



“Art is everywhere” è il motto (e la speranza) di ogni critico d’arte, vero o presunto. Mai come oggi, tale affermazione corrisponde a verità: va sotto il nome di Street art e sta assumendo dimensioni intercontinentali.

Al grande pubblico, che sembra sempre più affamato di arte a qualsiasi livello, non occorre, per fruirne, alcun particolare requisito (o biglietto d’ingresso); né si richiede conoscenza della storia del cosiddetto graffitismo, da cui la Street art deriva pur

Street art. Le strade delle città come gallerie. Il graffitismo si fa colto e sceglie l’arma dell’ironia

superandolo per ampiezza e complessità d’espressione. Come ogni vero fenomeno destinato a durare, la Street art è stata del tutto ignorata fino a qualche anno fa. Oggi in piena emersione, o meglio, esposizione, colpisce per la varietà dei media con cui è declinata: stencils, posters, adesivi, sculture, murali, veri e propri dipinti. Basta camminare in qualsiasi metropoli, da Los Angeles a Tel Aviv, a Reykjavik (ma anche Milano o Roma non sono immuni), per osservare l’esplosione di un’espressione che rappresenta l’alternativa artistica più sociale del nostro mil-

vogue

ARTE



lennio, segno di una sempre vitale cultura giovanile. Arte urbana, post-graffiti, tagging: sono performances eseguite quasi sempre senza permesso, a tarda ora, per rimanere “invisibili” e completare così l’opera. Differenti nomi e modalità, medesimo l’obiettivo: lasciare, per strada, sui muri, un segno che, andando oltre una firma o una sigla, come nel caso dei “writers”, non marca semplicemente territori né manda segnali comprensibili solo ai membri della stessa “tribù”, ma apre un dialogo con la gente. Sfida non facile, cercare di farsi notare dal pubblico e soprattutto far capire che non si tratta del solito atto vandalico, giusto per imbrattare, ma che dietro c’è un significato, un messaggio: che quel gesto può essere considerato arte; in fondo, arte non è tutto ciò che noi chiamano arte? Nella rete corre l’informazione: su www.streetsy.com si trova la cartina topografica con le locations delle “esposizioni”; su www.woostercollective.com si hanno invece notizie sulle poetiche che motivano il fenomeno. E che non siano solo volgari imbrattamuri lo conferma l’uscita di due documentati tomi: “The art of rebellion” I e II, ► 000 Ginko press. Di prossima uscita è

In alto, da sinistra. A Santa Monica, in California, uno dei bambini-murali di Chase. A Berlino, una serie di numeri 6 dipinti da 4Artist (www.4artist.com). Al centro, il suo slogan “remember who you are” (www.theartofchase.com). In basso, da sinistra. Obey mostra il suo celebre sticker con la stilizzazione del volto del wrestler André the Giant (www.obeygiant.com). Un grande intervento di Obey.





anche "Stencil is not a crime", di Isabel Babcock, powerHouse books. Se esiste una paternità del fenomeno, questa può forse attribuirsi a Shepard Fairey. Esordisce nel 1989 come Obey ed è il padre dello sticker bombing, l'incollamento selvaggio di adesivi: su muri, pali, ovunque. Può attaccarne centinaia in un giorno. Obey si ispira al situazionismo teorizzato da Guy Debord: del filosofo-cineasta francese fa propria l'implacabile critica al mon-

Bizzarri, geniali. Protagonisti di mostre, ma anche ricercati dalla polizia. Oltre i confini dell'arte metropolitana

do; da McLuhan deriva invece l'identificazione del messaggio con il medium. Il suo motto è: «Paghiamo le tasse, abbiamo il diritto a esporre le nostre opinioni in uno spazio pubblico». A Los Angeles vive invece Chase, belga di nascita, che punta a migliorare la società dipingendola da dentro e insegnandole a convivere con le differenze. «Il mio slogan è "remember who you are". Dipingo volti di bimbi di ogni razza, stimolo l'innocenza che è in noi e che perdiamo crescendo». Sarcasmo, dolcezza, ma anche opzioni rischiose. Accade per Banksy: inglese, la sua identità non è nota, e i no-



Da sinistra, in senso orario. "Chase", una delle performance firmate a New York da Downey & Darius (www.jenbekman.com). Creato dal misterioso Banksy, un gigantesco "Rat" (www.banksy.co.uk). Uno stencil di anonimo in Argentina. Una serie di piastrelle collocate e dipinte da Space Invaders; colori e geometrie rimandano, oltre che all'omonimo videogioco, al cubo di Rubik, icona amata dall'artista

vogue

ARTE

ve mandati di cattura per "the art terrorist" non aiutano a sciogliere il mistero. La sua specialità è appendere opere d'arte finte sui muri dei musei. «Il crimine contro la proprietà non è un delitto vero. Quando guarda un dipinto, la gente non pensa a come è stato fatto, ma al suo significato estetico». Da Parigi è invece partito Space Invaders: preso co-



me simbolo il celebre videogame, in dieci anni ha invaso con i suoi virus oltre trenta città nel mondo. La reiterazione ossessiva di un modello è tipica anche del berlinese 4Artist, hacker del graffito: cosparge le città di numeri 6, dipingendoli su muri, bottiglie, piastrelle. Gli americani Downey & Darius espongono invece in gallerie d'arte, e non solo. Famosi come creatori di opere che modificano l'ambiente urbano, si definiscono "performers". «Ci vestiamo a seconda del lavoro che vogliamo fare. Nessuno ci nota, finché non abbiamo terminato il progetto». Roberto Croci

(www.space-invaders.com). Ancora Banksy: "Kissing cops". Cover del volume di Isabel Babcock "Stencil is not a crime", powerHouse books, 2006, grande reportage sulla Street art tra Cile, Brasile e Argentina. Foto Baba'ra.

