

# STREET ART

**Approccio storico, sociale ed economico al fenomeno  
che ha dato vita alla nuova avanguardia italiana.**

Testo a cura di **Lodovico Minelli**

**Indice:**

**1. Etimologia del termine “Graffiti”**

**2. Graffiti nella storia dell’umanità**

**3. Storia ed evoluzione del Graffitismo moderno**

**3.1 1970-1980 il capitolo americano del graffitismo moderno**

**3.2 1980-1994 il capitolo Globale e le prime esperienze d’arte**

**3.3 1994-2007 i fenomeni di massa: “graffiti-writing”, “aerosol-art”, “graffiti-logo” e Street Art**

**4. L’economia dei graffiti: Design, mondo dell’Arte, pubblicità ed anti-pubblicità**

## 1. Etimologia del termine “Graffiti”

Il termine “Graffiti” utilizzato internazionalmente per definire le scritte che infestano e decorano gli spazi urbani deriva dall’italiano singolare “Graffito”; la radice dell’utilizzo del termine è da ricercarsi nel latino GRÀPHIUM: stile per incidere, che a sua volta deriva dal greco GRÀPHEIN, scalfire, incavare, disegnare. GRAPH-È in greco antico è la grafia, la scrittura, il disegnare, in particolare il modo di scrivere le parole.<sup>1</sup>

Il termine arriva fino a noi perdendo in alcuni casi il significato di scrittura come ad esempio per quanto riguarda “tecnica del graffito”: un tipo di decorazione usata per abbellire l’esterno degli edifici diffusasi in Italia nel Cinque-Seicento.

Osservando il percorso della parola attraverso i secoli si può facilmente notare la differenza d’impiego della stessa a seconda di due differenti significati: la grafia come evoluzione delle lettere e la pittura come decorazione a seconda che il significato del segno sia espresso da un linguaggio oppure da un’illustrazione. A volte è successo che il significato si esprimesse con entrambe le cose come nello splendido caso degli ideogrammi.

Questa premessa etimologica è molto importante, vedremo infatti che la stessa definisce a priori anche lo schema evolutivo del moderno graffitismo.

## 2. Graffiti nella storia dell’umanità

Una cosa è certa, l’uomo ha sempre usato i graffiti per esprimere la propria creatività e veicolare concetti fin da prima che esistesse la scrittura. Ne sono una testimonianza i petroglifi preistorici incisi nei siti archeologici di tutto il pianeta. Le prime produzioni dell’homo-sapiens sono rozzi segni scavati nella roccia con strumenti appuntiti di vario genere, utilizzando la tecnica della picchiettatura o della raschiatura, segni che evolveranno nel corso dei secoli in formidabili composizioni di pittura rupestre.

Il primo sito in assoluto ad essere stato riconosciuto patrimonio dell’umanità e tutelato dalla prestigiosa organizzazione del World Heritage dell’Unesco nel 1979 è stato proprio il sito dei Graffiti Rupestri di Vallecamonica in provincia di Brescia.<sup>2</sup>

L’arte della nostra specie è iniziata su superfici “pubbliche” in corrispondenza di punti di socialità e di passaggio dove le prime comunità umane si riunivano, un esempio su tutti possono essere considerate le magnifiche opere di pittura rupestre dell’insediamento di Lascaux in Francia.

Le scritte murali hanno caratterizzato qualsiasi agglomerato urbano dell’antichità, dalle polis greche, agli insediamenti Romani, come ad esempio Pompei. Seguono la logica dei graffiti gli ideogrammi degli alfabeti cinesi e giapponesi, così come ai graffiti del muro della democrazia era affidata in Cina la comunicazione sociale.

## 3. Storia ed evoluzione del Graffitismo moderno

Il graffitismo moderno si sviluppa a partire dai primi anni ‘70 nel contesto delle grandi metropoli statunitensi. Con la fine degli anni ‘80 i graffiti sbarcano in Europa per poi dilagare velocemente negli altri continenti. Il graffitismo urbano prospera energicamente in ogni angolo del globo rivelandosi un vero e proprio fenomeno sociale e culturale, spesso erroneamente assimilato all’evoluzione della cultura Hip Hop.

### 3.1. 1970-1980 Il capitolo americano del graffitismo moderno

La storia del graffitismo moderno ebbe inizio per mano di un fattorino di Manhattan, il suo nome d’arte “TAKI 183”, cominciò a girare scritto sui vagoni delle metropolitane e nel 1971, lo stesso nome lo si ritrovò sul *New York Times* nel primo articolo relativo al

---

<sup>1</sup> Vocabolario Etimologico della Lingua Italiana di Ottorino Pianigiani

<sup>2</sup> World Heritage Sites UNESCO whc.unesco.org

fenomeno graffiti. Nello stesso periodo emersero altri nomi di pionieri storici: JULIO 204, FRANK 207 e JOE 136. Anche in altri quartieri newyorchesi cominciano a farsi notare scritte a bomboletta spray per le strade e sulle carrozze della metropolitana, a Brooklyn è il caso di FRIENDLY FREDDIE. La metropolitana era stata trasformata di fatto in pochi anni in un mezzo di comunicazione fra le diverse sub-culture che stavano muovendo i primi passi nei diversi quartieri della megalopoli.

Fare graffiti consisteva nel “mettere in giro” il proprio nome il più possibile, le tags (semplici firme) erano le uniche produzioni visibili. La competizione diventava di mese in mese sempre più forte e i writers cominciarono ad entrare nei depositi della metropolitana dove era possibile scrivere su molte più carrozze durante l’intera notte.

In poco tempo i writers diventarono centinaia e per distinguersi i più convinti cominciarono ad evolvere la grafia delle loro scritte, accostandovi motivi grafici. Questo momento è fondamentale nell’evoluzione del graffitismo, e possiamo osservare l’introduzione nella semplice pratica delle scritte urbane del concetto di evoluzione della grafia che sfocerà come vedremo più avanti in evoluzione grafica e pittorica. Tornando a New York possiamo affermare che una delle firme passate alla storia per la sua evoluzione grafica è quella di “STAYHIGH 149”. La successiva tendenza che si sviluppò fu l’ingrandimento delle firme, questa è stata la premessa per l’introduzione del concetto di “outline” o contorno. Erano nati i primi veri “pezzi” o graffiti. I primi, semplici, disegni evolsero velocemente in soluzioni sempre più elaborate che si caratterizzavano per i molti colori e stili di riempimento delle lettere, spessori e riflessi. Le carrozze della metropolitana si riempivano di questi graffiti chiamati “top to bottom” quando occupano l’intera altezza del vagone. I nomi che giravano di più sul sistema metropolitano erano: JAPAN 1, MOSES 147, SNAKE 131, LEE 163d, STAR 3, PHASE 2, TRACY 168, LIL HAWK, BARBARA 62, EVA 62, CAY 161, JUNIOR 161 e STAY HIGH 149.

L’evoluzione stilistica e la competizione fra writers generava le cosiddette “style wars”, gli artisti si sfidavano infatti nelle azioni più temerarie e per contro le loro produzioni acquisivano livelli stilistici inimmaginabili fino a pochi anni prima.

Il primo sociologo ad aver intuito l’importanza del fenomeno culturale legato al graffitismo urbano si chiama Hugo Martinez, il docente decise di dar vita al gruppo artistico “United Graffiti Artists”, una selezione dei migliori artisti di NewYork che vennero invitati ad esporre le loro opere in gallerie d’arte contemporanea. I nomi degli artisti presentati da Martinez nel contesto della Razor Gallery furono: PHASE 2, MICO, COCO 144, PISTOL, FLINT 707, BAMA, SNAKE, e STITCH. L’interesse dei media seguì in quella occasione il fenomeno da vicino.<sup>3</sup>

La situazione a New York nella seconda metà degli anni ’70 diventava sempre più ingestibile: centinaia di nuovi writers avevano costituito di fatto la cosiddetta nuova scuola. I vagoni ormai pieni di scritte venivano colorati con composizioni chiamate “whole-car”, che ne occupano l’intera superficie. Nello stesso periodo veniva introdotto il termine “throw-up” per definire i disegni veloci eseguiti a due colori.

E’ sul finire del decennio che una nuova ondata di creatività s’imporrà sull’apparente anarchia stilistica di NewYork, alcuni nomi su tutti: CASE 2, DURO, REVOLT, ZEPHYR, CRASH, DAZE, LEE, CAZ 2, IZ, SLAVE, REE, DONDI, BLADE, COMET.

### **3.2 1980-1994 il capitolo Globale e le prime esperienze d’Arte**

Con gli anni ‘80 e la massiccia pulizia delle carrozze della metropolitana decisa dall’azienda dei trasporti, molti writers decisero di esplorare nuovi approcci con il mondo della creatività e alcuni entrarono nuovamente in contatto con il mercato dell’arte. In quell’anno i due artisti LEE QUINONES e FAB 5 FREDDIE inaugurarono a Roma un’esposizione curata dal mercante d’arte Claudio Bruni. Nello stesso anno alcune gallerie newyorkesi<sup>4</sup> erano in fibrillazione per gli artisti dei graffiti. I nomi più ricercati dai galleristi stranieri erano: DONDI, LEE, ZEPHYR, LADY PINK, DAZE, FUTURA 2000.

<sup>3</sup> Uno per tutti: l’articolo del 1973 article sul *New York* magazine a firma di Richard Goldstein intitolato “The Graffiti Hit Parade”

<sup>4</sup> ESSES studio, Stephan Eins’ Fashion Moda e Patti Astor’s Fun Gallery

Gli esponenti più di valore del movimento artistico diminuirono sensibilmente il loro attivismo illegale e il livello delle produzioni per le strade crollò drasticamente a fronte di migliaia di nuovi writers inesperti che iniziavano la loro pratica urbana di anno in anno.

Il vero boom del graffitismo nel mondo della grande Arte contemporanea si verificò sempre nel 1980, con il debutto formale di Jean-Michel Basquiat e di Keith Haring sul palcoscenico newyorkese dell'arte contemporanea. Il mondo scoprì in quella occasione per la prima volta artisti di valore che esordendo con scritte e disegni per strada ritrovarono le proprie opere esposte nelle più prestigiose gallerie del mondo. All'ombra di questi primi due folgoranti e smodati successi si articolò la corrente dei pittori-writers presa in esame in precedenza. Questa seconda "ondata" riscosse apprezzamenti in una nicchia di pubblico composto da critici ed esperti d'arte attenti ai progressi delle nuove tendenze d'avanguardia, a differenza del successo di massa che ottennero invece Haring e Baquiat.

In questo periodo temporale che durerà fino ai primi anni '90 il fenomeno del graffitismo maturò e si diffuse su scala globale. Per i motivi più diversi molti writers americani nel corso degli anni '80 viaggiarono in Europa dividendosi fra esposizioni nelle gallerie d'arte ed eventi promossi nel contesto della fresca ondata culturale Hip Hop. La gioventù europea si innamorò immediatamente dei graffiti. La poca letteratura<sup>5</sup> relativa al fenomeno e i films<sup>6</sup> sulla cultura di strada newyorchese del tempo si fecero strada in ogni città del vecchio continente. Lo scambio culturale fra Stati Uniti ed Europa toccò negli anni ottanta un picco senza eguali. Molti writers europei andavano a dipingere nella grande mela, tantissimi writers americani venivano ospitati in Europa e dipingevano con regolarità i sistemi ferroviari soprattutto d'Italia e Germania.

### **3.3 1994-2007 i fenomeni di massa: "graffiti-writing", "aerosol-art", "graffiti-logo" e Street Art**

L'esplosione socio-culturale del graffitismo si verifica in Europa dalla metà degli anni '90 ed il graffitismo, associato anche ai fenomeni "Graffiti-Logo" e alle prime esperienze di Street Art, si è talmente diffuso da poter essere considerato a pieno titolo un fenomeno di massa: fioriscono riviste specializzate, siti Internet e la ricerca\produzione di speciali materiali da disegno.

Street Art è il termine oggi usato per definire qualsiasi gesto artistico compiuto in spazi pubblici e quindi "per strada". Dietro a questo termine si celano però varie tipologie di approcci creativi: il graffitismo tradizionale, la sticker art o "arte degli adesivi", la poster art, le video-proiezioni e le installazioni.

Come già evidenziato nei paragrafi precedenti, la Street Art ha le sue radici nel fenomeno del graffitismo, all'inglese "Graffiti-Writing", il fenomeno, inizialmente giovanile, caratterizzato da incessanti azioni di ragazzi e ragazze decisi ad imporre i propri pseudonimi all'interno dei contesti urbani. Con il passare degli anni il Fenomeno è diventato una Cultura, creando e utilizzando un proprio codice linguistico, differenziando le opere realizzate in categorie stilistiche e dando vita ad una fitta rete di connessioni internazionali di appassionati protagonisti.

Le linee portanti della Cultura del *Graffiti-Writing*, che ormai vanta oltre trent'anni di evoluzione e che ha raggiunto ogni angolo del pianeta, sono state esaustivamente trattate nel database del sito [www.graffiti.org](http://www.graffiti.org): la prima risorsa online internazionale sul tema in esame e che ad oggi resta un importante punto di riferimento per chi pratica o si vuole avvicinare a queste tematiche. E' importante sottolineare che, essendo il *Graffiti-Writing* una Cultura, l'associarlo semplicemente alle sue produzioni è limitativo ed inesatto: parleremo quindi di "Cultura Graffiti-Writing" e di "Produzioni Graffiti-Writing".

Con il passare del tempo ai semplici graffiti si sono accostate decorazioni aerografiche più complesse, nasce per l'appunto l' "Aerosol-Art". Si tratta dell'utilizzo della bomboletta spray con applicazioni pittoriche aerografiche simili alle produzioni aerografiche convenzionali. L'*Aerosol-Art* dapprima ha arricchito di significato le scritte Graffiti connotandole e

<sup>5</sup> Ad esempio il libro di Martha Cooper's *Subway Art* e *Spray Can Art* di Henry Chalfant e James Prigoff's.

<sup>6</sup> Films come *Style Wars* di Tony Silver ed Henry Chalfant o *Wild Style* di Charlie Ahearn.

rendendole appetibili al grande pubblico, successivamente, ha trovato una propria indipendenza e dignità artistica. Molti Aerosol-Artists sono anche Graffiti-Writers ma emergono sempre più figure che fanno dell'*Aerosol-Art* sia un punto di partenza che di arrivo. L'*Aerosol-Art* si configura quindi come una tecnica pittorica aerografica spesso associata alle produzioni *Graffiti-Writing* e non è quindi da ritenersi una cultura.

Dalla metà degli anni '90 si delinea la tendenza "Graffiti-Logo" che può essere considerata il primo periodo della Street Art: la tendenza si sviluppa quando alcuni *Graffiti-Writers* cominciano ad associare il proprio nome ad un'icona che viene riprodotta serialmente sulle superfici di contesti urbani. L'efficacia comunicativa di questi loghi sulla popolazione estranea al fenomeno è indubbiamente maggiore rispetto alle tradizionali scritte delle produzioni *Graffiti-Writing*. Il "Graffiti-Logo" è stata la tendenza protagonista delle prime esperienze Street Art internazionali connotando molti artisti di successo, gli stessi artisti che distaccandosi dalla cultura del graffitismo tradizionalista, riscopriranno la storia dei primi graffitisti pionieri nel mondo dell'arte ed evolveranno i propri percorsi artistici con entusiasmo e passione.

#### 4. L'economia dei graffiti: Design, mondo dell'Arte, Pubblicità e Anti-Pubblicità

I primi ad accorgersi dell'enorme potenziale economico di questa sotto-cultura sono stati i pubblicitari e gli studi grafici: molti writers si sono formati come grafici, avvantaggiati rispetto ai colleghi dall'aver sperimentato e maturato linguaggi visivi nuovi, forti ed impattanti. E' proprio grazie a queste qualità che i writers-designers riusciranno ad imporre, sulla pubblicità prima e sulla società poi, il loro gusto estetico garantendo così a molti colleghi artisti dei graffiti una posizione da protagonisti in campagne pubblicitarie internazionali. Con queste premesse, non è stato difficile per media imporre il gusto graffiti come moda, stavolta non più associata al solo target giovanile.

Perché i graffiti piacciono così tanto al mondo della pubblicità? I motivi esistono e sono di facile comprensione. Il graffitismo urbano nasce infatti come necessità d'espressione di generazioni cresciute a colpi di pubblicità. Hanno assimilato il linguaggio stesso della pubblicità, l'hanno fatto loro, ne conoscono i meccanismi e li riutilizzano a loro favore.

Nella nostra società globale e capitalista spesso le singole persone soccombono inermi al martellare del clamore pubblicitario, spesso falso e dannoso. Questa condizione di impotenza rispetto al poter avere controllo sul mondo che ci circonda e la privazione del nostro tempo e spazio per mano delle pubblicità è stato il brodo primordiale in cui il graffitismo ha messo le sue radici e al tempo stesso è il motivo per cui il fenomeno ha avuto sviluppi tanto clamorosi su scala planetaria. Come scriveva Ric Blackshaw in uno dei libri cult del graffitismo "È una questione di proprietà e controllo"<sup>7</sup>.

Le piccole realtà e le enormi multinazionali comprano attraverso il denaro gli spazi che ci circondano. Le scritte, i posters, gli adesivi, i graffiti sono un continuo promemoria dei limiti di questo nostro ordinamento economico, i graffiti sono errori, falle del sistema, sono esposizioni visive e mediatiche illegali perché non autorizzate, ma soprattutto perché non pagate.

Il marketing si è innamorato di questo fenomeno perché rappresenta perfettamente lo spirito di insubordinazione delle generazioni più giovani, per via della sua enorme forza comunicativa, ed infine per quella sua maledetta ispirazione a voler diventare un sistema contrario e parallelo a quello del capitale, in cui una persona anche senza soldi e solo grazie alla propria determinazione può diventare famosa e ricavarci uno spazio di notorietà personale in una società distratta.

Fin dalla loro apparizione i mass media si sono sempre nutriti delle culture d'avanguardia, con i graffiti la cosa è diversa. Il fenomeno continua a restare vero e vivo nonostante molti dei suoi attori collaborino con e per i media. I denari guadagnati vengono spesso investiti in campagne di contro-informazione e in attivismo di disordinazione in strada come sulla Rete.

Una cosa è certa, i graffiti sono il più datato e allo stesso tempo il più fresco veicolo di comunicazione esistente.

---

<sup>7</sup> "Scrawl Collective" dirty graphics, di Ric Blackshaw e Liz Farrelly.