Nicki Lisa Cole, *Understanding culture jamming and how it can create social change*, cit.).

pubblico – un esempio è Banksy che si serve del simbolo di McDonald's<sup>5</sup> per poi rielaborarli in uno scenario differente, creando una nuova esperienza nello spettatore.

Effettivamente, la società attuale è ormai massificata al punto che, come descrivono Adorno ed Horkheimer nella *Dialettica dell'illuminismo*, è composta da un insieme di individui manipolati dalla distorsione di qualsiasi informazione in maniera funzionale agli interessi del sistema di mercato. In questo scenario, il singolo risulta paralizzato di fronte ad un insieme di stimoli persuasivi, dalla radio, ai media, fino alla pubblicità, i quali eliminano ogni tipo di soggettività, creando un insieme di consumatori mossi dal medesimo impulso d'acquisto.<sup>6</sup>

È in tale contesto che la forza creativa dell'arte di strada s'innesta come un nuovo attivismo spinto da un progetto comune: se il *writing* consisteva nell'affermazione dell'appartenenza ad un gruppo, creando quindi delle frammentazioni; il post-graffitismo mette in luce le diversità dei propri membri ma mantenendo un'unione finalizzata alla stimolazione di un'apertura culturale e mentale che favorisca il libero circolo di idee, a discapito dell'unico modello proposto dalla logica di mercato.

Tuttavia, affinché il post-graffito sia realmente efficace, è necessario lo sviluppo di tecniche artistiche che sfuggano alla mercificazione dei murales stessi, poiché il rischio che finiscano per esprimersi con lo stesso linguaggio dell'industria culturale è sempre presente. Infatti, è ormai frequente ritrovare fotografie di opere di strada sugli schermi della televisione o nei social media ma nonostante ciò, i post-graffiti non vengono fagocitati dal sistema.<sup>7</sup>

La causa principale della loro resistenza è data dall'uso di tecniche la cui riduzione a immagine risulta insufficiente alla comprensione. In effetti, a partire dalla fine degli anni Novanta gli street artists iniziarono a specializzarsi in modalità artistiche sempre più complesse, con il principale scopo di veicolare messaggi più articolati e socialmente schierati a favore di un mondo dominato dalla pace, dall'assenza di guerre e libero, a tratti utopico.<sup>8</sup>

Uno tra i metodi di esecuzione più interessanti è quello dei fotograffiti, di cui JR,<sup>9</sup> artista di strada di origine francese, è il pioniere. Esso consiste nel dilatare fotografie da lui eseguite fino

---

<sup>5</sup> Si veda fig. 2.

<sup>6</sup> Cfr. T. W. Adorno e M. Horkheimer, *Dialettica dell'Illuminismo*, cit., pp. 126-181.

<sup>7</sup> Cfr. Enrico Pitzianti, *Qual è il senso profondo dei post-graffiti?*, cit.

<sup>8</sup> Cfr. D. Dogheria, *Street Art. Storia e controstoria, tecniche e protagonisti*, cit., p. 81.

<sup>9</sup> Per informazioni biografiche si veda il sito ufficiale dell'artista: <https://www.jr-art.net/about>.

a ricoprire facciate di interi palazzi, per poi completarle con dettagli eseguiti con colore a spray.<sup>10</sup>

Attraverso i fotograffiti JR integra nelle sue opere un mezzo usato dall'industria culturale per persuaderci – ovvero la fotografia – ma se ne serve per pubblicizzare temi sociali.

Un esempio, è il progetto *Face 2 Face*,<sup>11</sup> in cui l'artista si reca in Israele e in Palestina per decorare illegalmente i muri delle due località accostando ritratti – eseguiti con la tecnica sopra descritta – di persone provenienti da entrambi gli Stati, al fine di evidenziare la possibilità di convivenza pacifica fra le due comunità.

In questo caso, l'opera ridotta a fotografia apparirebbe come copia di una copia della realtà, poiché rappresenterebbe un semplice lavoro fotografico raffigurante due individui qualunque su un muro qualunque. Dunque, malgrado il tentativo dell'industria culturale di tradurre nel proprio linguaggio strumentale qualsiasi forma d'arte, questo metodo permette di preservare l'autenticità dell'opera che, se ridotta a fotografia sarebbe un'immagine priva di significato, poiché quest'ultimo è direttamente collegato al contesto geografico in cui il lavoro è stato eseguito. Così facendo, JR fa sì che le immagini della propria opera annullino qualsiasi interesse da parte del consumatore, il quale vedrebbe solo una rappresentazione secondaria priva di appeal, resistendo così al sistema della cultura di massa.

In altri casi, gli artisti hanno prediletto un utilizzo attivo dell'architettura, giocando con elementi strutturali dei muri su cui scelgono di operare, tra cui finestre, porte, camini, per far sì che l'opera, se racchiusa in uno schermo, non possa mai esaurirsi in esso, poiché la visualizzazione diretta del rapporto tra elementi architettonici e disegno risulta cruciale nell'interiorizzazione del valore dell'opera stessa.<sup>12</sup>

Infine, altri street artists, tra cui Invader,<sup>13</sup> hanno preferito il ritorno a tecniche classiche come il mosaico, di cui però hanno fatto un uso strategico. In effetti, questo artista si serve di piccole tessere per comporre dei mosaici negli angoli più nascosti delle città, ricreando *SpaceInvaders*,<sup>14</sup> il soggetto di un noto videogame. In questo modo sfida il passante che,

---

<sup>10</sup> Cfr. *Ivi*, p. 142.

<sup>11</sup> Cfr. <https://www.jr-art.net/projects/israel-palestine> (si veda fig. 3).

<sup>12</sup> Cfr. D. Dogheria, *Street Art. Storia e controscoria, tecniche e protagonisti*, cit., pp. 81-82.

<sup>13</sup> Pseudonimo di Franck Slama, è uno street artist di origine francese noto per il progetto *SpaceInvaders*. (Si veda il sito ufficiale dell'artista: <https://www.space-invaders.com/home/>).

<sup>14</sup> Videogioco nato alla fine degli anni Settanta a tema invasione aliena (si veda fig. 4).



ritrovandosi in diverse aree geografiche, è sempre minacciato da una possibile presenza di tali figure.<sup>15</sup>

A livello concettuale tale metodo risulta decisivo perché, malgrado l'impulso di fotografare i mosaici quando li si ritrova in città, risulteranno anonimi, in quanto privi di un significato se prelevati dal loro ambiente spaziale e dal loro progetto complessivo. È comprensibile quindi che un lavoro di *SpaceInvaders* ridotto a foto, metta solamente in luce l'inconsistenza della riproduzione mediatica, la quale si limita a catturare il solo aspetto estetico dell'arte, privato della concettualità.

## 2. *L'Internazionale Situazionista e la società dello spettacolo*

Nella società attualmente dominante, che produce in maniera massiccia degli squallidi pseudo-giochi di non partecipazione, una vera e propria attività artistica è classificata necessariamente come criminalità. È semiclandestina. Si presenta come fatto scandaloso. Cos'è, in effetti, la situazione? È la realizzazione di un gioco superiore, con più esattezza, è la provocazione a quel gioco che è la presenza umana. I giocatori rivoluzionari di tutti i paesi possono unirsi nell'I.S. per cominciare ad uscire dalla preistoria della vita quotidiana.<sup>16</sup>

Nel 1957 nasce l'avanguardia storica dell'Internazionale Situazionista, in cui confluiscono diversi intellettuali e artisti dell'epoca. Questi ultimi facevano parte di gruppi culturali precedentemente creati, di cui CoBrA e Lettrismo sono maggiormente di rilievo, che una volta sciolti, permisero ad alcuni dei loro membri di entrare nel movimento situazionista.<sup>17</sup>

Il primo gruppo, ossia CoBrA, viene fondato nel 1948 attraverso la fusione di differenti correnti artistiche nord-europee provenienti da Copenaghen, Bruxelles e Amsterdam. Il loro principale obiettivo era quello di essere dei rivoluzionari impegnati per il cambiamento sociale attraverso una libera sperimentazione dell'arte, ovvero un'arte che esprimesse le sollecitazioni dell'inconscio e annullasse le rigide regole di razionalità. Asger Jorn ne fece parte in quanto sostenitore di una creatività sperimentale che favorisse il ritorno ad un tocco infantile e

---

<sup>15</sup> Cfr. D. Dogheria, *Street Art. Storia e contro storia, tecniche e protagonisti*, cit., p. 217.

<sup>16</sup> G. Debord, *Manifesto* in «Internazionale situazionista», 4, 1960, p. 36.

<sup>17</sup> Cfr. M. Perniola, *I situazionisti. Il movimento che ha profetizzato la «società dello spettacolo»*, Castelvechi, Roma, 1998, p. 7.

primitivo. Egli fu un personaggio di spicco anche dell'ala artistica nell'Internazionale Situazionista.<sup>18</sup>

Il secondo movimento, ovvero il Lettrismo,<sup>19</sup> si genera nel 1945 con lo scopo di andare oltre il lato figurativo dell'arte, a favore delle lettere come segni primari ottenuti dalla scomposizione della parola. I suoi membri promuovevano un'arte a partire dalla lettera e dal segno in quanto punti di convergenza tra pittura, musica e poesia.<sup>20</sup>

Di rilevante importanza all'interno della scena lettrista è Guy Debord, personaggio principale della successiva corrente situazionista. Egli proponeva un'idea di sovvertimento fondata non tanto sull'azione estetico-artistica, quanto più sul modo di vivere, costruendo delle situazioni.<sup>21</sup>

Infatti, nel 1957, con la fondazione dell'Internazionale Situazionista, verranno proposti tra i principi cardine alcune idee della filosofia debordiana per una critica radicale ed eversiva della società capitalistica, definita come società dello spettacolo.

Tra i concetti fondamentali teorizzati dal pensatore francese, e poi riportati nella sua opera principale – *La società dello spettacolo*, pubblicata nel 1967 – emerge il pensiero secondo cui il sistema capitalistico ha raggiunto un livello tale da essere ovunque, anche nel tempo libero dell'individuo, ormai alienato nello spettacolo.<sup>22</sup>

Per spettacolo Debord non intende semplicemente una forma di intrattenimento fine a sé stessa, bensì la condizione dell'uomo contemporaneo privato della propria quotidianità, isolato

---

<sup>18</sup> Cfr. M. Vanni, *Gruppo Cobra. Creatività e provocazione*, MOdenArte, Modena, 2006, pp. 12-14.

<sup>19</sup> Gruppo d'avanguardia nato in Francia dal suo fondatore, Isidore Isou. Egli definiva il Lettrismo come un'avanguardia nell'avanguardia, «una teoria in perpetuo divenire, un sistema coerente, simmetrico e totalizzante». L'essenza del pensiero lettrista è infatti il primo testo di Isou: *Introduction à une nouvelle poésie et à une nouvelle musique*, insieme a *L'Agrégation d'un Nom et d'un Messie*. In quest'ultimo, Isou si definisce il fautore di una nuova epoca che stravolgerà la società, annunciando la giudaizzazione del mondo di cui egli sarà il Messia (cfr. M. Bandini, *Per una storia del Lettrismo*, TracceEdizioni, Gavorrano, 2005, pp. 9 e 18).

<sup>20</sup> Cfr. M. Bandini, *Per una storia del Lettrismo*, cit., pp. 13-14.

<sup>21</sup> «Momento della vita, concretamente e deliberatamente costruito mediante l'organizzazione collettiva di un ambiente unitario e di un gioco di avvenimenti» (G. Debord, *Définitions* in «Internationale Situationniste», 1, 1958, p. 13).

<sup>22</sup> Cfr. M. Perniola, *I situazionisti*, cit., pp. 44-47.

ed incapace di comprendere i suoi reali bisogni a causa del feticismo della merce e in virtù di un'esistenza fondata sull'apparire delle immagini più che sull'essere del singolo.<sup>23</sup>

Secondo il filosofo situazionista, per poter scardinare l'alienazione esistenziale che opprime l'individuo, è necessaria l'azione pratica unita ad una teoria che muova una critica alla società con cui si confronta, per far sì che non venga anch'essa inglobata dal potere dominante. In effetti egli ritiene che «non esiste sovversione e cambiamento se si prescinde da una conoscenza critica dei suoi meccanismi».<sup>24</sup>

A sostegno di ciò, Debord arriva a delineare tre metodi per la liberazione dell'individuo attraverso un uso situazionista dell'arte e della vita – ovvero la *teoria della deriva*, la *psicogeografia* e il *détournement* –<sup>25</sup> su cui la *street art* fonda la propria essenza a partire dagli anni Novanta.

### 2.1. Il 'détournement'

Si impiega per abbreviazione della formula: *détournement* di elementi estetici precostituiti. Integrazione di produzioni attuali o passate delle arti in una costruzione superiore dell'ambiente. In questo senso, non può esserci pittura o musica situazionista, ma un uso situazionista di questi mezzi. In un senso più primitivo, il *détournement* all'interno delle antiche sfere culturali è un metodo di propaganda, che testimonia l'usura e la perdita d'importanza di tali sfere.<sup>26</sup>

Si è già visto come Debord ponga un forte accento sulla società dello spettacolo quale condizione di alienazione degli individui di fronte ai messaggi pubblicitari esposti dai mezzi di comunicazione di massa. Quindi, in virtù della sua idea di azione pratica verso il cambiamento, propone questa prima tecnica come metodo sovversivo nei confronti delle immagini.

---

<sup>23</sup> Cfr. A. Jappe, *Guy Debord. Un complotto permanente contro il mondo intero*, Mimesis, Milano, 2023, pp. 12-15.

<sup>24</sup> M. Perniola, *I situazionisti*, cit., p. 5.

<sup>25</sup> Cfr. A. Jappe, *Guy Debord*, cit., p. 129.

<sup>26</sup> G. Debord, *Définitions*, cit., p. 13.

Il *détournement* si pone come obiettivo l'annullamento del significato originario di un dato elemento, per ricontestualizzarlo all'interno di uno scenario completamente diverso che sfoci nella sua risignificazione.<sup>27</sup> È «l'attribuzione di un nuovo valore ad elementi preesistenti».<sup>28</sup>

Tuttavia, se da un lato il *détournement* artistico culmina in un'opera ancora legata al valore strettamente estetico, il *détournement* situazionista va oltre: si serve di mezzi artistici e di opere d'arte per impedire la forza persuasiva degli slogan pubblicitari, sradicandoli dal loro contesto originario per inserirli in una situazione differente, fuori dal proprio ambiente naturale.<sup>29</sup>

Il messaggio alla base di tale modalità d'azione sta nel fatto che qualsiasi oggetto e qualsiasi immagine, dalla più profonda alla più banale, possono assumere un carattere differente dalla mera fruizione passiva e dal possesso a cui ci induce il sistema della merce.<sup>30</sup>

Un esempio significativo di tale tecnica è osservabile nella collaborazione tra Asger Jorn e Guy Debord nata nel 1954 a seguito del loro incontro avvenuto a Parigi.

I due realizzarono nel 1957 l'opera *Fin de Copenhague*,<sup>31</sup> un esperimento artistico che diede vita ad un libro composto da 32 collage ricavati da frammenti di riviste e giornali, rubati da un'edicola di Copenaghen, e poi uniti a macchie di inchiostro casuali.<sup>32</sup>

La creazione di quest'opera portò Jorn a versare tazze di china sopra pagine contenenti frasi decontestualizzate, ottenendo un testo privo di connessione, con lo scopo di *détournare* la struttura tradizionale del libro stesso. Infatti, il testo poteva essere letto senza un verso preciso e le macchie di colore, spesso sovrapposte alle parole, conducevano il lettore all'uscita dalla logica tradizionale di lettura, affinché si risvegliasse dalla passività in cui si trovava immerso.<sup>33</sup>

---

<sup>27</sup> Cfr. M. Perniola, *I situazionisti*, cit., pp. 21-22.

<sup>28</sup> *Ivi*, p. 22.

<sup>29</sup> Cfr. *ibidem*.

<sup>30</sup> Cfr. *ibidem*.

<sup>31</sup> Si veda fig. 5.

<sup>32</sup> Cfr. Rick Poyner, *On my shelf: 'Fin de Copenhague'*, articolo pubblicato il 3 Maggio 2013 nella rivista online «Design Observer», visitabile al seguente sito <https://designobserver.com/feature/on-my-shelf-fin-de-copenhague/37720>. R. Poyner è uno scrittore, critico letterario e curatore nell'ambito del design, della fotografia e della cultura visuale. È uno dei co-fondatori della rivista «Design Observer».

<sup>33</sup> Cfr. Christian Nolle, *Books of Warfare: The Collaboration between Guy Debord & Asger Jorn from 1957-1959*, articolo pubblicato il 13 Aprile 2005 nella rivista online «Vector», visitabile al sito [http://www.virose.pt/vector/b\\_13/nolle.html#Anchor-nolle](http://www.virose.pt/vector/b_13/nolle.html#Anchor-nolle). C. Nolle è un designer, editore e fotografo di origine danese.

Infine anche l'esecuzione effettiva dell'opera cela al suo interno un *détournement*, poiché i due intellettuali la realizzarono nell'arco di 24 ore, a discapito del lungo processo abituale di assemblaggio e pubblicazione di un normale testo.<sup>34</sup>

## 2.2. *La deriva psicogeografica*

Debord inoltre teorizza due pratiche strettamente legate fra loro in quanto l'una è la messa in pratica dell'altra.

Per quanto riguarda l'azione della deriva, il filosofo francese la definisce nel seguente modo:

Modo di comportamento sperimentale legato alle condizioni della società urbana: tecnica di passaggio frettoloso attraverso vari ambienti. Si dice anche, più particolarmente, per designare la durata di un esercizio continuo di questa esperienza.<sup>35</sup>

Il principale scopo di questo tipo di comportamento risiede nell'esigenza di uscire dalla routine dell'individuo ormai ridotta a casa-lavoro-svago, creando nuove situazioni partendo prima da piccoli gruppi, per poi arrivare alla società intera.<sup>36</sup>

Debord si propone di evidenziare il valore dei percorsi urbani spontanei, suggerendo delle esplorazioni svincolate da una meta precisa, a favore di un'erranza rapida e senza tappe prestabilite, che giunga alla riscoperta dei dettagli non colti nella vita frenetica del quotidiano.<sup>37</sup>

Egli ritiene che tale pratica non sia una semplice passeggiata associata al concetto tradizionale di viaggio, bensì un atteggiamento *ludico-costruttivo* che non si limiti alla mera osservazione dell'esistente, ma si spinga alla pianificazione di una possibile trasformazione dell'esistente. Inoltre, afferma che durante la deriva si può essere mossi da due atteggiamenti, spesso intrecciati tra loro: da una parte il desiderio di conoscenza di un determinato campo spaziale ancora ignoto, dall'altra lo studio delle variazioni psicologiche scaturite dai luoghi con cui si entra a contatto.<sup>38</sup>

Tuttavia, in entrambi i casi è necessario che il soggetto si rechi da solo in un punto preciso e a un orario definito e – nonostante non debba rispettare gli obblighi di un appuntamento normale

---

<sup>34</sup> Cfr. *ibidem*.

<sup>35</sup> G. Debord, *Définitions*, cit., p. 13.

<sup>36</sup> Cfr. M. Perniola, *I situazionisti*, cit., pp. 16-17.

<sup>37</sup> Cfr. *ibidem*.

<sup>38</sup> Cfr. A. Jappe, *Guy Debord*, cit., p. 133.

– potrebbe imbattersi in un altro individuo a cui è stato dato un appuntamento possibile nello stesso luogo.

A prescindere da ciò, la persona è stimolata a guardarsi attorno e riscoprire i dettagli del luogo in cui si trova, scegliendo i percorsi che la attraggono di più, a discapito di quelli già noti, fino alla scoperta delle vie d'entrata e d'uscita dallo spazio e alla presa di coscienza dei confini urbani che la circondano.<sup>39</sup> Attraverso la deriva come stile di vita, si possono notare delle connessioni psicogeografiche nel territorio.<sup>40</sup>

La psicogeografia viene definita dal pensatore francese come uno «studio degli effetti precisi dell'ambiente geografico, disposto coscientemente o meno, che agisce direttamente sul comportamento affettivo degli individui».<sup>41</sup>

Questa teoria risulta cruciale per il progetto di rinnovamento degli spazi urbani auspicato dall'Internazionale Situazionista, i cui componenti ritenevano che fosse necessaria la creazione di un'urbanistica unitaria per un'organizzazione dello spazio cittadino connesso alle esperienze psicologiche degli individui. Tale discorso si pone in forte antitesi nei confronti del funzionalismo contemporaneo per cui gli edifici all'interno dello spazio urbano vengono disposti e costruiti in base a confini stabiliti e a usi specifici, senza tener conto dell'influenza che il contesto spaziale ha sugli uomini.<sup>42</sup>

Dunque l'urbanistica unitaria di matrice psicogeografica vuole essere «una creazione globale dell'esistenza»<sup>43</sup> che non si limiti a creare edifici, ma realizzi veri e propri ambienti e modi di vivere, connettendo il rinnovamento urbano alla rivoluzione comportamentale dell'uomo contemporaneo.<sup>44</sup>

Un modello di questa teoria si può ritrovare in forma figurata in *Fin de Copenhague*.<sup>45</sup> Infatti, nata come addio a Copenaghen da parte di Jorn, tale creazione culmina in una mappa

---

<sup>39</sup> Cfr. Guy Debord, *Théorie de la dérive*, in «Les Lèvres nues», 9, 1956, pp. 6-13.

<sup>40</sup> Cfr. M. Perniola, *I situazionisti*, cit., pp. 16-17.

<sup>41</sup> G. Debord, *Définitions*, cit., p. 13.

<sup>42</sup> Cfr. M. Perniola, *I situazionisti*, cit., p. 17; A. Jappe, *Guy Debord*, cit., p. 134.

<sup>43</sup> M. Perniola, *I situazionisti*, cit., p. 17.

<sup>44</sup> Cfr. *ibidem*; A. Jappe, *Guy Debord*, cit., p. 134.

<sup>45</sup> Si veda fig. 6.

composta dai luoghi più significativi della vita dell'artista, cosicché la città venisse mostrata a prescindere dai confini stabiliti dallo spettacolo, e se ne ritrovasse il suo valore perduto.<sup>46</sup>

### 2.3. Esempi di 'détournement' nel post-graffitismo

Per poter comprendere a pieno l'utilizzo delle tecniche situazioniste nel contesto artistico dei post-graffiti, è necessario analizzare alcune opere di uno degli artisti meglio noti della scena contemporanea, ovvero Banksy, ponendo l'accento sul suo utilizzo del *détournement*.

Innanzitutto, Banksy è solito utilizzare immagini di personaggi pubblici, alterandole. A tal proposito, si può notare una similarità con Andy Warhol che, per quanto operasse mediante la clonazione in maniera più aderente al reale, dimostrava la stessa attenzione per le figure iconiche.<sup>47</sup>

Tuttavia Banksy fa un passo in più, ovvero il *détournement*. Infatti lo street artist condivide con Warhol l'interesse per i comportamenti ossessivi del pubblico verso le celebrità,<sup>48</sup> ma non si limita ad analizzare tale fenomeno, bensì smuove l'anima alienata degli individui, distorcendo la sacralità dei loro idoli.

È il caso di *Monkey Queen*,<sup>49</sup> opera realizzata nel 2003 sul finestrone di un locale di Londra. Tale *stencil* raffigura la regina Elisabetta II i cui connotati sono stati modificati, attribuendole le sembianze di una scimmia. Inoltre, sullo sfondo appaiono i colori della bandiera del Regno Unito ma utilizzati per creare un bersaglio per il tiro.<sup>50</sup>

Come i ratti, anche le scimmie sono animali di cui Banksy si serve spesso, soprattutto per i *détournement* a sfondo politico. Non a caso, in quest'opera in particolare, il suo scopo era mettere in discussione la famiglia reale, la quale detiene il potere per nascita e non per merito.<sup>51</sup>

---

<sup>46</sup> Cfr. Christian Nolle, *Books of Warfare: The Collaboration between Guy Debord & Asger Jorn from 1957-1959*, cit.

<sup>47</sup> Cfr. G. Marziani, *Superare l'opera attraverso l'arte, superare l'arte attraverso l'opera*, in S. Antonelli e G. Marziani (a cura di), *Banksy, l'artista del presente*, cit., p. 55.

<sup>48</sup> Andy Warhol era interessato a riprodurre le prime pagine di giornali di gossip, o di cronaca, in maniera tale da aprire uno squarcio riflessivo nell'osservatore che, guardando alla copia compiuta da Warhol con sguardo contemplativo – atteggiamento riservato alle opere d'arte – si soffermava su di essa senza fruirne passivamente.

<sup>49</sup> Si veda fig. 7.

<sup>50</sup> Si veda S. Antonelli e G. Marziani (a cura di), *Banksy, l'artista del presente*, cit., p. 150.

<sup>51</sup> Cfr. *ibidem*.

L'utilizzo della scimmia, di cui si serve per ridicolizzare l'essere umano e la sua arroganza, è un chiaro modo per attirare l'attenzione del pubblico che, pur ritrovando dei tratti di somiglianza con la celebre figura della regina, non ne riconosce a pieno il volto. Così facendo, crea un risveglio riflessivo nell'osservatore che, alla ricerca di un senso dell'immagine, si distacca dall'ipnosi quotidiana a cui è sottoposto.<sup>52</sup>

Ad ogni modo, l'artista non circoscrive i suoi *détournement* alla mera sfera politica, ma compie un attacco su tutti i fronti, scuotendo le coscienze dal dominio delle ideologie, siano esse politiche, religiose o sociali.

Nell'opera *Virgin Mary (Toxic Mary)*,<sup>53</sup> l'artista britannico distorce una figura sacra della cristianità, ovvero Maria.

In tale *stencil* il *détournement* è duplice: da un lato risiede nell'icona religiosa in sé, dall'altro nell'alterazione di un tipico soggetto artistico di matrice rinascimentale.

Questo lavoro appare per la prima volta nel 2003 e raffigura la Madonna che nutre un neonato con un biberon su cui appare il simbolo del veleno, generando una dura critica al sistema della Chiesa.<sup>54</sup>

Tuttavia negli anni successivi l'elaborazione di altre ipotesi ha portato a pensare che possa essere un rimprovero nei confronti dell'educazione impartita ai figli, spesso fondata su imposizioni ideologiche, in questo caso di matrice religiosa.<sup>55</sup>

Ma, a prescindere dal vero messaggio che l'artista vuole mandarci, ciò che è degno di nota è la distorsione di un'icona sacra, quasi intoccabile, che Banksy plagia per far trasparire quella che lui ritiene essere una verità. Egli non si cura del possibile valore di ciò che altera, piuttosto si concentra sul tentativo di sollecitare la coscienza critica degli individui.

Infine, Banksy opera un profondo attacco alla società capitalista, con particolare attenzione per la pubblicità ed i suoi meccanismi. A tal proposito, lo street artist è solito creare delle opere che, ridicolizzando le icone del mercato contemporaneo, provocano un senso di inquietudine

---

<sup>52</sup> Cfr. *ibidem*.

<sup>53</sup> Si veda fig. 8.

<sup>54</sup> Si veda S. Antonelli e G. Marziani (a cura di), *Banksy, l'artista del presente*, cit., p. 142.

<sup>55</sup> Cfr. *ibidem*.



nello spettatore, con la speranza che così possa uscire dalla passività a cui è ridotto nella logica mediatica.<sup>56</sup>

È il caso di *Napalm*,<sup>57</sup> lavoro fortemente contestatore nei confronti della superficialità del mondo contemporaneo.

Nello *stencil* sono raffigurati tre personaggi: Mickey Mouse, Ronald McDonald e una bambina che piange. Sin dal primo momento, si crea nell'osservatore un disagio nei confronti dell'accostamento stridente di due icone del capitalismo ed il pianto di una fanciulla indifesa e sofferente.

Ma il significato va ben oltre, infatti anche qui il *détournement* è duplice: da una parte appaiono due figure emblema dell'industria culturale, ma accostate ad un'immagine straziante, visibilmente in contrasto con la superficialità della logica del mercato.

Dall'altra utilizza uno *stencil* prelevato dalla foto *The terror of War*,<sup>58</sup> scattata da Nick Ut nel 1972, raffigurante un gruppo di bambini ustionati dal napalm durante la guerra in Vietnam, togliendolo dal contesto drammatico originario ed affiancandolo alla frivolezza della propaganda della merce. In questo modo, cancella la distinzione tra reale ed immaginario, fino a creare una rappresentazione della realtà priva di profondità.<sup>59</sup>

Il *détournement* in questa situazione è disturbante, ma fondamentale nell'elaborare un messaggio incisivo, il cui obiettivo è creare una pubblicità a favore della verità.<sup>60</sup> Nel vedere Phan Thi Kim Phuc, la bambina che piange, la disillusione appare di fronte al pubblico che riflette sull'esagerata idealizzazione mediatica del reale.

#### 2.4. Esempi di psicogeografia nel post-graffitismo

Come già specificato precedentemente, Invader è uno street artist di origine francese che, a partire dalla prima metà degli anni Duemila fonda il progetto *SpaceInvaders*, consistente nella

---

<sup>56</sup> Cfr. S. Antonelli, *Il secondo principio di Banksy*, cit., pp. 32-34; C. Canali, *Banksy e l'emancipazione dello spettatore*, in S. Antonelli e G. Marziani (a cura di), *Banksy, l'artista del presente*, cit., p. 62.

<sup>57</sup> Si veda fig. 9.

<sup>58</sup> Si veda fig. 10.

<sup>59</sup> Cfr. S. Antonelli, *Il secondo principio di Banksy*, cit., pp. 32-33; <https://banksyexplained.com/napalm-2004/>.

<sup>60</sup> Cfr. C. Canali, *Banksy e l'emancipazione dello spettatore*, cit., p. 62.

creazione di piccoli mosaici raffiguranti il protagonista dell'omonimo videogioco, da posizionare nei punti nevralgici dei centri urbani.

L'utilità di questo progetto, secondo quanto dichiarato dall'artista stesso, sta nel liberare l'arte dai musei e, allo stesso tempo, nel portare le icone virtuali nel mondo fisico. A tal proposito, Invader dichiara di aver scelto *SpaceInvaders* come figura cardine della sua iniziativa, in quanto emblema dell'epoca tecnologica fondata sulla riproduzione continua e la mediatizzazione del reale.<sup>61</sup>

Ma ciò che è degno di nota, è la modalità attraverso cui porta avanti la sua azione. Difatti, l'artista francese esegue un'operazione simile a quanto fatto da Jorn nell'opera *Fin de Copenhague*: se da una parte Jorn organizzava la mappa di Copenaghen sulla base delle sue esperienze di vita, dall'altra Invader crea una cartina virtuale<sup>62</sup> il cui percorso è tracciato dai luoghi dove egli ha eseguito uno dei suoi mosaici.

Di conseguenza, non solo sfida il passante alla ricerca delle sue icone, ma esegue anche una vera e propria operazione psicogeografica; irrompe nella monotonia del paesaggio pubblicitario metropolitano attraverso i suoi lavori, così da permettere una connessione tra territorio e reazione psicologica dell'osservatore.<sup>63</sup>

In un certo senso Invader stimola l'atteggiamento di deriva con cui si può riscoprire lo spazio urbano: se l'individuo non conosce il progetto, si imbatte nei suoi mosaici solo se presta reale attenzioni al luogo dove si trova, così facendo, non ricade nei percorsi obbligati imposti dal sistema dominante, e si fa trasportare alla ricerca di ulteriori incontri piacevoli nella città.

Se invece il soggetto è consapevole della mappa virtuale dell'artista, è stimolato alla scoperta di *SpaceInvaders* nei territori dove sa della sua presenza, prestando quindi attenzione ad ogni angolo della città nel tentativo di scovare i mosaici, e fuoriuscendo dalla passività dei passaggi prestabiliti per lo spazio urbano, a cui la routine quotidiana lo sottopone.

Dunque, per quanto inconsapevolmente situazionista possa essere la strategia di Invader, appare sicuramente efficace nell'incentivare un atteggiamento ludico-costruttivo con cui riscoprire l'urbano, risvegliando nel soggetto uno scopo diverso dalle attività quotidiane, per potersi connettere con gli ambienti delle città.

---

<sup>61</sup> Cfr. <https://www.space-invaders.com/about/>

<sup>62</sup> Per la mappa aggiornata si veda: <https://www.space-invaders.com/world/>

<sup>63</sup> Cfr. C. Canali, *Banksy e l'emancipazione dello spettatore*, cit., p. 62.

CAPITOLO III  
DALLA SOVVERSIONE ALL'ADESIONE:  
LE INCOERENZE NELLA STREET ART

1. *Il rapporto tra street art e istituzioni*

Se fino a questo punto lo studio dei graffiti e dei post-graffiti riguardava gli aspetti tecnico-formali e la loro concettualità, ora si procede ad analizzarne il rapporto con le istituzioni al fine di decretare se il carattere sovversivo sia rimasto tale, o se abbia ceduto al dominio del codice.

Nella società capitalistica l'immagine sorregge tutto a discapito della realtà, ma se da un lato Debord riteneva che ci potesse essere un corpo sociale in grado di scardinare tale sistema, ovvero la classe operaia,<sup>1</sup> Baudrillard invece era consapevole che la ribellione non sorgesse da una soggettività forte, ma da correnti eversive che emergevano sporadicamente, tra cui i graffiti.<sup>2</sup>

Questi ultimi si identificano come una modalità di rivoluzione, ma per quanto veicolino un messaggio in netta opposizione ad ogni forza mediatica, vengono parzialmente inglobati dai mass media e dal potere dominante.

In effetti è Baudrillard stesso a darci un esempio di come ci sia dell'arte sui muri che mantiene un carattere ribelle, e quindi abusivo, in opposizione ad un'arte manipolata a favore del sistema. Riguardo a ciò, parla del progetto *City Walls*:

L'iniziativa di questi muri dipinti viene dal vertice, è un'impresa di innovazione e di animazione urbana realizzata con sovvenzioni municipali. La City Walls Incorporated è un'organizzazione fondata nel 1960 «per promuovere il programma e gli aspetti tecnici dei muri dipinti». Budget coperto dal Dipartimento degli affari culturali della città di New York [...]. La sua ideologia artistica: «L'alleanza naturale fra gli edifici e la pittura monumentale». Suo scopo: «Fare dono dell'arte al popolo di New York».<sup>3</sup>

Tale iniziativa per il filosofo francese non contiene nessun aspetto sovversivo poiché si inserisce all'interno di una mossa politica, finalizzata a promuovere lo spazio urbano attraverso

---

<sup>1</sup> Cfr. G. Debord, *La società dello spettacolo*, Baldini e Castoldi, trad. it. di P. Salvadori, Milano, 1967<sup>3</sup>, pp. 118-123.

<sup>2</sup> Cfr. J. Baudrillard, *Lo scambio simbolico e la morte*, cit., pp. 90-92.

<sup>3</sup> *Ivi*, p. 95.

l'arte, rendendo quest'ultima visibile al di fuori dei musei e delle gallerie. In questa operazione non muta la struttura di nessuna delle due componenti, ma si attua solo uno scambio di privilegi che arricchisce entrambi i settori.<sup>4</sup>

Ciò che rende un muro dipinto realmente ribelle, non è il suo valore estetico – la mera bellezza è racchiusa nel codice dominante che determina i caratteri attraverso cui riconoscerla – ma è l'invasione non curante degli spazi pubblici, il mancato rispetto dell'architettura e la sovrapposizione che dimentica l'esistenza di un piano di lavoro.<sup>5</sup>

I City Walls non sono altro che l'ennesima simulazione, ricreano un'immaginazione ludica, ma giocano con lo spazio urbano rispettandolo, diventando la medesima riproduzione del sistema sociale di massa. I graffiti invece, almeno nella loro forma originaria, sono privi di limiti e sfuggono alla categorizzazione estetica, oltre che ad ogni referenza.<sup>6</sup>

Un'altra iniziativa degna di nota è il *Billiboard-art-project*, nato negli stessi anni a Los Angeles dalla collaborazione di due aziende pubblicitarie, con l'obiettivo di sostituire agli spazi predisposti per i cartelloni pubblicitari, dei dipinti sui muri affinché gli artisti si facessero conoscere.<sup>7</sup>

Che i graffiti utilizzassero gli stessi metodi della comunicazione di massa è risaputo, ma tale operazione mantiene la sua coerenza se inserita in un contesto di critica verso la pubblicità. In questo caso invece, attraverso zone prestabilite su cui realizzare l'opera, il potere dominante cattura l'aspirazione alla popolarità degli artisti, portandoli ad invadere la città a favore del codice di mercato. Di conseguenza, l'artista mercifica sé stesso e la propria creatività, mentre il dominio del simulacro si fortifica abbellendo il territorio urbano, ma promuovendosi mediante il talento altrui.

Dunque, è chiaro che la street art sia nata con lo scopo di combattere una guerra verso la società capitalista, ma è altrettanto vero che, come era arrivato a dedurre anche Debord nei *Commentari sulla società dello spettacolo*, quello che lui chiama spettacolo – e che per Baudrillard è il simulacro – è onnipresente.<sup>8</sup>

---

<sup>4</sup> Cfr. *ibidem*.

<sup>5</sup> Cfr. *ivi*, p. 96.

<sup>6</sup> Cfr. *Ibidem*.

<sup>7</sup> Cfr. *ivi*, p. 95.

<sup>8</sup> Cfr. G. Debord, *Commentari sulla società dello spettacolo*, Baldini e Castoldi, trad. it. di F. Vasarri, Milano, 1988<sup>3</sup>, pp. 289-294.

Il capitalismo si riorganizza di continuo, riducendo tutto ad immagine del reale, manipolando ogni verità.<sup>9</sup> È esattamente il caso dei graffiti che, nel momento in cui conquistano l'attenzione del pubblico, vengono falsificati e riciclati come mezzo promozionale, sterminando la loro carica ribelle a favore della mera apparenza mediatica.

Il fatto che quest'arte nasca come illegale e quindi priva di qualsiasi tutela verso i diritti d'autore, ha consentito che il simulacro se ne impadronisse a proprio piacimento. Inoltre l'evoluzione dalle tag ai murales ha portato con sé un'accentuazione del contenuto, al punto da annullare la carica sovversiva data dall'assenza di referenzialità, e diventare merce per la semiocrazia.

Ad oggi i graffiti si possono ritrovare nei depliant turistici delle città e nei cartelloni pubblicitari,<sup>10</sup> ogni sforzo rivoluzionario appare vano di fronte alla spettacolarizzazione, ma se uniti ad un ripensamento critico, possono ancora giocare con il codice dominante per poterne evadere.

### 1.1. *Il rapporto tra street art e mondo dell'arte*

Il termine street art sottintende inevitabilmente che essa sia una forma d'arte che si compie per strada. Il muro pubblico è il supporto essenziale affinché il movimento si sviluppi ed eserciti il suo scopo, invadendo il territorio urbano in maniera aggressiva ed illegale.

Malgrado ciò, la crescente popolarità dei graffiti, porta con sé il rischio che vengano fagocitati dal sistema ufficiale delle gallerie e dei musei d'arte.

In effetti, non serve aspettare molti anni dalla nascita del movimento, prima che la cultura dominante li ricomprenda all'interno del criterio estetico, racchiudendoli nella dimensione artistica.<sup>11</sup> Infatti, nel 1973 viene organizzata la prima mostra di street art alla Razor Gallery di New York, in cui compaiono forme d'arte tipicamente associate allo spazio pubblico, prelevate dal loro contesto, e inserite nel luogo dell'ufficialità per eccellenza.<sup>12</sup>

Tale evento porta con sé l'inizio di una lunga serie di incoerenze e frammentazioni del mondo dell'arte di strada: gli autori si dividono tra coloro che rimangono profondamente legati

---

<sup>9</sup> Cfr. *ivi*, pp. 108-110.

<sup>10</sup> Cfr. E. Ciotta, *Street art. La rivoluzione nelle strade*, cit., p. 8.

<sup>11</sup> Cfr. J. Baudrillard, *Lo scambio simbolico e la morte*, cit., p. 98.

<sup>12</sup> Cfr. E. Ciotta, *Street art. La rivoluzione nelle strade*, cit., pp. 49-50.

all'abusività dell'atto e alla protesta che esso porta con sé, e chi invece, alla ricerca di popolarità, rinuncia al messaggio eversivo dei propri lavori e si vende alla logica del profitto.<sup>13</sup>

Dunque sorge spontaneo chiedersi se i graffiti, una volta prelevati dal loro luogo naturale, rimangano tali o cessino di esistere in quanto simboli di sovversione, diventando una corrente pittorica come tante altre.

A questa domanda non esiste una risposta univoca. Molti street artist ritengono che entrare nei musei sia un modo per raggiungere ogni fascia della popolazione, senza limitarsi alla massa che fruisce dei loro lavori in maniera fugace, ma arrivando all'élite che prima li ignorava.

Altri invece sentono di tradire le proprie radici poiché entrare nelle gallerie, implicherebbe piegarsi al sistema del mercato ed essere quindi ciò contro cui hanno sempre combattuto.

Infine, un'ultima categoria ammette che, malgrado risulti incoerente, guadagnare attraverso la propria arte non limiti il messaggio di critica sociale, ma permetta di vivere facendo della propria battaglia, il proprio lavoro.<sup>14</sup>

È però possibile ricomprendere le seguenti frammentazioni e le contraddizioni che ne derivano, all'interno di una dimensione in cui la street art, per quanto prelevata dal supporto parietale, mantiene la connotazione underground che la contraddistingue.

Difatti, nel 1979 nasce FashionModa, uno spazio ricavato da un negozio del South Bronx che Stefan Eins, artista di origine austriaca, adibisce a galleria di street art.<sup>15</sup>

È interessante osservare come il significato di galleria venga distorto in una sorta di *détournement*, prelevandolo dall'ambiente esclusivo a cui è associato e diventando un luogo dove l'élite è composta dagli emarginati. Le opere principali esposte da FashionModa sono create dai bassifondi della società, accomunati dal desiderio di emergere dall'anonimato e dall'esigenza di esprimersi. È così che questo luogo si trasforma in un ambiente dove chiunque può abbellire i muri disegnando la propria tag o creando un *masterpiece*, senza una temporalità prestabilita, sottolineando quindi il rifiuto per il rito dell'inaugurazione ed il concetto di mostra.<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup> Cfr. *ivi*, pp. 59-121.

<sup>14</sup> Cfr. *ibidem*.

<sup>15</sup> Cfr. D. Dogheria, *Street art. Storia e controscoria, tecniche e protagonisti*, cit., pp. 60-64.

<sup>16</sup> Cfr. *ibidem*.

Chiunque poteva accedervi, senza distinzione di classe o etnia, cosicché potesse esserci un libero scambio di interpretazioni e idee, spesso assente nel contesto urbano a causa dei ritmi frenetici della quotidianità.<sup>17</sup>

Alla luce di ciò, tale progetto può essere letto come una sintesi per una ricomprensione della street art che, a causa della rapida evoluzione e della crescente popolarità, ha rischiato di cadere nel sistema capitalistico, ma si è riadattata ad una dimensione dove, pur potendo esporre i propri lavori alla contemplazione artistica, non ha lasciato spazio alla totale mercificazione.

Mediante FashionModa, le discordie tra gli street artist potrebbero essere conciliate: l'idea di arte all'interno di luoghi espositivi prestabiliti rimane da sfondo ad un centro legato alla cultura di strada che non si chiude ad una semplice osservazione, ma si apre al libero esercizio della creatività di chi ci entra, tutelandola dal rischio di censura a cui era normalmente sottoposta negli spazi pubblici.<sup>18</sup>

## 2. *Banksy: dalla critica al sistema a essere parte del sistema*

Alla luce delle problematiche precedentemente descritte, Banksy è l'emblema della contraddizione contemporanea. Egli gioca con elementi inconciliabili tra loro, accostando elementi pop a dettagli tragici, per restituirci una rappresentazione della condizione attuale che culmina in una realtà sottomessa alla copia virtuale.<sup>19</sup>

Ciò che ne consegue è una figura enigmatica, che da un lato ci disvela la verità che il simulacro ha rimosso a favore dell'apparenza, ma dall'altro diventa essa stessa una rappresentazione di sé, un marchio in tutto e per tutto.

Lo street artist gioca in maniera pericolosa con il marketing, al punto che sfuma il confine tra critica ed adesione. Egli entra nella logica dei mass media e delle operazioni tecnologiche, per pubblicizzare le sue opere e il suo personaggio.<sup>20</sup>

---

<sup>17</sup> Cfr. *ibidem*.

<sup>18</sup> Spesso i lavori degli street artist sono temporanei, vengono rimossi pochi giorni dopo la loro creazione a causa della loro invasione illegale di un luogo pubblico.

<sup>19</sup> Cfr. G. Marziani, *Superare l'opera attraverso l'arte, superare l'arte attraverso l'opera*, cit., pp. 54-55.

<sup>20</sup> Cfr. *ibidem*.

Infatti nel 2013 annuncia la sua residenza artistica di un mese a New York, intitolata *Better out than in*. In questa occasione crea ogni giorno un'opera in parti diverse della città per poi dare le coordinate precise del luogo sui social network.<sup>21</sup>

Tutto ciò porta con sé una marcata critica al mondo dell'arte, rifiutando l'idea di mostra circoscritta ad una galleria e prediligendo un'esposizione a cielo aperto.<sup>22</sup>

Ma non solo, il meccanismo per cui le sue opere devono essere cercate, induce ad una crescita della sua fama in quanto artista e anche in quanto marchio.

Un simile intervento è difficilmente comprensibile poiché appare per metà in disaccordo con il sistema contemporaneo, ma allo stesso tempo sembra utilizzarne strategicamente la logica per acquisire popolarità. Ma Banksy non si ferma qui, apre numerosi squarci tra mondi apparentemente opposti, uno tra questi riguarda il sistema dell'arte ufficiale. Egli dichiara di porsi in contatto con l'ufficialità per poterla criticare con i suoi stessi strumenti e in effetti compie molteplici operazioni attraverso cui sbeffeggia in maniera evidente l'élite artistica, sebbene non sempre sia esente da incoerenze.<sup>23</sup>

Un caso specifico risale al 2005 quando, senza farsi notare, irrompe nel British Museum dove appende un pezzo di cemento su cui è ritratta una parodia di una pittura rupestre, raffigurante un uomo con un carrello della spesa che avanza verso un bisonte ucciso da due frecce. Come ogni opera ufficiale che si rispetti, accanto pone una targhetta su cui si legge la descrizione: «L'uomo primordiale va al mercato». <sup>24</sup>

Pochi minuti dopo la sua operazione il lavoro viene rimosso ma, una volta scoperto che si trattava di un'azione di Banksy, il museo sfrutta l'occasione per creare delle cartoline contenenti l'opera, in quanto attestazione della presenza mistica dell'artista.<sup>25</sup>

È in questa situazione che entra in gioco *Pest Control*, la società di capitali attraverso cui l'artista amministra le sue opere e il loro uso illecito.<sup>26</sup> Infatti, malgrado si pronunciasse contrario al copyright –ammettendo più volte di essere a favore del plagio come metodo di disvelamento

---

<sup>21</sup> Cfr. C. Canali, *Banksy e l'emancipazione dello spettatore*, cit., pp. 65-66.

<sup>22</sup> Cfr. *ibidem*.

<sup>23</sup> Cfr. F. Iannelli, *Banksy: un artista filosofo*, cit., pp. 60-61.

<sup>24</sup> Cfr. *ivi*, p. 59.

<sup>25</sup> Cfr. *ibidem*.

<sup>26</sup> Cfr. S. Antonelli, *La funzione Banksy*, cit., p. 17.



della verità– ne fa uso nei suoi lavori,<sup>27</sup> come nel caso di *Peckham Trolley*<sup>28</sup> affinché il museo ritirasse le cartoline di cui non deteneva nessun diritto.<sup>29</sup>

Dall’analisi di tale intervento emerge inevitabilmente una forte componente contraddittoria nella figura di Banksy: egli si ribella al consumismo e alle grandi corporazioni, ma poi precipita nel vortice capitalistico in cui le sue opere vengono ridotte a merce e rese esclusive, favoreggiando una coscienza élitaria.<sup>30</sup>

Tuttavia, di fronte allo studio di un artista così enigmatico è necessario chiedersi se tutto ciò non sia che l’ennesima presa in giro del sistema, partendo dal suo nucleo interno fino al suo distorcimento totale. A sostegno di ciò è utile citare l’attentato artistico che Banksy organizza nel 2018.

In questa operazione era necessario che egli entrasse nella logica del mercato cosicché potesse deriderla da dentro. Infatti si serve di una delle sue creazioni più iconiche, ovvero *Girl with Balloon*,<sup>31</sup> come esca per attirare acquirenti ad un’apposita asta. Una volta venduta all’offerente più generoso, l’opera si è autodistrutta a causa di un meccanismo interno –analogo a quello di un tritadocumenti– installato dall’artista stesso.<sup>32</sup>

È così che nasce *Shredded Girl with Balloon*,<sup>33</sup> una creazione artistica che riattualizza il ready made duchampiano<sup>34</sup> ad una dimensione per cui, se per Duchamp un orinatoio era solo un orinatoio, per Banksy la distruzione della sua opera era solo una burla.<sup>35</sup>

---

<sup>27</sup> «Il copyright è per perdenti» (Banksy, *Wall and Pieces*, The random house group limited, Londra, 2006).

<sup>28</sup> Si veda fig. 11.

<sup>29</sup> Cfr. F. Iannelli, *Banksy: un artista filosofo*, cit., pp. 60-61.

<sup>30</sup> Cfr. *ivi*, p. 59.

<sup>31</sup> Opera che combatte il divieto non scritto per cui nell’arte non si possano dipingere cuori. Banksy raffigura una bambina con un palloncino a forma di cuore come simbolo della disillusione delle giovani generazioni (cfr. S. Antonelli, *Il secondo principio Banksy*, cit., p. 41); si veda fig. 12.

<sup>32</sup> Cfr. *ivi*, pp. 41-44.

<sup>33</sup> Si veda fig. 13.

<sup>34</sup> Indica la pratica attraverso cui un’artista eleva ad opera d’arte un oggetto prefabbricato su cui non attua nessuna modifica, ma solo un processo mentale attraverso cui ne determina lo statuto di opera d’arte. Duchamp fu il pioniere di questa tecnica con l’opera *Fountain*, realizzata prima nel 1917 e poi nel 1964, consistente in un orinatoio che, collocato in un contesto artistico, induce l’osservatore a volgergli uno sguardo contemplativo.

<sup>35</sup> Cfr. S. Antonelli, *Il secondo principio di Banksy*, cit., pp. 41-44.

Dunque il vero tocco d'artista non era nel lavoro in sé, ma nell'*happening*<sup>36</sup> che si era creato attorno ad esso, il cui scopo era risvegliare gli individui contemporanei dalla totale ipervisibilità e sovraesposizione di ogni immagine.<sup>37</sup>

Nonostante questa operazione risulti priva di interesse personale, con uno studio approfondito la si può rileggere in modo più accorto. In effetti, il significato non si limita solamente alla morale anticapitalista di cui Banksy si fa portatore, ma si spinge anche ad una promozione di sé come brand.

Lo si può notare dall'impatto mediatico che tale azione ha avuto, e di cui Banksy è stato il principale promotore. Egli ha documentato l'operazione attraverso un video che ha poi pubblicato personalmente sui social media, sponsorizzando sé e tutte le sue opere, le quali hanno assunto un valore maggiore.<sup>38</sup>

Quindi, per quanto l'artista britannico si pronunci a favore del *Brandalism* – concetto coniato nel 2012, finalizzato alla produzione della più grande campagna anti-pubblicitaria della storia – appare comunque strategico nella operazione attraverso cui lancia i suoi messaggi.<sup>39</sup>

Da un certo punto di vista egli figura come un vandalo dei brand che, attraverso la sua attività sovversiva, ha acquisito talmente tanta fama da essere stato proclamato dal pubblico come un brand in persona. Malgrado ciò, non sembra rifiutare tale titolo, anzi pare che ne tragga un vantaggio personale, a discapito della lotta sociale che porta avanti.

Sebbene sia senza dubbio un personaggio duplice, è evidente che sia l'unico in grado di poter conciliare verità e simulazione in una situazione in cui, servendosi del simulacro stesso, ne fa emergere le contraddizioni a favore del reale di cui ci ha privati.

Banksy è un prodotto del sistema dominante, carico di contraddizioni e di interessi velati, ma ci apre alla consapevolezza che il capitalismo è insito nella nostre vite come se fosse un stato di natura. Non ci fornisce soluzioni, ma ci risveglia dal sonno mediatico a cui siamo sottoposti.<sup>40</sup>

---

<sup>36</sup> È una forma d'arte contemporanea, in cui la vera opera non è l'oggetto in sé e per sé, ma una situazione composta da una serie di azioni improvvisate attraverso cui l'artista si esprime liberamente.

<sup>37</sup> Cfr. S. Antonelli, *Il secondo principio di Banksy*, cit., pp. 41-44.

<sup>38</sup> Cfr. *ibidem*.

<sup>39</sup> Si veda C. Canali, *Banksy e l'emancipazione dello spettatore*, cit., pp. 63-64.

<sup>40</sup> Cfr. S. Antonelli, *La funzione Banksy*, cit., p. 22.

### 3. Shepard Fairey: il motto OBEY e le sue contraddizioni<sup>41</sup>

La campagna di adesivi OBEY può essere spiegata come un esperimento fenomenologico. Heidegger descrive la fenomenologia come «il processo attraverso cui si lascia che le cose si manifestino». La fenomenologia tenta di consentire alle persone di vedere chiaramente qualcosa che è proprio davanti ai loro occhi ma oscurato; cose che sono così date per scontate da essere disattivate dall'osservazione astratta.<sup>42</sup>

Shepard Fairey, meglio noto con lo pseudonimo OBEY, è uno street artist che, a partire dal 1989, diventa parte integrante dell'arte di strada.<sup>43</sup>

Egli non si avvicina immediatamente al mondo dei graffiti, piuttosto predilige la cultura underground in senso più generico, perseguendo un'estetica stile skater e punk rock che lo porta a nutrire un forte interesse per gli adesivi, molto diffusi nell'ambiente di nicchia a cui faceva riferimento.<sup>44</sup>

Tuttavia, se inizialmente Fairey se ne appassiona in maniera superficiale e puramente creativa, anno dopo anno ne fa una questione identitaria. Egli recupera il concetto baudrillardiano di firma anonima priva di significato, e porta avanti la sua propaganda personale attraverso la diffusione di un simbolo distintivo riportato su stickers.<sup>45</sup>

Fairey ricalca la faccia di André The Giant<sup>46</sup> per insegnare ad un amico come costruire uno sticker, ma finisce per rimanerne ossessionato facendone il suo logo in tutto e per tutto.<sup>47</sup>

---

<sup>41</sup> Su tali studi si vedano: il sito ufficiale dell'artista interamente gestito dal medesimo, <https://obeygiant.com>; D. Dogheria, *Street art. Storia e controstoria, tecniche e protagonisti*, cit., pp. 121-122.

<sup>42</sup> S. Fairey, *Propaganda/Manifesto*, articolo pubblicato nel 1990 nel sito ufficiale dell'artista: <https://obeygiant.com/propaganda/manifesto/>.

<sup>43</sup> Cfr. D. Dogheria, *Street art. Storia e controstoria, tecniche e protagonisti*, cit., pp. 121-122.

<sup>44</sup> Cfr. *ibidem*; S. Fairey, *Sticker art*, articolo pubblicato il 18 Aprile 2003 nel sito ufficiale dell'artista: <https://obeygiant.com/essays/sticker-art/>.

<sup>45</sup> Si veda fig. 14.

<sup>46</sup> Noto wrestler e attore di origine francese attivo dagli anni Sessanta agli anni Ottanta del Novecento.

<sup>47</sup> Cfr. D. Dogheria, *Street art. Storia e controstoria, tecniche e protagonisti*, cit., pp. 121-122; S. Fairey, *Sticker art*, cit.

Da quel momento in poi egli diffonde tale figura, unita alla scritta *OBEY*,<sup>48</sup> attaccandola in qualsiasi angolo della sua città d'appartenenza, ossia Providence, fino ad espandersi ad una dimensione globale.<sup>49</sup>

Il principale obiettivo, secondo quanto dice nel suo manifesto, è creare un senso di frustrazione nell'osservatore ormai assuefatto da immagini pubblicitarie familiari e scontate, cosicché la percezione possa risvegliarsi e riprestare attenzione ai dettagli.<sup>50</sup>

L'adesivo in sé e per sé non ha nessun significato specifico ed è proprio in questo aspetto che risiede la sua potenza: lo spettatore si sforza di trovare una correlazione tra il motto "obbedisci" e il volto di André The Giant, e così facendo attiva il senso critico verso un'immagine di cui solitamente fruirebbe passivamente.<sup>51</sup>

L'artista assume così una modalità operativa fortemente connessa al concetto di tag di Baudrillard, unita però all'idea di deriva psicogeografica situazionista per cui la diffusione dei suoi stickers, come i mosaici di Invader, porta il soggetto a connettersi con lo spazio urbano in maniera differente rispetto ai percorsi tradizionali a lui già noti.

Ma, nonostante OBEY appaia come uno street artist che trasmette il suo messaggio distante dalla mercificazione totale, non ne è totalmente immune. Infatti, nel 2001 fonda il marchio *Obey Clothing* che produce capi d'abbigliamento con la stampa del suo iconico logo.<sup>52</sup>

Egli ritiene che collocando il suo simbolo su un indumento, si arrivi ad una diffusione capillare del motto, ma non tiene conto delle contraddizioni che tale scelta porta con sé.<sup>53</sup> Effettivamente non sono poche le critiche che gli vengono indirizzate, soprattutto relative alla questione del profitto da cui si era sempre discostato apertamente. Egli quindi risponde, dichiarando di investire il guadagno su materiali per la creazione delle sue opere di strada, poiché l'obiettivo primario del suo brand non è tanto il compenso, quanto la passione per la street art.<sup>54</sup>

---

<sup>48</sup> In italiano «obbedisci». Fairey ritiene che la dimensione pubblicitaria ci obblighi ad obbedire alle sue influenze, come in una sorta di dittatura.

<sup>49</sup> Cfr. S. Fairey, *Sticker Art*, cit.

<sup>50</sup> Cfr. S. Fairey, *Propaganda/Manifesto*, cit.

<sup>51</sup> Cfr. S. Fairey, *Sticker art*, cit.

<sup>52</sup> Cfr. S. Fairey, *Obey commerce*, articolo pubblicato il 18 Marzo 2003 nel sito ufficiale dell'artista: <https://obeygiant.com/essays/obey-commerce/>.

<sup>53</sup> Cfr. *ibidem*.

<sup>54</sup> Cfr. *ibidem*.

Malgrado Fairey sciolga le incoerenze di cui viene accusato, lo fa attraverso una spiegazione piuttosto inconsistente, per cui è evidente che *Obey Clothing* segni il suo ingresso nel mondo della moda e nella logica economica ad essa connessa.

Ma ciò che ci porta a pensare che non sia stato totalmente fagocitato dal dominio del mercato, sta nel fatto che si serve del nuovo medium per continuare le battaglie sociali alla base del suo progetto.

In effetti OBEY esemplifica al meglio colui che è allo stesso tempo dentro e fuori dal sistema: utilizza come supporto una categoria di oggetti emblema della moda, ma ci imprime il proprio logo in quanto disvelamento di un significato rimosso dall'ipervisibile.<sup>55</sup>

Ciò che ne risulta è un tentativo di ritorzione del simulacro dal suo interno. L'artista stesso ammette di aver indottrinato sovversivamente il consumatore, convincendolo attraverso la propaganda del suo prodotto, ad acquistare un capo d'abbigliamento che altro non è che una pubblicità della campagna dell'artista.<sup>56</sup>

In questo modo egli arriva ad un'equivalenza tra prodotto e propaganda, la quale ironizza sull'ontologia dell'apparenza<sup>57</sup> attualmente dominante, auspicando in una presa di coscienza.

---

<sup>55</sup> Ciò che per Baudrillard è una sovraesposizione costante.

<sup>56</sup> Cfr. S. Fairey, *Obey commerce*, cit.

<sup>57</sup> Condizione postmoderna per cui l'essere degli enti è stato spodestato dal mero apparire.

## CONCLUSIONE

L'obiettivo di questa trattazione è stato quello di analizzare i graffiti in quanto metodo sovversivo rispetto alla dittatura dell'apparenza nella società contemporanea e di mostrare come l'arte di strada si sia evoluta sulla base dei principi filosofici di Jean Baudrillard e Guy Debord.

È emerso come i graffiti inizialmente coincidessero con l'azione sovversiva di cui parlava Baudrillard ne *Lo scambio simbolico e la morte*, in virtù della loro presenza priva di contenuto ma fortemente rivoluzionaria per scardinare il dominio dei segni. Infatti, mediante lo studio delle *tag* di New York, si è potuto constatare che tali firme si ponevano fortemente in contrasto con le immagini pubblicitarie da cui lo spazio urbano è invaso e riuscivano a produrre un cortocircuito nel processo simulativo governante.

Tuttavia, alla luce dell'evoluzione della street art, si è visto come il carattere ribelle sia mutato assumendo una forma ludica mediante cui i graffiti giocano con le immagini mediatiche che invadono il quotidiano. A sostegno di ciò è emerso come Banksy e Invader facciano un uso riattualizzato dei metodi di sovversione di matrice situazionista, ossia il *détournement* e la psicogeografia, nel tentativo di risvegliare le coscienze dormienti degli individui contemporanei.

Nel primo caso si è osservato come Banksy prelevi icone mediatiche dal loro contesto d'origine, siano esse personaggi pubblici o griffe, per situarle in circostanze inedite e disturbanti.

Nel secondo caso invece, è stato studiato Invader, in virtù della mappa digitale di cui si serve per giocare con il territorio, fuoriuscendo dalla logica dei percorsi obbligati a favore di un'erranza rivitalizzante.

Infine, è emerso come, malgrado l'essenza ribelle, la street art abbia prodotto incoerenze dal suo interno, partecipando a iniziative legate alle istituzioni contro cui combatteva, e ricadendo parzialmente nel sistema dell'arte ufficiale.

Tuttavia, nel tentativo di ricomprendere tale movimento artistico e sanarne le contraddizioni, sono stati presi in esame Banksy e OBEY in quanto modelli dell'arte di strada contemporanea.

Si è constatato come Banksy sia per eccellenza colui che è sia interno che esterno al sistema capitalistico senza esaurire la sua potenza sovversiva. Infatti è stato analizzato il metodo attraverso cui ha più volte ritorto il sistema contro sé stesso, deridendolo e facendone emergere i punti critici.

Similarmente OBEY ha dato vita ad una propaganda contro il dominio mediatico, facendone però parte con il suo omonimo marchio di abbigliamento. È stato evidenziato come egli abbia usato la medesima logica che Baudrillard rivedeva nelle *tag* di New York – ovvero l’attestazione di una presenza vuota – nel simbolo stampato sugli indumenti del suo brand, creando una pubblicità della propria battaglia contro il codice, ma dall’interno del codice stesso.

È dunque chiaro come la street art sia sempre stata caratterizzata da un’essenza filosofica alla base della carica ribelle di cui dispone, malgrado abbia subito numerosi mutamenti alla luce della sua evoluzione stilistica. Nonostante ciò, è riuscita a resistere al dominio del simulacro, mantenendo la potenza rivoluzionaria, anche se è stato necessario entrare in contatto con la logica capitalistica per indebolirla dal suo nucleo interno.

## BIBLIOGRAFIA

- T. ADORNO,  
M. HORKHEIMER *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*, 1969, trad. it. di R. Solmi, *Dialettica dell'Illuminismo*, Einaudi, Torino, 2010.
- S. ANTONELLI *La funzione Banksy*, in S. Antonelli e G. Marziani (a cura di), *Banksy l'artista del presente*, MetaMorfosi Eventi, Roma, 2022, pp. 16-23;  
*Il secondo principio Banksy* in *ivi*, pp. 32-44;  
*Street art, la pubblicità dell'arte*, in *ivi*, pp. 68-70.
- M. BANDINI *Per una storia del Lettrismo*, TraccEdizioni, Gavorrano, 2005.
- BANKSY *Wall and Pieces*, Century, Londra, 2006.
- J. BAUDRILLARD *L'échange symbolique et la mort*, 1976, trad. it. di G. Mancuso, *Lo scambio simbolico e la morte*, Feltrinelli, Milano, 2022;  
*La précession des simulacres* in *Simulacres et Simulation*, 1981, trad. it. M.G. Brega, *La precessione dei simulacri* in *Simulacri e impostura*, 1981, Pgreco, Milano, 2008, pp. 9-12.



- C. CANALI *Banksy e l'emancipazione dello spettatore*, in S. Antonelli e G. Marziani (a cura di), *Banksy, l'artista del presente*, cit., pp. 62-66.
- E. CIOTTA *Street art, la rivoluzione nelle strade*, Bepress, Lecce, 2012.
- A. DAL LAGO *Graffiti, arte e ordine pubblico*, Il Mulino, Bologna, 2016.
- G. DEBORD *Théorie de la dérive* in «Les Lèvres nues», 9, Anversa, 1956, pp. 6-13;  
*Définitions* in «Internationale Situationniste», 1, Parigi, 1958, pp.13-14;  
*Manifesto* in «Internationale Situationniste», 4, Parigi, 1960, p. 36-38;  
*La société du spectacle*, 1967, trad. it. di P. Salvadori, *La società dello spettacolo*, Bladini e Castoldi, Milano, 2021;  
*Commentaires sur la 'Société du spectacle'*, 1988, trad. it. di F. Vasarri, *Commentari sulla 'Società dello spettacolo'*, Baldini e Castoldi, Milano, 2021.
- D. DOGHERIA *Street art. Storia e controstoria, tecniche e protagonisti*, Giunti, Firenze, 2015.
- P. FOLENA *Per lo spazio pubblico*, in S. Antonelli e G. Marziani (a cura di), *Banksy. L'artista del presente*, cit., pp. 26-31.

F. IANNELLI

*Banksy: un artista filosofo*, in S. Antonelli e G. Marziani (a cura di), *Banksy. L'artista del presente*, cit., pp. 56-61;

*Street art e museo: museofobia o museofilia?* in «Piano B, arti e culture visive», II, 1, Bologna, 2017, pp. 65-95.

A. JAPPE

*Guy Debord. Un complotto contro il mondo intero*, Mimesis, Milano - Udine, 2023.

G. MARZIANI

*Banksy e il multiplo amazonico*, in S. Antonelli e G. Marziani (a cura di), *Banksy. L'artista del presente*, cit., pp. 71-73;  
*Iperartista, ovvero, il capitale del realismo*, in *ivi*, pp. 24-25;

*Superare l'opera attraverso l'arte, superare l'arte attraverso l'opera*, in *ivi*, pp. 46-55.

M. PERNIOLA

*I situazionisti. Il movimento che ha profetizzato la 'Società dello spettacolo'*, Castelveccchi, Roma, 2005.

C. SERRA

*Murales e graffiti. Il linguaggio del disagio e della diversità*, Giuffrè, Milano, 2007.

M. VANNI

*Gruppo cobra. Creatività e provocazione*, Modena Arte, Modena, 2006.

## SITOGRAFIA

- AA. VV *Napalm 2004*, articolo reperibile al sito <https://banksyexplained.com/napalm-2004/>.
- AA. VV *Jr; street art fotografica*, 2021, articolo pubblicato nella rivista online «Disagian»: <https://www.disagian.it/?s=jr+street+art+fotografica>.
- N. L. COLE *Understanding culture jamming and how it can create social change*, 2021, articolo pubblicato nella rivista online «ThoughtCo»: <https://www.thoughtco.com/culture-jamming-3026194>.
- S. FAIREY *Propaganda/Manifesto*, 1990; *Obey commerce*, 2003; *Sticker art*, 2003, articoli pubblicati nel sito ufficiale dell'artista OBEY: <https://obeygiant.com>.
- INVADER Sito ufficiale dell'artista, interamente gestito dal medesimo: <https://www.space-invaders.com/about/>.
- JR Sito ufficiale dell'artista, interamente gestito dal medesimo: <https://www.jr-art.net>.
- D. MEYERS *Street art: dal muro al museo*, articolo reperibile al sito

<https://www.catalogoartemoderna.it/approfondimenti/street-art-dal-muro-al-museo-236>.

C. NOLLE

*Books of Warfare: The Collaboration between Guy Debord & Asger Jorn from 1957-1959*, 2005, articolo pubblicato nella rivista online «Vector»:

[http://www.virose.pt/vector/b\\_13/nolle.html#Anchor-nolle](http://www.virose.pt/vector/b_13/nolle.html#Anchor-nolle).

R. POYNOR

*On my shelf: 'Fin de Copenhague'*, 2013, articolo pubblicato nella rivista online «Design Observer»:

<https://designobserver.com/feature/on-my-shelf-fin-de-copenhague/37720>.

E. PITZIANI

*Qual è il senso profondo dei post-graffiti?*, 2017, articolo pubblicato nella rivista online «L'Indiscreto»:

<https://www.indiscreto.org/quale-senso-profondo-dei-post-graffiti/>.

## APPENDICE ICONOGRAFICA



Fig. 1: Banksy, *Get out while you can*, 2004

(<https://www.sothebys.com/en/buy/auction/2019/banksy-online/banksy-get-out-while-you-can>).



Fig. 2: Banksy, *Shoe Shine*, 2013

(<https://observer.com/2013/10/banksys-ronald-mcdonald-statue-and-live-shoeshine-boy-take-manhattan/>).



Fig. 3: JR, *Face2Face*, 2007 – Betlemme  
(<https://agencevu.com/en/serie/face-2-face-2007/>).



Fig. 4: Invader, *Space Invaders*, 2017 – Malaga  
(<https://arttrailproject.org/trail/collection/invader-was-here>).





Fig. 5: Asger Jorn e Guy Debord, *Fin De Copenhague*, 1957

(<https://www.mutualart.com/Artwork/Memoires/D5072A4923D5DB021D46DC5067AF5FE>).

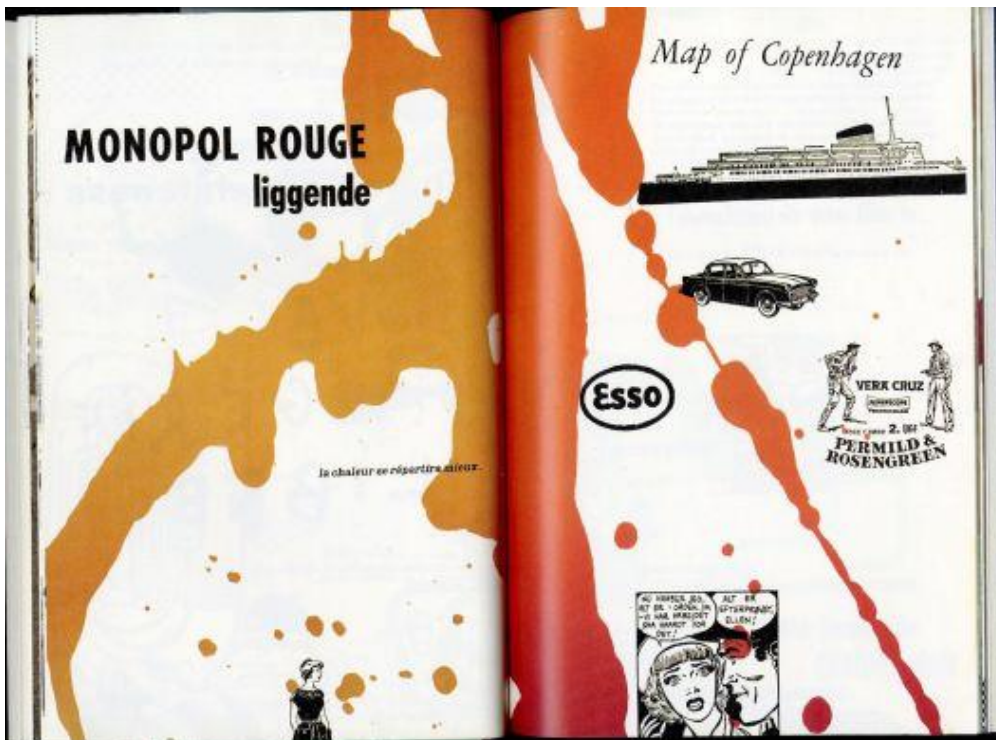


Fig. 6: Asger Jorn e Guy Debord, *Fin De Copenhague*, 1957

(<https://situationnisteblog.wordpress.com/2015/11/24/fin-de-copenhague-1957/>).



Fig. 7: Banksy, *Monkey Queen*, 2003  
([https://en.wikipedia.org/wiki/Monkey\\_Queen](https://en.wikipedia.org/wiki/Monkey_Queen)).



Fig. 8: Banksy, *Virgin Mary (Toxic Mary)*, 2003  
(<https://blog.artsupp.com/virgin-mary-toxic-mary/>).



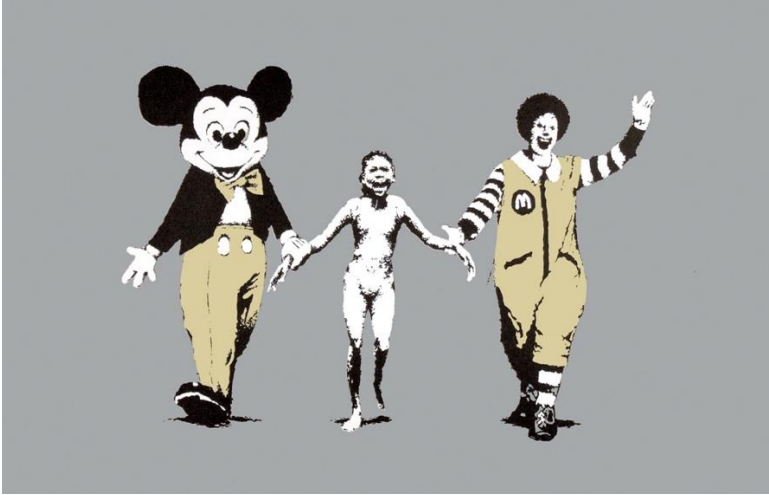


Fig. 9: Banksy, *Napalm*, 2004

([https://arthive.com/it/artists/67312~Banksy/works/551363~Ragazza\\_napalm](https://arthive.com/it/artists/67312~Banksy/works/551363~Ragazza_napalm)).



Fig. 10: Nick Ut, *The terror of war*, 1972

([https://en.wikipedia.org/wiki/File:The\\_Terror\\_of\\_War.jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/File:The_Terror_of_War.jpg)).



Fig. 11: Banksy, *Peckham Trolley*, 2005

(<https://www.pananti.com/it/asta-2064/peckham-rock-66460-68089>).



Fig. 12: Banksy, *Girl with Balloon*, 2004 – Londra

([https://it.wikipedia.org/wiki/Girl\\_with\\_Balloon](https://it.wikipedia.org/wiki/Girl_with_Balloon)).



Fig. 13: Banksy, *Shredded Girl with Balloon*, 2018

(<https://www.washingtonpost.com/nation/2021/10/15/shredded-banksy-painting/>).



Fig. 14: Shepard Fairey, *André The Giant has a Posse*, 1989

(<https://freebiesupply.com/logos/obey-the-giant-logo/>).