

Censura e *street creativity*

Edwige Comoy Fusaro

Lo dicono tutti: la trasgressione conferisce un piacere unico. Lo dice chiunque abbia sperimentato il graffitismo. «Il pericolo inerente all'esecuzione delle opere illecite è spesso fonte di motivazione¹» (Schiller 2010: 10). Partendo dal postulato che l'ambiente urbano è un ambiente censorio e dall'ipotesi che le produzioni di strada siano tutte soffuse di ciò che Vhils² chiama «un principio di un'estetica del vandalismo³» (2014: 12), scopo di questo contributo è osservare la funzione seminale della censura nella *street creativity* e gli spostamenti dei confini tra lecito e illecito nei complessi rapporti tra *copyright* e creatività nell'ambiente urbano.

Lo studio è stato condotto sulla base di pezzi di *street creativity* incontrati per le strade di Roma, Bologna, Nizza, Marsiglia, Parigi, Londra e Berlino nel corso dell'anno 2014⁴. Sono prese in considerazione tutte le produzioni iconografiche eseguite nello spazio pubblico, commissionate e non commissionate, qualunque siano i

¹ «Le danger inhérent à l'exécution de leurs oeuvres est souvent source de motivation». Si riproducono nelle note le citazioni originali. Tutte le traduzioni dal francese sono mie.

² Vhils, all'anagrafe Alexandre Farto, è uno *street artist* portoghese nato nel 1987, diventato famoso soprattutto per le sue opere di *Scratching the Surface Project*, realizzate intaccando i muri con l'acido, il martello pneumatico o mezzi esplosivi. Cfr. www.alexandrefarto.com

³ «un principe d'une esthétique du vandalisme».

⁴ Tutte le figure riprodotte nel materiale illustrativo sono fotografie personali: per questo motivo, e perché sono state scattate in spazi pubblici, si ritiene di poterle utilizzare liberamente in questa sede.

supporti prescelti, le dimensioni e le tecniche di esecuzione, e prescindendo da ogni giudizio estetico. Perciò si parlerà di *street creativity* piuttosto che di *street art*⁵, comprendendo produzioni autorizzate e produzioni non autorizzate, qualunque siano la loro categoria generica⁶, e intendendo il termine *creativity* nel senso assegnatogli da Michel de Certeau per indicare le libere produzioni che gli individui fanno a partire dai prodotti del proprio ambiente urbano e l'uso personale che hanno di tali prodotti e tale ambiente, nonostante la sua forte regolamentazione (Certeau 1990: L). Non si discute l'eventuale valore artistico di queste produzioni né la loro legittimità. Per questo motivo, si userà spesso il termine *pezzo*, derivato dall'inglese *piece*, il quale indica un'opera letteraria o artistica: nell'accezione del termine privilegiata qui, *pezzo* è più vicino al significato dell'inglese *artwork*, il cui valore artistico è meno pregnante di quello del *piece* o dell'italiano *opera*; l'uso di *pezzo* come anglicismo consente l'improprietà rispetto al vocabolo inglese originale⁷. Criterio esclusivo è la collocazione dei *pezzi* nello spazio pubblico. Un'ulteriore

⁵ Altri hanno fatto la stessa scelta, come gli editori degli Atti del Convegno Internazionale tenutosi a Lisbona nel 2014, Pedro Soares Neves e Daniela V. de Freitas Simões.

⁶ La categorizzazione delle varie opere di *street art* è ancora tutta da fare, anche se esistono alcune proposte parzialmente soddisfacenti. Partendo dalle categorizzazioni dei graffiti, le quali sono invece abbastanza stabilite e consensuali, il *website* www.fatcap.org propone ad esempio tre grandi categorie di graffiti e *street artworks*: «Types» (Pieces, Characters, Big Walls, Throw ups, Tags, ecc.) , «Supports» (Walls, Blackbooks, Street equipments, Trucks, ecc.), «Styles» (Wildstyle, Cartoon, Realistic, Stencil, Abstract, Billboard, Landscape, Bubble, Stickers, Wholecar, ecc.).

⁷ L'uso di numerosi termini ed espressioni inglesi è dovuto all'ampiezza mondiale del fenomeno e, in tale contesto, all'incontrastata egemonia della lingua inglese. La traduzione sistematica è inappropriata perché certi vocaboli e sintagmi in lingua originale inglese, se usati nella traduzione italiana, non riferiscono all'oggetto designato *in extenso*: così è, per esempio, della *street art*, nei confronti della quale l'arte di strada sembrerebbe essere una parente anziché la medesima entità.

precisazione terminologica. Per «spazio pubblico» si intenderà complessivamente quel che il dizionario Treccani definisce come «luogo pubblico», ossia «quello a cui chiunque può accedere senza alcuna limitazione (per es., una via o una piazza pubbliche)», ma preferendo la parola «spazio» perché essa allude anche agli interventi degli uomini in quell'ambiente, nonché a una regolamentazione di tali interventi: spazio come «estensione entro la quale possono esercitarsi determinate funzioni e attività o determinarsi particolari processi», sempre secondo la Treccani, la quale definisce inoltre il sintagma «spazio pubblico» come

lo spazio sovrastante o sottostante alle aree pubbliche, in partic. a strade e piazze, la cui occupazione mediante costruzione di balconi e verande, o impianto di cavi e condutture, è soggetta a una particolare tassazione a favore della provincia o del comune.

Cercheremo di identificare le modalità espressive del movente trasgressivo, quel «principio di un'estetica del vandalismo» di cui parla Vhils, osservando anzitutto come la censura visiva dell'ambiente urbano releghi le opere di denuncia nei margini e negli interstizi dello spazio pubblico, nei luoghi con minor grado di visibilità e fruibilità, o come quella censura si sforzi di disinnescare la portata sovversiva di quelle opere integrandole in un quadro regolato. Passando in rassegna i motivi più rilevanti e ricorrenti delle produzioni di strada, avremo però modo di constatare che la critica delle censure e delle menzogne dell'autorità sistemica è un caposaldo della *street creativity*. Infine vedremo che, essendo un'arte intrinsecamente contestuale, la *street creativity* è fondamentalmente un'arte (o una *praxis*) del momento presente volta ad esprimere un *memento mori*.

Cataluoghi

La città è un ambiente tanto ingiuntivo quanto censorio. L'occupazione visiva dell'ambiente urbano è prerogativa pressoché

esclusiva della segnaletica stradale e della pubblicità, che impartiscono ordini e divieti. Censorio è quindi il messaggio comunicato da quell'ambiente, che reprime l'espressione individuale e si rivolge all'individuo prevalentemente come a un cittadino-consumatore-utente. Censori, lo sono in particolare i centri storici e lo sono ancora di più tutti quei luoghi di transito e di consumo che Marc Augé ha chiamato «non-luoghi⁸» (Augé 1992). I luoghi controllati dall'autorità sistemica – quei luoghi cioè la cui fruizione è regolamentata dal potere politico, economico e mediatico, e che d'ora in poi chiameremo «luoghi» *tout court* – non tollerano iconografie alternative, ma gli autori di *street creativity* hanno capito che era pur sempre possibile fare a meno delle autorizzazioni:

publically viewable space, normally regulated by property and commercial regimes for controlling visibility, can be appropriated for unconstrained, uncontainable, antagonist acts. (Irvine 2012: 242)

Con ciò, tuttavia, si corre evidentemente un rischio. Innumerevoli sono i casi di opere cancellate e talvolta denunciate. Il sito internet *Le Grand Jeu* ha una rubrica esclusivamente dedicata a questi casi: «War bulletin». Qualche esempio: il 16 luglio del 1997 Miss. Tic⁹ viene colta in flagrante mentre sta eseguendo uno stencil sulla facciata di un palazzo parigino, in via Debelleye nel quartiere del Marais, ed è condannata dalla corte di appello; nel 2009 è la volta di Zevs¹⁰, arrestato dalla polizia di Hong-Kong per aver dipinto sulla facciata di un negozio Armani uno dei suoi *Liquidated logos*, che fanno colare il colore dei logo di grandi marchi come Coca Cola o McDonald's, quello di Chanel in quel 13 luglio; nel 2014, la società di trasporti

⁸ «non-lieux».

⁹ Sull'artista Miss. Tic, nata a Parigi nel 1956, cfr. Genin 2008 e missticinparis.com

¹⁰ Su Christophe Aghirre Schwarz, l'artista francese nato nel 1977, alias Zevs, cfr. *ZEVS: Electroshock* (2008).

metropolitani parigini RATP sporge denuncia contro M. Chat¹¹ per aver dipinto uno dei suoi gatti nella stazione Châtelet. Difatti, la legge francese prevede che

la distruzione, la degradazione o il deterioramento di un bene di proprietà privata vengono puniti con una multa di due anni di carcere e 30.000 euro di multa, tranne se il danno è leggero. Le pene previste nel caso specifico delle produzioni di street art e street creativity sono molto meno severe: 3.750 euro di multa e servizi alla comunità, sempre che i danni siano leggeri (articolo 322-1 del codice penale francese)¹².

Il fatto che molti affari siano stati portati in tribunale ha due conseguenze. Prima conseguenza – duplice – è la normalizzazione della pratica espressiva tramite integrazione volontaria degli artisti nei circuiti autorizzati (e autocensura dell'impulso trasgressivo) o tramite recupero del *pezzo* illegale nel mercato. Emblematica del primo fenomeno è la reazione di Miss.Tic alla pena ricevuta in seguito all'affare di via Debelleye: da allora, la *street artist* non ha più creato nulla senza il consenso del titolare del diritto di proprietà. Per quanto riguarda il secondo fenomeno, il caso più eclatante è senza dubbio quello di Banksy. C'è chi ha tentato di compilare una lista dei suoi

¹¹L'artista franco-svizzero nato nel 1977 Thoma Vuille, alias M. Chat, è famoso per i suoi gatti sorridenti ispirati all'universo dei *cartoons*. Cfr. www.monsieurchat.fr

¹²«La destruction, la dégradation ou la détérioration d'un bien appartenant à autrui est punie de deux ans d'emprisonnement et de 30 000 euros d'amende, sauf s'il n'en est résulté qu'un dommage léger. Le fait de tracer des inscriptions, des signes ou des dessins, sans autorisation préalable, sur les façades, les véhicules, les voies publiques ou le mobilier urbain est puni de 3750 euros d'amende et d'une peine de travail d'intérêt général lorsqu'il n'en est résulté qu'un dommage léger».

artworks venduti dai proprietari dei supporti sui quali gli stencil erano stati eseguiti (Ellsworth - Jones 2012) ma è un compito arduo, sia perché l'autenticazione è incerta, sia perché la ruberia avviene tuttora: dopo i polemici casi di *Slave Labour* (2012) e di *No Ball Games* (2013), nel 2014 sono stati i *Mobile Lovers* ad essere rimossi dalla loro collocazione originale, una porta vicina al Broad Plains Boys Club in Bristol, a fin di lucro.

Seconda conseguenza è l'emarginazione delle produzioni illegali su supporti e spazi dove la censura non viene quasi esercitata. Nelle aree in cui la visibilità è più controllata dall'autorità sistemica, ossia nei «luoghi» e «non-luoghi» (Augé 1992) della città dove l'individuo è trattato come un *homo oeconomicus*, le si trovano per lo più in piccole dimensioni, su semafori, pali, cartelli stradali, con scarse capacità di danneggiamento e di concorrenza con i prodotti visivi leciti (segnaletica, cartelloni, manifesti politici e pubblicitari). Oltre all'arredo urbano, la *street creativity* viene emarginata nelle aree poco frequentate dei centri urbani, nonché nei luoghi di transito (cantieri, parcheggi, sottopassaggi, cavalcavia). Quelle aree non sono esattamente quei luoghi abbandonati dove il tempo storico sembra sospeso a favore del tempo naturale (Giverne 2012), «terra di nessuno – dunque di tutti» (Riva 2007: 46), perché non sono disabitate come lo sono i terreni liberi o i palazzi abbandonati, quegli «spazi in transizione» in cui, negli anni '60, Gérard Zlotykamien vedeva «i simboli della condizione umana¹³» (Lemoine 2012: 34). Quelle aree sono abitate, ma poco frequentate se non da chi ci abita o ci lavora: ci si passa davanti per caso o per necessità, non certo di proposito; insomma non sono adibite a una visualità finalizzata al consumo. Propongo di chiamare queste due categorie di zone interstiziali *cataluoghi* per distinguerle, da un lato, dai *terrains vagues* che si trovano ai margini della città («Terreno nelle

¹³ «espaces en transition dont Zlotykamien fait les symboles de la condition humaine».

vicinanze di un'agglomerazione, non costruito e incolto¹⁴», secondo il dizionario Larousse) e dove l'eventuale esecuzione di *pezzi* è piuttosto sperimentale o si rivolge prevalentemente a comunità tribali locali anziché al pubblico delle città in senso lato, e, dall'altro lato, per distinguerle dai «luoghi» e «non-luoghi» di cui ha scritto Marco Augé. Lasciati liberi dalla pubblicità, spesso in uno statuto di transitorietà, i *cataluoghi* sono trascurati dall'autorità pubblica e, pertanto, adibiti alla produzione di *street creativity* nella prospettiva di una fruizione non venale da parte di persone considerate non già come consumatori o utenti, bensì come cittadini e esseri umani.

Persino nelle città dove più severa e sistematica è la lotta alla *street creativity*, i *cataluoghi* continuano di albergare produzioni selvagge. A Nizza, per esempio, il Comune muove una guerra spietata contro di essa (Casals 2011; Fersing 2011), ma qualche *pezzo* sopravvive per qualche tempo. Motivo della realizzazione e della sopravvivenza di quello riprodotto nella fig. 1, ad esempio, è la sua ubicazione in un *cataluogo*: un cantiere in una strada non molto frequentata di un quartiere abbastanza centrale (fig. 1 bis). Alla facoltà di lettere, i graffiti e la scritta «Real eyes Realize Real lies» sul cancello d'ingresso sono sopravvissuti poche settimane (fig. 2 e 3) mentre le produzioni eseguite sui *cataluoghi* del campus (la facciata posteriore, il parcheggio interno, i segnali d'uscita di emergenza), visibili solo da chi ci lavora e studia, non sono state cancellate (fig. 4). Parallelamente, nell'autunno del 2014, il Comune ha invitato diversi *street artists* a dipingere la palizzata che recinge il cantiere della seconda tranvia: operazione che, circoscritta nella dimensione rassicurante della temporaneità – «an acceptable level of threat» verrebbe da dire, parafrasando il titolo di un volume dedicato a Banksy (2012) –, è segno della progressiva istituzionalizzazione del fenomeno.

¹⁴ «Terrain à proximité d'une agglomération et qui n'est ni cultivé ni construit»

Chiusi fuori?

Il processo di museificazione, patrimonializzazione, mercificazione della *street art* (più che della *street creativity*) si va affermando giorno dopo giorno. Oltre alle iniziative venute dalle gallerie (sin dalla pionieristica mostra vendita di graffiti alla Razor Gallery di New York nel lontano 1972), dal mondo politico (come «La Ruée vers l'Art» parigina del 1985, promossa dal ministro della cultura Jack Lang) e imprenditoriale (l'anno seguente, la mostra «Vite fait bien fait» nella Galerie du jour Agnès B.), risale al 1994 il lancio del sito Art Crimes (oggi albergato da www.graffiti.org) ad opera di una lungimirante *pasionaria* del graffitismo e delle straordinarie risorse offerte dall'internet: Susan Farrell. Sono epifenomeni dell'accettazione progressiva della *street creativity* da parte del pubblico, nonostante la riluttanza del mondo delle belle arti e della frangia più radicale del movimento. Si osserva così l'integrazione dell'estetica *street art* fra i canoni del buon gusto, nonché il riconoscimento di un suo valore artistico. Se è vero che la storia dell'arte è storia del racconto di ciò che è arte (Talon-Hugon 2014; Dal Lago - Giordano 2008), all'istituzionalizzazione della *street art* fa riscontro una sua *artificazione*. In diverse città del mondo, numerosi *artworks* eseguiti nella clandestinità vengono protetti da una lastra di plexiglas o incorniciati *in situ* (fig. 5 e 6).

Tale processo è controverso. Lo studioso Christophe Genin parla di una «*kitschizzazione* della *street art* [...] connessa al trionfo del liberalismo su qualunque modello alternativo¹⁵» (Genin 2013: 192), pur notando che

l'idea di un tradimento della strada a favore del salotto rimanda al *cliché* dell'artista *maudit* secondo il quale il genio

¹⁵ «Cette kistchisation du street art est corrélative au triomphe du libéralisme sur tout modèle alternatif».

sarebbe incompatibile con il successo professionale, dato che il denaro è considerato corruttore¹⁶. (*Ibid.*: 138)

Viceversa, c'è chi pensa che gli artisti che si esprimono sui muri siano «chiusi fuori¹⁷» (Melar 2014: 104), suggerendo che il luogo *ad hoc* per l'arte sia necessariamente *intra muros*, tra i muri della galleria o del museo. Secondo i redattori di *Graffiti Art Magazine*, «se la trasposizione dalla strada alla galleria non funziona, ciò significa semplicemente che l'artista non è bravo!¹⁸» (Chenus - Longhi 2014: 23). Anche numerosi artisti vedono di buon occhio l'istituzionalizzazione della *street art*. Il fenomeno è largamente rappresentato *en abyme*, con connotazioni varie. Si veda, ad esempio, l'affresco realizzato da Seth e Babs¹⁹ in via Bobillot nell'ambito del percorso promosso dal Comune del tredicesimo *arrondissement* di Parigi in collaborazione con la galleria Itinerrance (fig. 7). La parte sinistra rappresenta la pratica vandalica, la parte di destra quella commissionata, riconosciuta dall'istituzione e dal pubblico. L'uomo che cammina senza dar retta alla tag eseguita sul muro all'aria aperta senza previa autorizzazione si ferma invece ad osservarla nell'interno museale – come indicano il pavimento e la cornice –, rispettoso di un oggetto reso apprezzabile dalla sua particolare collocazione, come evidenzia il fatto che si sia levato il cappello. A dividere il dipinto in due parti ben distinte è il netturbino che sta ricoprendo la parte sconfessata. La censura operata sulla parte sinistra sembra proprio «chiu[derla] fuori», ma tale censura appare del tutto

¹⁶«L'idée d'une trahison de la rue pour le salon relève du cliché de l'artiste maudit, selon lequel le génie serait incompatible avec la réussite professionnelle, l'argent étant corrupteur».

¹⁷«enfermés dehors».

¹⁸ «Si la transposition de la rue à la galerie ne fonctionne pas, c'est tout simplement que l'artiste n'est pas bon!».

¹⁹ Babs, nato nel 1981, viene dal graffitismo e non gode della fama ormai mondiale di Julien «Seth» Malland, Globe Painter, nato a Parigi nel 1972 e formato alle scuole di arte. Cfr. www.globepainter.com

arbitraria poiché l'*artwork* non è migliore dalla parte di destra. Anzi, la sensazione di chiusura proviene invero da quel lato: la sosta dell'osservatore e i motivi geometrici del pavimento esprimono staticità; inoltre la cornice amputa l'opera e sembra ostacolare l'espressione creativa dell'artista. La vita è chiaramente dalla parte censurata dell'opera: vita breve e fragile, vita minacciata, vita clandestina, promessa a guerra incessante e distruzione, ma *vita*. L'affresco non stigmatizza l'istituzionalizzazione dell'arte che viene dalla strada ma centra il dilemma di una creatività che va arginata, per motivi economici e giuridici, ma non può avere le carte in regola senza sacrificare la propria vitalità, essendo la *street art* «una scappata fuori da tutte le cornici, un gioco con i limiti, una trasgressione e un "bel delitto"²⁰» (Lemoine 2012: 95).

Yo! Mickey loves you!

Fra i vari motivi dell'iconografia di strada, è particolarmente insistente e diffusa la denuncia di ciò che Banksy ha chiamato il *brandalism*, il vandalismo delle *brand*, l'invasione dell'ambiente urbano da parte della pubblicità.

Shepard Fairey frequently remarks that one of his main motivations was inserting images in urban space that challenged the corporate-government monopoly of visible expression, creating a disturbance where "there can be other images coexisting with advertising". (Irvine 2012: 238)

Erede della *guerrilla* condotta sin dalla fine degli anni 1970 dal Billboard Liberation Front e dalle parodie di Barbara Kruger, la polemica antipubblicità degli *street artists* e autori di *street creativity* dei nostri tempi partecipa di un più generale *culture jamming*, «una tattica

²⁰ «une échappée hors de tous les cadres, un jeu avec les limites, une transgression et un "beau crime"».

di opposizione al nuovo ordine economico mondiale²¹» (Lemoine 2012: 89), spesso svolta in modo del tutto illegale. ZEVS, per esempio, è famoso per le sue azioni di *subvertizing* – sovversione della pubblicità, *subvert advertising* –: dal *Visual kidnapping* della fotografia di donna ritagliata dalla pubblicità Lavazza nel 2007 ai già citati *Liquidated Logo*.

Anche in ambito legale sono numerose le opere che denunciano la saturazione visiva dell'ambiente urbano, non solo pubblicitaria. Caso emblematico è un *artwork* di Speedy Graphito²² eseguito sul muro di un bar nel quartiere parigino della Butte aux Cailles (fig. 8). Rappresenta un Pinocchio di legno con tanto di naso lungo, coda e orecchi d'asino, e con un cappello da Robin Hood. Versione *soft* del graffitato – sempre incappucciato per via delle camere di sorveglianza (fig. 9 e 10) – il burattino è seduto su una bomboletta e sorride. Dietro di lui, *buildings* ammassati gli uni sugli altri si stagliano su uno sfondo giallo uniforme. Le loro facciate sono ricoperte di insegne, logo, cartelli, scritte e disegni familiari: un divieto di fumare, il logo *wifi zone*, le due C incrociate di Chanel... L'ambiente è la città, ma la città non già intesa come luogo di convivenza civile, bensì come luogo di consumo (a pagamento) e fruizione (nei limiti imposti dalle leggi). È il luogo della comunicazione propagandistica: non-luogo che si potrebbe anche dire *iperluogo* o luogo *augmentato*, ispirandosi al concetto di *augmented reality* (realtà aumentata), se si considerano i numerosi rinvii al mondo virtuale numerico: gli schermi onnipresenti portano i prodotti visivi dello spazio pubblico anche a casa e ovunque, mediante televisore, computer, tablet o smartphone.

²¹ «une tactique destinée à contrer le nouvel ordre économique mondial».

²² Olivier Rizzo, alias Speedy Graphito, nato nel 1961, formato nelle scuole d'arte, fa parte della prima generazione degli *street artists* francesi. Cfr. speedygraphito.free.fr

Ad essere presa di mira è la società delle immagini, dei consumi, delle merci, del denaro. La signora che fa le spese con il carrello del supermercato sta cadendo (fig. 11): caduta quanto mai metaforica se pensiamo alla fig. 12, dove il regalo natalizio portato da uno scheletro mascherato da Babbo Natale è ridotto al proprio valore pecuniario, simboleggiato dal segno \$. La *street creativity* svela anche le motivazioni finanziarie dei discorsi ufficiali e della violenza, prendendosela specialmente con gli Stati Uniti d'America per la loro preminenza economica e politica nel mondo. Vediamo così un Mickey mouse – emblema dell'imperialismo culturale di massa americano – impugnare un'arma mentre esclama «Yo! Mickey loves you» (fig. 13), o un diavolo sorridente con completo e cravatta che sta riempiendo un barile recante il segno € con un liquido prelevato dal cuore dell'Africa, evidentemente una risorsa del sottosuolo (fig. 14), o ancora un Ronald McDonald vicino a un bambino gravemente denutrito (fig. 15): altro *leitmotiv* della *street art*²³ e dell'arte contemporanea *tout court*, in versione meno scandalosa (nella serie *Los Intocables* di Erik Ravelo del 2013, ad esempio). Questi *pezzi* satirici denunciano il cinismo delle ragioni esibite per giustificare gli interventi bellici (come non pensare alla guerra del golfo del 2003?), lo sfruttamento spudorato delle risorse del continente africano da parte dei paesi occidentali, lo scandalo della fame paragonato alla sovrabbondanza alimentare rappresentata dai *fast food*. *Mutatis mutandis*, gli autori di questi *pezzi* stigmatizzano il sistema dominante per le sue conseguenze disastrose sull'uomo e sull'ambiente, e per le sue menzogne: «Real eyes Realize Real lies», occhi puri vedono le vere menzogne (fig. 2). Compito della *street creativity* è aprire gli occhi, appunto. L'avidità e il consumismo sfrenato sono deleteri, a livello individuale perché sono moralmente letali e a livello collettivo perché giustificano l'umiliazione e l'assassinio.

²³ Uno stencil di Banksy raffigura Kim Puch, la bambina nuda ustionata dal napalm fotografata da Nick Ut l'8 giugno 1972, circondata da Topolino e McDonald.

L'affresco di Speedy Graphito muove una critica tutto sommato edulcorata della saturazione visiva della città e dell'*ipercittà* e non a caso è situato in un «luogo», integrato cioè al sistema dominante, mentre gli altri *pezzi* citati qui, che sono produzioni selvagge e riguardano problematiche assai più tragiche, sono significativamente collocati in *cataluoghi*. L'autorità tollera la libertà di espressione nei margini e interstizi, ma ammette difficilmente la satira delle sue ipocrisie, persino in sede istituzionale. Esempio il caso della mostra «Art in the Streets» al Museum of Contemporary Art di Los Angeles. Nel 2010, lo *street artist* italiano Blu fu commissionato a realizzare un'opera per una facciata del sito espositivo: la mostra sarebbe stata inaugurata nell'aprile del 2011. Blu dipinse bare militari, ma ogni bara era ricoperta da una banconota da un dollaro, anziché dalla bandiera statunitense: morti per il denaro, anziché per la patria (o per la libertà o per qualsivoglia motivo impiegato per far sì che uomini mettano la propria vita a repentaglio per andare a far la guerra). Jeffrey Deitch, direttore del MoCA e promotore della mostra, ordinò di cancellare l'opera perché situata di fronte al Go For Broke Monument costruito in memoria dei soldati giapponesi e americani caduti durante la seconda guerra mondiale, nelle vicinanze del Veterans Affairs Building. L'opera di Blu era «inadeguata²⁴», spiegò poi Deitch in un'email (Kennedy 2010). Blu lo accusò di censura (Wallin 2010). La parola fu ripresa da giornalisti (Huffington Post 2010) e studiosi (Ardenne 2011: 32, Lemoine 2012: 94).

Nella produzione selvaggia, esiste una serie consistente di *pezzi* che collegano il motivo della guerra a quello dell'arte. Lo stencil «PAINT WAR!» (fig. 16), per esempio, invita a non far guerra se non in modo pittorico. È anche almeno il messaggio esplicito di un *artwork* di C215 a Roma – «MAKE ART NOT WAR» – (fig. 17), e quello di uno *sticker* anonimo che riprende la figura iconica dell'*Uncle Sam* nel celeberrimo manifesto propagandistico del 1917 composto da James Montgomery Flagg, sostituendo all'originale «I WANT YOU FOR U.S.

²⁴ «inappropriate».

ARMY» la scritta «MAKE FUCKING ART» (fig. 18). Un messaggio chiaramente antibellico, che allude anche all'innocuità dell'arte e dunque pone anche la questione dell'illegalità della *street creativity* sul piano giurisdizionale. Sostenere l'illegalità della guerra – come sullo stencil «WAR IS ILLEGAL» – (fig. 19) in tempi in cui ci sono guerre in diverse zone del pianeta, e farlo attraverso un mezzo di comunicazione decretato illegale da quelle istituzioni politiche che muovono quelle guerre, significa una duplice contestazione: la contestazione della legalità e legittimità delle guerre e la contestazione dell'illegalità della *street creativity*; la quale diventa allora quasi *artivism* (neologismo sincratico formato da arte e attivismo).

Artivism

Abbiamo detto di Blu al MoCA. Occorre ora dire di Blu a Roma e a Berlino. L'artista italiano non si limita a dipingere il proprio *real eye* sulla politica bellica degli USA, ma impiega anche la sua arte come strumento di lotta pacifica. Lo ha fatto a Roma, in via del Porto Fluviale, dove ha voluto sostenere l'occupazione abusiva di una ex caserma dell'aeronautica militare realizzando senza autorizzazione un affresco gigantesco (fig. 20). Lo spiega lui stesso sul suo blog (blublu.org), dove peraltro si può vedere il nuovo dipinto realizzato sulla facciata est dell'edificio nell'autunno del 2014. Nei motivi raffigurati, niente è suscettibile di urtare la sensibilità delle autorità e suscitare ciò che Blu giudicò una censura a Los Angeles: è l'atto stesso di insediare il palazzo a costituire la protesta contro lo scandalo dei senzatetto e il progetto di riabilitazione dell'edificio. La strategia è abile: se per un certo verso l'artista subisce gli strali dell'istituzione censoria, egli utilizza anche l'istituzionalizzazione della *street art* e la sua personale fama a favore delle cause antisistemiche da lui sostenute.

Similmente, Blu ha fatto molto parlare di sé negli scorsi mesi per aver fatto cancellare due *walls* eseguiti nel 2007 e 2008 in Cuvrystraße, forse «Berlin's most iconic street art» (Henke 2014). Il primo rappresentava due personaggi che si stanno smascherando a vicenda,

simbolo della riscoperta reciproca delle parti est e ovest della città dopo la caduta del muro; il secondo rappresentava un busto d'uomo con i polsi incatenati da due orologi d'oro. A detta di Lutz Henke, uno dei co-artefici dei due *murals* concepiti da Blu e membro dello stesso *team* che, nella notte dal 18 al 19 dicembre 2014, si diede a ricoprirli di vernice nera, la decisione autocensoria è stata motivata dalla volontà di protestare contro «Berlin's gentrification and zombification» (*ibid.*). Tre mesi prima, un costruttore edile aveva comprato il terreno sul quale si affacciavano i due *murals* per costruirvi edifici di abitazione, un supermercato e un asilo, contribuendo ovviamente all'aumento degli affitti verificatosi da qualche anno in Kreuzberg, ulteriore segno dell'effettivo imborghesimento del quartiere. Un fenomeno al quale ha partecipato largamente la moda della *street art*: a Berlino come nella maggior parte delle grandi città occidentali, esistono appositi *tour* turistici dedicati alla *street art*. I quartieri popolari di un tempo – Kreuzberg a Berlino, Shoreditch a Londra, il Quadraro a Roma – s'imborghescono ma il borghese dei nostri tempi, vale a dire lo *hipster*, non guarda più alle classi economicamente e culturalmente superiori, come nell'Ottocento, bensì a quelle economicamente e culturalmente inferiori, e vuole avere l'impressione di essere un *hoody* a suo modo: per definizione dell'Oxford Dictionary, lo *hipster* è colui che «follows the latest trends and fashions, especially those regarded as being outside the cultural mainstream». La presenza di un *artwork* eseguito nella clandestinità di fronte alle proprie finestre è un valore aggiunto, ma allo stesso tempo fa passare il *cataluogo* nella categoria del luogo, svuotando l'opera originale dal suo originale senso satirico, intrinsecamente legato alla sua collocazione. L'autocensura di Blu è rifiuto di questa sforzatura.

Certamente non tutti gli *street artists* la pensano come Blu. C'è chi, come Banksy, si affida piuttosto all'ironia disincantata di un *pezzo* lasciato *in situ* sebbene, con il recupero dell'opera da parte dell'autorità sistemica, venga corrotto il *situ* e, con esso, il *pezzo*. La scritta di Clipstone street, che esprime insieme fiducia e sfiducia nella capacità della *street creativity* di agire sulla società («IF GRAFFITI CHANGED

ANYTHING IT WOULD BE ILLEGAL»: se il graffiti cambiasse checchessia, sarebbe illegale), è stata ricoperta da una lastra di plexiglas (fig. 6). Entrando a far parte del patrimonio pubblico, ha cambiato qualcosa? I graffiti sono tuttora illegali, e non conta che quello di uno *street artist* particolarmente talentoso, famoso e quotato sia stato regolarizzato *a posteriori* e trasformato a sua volta in un'attrazione turistica, quindi di consumo. Eppure anche in questo caso il movente dell'artista era proprio di denuncia e trasgressione, non solo perché eseguito senza autorizzazione, ma anche perché allude all'immobilismo del sistema stabilito.

Ma è vero che l'*artivism* di strada non cambia nulla? In realtà, la *street creativity* ha una sua incidenza, almeno sulle mentalità. Lo dimostra il Piano Regolatore degli Impianti Pubblicitari recentemente approvato dall'Assemblea Capitolina del Comune di Roma (delibere n. 49 e 50 del 30 luglio 2014), che prevede una riduzione sostanziosa del numero e delle dimensioni dei cartelloni pubblicitari nella capitale d'Italia. Chi può affermare che la lotta al *brandalism* e l'eccezionale fioritura di *street creativity* negli ultimi dieci anni non ci abbiano avuto la loro parte? Vent'anni fa, il gruppo Mosko et Associés non era riuscito a impedire lo sfratto degli abitanti del quartiere parigino della Moskowa, minacciato di distruzione. Invece finora i residenti dell'ex caserma occupata di via Porto Fluviale a Roma non sono stati ancora espulsi.

In linea di massima, si può considerare che tutte le forme di espressione di strada, legali o illegali, artistiche o meno, siano forme più o meno radicali e più o meno dirette di resistenza alle ingiustizie, alle ipocrisie e in particolar modo alle censure, come lo svelamento delle motivazioni segrete della politica internazionale o la comunicazione nello spazio pubblico senza fini di lucro o di propaganda, o comunque eseguita al di fuori della sfera di controllo delle autorità istituite. L'autocensura di Cuvrystraße non ostacolerà la trasformazione di Kreuzberg, già bene avviata e probabilmente inesorabile, e Blu non intendeva probabilmente cambiare checchessia.

Egli non voleva che, cambiando radicalmente il loro contesto, le sue opere cambiassero significato e venissero recuperate dalla nuova *hipsterland* di turno. L'autocensura era insomma finalizzata a preservare la carica critica e trasgressiva della *street art*: infatti, la trasgressione è criterio imprescindibile dell'*artwork* realizzato nello spazio pubblico. Del resto, molti autori di *street creativity* non concepiscono la loro attività e fors'anche l'arte *tout court* se non nell'illegalità: «ART IS NOT A CRIME UNLESS YOU DO IT RIGHT», l'arte non è un delitto tranne se la fai correttamente (fig. 21).

Ma a spingerli tutti – Banksy compreso – a realizzare prodotti deliberatamente illeciti non sono soltanto motivi artistici o politici. Ci sono almeno altri due motivi del *passage à l'acte*.

Hic et nunc

Motivo primario, come è stato anticipato, è l'eccitazione della trasgressione, lo *thrill*, l'adrenalina. Interrogato sulla sua esperienza adolescenziale di *writer*, Mr. Wany parla della «passione per dipingere al di fuori delle regole» (Gargiulo 2011: 43), poi rievoca le scorribande notturne e soggiunge con nostalgia:

Come Zorro agivo incappucciato nell'oscurità, lasciando un segno che poi la mattina tutti potevano vedere. Questa è la vera poetica del *writer*. [...] eravamo bambini! (*Ibid.*: 45)

Anche per coloro che hanno abbandonato le pratiche selvagge, l'adrenalina liberata dalla violazione del divieto rimane un incentivo irrinunciabile.

Potresti spalmare la tua m*** alla Tate Modern e avere una serata inaugurale con Tony Blair e Kate Moss e non potrebbe essere più eccitante di quando esci e dipingi qualcosa dove non potresti farlo. Il sentimento che provi quando alla fine ti siedi sul

divano di casa tua, con una sigaretta e pensi “non c’è modo che si accorgano di me”, è fantastico, meglio del sesso, meglio della droga. (De Gregori 2010: 121)

Quest’affermazione, riferita da Sabina De Gregori, è di Banksy. L’artista britannico non è l’unico a continuare a operare nella clandestinità parallelamente alla sua attività legale, nonostante il suo straordinario successo. Lo fanno altri artisti, anch’essi di fama internazionale, come C215 (fig. 17), Anthony Lister (fig. 22) o Borondo (fig. 23)²⁵. L’idea stessa di censura riveste una funzione seminale nell’atto creativo e comunicativo di strada: è la «volontà di disubbidienza²⁶» (Ardenne 2011: 15), «the audacity of the act itself», «the work as performance, an event, undertaken with a gamble and a risk» (Irvine 2012: 239).

Se il bambino è figura centrale degli *street artworks*, è forse perché al bambino è ancora consentito essere un po’ fuorilegge. Il Pinocchio di Speedy Graffito (fig. 8) è il monello che sfida l’autorità e deve ancora crescere: quello (rivisitato) di Collodi insomma, il cui romanzo finisce quando la metamorfosi è stata compiuta, poiché da quel momento in poi il personaggio non è più interessante e non ha più nulla da insegnare ai lettori. Lo stesso vale per i ragazzini raffigurati dal Francese Dran²⁷:

The children in my drawings are daydreaming far away. They have imagination, so they are no longer alone. Street art perpetuates this mischievous aspect, sparks camaraderie, treats

²⁵ Il Francese Christian Guémy, alias C215, è nato nel 1973 (www.c215.fr). L’Australiano Anthony Lister è nato nel 1979 (www.anthonylister.com). Lo Spagnolo Borondo nato nel 1989 (www.gonzaloborondo.com).

²⁶ «volonté de désobéissance».

²⁷ Cfr. <http://retroactif.free.fr/dran/>.

you to a break and pumps adrenaline. My drawings send out messages about society. And, when you need to blow the whistle, it's ok to be mean. (Neveux 2012: 8)

I ragazzini sono versioni pacifiche dello *hoody*, di cui condividono il DNA ribellistico. Non a caso sono anche frequenti le figure di resistenza e ribellione, in particolare negli *stencils* – Nelson Mandela, Che Guevara o l'Indiano ad esempio (fig. 24, 25, 26). La legge e la *mainstream* possono anche sbagliare: allora c'è da imparare dai fuorilegge. Del resto, sono gli stessi sorrisi ingannevoli di Babbo Natale, di Topolino e Ronald McDonald a costringere i Robin Hood dei tempi presenti all'anonimato degli *hoddies*.

Altro motivo della *street creativity* è il desiderio di comunicare con la gente: «l'arte urbana si afferma anche come contrappunto alla segregazione e alla separazione²⁸» (Lemoine 2012: 88), «a new form of horizontal communication» opposta alla «vertical communication of the locus of power» (Omodeo 2014: 8). Quando non lotta esplicitamente contro le censure e le menzogne, la *street creativity* per la sua stessa presenza sostiene il diritto dei *cataluoghi* a esistere: con ciò, sostiene anche il diritto dei cittadini a non essere soltanto consumatori o utenti. Se non altro, il *pezzo* ha un'incidenza sulla vita degli abitanti e dei passanti. La pensa così C215:

My art is contextual art. I try to pay tribute to the people who live there, especially the people you come across outdoors, like the children and the homeless. That way, those nameless people become icons. There is no doubt in my mind that Street art can change cities and daily life there for the people in them. (Neveux 2012: 8)

²⁸ «l'art urbain s'affirme aussi comme un contrepoint à la ségrégation et la séparation».

La *street art* è anzitutto un'arte *in situ*, fatta cioè per un determinato ambiente socio-urbano e regalata alla gente che lo popola: un'arte «circostanziale» concepita

sul modo della compresenza, in virtù di una logica d'impegno che fa sì che l'opera d'arte sia direttamente connessa a un argomento che appartiene alla storia immediata [...], motivata dal desiderio di abbattere le barriere spaziotemporali tra creazione e percezione dell'opera²⁹. (Ardenne 2004: 16-19)

L'autore di *street creativity* cerca lo *thrill* della sfida ma cerca anche di riallacciare il contatto con i cittadini, restituendo loro uno statuto di persone; un contatto diretto e non mediato dall'autorità, qualunque essa sia. Con ciò, egli o ella cerca in fondo di vivere intensamente il presente. Non a caso, i teschi si erano imposti sui muri (fig. 21) molto prima che Damien Hirst realizzasse *For the Love of God*, il teschio tempestato di brillanti acquistato dal White Cube di Londra nel 2007, e prima che, nella sua scia, teschi di ogni fatta invadessero tutti i prodotti di consumo quotidiano. «Mettere in scena la morte in un ambito pubblico», sostiene l'Italiano Ozmo, significa «parlare di qualcosa che era tabù o comunque indicibile» (Gargiulo 2011: 88).

Una raccolta di opere scandalose e sottoposte a censura della storia dell'arte occidentale pubblicata qualche anno fa (Pierrat 2008) raccoglie 58 opere, dal *San Sebastiano* di Fra Bartolomeo alla *Cloaca* di Wim Delvoye, ma di *street art* non parla nemmeno. Segno che certa censura proviene anche, ancora, da quelle istituzioni che decidono che cosa è arte e che cosa non lo è. Ma è veramente spazzatura quella creatività che non è riservata a chi può pagare il biglietto d'ingresso e

²⁹ «sur le mode de la coprésence, en vertu cette fois d'une logique d'investissement qui voit l'oeuvre d'art directement connectée à un sujet relevant de l'histoire immédiate [...], sous-tendu par le désir d'abolir les barrières spatio-temporelles entre création et perception de l'oeuvre».

affronta coraggiosamente la caducità? Solo con la *trash art* (fig. 27) «il luogo diventa soggetto³⁰» (Pignon-Ernest 2010: 9), fintantoché non cambi la configurazione unica di quel luogo preciso in quel preciso momento: come la Kreuzberg degli anni 2000, che appartiene ormai alla memoria. La *street creativity* dà senso all'ambiente in cui si colloca e da esso prende il suo proprio senso. Censurata dai «luoghi» e «non-luoghi» della città, è relegata negli «spazi altri» (Foucault 2009) che sono i *cataluoghi* e i luoghi *aumentati* dell'*ipercittà on line*, oppure snaturata, chiusa fra i muri e i quadri delle istituzioni, mummificata sotto il plexiglas; ma il suo terreno naturale è la strada perché è geneticamente un'arte della vita effimera (fig.7), dell'*hic et nunc*: «HOW LONG IS NOW» (fig. 28). Nella consapevolezza della fugacità di ogni cosa e dell'ineluttabilità della morte, la *street creativity* rivaluta il momento e il luogo presente, gettando luce sui simulacri della società della *surmodernité* (Augé 1992), scrollando l'indifferenza di coloro il cui statuto di fruitori soffoca la coscienza critica e fa dimenticare il senso dei valori umani. Questa è la sua forza, il suo limite, la sua dignità e la sua bellezza.

³⁰ «Le lieu devient sujet».

Immagini



Fig. 1: Autore sconosciuto, rue Fontaine de la Ville, Nice, France, 2014



Fig. 1 bis



Fig. 5: Miss Van, Trastevere, Roma, Italia, 2014



Fig. 6: Banksy, Clipstone street, London, UK, 2014



Fig. 7: Babs & Seth, rue Bobillot, Paris, France, 2014



Fig. 7 bis



Fig. 8: Speedy Graphito, rue des cinq diamants, Paris, France, 2014



Fig. 9: SGF, Kreuzberg, Berlin, Deutschland, 2014



Fig. 10, Don John, Mehringplatz, Berlin, Deutschland, 2014



Fig. 11: Banksy, Bruton Lane, London, UK, 2014



Fig. 12: Autore sconosciuto, Carré d'or, Nice, France, 2014



Fig. 13: Autore sconosciuto, Mitte, Berlin, Deutschland, 2014



Fig. 14: Autore sconosciuto, via del Borgo di San Pietro, Bologna, Italia, 2014



Fig. 15: taosuz., Urban Spree, Revaler Straße, Berlin, Deutschland, 2014



Fig. 16: Autore sconosciuto, Kreuzberg, Berlin, Deutschland, 2014



Fig. 17: C215, Trastevere, Roma, Italia, 2014



Fig. 18: Autore sconosciuto, Hackney Wick, London, UK, 2014



Fig. 19: Autore sconosciuto, Mitte, Berlin, Deutschland, 2014



Fig. 20: Blu, via di Porto Fluviale, Roma, Italia, 2014



Fig. 21: Autore sconosciuto, Hackney Wick, London, UK, 2014



Fig. 22: Anthony Lister (in fondo), Shoreditch, London, UK, 2014



Fig. 23: Borondo, Hackney Wick, London, UK, 2014



Fig. 24: Autore sconosciuto, quartier du Cours Julien, Marseille, France, 2014



Fig. 25: Autore sconosciuto, quartier du Cours Julien, Marseille, France, 2014



Fig. 26: Autore sconosciuto, quartier du Marais, Paris, France, 2014



Fig. 27: Autore sconosciuto, Shoreditch, London, UK, 2014



Fig. 38: YZ, Mitte, Berlin, Deutschland, 2014

Bibliografia

Banksy. You are an acceptable level of threat, Darlington, Carpet Bombing Culture, 2012.

Entropie. Alexandre Farto aka Vhils, Paris, Editions Alternatives, 2014.

Lisbon Street Art & Urban Creativity 2014 International Conference, Lisbon, Authors and Editors, 2014.

ZEVS: Electroshock, Copenhagen, Carlsberg Glyptotek & the authors, 2008.

Ardenne, Paul, *Un art contextuel. Création artistique en milieu urbain, en situation, d'intervention, de participation*, Paris, Flammarion, 2004.

Id., «Street Art. La rue est à moi!», *100 artistes du Street Art*, Paris, Editions de la Martinière, 2011.

Augé, Marc, *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*, Paris, Seuil, 1992.

Banksy, *Guerre et Spray*, Paris, Alternatives, 2010.

Casals, Sophia, «Tags: une bataille tous azimuts! », *Nice Matin*, 2.02.2011, <http://www.nicematin.com/article/nice/tags-une-bataille-tous-azimuts.431893.html>, online (ultimo accesso 09/01/2015).

Certeau, de, Michel, *L'invention du quotidien. I. Arts de faire*, Paris, Gallimard, 1990.

Chenus, Nicolas - Longhi, Samantha, «Respecter l'ADN du mouvement», *Journal des arts*, 420 (2014).

Culicchia, Giuseppe, *Muri & duri. Analisi, esegesi, fenomenologia comparata e storia dei reperti vandalici in Torino, Aosta, Priuli & Verlucca*, 2006.

Dal Lago, Alessandro - Giordano, Serena, *Fuori cornice. L'arte oltre l'arte*, Torino, Einaudi, 2008.

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

Ellsworth-Jones, Will, *Banksy. L'uomo oltre il muro*, Milano, L'ippocampo, 2012.

Fersing, Katia, «Murs blancs, peuple muet». *Entre visibilité et invisibilité, ethnographie des pratiques de graff>vandales» et «semi légales»*, tesi di dottorato, Université Nice Sophia Antipolis, 2011.

Foucault, Michel, *Les Hétérotopies. Le Corps Utopique*, Paris, Éditions Lignes, 2009.

Gargiulo, Marta, *Street Art Diary. La storia dell'arte italiana che viene dalla strada*, Roma, Castelvechi, 2011.

Genin, Christophe, *Le street art au tournant. Reconnaissances d'un genre*, Bruxelles, Les Impressions Nouvelles, 2013.

Giverne, Antoine, *Hors du temps 2. Le graffiti dans les lieux abandonnés*, Paris, Pyramyd, 2012.

Henke, Lutz, «Why we painted over Berlin's most famous graffiti», *The Guardian*, 19.12.2014, <http://www.theguardian.com/commentisfree/2014/dec/19/why-we-painted-over-berlin-graffiti-kreuzberg-murals>, online (ultimo accesso 09/01/2015).

«Los Angeles MOCA Censors Street Artist's Commissioned Mural», *Huffington Post*, 10.12.2010, http://www.huffingtonpost.com/2010/12/10/los-angeles-moca-censors-_n_795258.html, online (ultimo accesso 09/01/2015).

Irvine, Martin, «The Work on the Street: Street Art and Visual Culture», *The Handbook of Visual Culture*, London - New York, Berg, 2012: 235-78.

Kennedy, Randy, «Los Angeles Museum of Contemporary Art Paints Over Mural», *The New York Times*, 13.12.2010, http://artsbeat.blogs.nytimes.com/2010/12/13/los-angeles-museum-of-contemporary-art-deems-mural-inappropriate/?_r=0, online (ultimo accesso 09/01/2015).

Lemoine, Stéphanie, *L'art urbain. Du graffiti au street art*, Paris, Gallimard, 2012.

McCormick, Carlo, *Trespass. Une histoire de l'art urbain illicite*, Köln, Taschen, 2010.

Melar, Romain, «La rue s'empare du Palais (de Tokyo)», *Beaux Arts Magazine*, 361 (2014).

Neveux, Céline (dir.), *Au-delà du street art*, Paris, Critères, 2012.

Omodeo, Christian, *Crossboarding. An Italian Paper History of Graffiti Writing and Street Art*, Paris, LO/A, 2014.

Pierrat, Emmanuel, «Postface», *Les grands scandales de l'histoire de l'art. Cinq siècles de ruptures, de censures et de chefs-d'oeuvre*, Issy-les-Moulineaux, Beaux Arts Éditions, 2008.

Pignon-Ernest, Ernest, *Face aux murs*, Paris, Delpire, 2010.

Riva, Massimo, «Street Art Sweet Art», *Street Art Sweet Art. Dalla cultura hip hop alla generazione pop up*, Milano, Skira, 2007: 15-50.

Schiller, Marc – Schiller, Sara, «Vue sur la ville», McCormick, Carlo, *Trespass. Une histoire de l'art urbain illicite*, Köln, Taschen, 2010: 10-11.

Talon-Hugon, Carole, *L'art victime de l'esthétique*, Paris, Hermann, 2014.

Wallin, Yasha, «Blu's street art whitewashed», *The Guardian*, 14.12.2010,

<http://www.theguardian.com/commentisfree/cifamerica/2010/dec/14/art-california>, online (ultimo accesso 09/01/2015).

Sitografia

<http://retroactif.free.fr/dran/>, web (ultimo accesso 09/01/2015).

<http://www.alexandrefarto.com>, web (ultimo accesso 09/01/2015).

<http://www.anthonylister.com>, web (ultimo accesso 09/01/2015).

<http://www.blublu.org>, web (ultimo accesso 09/01/2015).

<http://www.c215.fr>, web (ultimo accesso 09/01/2015).

<http://www.gonzaloborondo.com>, web (ultimo accesso 09/01/2015).

<http://www.graffiti.org>, web (ultimo accesso 09/01/2015).

<http://www.fatcap.org>, web (ultimo accesso 09/01/2015).

<http://www.globepainter.com>, web (ultimo accesso 09/01/2015).

<http://www.larousse.fr>, web (ultimo accesso 09/01/2015).

<http://www.legifrance.gouv.fr>, web (ultimo accesso 09/01/2015).

<http://www.legrandjeu.eu>, web (ultimo accesso 09/01/2015).

<http://www.missticinparis.fr>, web (ultimo accesso 09/01/2015).

<http://www.speedygraphyto.free.fr>, web (ultimo accesso 09/01/2015).

<http://www.treccani.it>, web (ultimo accesso 09/01/2015).

«L'art investit le chantier du tramway», *Sito ufficiale della Ville de Nice*, 11.12.2014, <https://www.nice.fr/fr/actualites/l-art-investit-le->

chantier-du-tramway/mairie?type=articles&parent=actualites, web
(ultimo accesso 09/01/2015).

«New Banksy artwork in Bristol removed with crowbar by local club», *BBC News*, 25.04.2014, <http://www.bbc.com/news/uk-england-gloucestershire-27033079>, web (ultimo accesso 09/01/2015).

L'autrice

Edwige Comoy Fusaro

Maître de Conférences Habilitée à Diriger des Recherches all'Université Nice Sophia Antipolis | Côte d'Azur, membro del LIRCES (France). Esegue i primi studi sulla letteratura italiana del secondo Ottocento e del primo Novecento. Due i volumi pubblicati in merito: *La nevrosi tra medicina e letteratura. Approccio epistemologico alle malattie nervose nella narrativa italiana (1865-1922)* (2007) e *Forme e figure dell'alterità. Studi su De Amicis, Capuana e Camillo Boito* (2009); uno di prossima pubblicazione: «*Poliorama*». *Le immagini di Carlo Dossi*. Dal 2012, svolge ricerche sull'arte contemporanea e la *street art*.

Email: fusaro@unice.fr

L'articolo

Data invio: 15/01/2015

Data accettazione: 01/04/2015

Data pubblicazione: 15/05/2015

Come citare questo articolo

Comoy Fusaro, Edwige, "Censura e street creatività", *Censura e autocensura*, Eds. A. Bibbò, S. Ercolino, M. Lino, *Between*, V.9 (2015), <http://www.betweenjournal.it/>