Creatività urbana in Italia

Con l'espressione "creatività urbana" si è soliti riferirsi all'insieme di pratiche di intervento nello spazio urbano nelle forme e nei modi tipici del graffiti writing, della street art e del nuovo muralismo. Questi sono tre fenomeni culturali distinti eppure consimili. Dal punto di vista tecnico ed estetico, il writing si manifesta nel disseminarsi di firme pseudonime – tag, throw-up e pezzi – sulle cose della città, treni inclusi, per un'esigenza di imposizione del sé e dell'evoluzione degli stili nel farlo; la street art si rappresenta piuttosto in figurativo e sperimenta i materiali – pittura, wallpaper, stencil, sticker, installazioni – nel desiderio di comunicare con spirito di attualità idee, critiche, opposizioni, in campo sociale, culturale, politico, ambientale, ma anche libere espressioni; il nuovo muralismo campeggia infine su ampie superfici urbane come facciate, infrastrutture e altra edilizia, rinnovandosi rispetto alla prima metà del Novecento anche al caldo, più di recente, proprio del writing e della street art, con interventi oggigiorno eterogenei (artistici, didattici, commerciali, sociali, decorativi) e in specifici stili pittorici – astratto, illustrativo, realistico, informale, cromatico, geometrico e altri ancora.

All'interno del più ampio e spontaneo dominio creativo dei tre fenomeni, ci sono poi importanti evidenze artistiche, che sono tali per iniziativa degli stessi autori e riconoscimento di altre parti (scenari, sistemi, mercati). In tal senso, non è affatto insolito che writer, street artisti o muralisti producano anche opere mobili, come stampe, tele, sculture, con caratteristici rimandi ai propri mondi (streetness), che alimentano collezioni, mostre, gallerie.

Dal punto di vista degli eventi, storicamente, il più delle volte il writing organizza jam, la street art si riunisce in happening e il nuovo muralismo in festival, mentre gli insiemi coerenti di interventi e opere su un medesimo spazio urbano si è soliti identificarli come sistemi territoriali, da qualche tempo oggetto di tour.

In Italia, le primissime apparizioni, dirette o indirette, di elementi riconducibili ai tre fenomeni creativi urbani datano già agli ultimi anni Settanta. Nei due decenni successivi, a fasi alterne per produzione materiale e successo generalista, si sono giustapposti o soprammessi nello spazio urbano italiano, per intenderci, migliaia d'interventi di writing, centinaia di street art e decine di muralismo, che invece al principio dei Duemila ha intrapreso un'ascesa progressiva fino a oggi.

Che si tratti di opere singole o insiemi localizzati, di firme nostrane o estere, e poi di commesse pubbliche o private, di ampie periferie o piccoli borghi, di iniziative personali o eventi gestiti da organizzazioni specializzate, casomai con università, accademie, enti no profit, operatori culturali; e che si tratti di writing, street art o nuovo muralismo, l'Italia trabocca in ogni dove di creatività urbana. C'è una certa pienezza culturale, oramai, negli autori e nelle produzioni che, nelle varie regioni e nelle tante città, nelle migliaia di comuni, nei paesi rurali, riflettono su diversità che arricchiscono, implementano i territori e rigenerano le comunità, connettono le parti sociali e le generazioni nel passaggio al futuro, attualizzando in interventi creativi urbani i numerosi patrimoni identitari che fanno unica la nostra Italia.

Luca Borriello
direttore INWARD Osservatorio Nazionale sulla Creatività Urbana