

STREET ART

a cura di | *editors*
Antonella di Luggo
Ornella Zerlenga



La scuola di Pitagora editrice

Disegnare sui muri
Drawing on the walls



Temi e frontiere
della conoscenza e del progetto

Themes and frontiers
of knowledge and design

TEMI E FRONTIERE DELLA CONOSCENZA E DEL PROGETTO

Direttore scientifico

ORNELLA ZERLENGA, Università degli Studi della Campania “Luigi Vanvitelli”, Italia

Comitato scientifico

MAURIZIO ANGELILLO, Università degli Studi di Salerno, Italia

PILAR CHÍAS NAVARRO, Universidad de Alcalá, Spagna

AGOSTINO DE ROSA, Università IUAV di Venezia, Italia

ANTONELLA DI LUGGO, Università degli Studi di Napoli “Federico II”, Italia

MARIA LINDA FALCIDIENO, Università di Genova, Italia

MARINA FUMO, Università degli Studi di Napoli “Federico II”, Italia

LAURA GARCÍA SÁNCHEZ, Universitat de Barcelona, España

PAOLO GIANDEBIAGGI, Università degli Studi di Parma, Italia

MILENA KICHEKOVA, Varna Free University “Chernorizets Hrabar”, Bulgaria

KARIN LEHMANN, Hochschule Bochum, Germania

MARIO LOSASSO, Università degli Studi di Napoli “Federico II”, Italia

RICCARDO SERRAGLIO, Università degli Studi della Campania “Luigi Vanvitelli”, Italia

ALEXANDRA SOTIROPOULOU, National Technical University of Athens (NTUA), Grecia

Coordinamento scientifico-editoriale

VINCENZO CIRILLO, Università degli Studi della Campania “Luigi Vanvitelli”, Italia

DANIELA PALOMBA, Università degli Studi di Napoli Federico II, Italia

MARIA INES PASCARIELLO, Università degli Studi di Napoli Federico II, Italia



STREET ART

Disegnare sui muri

a cura di

Antonella di Luggo

Ornella Zerlenga

STREET ART

Drawing on the walls

editors

Antonella di Luggo

Ornella Zerlenga

La collana, di carattere multidisciplinare, accoglie volumi che propongono una riflessione critica sull'architettura, sulla città, sull'ambiente (materiale e immateriale) e sull'industrial design, indagandone fonti disciplinari e tendenze culturali con attenzione ai temi della forma, della struttura, dell'innovazione, della rappresentazione e della comunicazione | The book series, of multi-disciplinary nature, includes volumes related to a critical reflection about the architecture, the city, the environment (tangible and intangible), and the industrial design, investigating the disciplinary sources and the cultural trends with regard to the themes of form, structure, innovation, representation and communication.

Sottomissione e referaggio

I volumi pubblicati in questa collana vengono preventivamente esaminati da almeno due membri del Comitato scientifico, i quali valutano se il contributo risponde alle linee di ricerca della Collana, se si basa su un'adeguata analisi bibliografica relativa al tema proposto e se offre una attenta disamina delle fonti e/o delle tendenze in atto rispetto al tema proposto. Superata questa valutazione preliminare, il volume viene sottoposto al criterio internazionale della Double-blind Peer Review ed inviato a due referees anonimi, di cui almeno uno è esterno al Comitato scientifico. I referees, oververossia i docenti e ricercatori afferenti a diverse Università ed Istituti di ricerca italiani e stranieri e di riconosciuta competenza negli specifici ambiti di studio, costituiscono il Comitato di referaggio. L'elenco dei referees anonimi e delle procedure di referaggio è a disposizione degli enti di valutazione scientifica nazionale e internazionale | The volumes published in this series are first examined by at least two members of the Scientific Committee, who evaluate whether the contribution meets the series lines of research, if it is based on an adequate literature review concerning the topic proposed, and if it offers a careful examination about sources and/or trends about the proposed theme. After this preliminary assessment, the volume is subjected to the international criteria of Double-blind Peer Review from two anonymous reviewers, or faculty and researchers from Italian and foreign Universities and Research Institutes, with recognized competence in the specific study fields, constitute the refereeing committee. The list of anonymous reviewers and refereeing procedures is available for the national and international scientific evaluation institutions.

La scuola di Pitagora editrice

Indice | Contents

Editoriale | Editorial

- 9 **Street Art. Disegnare sui muri**
Street Art. Drawing on the walls
Antonella di Luggo, Ornella Zerlenga

Saggi | Essays

- 29 **Il trompe l'oeil: da 'arte dell'inganno' ad 'arte delle possibilità'**
The *trompe l'oeil*: from 'art of deception' to 'art of possibilities'
Greta Attademo
- 51 **Segni Notturni Temporanei: disegnare con la luce e i materiali luminosi per la rigenerazione urbana**
Temporary Nocturnal Signs: to draw with lighting and luminous materials for the urban regeneration
Daria Casciani
- 73 **Disegni sui muri. Il fumetto nella certosa di Padula come memoria di prigionia**
Drawings on the walls. The comics in the Charterhouse of Padula as memories of imprisonment
Valeria Cera, Marika Falcone
- 95 **Valorizzare l'architettura religiosa attraverso l'arte di strada. Il campanile della chiesa di Maria Santissima del Carmine alle Fontanelle nel progetto PREVENT**
Enhancing religious architecture through Street Art. The bell tower of the church of Maria Santissima del Carmine alle Fontanelle in the PREVENT project
Vincenzo Cirillo, Margherita Cicala
- 127 **Street Art a Torino: una nuova immagine della città tra continuità storica e disegno urbano**
Street Art in Torino: a New Image for the city between Historical Continuity and Urban Survey
Pia Davico, Chiara Devoti
- 151 **Il ruolo della decorazione a sgraffito nel rinnovamento urbano della città. Le facciate dei palazzi di Pienza**
The role of the sgraffito decoration in the urban renewal of the city. The façades of the palaces of Pienza
Francesca Di Geronimo, Franco Forzani Borroni

Copertina: *L'uomo che si porta via l'arcobaleno* di Andrea Coppo in arte Kenny Random (Padova, ottobre 2020) | Cover: *L'uomo che si porta via l'arcobaleno* by Andrea Coppo known as Kenny Random (Padova, October 2020).

È assolutamente vietata la riproduzione totale o parziale di questa pubblicazione, così come la sua trasmissione sotto qualsiasi forma e con qualunque mezzo, anche attraverso fotocopie, senza l'autorizzazione scritta dell'editore | The total or partial reproduction of this publication, as well as its transmission in any form and by any means, even though photocopies, without the written permission of the author and the publisher is strictly forbidden.

© 2020 - La scuola di Pitagora editrice
Via Monte di Dio, 14
80132 Napoli
Telefono e Fax +39 081 7646814
www.scuoladipitagora.it
info@scuoladipitagora.it

ISSN 2724-3699

ISBN 978-88-6542-396-7 (dicembre 2020 - versione elettronica del formato PDF)

-
- 173 **Minima Muralia: 15 anni di disegni sui muri diventano un progetto editoriale**
Minima Muralia: 15 years painting become a publishing project
Maria D'Uonno
- 187 **Rappresentazione nell'urban art**
Urban Art Representation
Tommaso Empler
- 205 **Luigi Masecchia: una nuova Street Art**
Luigi Masecchia: a new Street Art
Luca Izzo
- 223 **Street Art nei luoghi dello sport: il cambiamento percettivo per riqualificare gli ambienti marginali**
Street Art in sports venues: perceptive change to redevelop marginal environments
Silvia La Placa, Marco Ricciarini
- 247 **Animazione 3D per la Street Art. Cyop&Kaf, un progetto per i Quartieri Spagnoli di Napoli**
3D animation for the street art. Cyop&Kaf project for Quartieri Spagnoli of Naples
Valeria Marzocchella, Maurizio Perticarini
- 267 **Ornamento e graffiti. Superfici empatiche nell'era dell'immagine condivisa**
Ornament and graffiti. Empathic surfaces in the age of image sharing
Francesca Olivieri, Gian Marco De Vitis
- 285 **Nuovi media digitali e Street Art: progetto per la memoria e la valorizzazione della via di Mezzo ad Angri**
New digital media and Street Art: a project for the memory and enhancement of the Via di Mezzo in Angri
Alessandra Pagliano, Paola Vitolo
- 307 **Dal textile design alla Street Art: l'arte urbana di Camille Walala**
From textile design to Street Art: the urban works of Camille Walala
Alice Palmieri
- 329 **Street Art e Urban Art: le scale urbane come luoghi per originare scenari suggestivi**
Street Art and Urban Art: urban stairways as places to create suggestive scenarios
Daniela Palomba
- 365 **Street Art: ordinari piani di riverbero**
Street Art: ordinary reverberation plans
Leopoldo Repola

-
- 391 **Eredità iconografiche nella Street Art. Modelli Storici dall'Accademia di Belle Arti alla Città Dipinta**
Iconographic legacies in Street Art. Historical Models from the Fine Arts Academy to the Painted City
Matteo Giuseppe Romanato
- 417 **Guerrilla projection: tra marketing, street art e attivismo politico**
Guerrilla projection: between marketing, street art and political activism
Daniele Rossi
- 443 **Quando i muri parlano. Laboratorio di co-creazione nello spazio pubblico. Esprimere i desideri degli abitanti attraverso l'arte e l'azione**
When the walls speak. Co-reation workshop in the public space. Expressing inhabitants' desires through art and action
Bruno Seve, Ernesto Redondo, Robert Segal
- 463 **Attraversando i muri**
Through walls
Francesca Sisci, Domingo Milella
- Reportage fotografico** | Photo report
- 485 **Fotografando la Street art: il borgo di Aielli**
Photographing Street art: the borgo of Aielli
VIRTO360 - Mirko Perna, Cristiano Lombardi, Luca De Francesco
- 497 **Fotografando la Street art: il Parco dei Murales a Ponticelli**
Photographing Street art: the Parco dei Murales in Ponticelli
VIRTO360 - Mirko Perna, Cristiano Lombardi, Luca De Francesco
- 511 **Bibliografia ragionata** | Annotated bibliography
Daniela Palomba

Bibliografia - Sitografia

References - Webography

- AA.VV. (2017). *Catalogo dell'arte moderna*. Verona: Editore Giorgio Mondadori, pp. 338-347.
- Aiuti, S. (2018). *Luigi Masecchia. Dalla pop art di Andy Warhol alla neo pop art italiana*. Retrieved November 15, 2019 from <https://www.italiani.it/luigi-masecchia-tappost/>
- Associazione Culturale Artetra (2019). *Luigi Masecchia*. Retrieved November 15, 2019 from <https://www.artetra.it/luigi-masecchia/>
- Barbetta, C. (2017). *Bordalo II e la street-art ecologica*. Retrieved November 21, 2019 from <http://www.vita.it/it/article/2017/11/24/bordalo-ii-e-la-street-art-ecologica/145231/>
- Barth, S. (2015). *Chicago artist repairs pot holes with mouthwatering ice cream mosaics*. Retrieved November 20, 2019 from <https://road.cc/content/news/153711-chicago-artist-repairs-pot-holes-mouthwatering-ice-cream-mosaics>
- Bordalo II (2020) [web-site]. Retrieved November 23, 2019 from www.bordaloii.com
- Cerignale, F. (2016). *Genova, le buche nei marciapiedi diventano opere d'arte*. Retrieved November 22, 2019 from <https://www.genova24.it/2016/10/genova-le-buche-nei-marciapiedi-diventano-opere-d-arte-167803/>
- Cirinei, A. (2016). *Jan Vormann e la sua Lego Street Art. Buche e crepe riparate con i mitici mattoncini*. Retrieved November 20, 2019 from <https://urbanpost.it/jan-vormann-e-la-sua-legostreet-art-buche-e-crepe-riparate-con-mitici-mattoncini/>
- Crispino, C. (2014). *"Tappòst" al Maschio Angioino: mostra di Luigi Masecchia*. Retrieved November 16, 2019 from <https://www.unina.it/-/6331315-tappost-al-maschio-angioino-mostra-di-luigi-masecchia>

Crutzen, P. J., Stoermer, E. F., (2000). The Anthropocene. *IGBP Newsletter*, n. 41., maggio 2000.

Eticamente (2014) [web-site]. *Jan Vormann: l'artista che "riempie" buche e crepe di palazzi storici con mattoncini Lego*. Retrieved November 21, 2019 from <https://www.eticamente.net/27655/jan-vormann-lartista-che-riempie-buche-e-crepe-di-palazzi-storici-con-mattoncini-lego.html?cn-reloaded=1>

Gazzetta del sud (2019) [web-site]. *La street art di Irina Belaeva, l'artista che trasforma le buche di Messina in mosaici colorati*. Retrieved November 25, 2019 from <https://messina.gazzettadelsud.it/articoli/cultura/2019/11/12/la-street-art-di-irinabelaeva-lartista-che-trasforma-le-buche-di-messina-in-mosaici-colorati-d797130c-12f1-47e8-b6c5-2df2e9558769/>

Gruppo Hera (2019) [web-site]. *Luigi Masecchia*. Retrieved November 15, 2019 from <https://www.scartline.it/portfolio/masecchia-luigi/>

Grusovin, M. (2015). *La Street Art amica del riciclo*. Retrieved November 21, 2019 from <https://www.green.it/street-art-amica-riciclo/#prettyPhoto>

Guzzone, S. (2019). *Irina Belaeva: l'artista che ripara le buche di Messina con i mosaici*. Retrieved November 25, 2019 from <http://www.strettoweb.com/foto/2019/11/irina-ripara-buche-messina-mosaici/919346/>

Izzo, L. (2019). *Intervista con Luigi Masecchia* (10 novembre 2019), Napoli.

Jim, B. (2019) [web-site]. Sito ufficiale. Retrieved November 20, 2019 from <https://www.bachor.com/Keblog> (2015) [web-site]. Questo artista combatte le buche nelle strade di Chicago comprendole di mosaici raffiguranti gelati. Retrieved November 20, 2019 from <https://www.keblog.it/>

[street-art-mosaici-gelati-buche-strade-asfalto-jim-bachor/](https://www.facebook.com/tappost/)
Masecchia, L. (2019). *"EX"* [Catalogo ufficiale di Luigi Masecchia. Catalogo privato dell'artista]. Napoli: Petrone group.

Masecchia, L. (2019). *Tuttapost* [web-site]. Retrieved November 15, 2019 from <https://www.facebook.com/tappost/>

Masecchia, L. (2019). *Luigi Masecchia* [web-site]. Retrieved November 15, 2019 from <https://www.facebook.com/tappost/>

Masecchia, L. (2019) [web-site]. Retrieved November 15, 2019 from <https://www.luigimasecchia.it/>

Rieti Life (2014). *Jan Vormann, parte dalla provincia di rieti l'idea di restaurare edifici con i lego*. Retrieved November 21, 2019 from <http://www.rietilife.com/2014/01/27/jan-vormann-parte-dalla-provincia-di-rieti-lidea-di-restaurare-edifici-con-i-lego/>

SkyArte (2019). *Jim Bachor, lo street artist che "ripara" le strade con la creatività*. Retrieved November 20, 2019 from <https://arte.sky.it/2019/01/jim-bachor-lo-street-artist-che-ripara-lestrade-con-la-creativita/>

Stefaan De Croock (2019) [web-site]. Retrieved November 21, 2019 from <http://strook.eu/Urbanatures> (2016). Flaking, la street art di Ememem. Retrieved November 21, 2019 from <https://urbanatures.lumberjack.it/2016/11/23/flaking-la-street-art-di-ememem/>

Vocepinerolese (2019). *Ecco il porfido colorato e dipinto. Pinerolo*. Retrieved November 25, 2019 from <http://www.vocepinerolese.it/articoli/2019-07-08/ecco-porfido-colorato-dipinto-pinerolo-16651>

Vormann Jan (2014) [website]. Retrieved November 21, 2019 from <https://www.dispatchwork.info/>

11 Street Art nei luoghi dello sport: il cambiamento percettivo per riqualificare gli ambienti marginali

Street Art in sports venues: perceptive change to redevelop marginal environments

Silvia La Placa, Marco Ricciarini

Abstract

Il contributo intende trattare il significato comunicativo e percettivo della street art applicata ai luoghi dello sport. L'arte ed il linguaggio grafico vengono impiegati per realizzare dispositivi urbani volti a migliorare la percezione del vivere lo spazio comune. I murales innescano oggi nuove dinamiche urbane evidenziando la volontà degli artisti di creare una vera e propria connessione con il paesaggio e con l'architettura. Questo approccio muove l'interesse di architetti e pianificatori: la nuova concezione di street art spinge ad avvalersene in diversi progetti di riqualificazione. Le operazioni di rigenerazione urbana, soprattutto quando applicate alle zone periferiche, investono particolare interesse nei luoghi dello sport. Questi sono da considerarsi punto di riferimento per la comunità e quindi aree cruciali per la creazione di nuovi poli educativi accessibili a tutti. Il punto d'incontro tra la street art e l'architettura sportiva diviene ispirazione per una ricerca sulle relazioni proporzionali, sulle forme e le geometrie, ma anche su come queste vengono percepite dal corpo in movimento. La grafica è in grado di amplificare visivamente lo spazio dedicato allo sport, suscitando un coinvolgimento emotivo e un desiderio di permanenza. Il contributo intende analizzare quanto le espressioni del disegno, della pittura e dei wall set abbiano peso nella progettualità sportiva e quanto influiscano dal punto di vista comunicativo su tali ambienti, con particolare riferimento a quelli siti in luoghi di degrado.

Abstract

The contribution intends to deal with the communicative and perceptive meaning of street art applied to sports venues. Art and graphic language are used to create urban devices aimed at improving the perception of living in the common space. The murals today trigger new urban dynamics, highlighting the artists' desire to create a real connection with the landscape and architecture. This approach moves the interest of architects and planners: the new concept of street art pushes them to use it in various redevelopment projects. Urban regeneration operations, when applied to peripheral areas, invest particular interest in sports venues. These are a reference point for the community and therefore crucial areas for the creation of new educational centers accessible to all. The meeting point, between street art and sports architecture, becomes inspiration for research on proportional relationships, on shapes and geometries, but also on how these are perceived by the body in motion. The graphics can visually amplify the space dedicated to sport, arousing an emotional involvement and a desire for permanence. The contribution aims to analyze how much the expressions of drawing, painting, and wall sets have weight in sports planning and how much they influence these environments from a communicative point of view, with particular reference to those located in degraded places.

Parole chiave

Street Art; architetture sportive; percezione; comunicazione.

Keywords

Street Art; sports architecture; perception; communication.

Introduzione

L'espressione 'spazio pubblico' dal punto di vista fisico connota l'insieme di strade, piazze, parchi, giardini e vuoti urbani in genere che allo stesso tempo divide e mette in relazione tra di loro gli edifici. Lo spazio pubblico rappresenta quindi il negativo del costruito e si traduce nella struttura urbana, in un sistema di sequenze prospettiche che determinano il senso preciso della presenza architettonica.

Questi spazi, di geometrie ed estensioni differenti, sono il risultato dell'evoluzione urbana e derivano dai cambiamenti topografici e architettonici e dal progressivo espandersi delle città. Per questo motivo, osservando un impianto urbano dall'alto, il centro storico appare caratterizzato da un tessuto maggiormente irregolare, in cui ampie aperture interrompono un dedalo di lunghezze sottili; al contrario nelle aree periferiche una maglia reiterata di aperture si ripete quasi senza eccezioni.

Tale conformazione fisica è il riflesso dell'uso di questi spazi urbani aperti e quindi liberamente fruibili dal cittadino. In questo senso lo spazio pubblico assume significato specifico in relazione alla qualità dell'accesso e al tempo di permanenza in esso. La capacità dei vuoti, definiti dalle forme e dalle disposizioni architettoniche, di identificare i valori della comunità urbana rende lo spazio pubblico capace di influire in modo duplice: da un lato il cittadino ha l'impressione di appartenere alla città, dall'altro che sia questa ad appartenergli. In questo senso lo spazio pubblico diviene per eccellenza luogo di dinamiche sociali, di interazione uomo ambiente. Regole più o meno esplicite governano questi luoghi, differenziandoli tra loro in base ai meccanismi sociologici che vi si instaurano. Amministrazioni locali ed enti incaricati della loro gestione li pongono al centro del dibattito odierno in termini di riqualificazione e riappropriazione, dimostrando l'interesse verso un miglioramento qualitativo e una sicura disponibilità di fruizione.

I ritmi sostenuti e la velocità di percorrenza che l'individuo mantiene per la città, accompagnati dai continui stimoli del digitale, rendono il cittadino un contemplatore inerte e quindi di fatto un trascuratore dello spazio in cui abita.

Introduction

From the physical point of view, the expression 'public space' connotes the set of streets, squares, parks, gardens, and urban voids in general which at the same time divides and connects buildings. The public space, therefore, represents the negative of the building and translates into the urban structure, in a system of perspective sequences that determine the precise sense of the architectural presence.

These spaces, of different geometries and extensions, are the result of urban evolution and derive from topographical and architectural changes and the progressive expansion of cities. For this reason, observing an urban structure from above, the historic center appears to be characterized by a more irregular fabric, in which large openings interrupt a maze of thin lengths; on the contrary, in the peripheral areas, a repeated mesh of openings is repeated almost without exception.

This physical conformation is the reflection of the use of these open urban spaces and therefore freely accessible by the citizen. In this sense, public space takes on a specific meaning to the quality of access and the time spent on it. The capacity of the voids, defined by the forms and the dispositions architectural, of identifying the values of the urban community makes the public space capable of influencing in a double way: on the one hand the citizen has the impression of belonging to the city, on the other that it is this city that belongs to him.

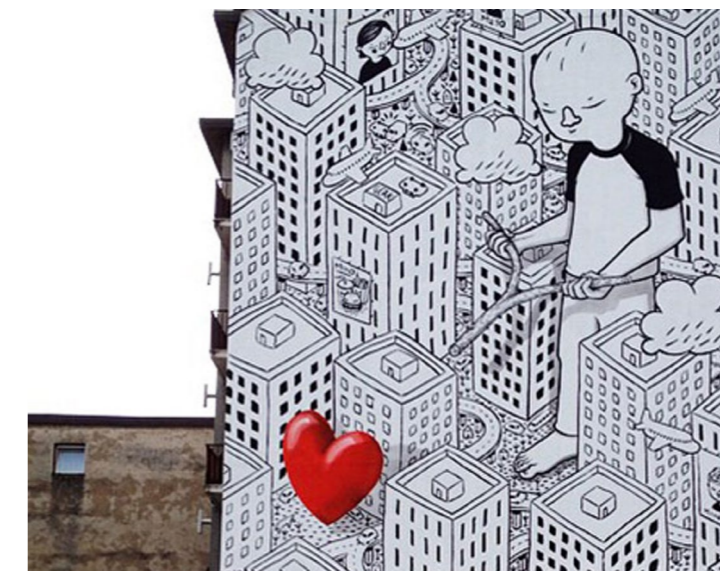
In this sense, public space par excellence becomes a place of social dynamics, of human-environment interaction. More or less explicit rules govern these places, differentiating them from each other, according to the sociological mechanisms that are established there. Local administrations and bodies, in charge of their management, place them at the center of today's debate in terms of redevelopment and reappropriation, demonstrating the interest in quality improvement and secure availability of use.

The sustained rhythms and the speed of travel, that the individual maintains for the city, accompanied by the continuous stimuli of the digital, make the citizen an inert contemplator and therefore neglect of the space in which



La disaffezione ai luoghi allenta il rapporto di congiunzione tra individuo e società, orientando ad una disattenzione generale di ciò che è pubblico, portando a disabituarsi al bello e allontanando progressivamente il cittadino dall'apprezzamento per ciò che arricchisce. Tale problematica dissociazione tra l'uomo e l'ambiente circostante negli ultimi anni ha mosso l'esigenza di ripensare i luoghi pubblici in modo eticamente e socialmente più umano, per ridefinire la percezione individuale non sempre positiva di questi spazi. I luoghi pubblici rappresentano una risorsa fisica, di scambio, educazione ed interazione e sono spazi di sperimentazione in cui l'intervento architettonico può favorire l'evoluzione positiva della condizione fisica e sociale. In questo senso, per ridefinire il rapporto percettivo tra cittadino spazi pubblici ed edificato, assumono importanza azioni di approccio artistico e partecipativo.

La street art, intesa anche come insieme di iniziative fra loro indipendenti, nel complesso è capace di apportare cambiamenti positivi alle condizioni di degrado dello spazio.

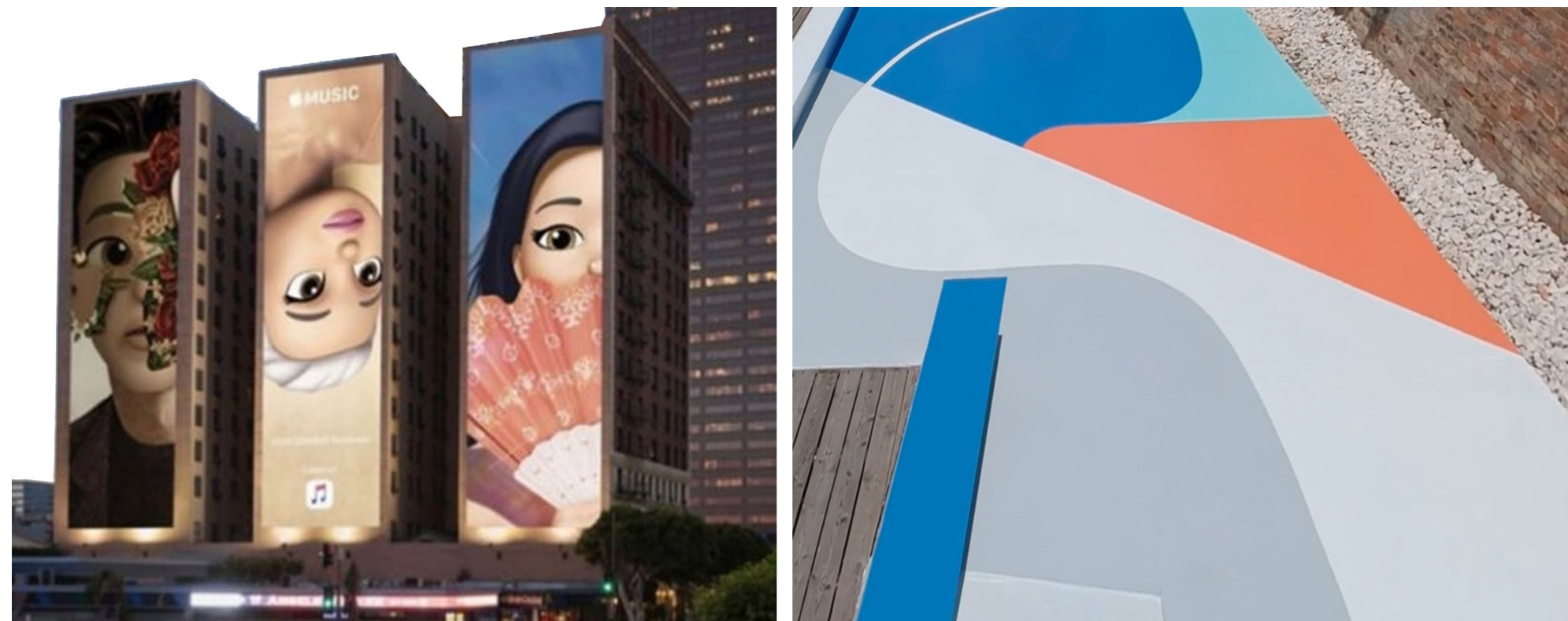


he lives. Disaffection for places loosens the relationship between the individual and society, leading to a general inattention to what is public, leading to getting used to beauty and gradually moving the citizen away from an appreciation for what it enriches. This problematic dissociation, between man and the surrounding environment, in recent years has prompted the need to rethink public places in an ethically and socially more human way, to redefine the individual perception of these spaces that is not always positive. Public places represent a physical resource, of exchange, education, and interaction and are spaces for experimentation in which architectural intervention can favor the positive evolution of the physical and social condition. In this sense, to redefine the perceptual relationship between citizens and public and built spaces, actions of an artistic and participatory approach take on importance.

Street art also understood as a set of independent initiatives, on the whole, is capable of making positive changes to the conditions of degradation of space. The presence

* L'Introduzione e i capitoli Comunicazione visiva e riappropriazione degli spazi e La street art ridisegna lo sport sono da riferirsi a Silvia La Placa, i capitoli Innovata percezione degli spazi comuni, Street art, sport e amministrazioni per il recupero delle periferie urbane e Conclusioni sono da riferirsi a Marco Ricciarini. Tutte le immagini presenti nel contributo sono state opportunamente modificate dagli autori | *The Introduction and the chapters Visual communication and re-appropriation of spaces and Street art redesigns sport refer to Silvia La Placa, chapters Innovative perception of common spaces, Street art, sport, and administrations for the recovery of urban suburbs and Conclusions refer to Marco Ricciarini. All images are on the part of the state appropriately edited by the authors.*

IN ALTO | ON TOP:
Fig. 1. Milano, La comunicazione sociale su inespessivi elementi che caratterizzano le città (a sinistra) | *Milan, Social communication on inexpressive elements that characterize the cities (on the left).*
Fig. 2. Gli artisti attraverso la propria sensibilità s'impegnano a muovere la coscienza delle masse (a destra) | *Artists through their own sensitivity are committed to moving the consciousness of the masses (on the right).*



IN ALTO | ON TOP:
 Fig. 3. Shanghai, efficaci forme di marketing attraverso la potenza comunicativa delle immagini (a sinistra) | Shanghai, effective forms of marketing through power communication of the images (on the left).
 Fig. 4. Ravenna, l'uso dei colori utilizzato per definire e riqualificare aree della città. Ravenna skate park di Gummy Guè (a destra) | Ravenna, the use of colors used to define and redevelop areas of the city. Ravenna skate park by Gummy Guè (on the right).

La presenza di forme d'arte diffuse o puntuali in contesti pubblici diviene una forma di educazione all'estetica del paesaggio, modifica le prospettive abituali e rende attivi gli spazi, invogliando le persone ad attraversarli ed osservarli. Si incrementa così la percezione di 'luogo sicuro' e di qualità, giungendo a risultati di trasformazione non solo fisica, ma anche psicologica e sociale.

Comunicazione visiva e riappropriazione degli spazi

Verba volant, scripta manent: lo stesso vale per il disegno e per le immagini che stimolano nell'individuo la capacità di ricordare meglio un momento significativo, lasciandolo impresso nella sua memoria più a lungo di un racconto orale sia pur esso di notevole interesse.

Le immagini e il disegno sono oggi forme di comunicazione molto apprezzate ed alle quali si ricorre sempre di più; esse manifestano con potenza ed immediatezza le emozioni, il pensiero, in una parola l'individualità dell'autore in un momento storico in cui il non luogo e lo spazio virtuale sostituiscono molto spesso i luoghi di aggregazione e di confronto. L'uso sfrenato dell'immagine, strumentalizzata dai social, assume un valore di espressione e diviene un modo efficace di superare le difficoltà di comunicazione soprattutto fra le nuove generazioni, assai poco allenate ormai ad una riflessione meditata. L'immagine, più di altri supporti, è capace di condensare, raccontare e condividere uno specifico stato d'animo assai velocemente ad una pluralità di persone.

Le città presentano oggi una moltitudine di forme comunicative di tipo immediato pervasive dell'habitat urbano: manifesti, insegne, indicazioni stradali, segni sui muri che modificano la percezione dello spazio, orientando diversamente l'attenzione. Si tratta di una condizione di iperinformazione visiva dello spazio pubblico, che diviene allo stesso tempo luogo informativo e di perdita di confini tra reale e fittizio. In questo contesto la street art propone la costruzione di un percorso di conoscenza e presa di coscienza dell'ecosistema metropolitano. Gli artisti che ne fanno uso mettono in evidenza temi etici e morali, costringendo

of widespread or punctual art forms in public contexts becomes a form of education in the aesthetics of the landscape, changes the usual perspectives, and activates spaces, encouraging people to cross them and observe them. This increases the perception of a 'safe place' and quality, leading to results of transformation not only physical but also psychological and social.

Visual communication and re-appropriation of spaces

Verba volant, scripta manent: the same applies to the drawing and images that stimulate the individual's ability to better remember a significant moment, leaving it imprinted in his memory longer than an oral story, even if it is of considerable interest.

Images and drawings are today highly appreciated forms of communication and so are increasingly used; they manifest with power and immediacy emotions and thoughts, in a word the individuality of the author in a historical moment in which the non-place and the virtual space very often replace the places of aggregation and comparison. The unbridled use of the image, exploited by social media, takes on a value of the expression and becomes an effective way of overcoming communication difficulties, especially among the new generations, who are very untrained now for thoughtful reflection. More than other media, the image is capable of condensing, telling, and sharing a specific mood very quickly to a plurality of people.

Cities today present a multitude of pervasive forms of immediate communication of the urban habitat: posters, signs, road signs, signs on the walls that modify the perception of space, orienting attention differently. It is a condition of visual hyper-information of the public space, which becomes at the same time an informative place and a loss of boundaries between real and fictitious. In this context, street art proposes the construction of a path of knowledge and awareness of the metropolitan ecosystem. The artists who use them highlight ethical and moral themes, forcing the citizen to a forced reflection, imposed by their size and visibility.



il cittadino a una riflessione obbligata, imposta dalle loro dimensioni e dalla loro visibilità.

Questa forma visiva è una modalità di abbracciare lo spazio pubblico, di indagarlo e di ridefinirne le prospettive, attraverso potenzialità comunicative che legano la cultura al quotidiano. La capacità attrattiva ha reso l'arte pubblica, insieme alla riqualificazione urbana, punto focale all'interno delle agende delle amministrazioni cittadine. La street art è la possibilità attraverso l'opera dell'immaginazione di migliorare la qualità estetica di contesti complessi cercando attraverso l'opera figurativa di mitigare l'opaca impassibile frenesia dei sobborghi con la 'produzione di identità'.

Emerge la volontà di creare una connessione con il paesaggio e con l'architettura (si vedano le opere di Joys o Gummy Guè). Una parete o un pavimento modificano il percorso visivo e quindi l'esperienza del percorso stesso, definendo l'utilità sociale della street art. La forza comunicativa di questo genere non risolve da sola problematiche urbane, ma nel suo essere strumento di critica sociale da tutti comprensibile (si vedano le opere di Banksy), contribuisce alla presa di coscienza, all'apprezzamento del bello e al migliorare la qualità e quindi la percezione e la permanenza nell'ambiente. La street art provoca il cittadino, diviene dispositivo per la creazione sinergica di nuove idee e pensieri, ha in sé il potenziale per trasformare un non luogo in un luogo cardine per la comunità. Ristabilisce quindi un forte senso di appartenenza nel tessuto sociale della città, sviluppando nuovi poli di incontro e aggregazione¹.

L'arte di strada non viene cercata ma lampantemente si propone ed è strumento capace se non di scardinare almeno di destabilizzare l'oggettiva inerzia delle masse fortemente influenzabili e influenzate dalle dinamiche della società. Come sostenuto dall'antropologo e psicologo francese Gustave Le Bon agli inizi del 900, le masse sono connotate da una sorta di 'anima collettiva' ove ognuno perde la coscienza individuale e si lascia trascinare da quello che gli altri fanno o dicono.

Nella società di massa si assiste ad un processo di omologazione comportamentale: pensieri, idee e sentimenti si sviluppano solamente ad un livello globale, in individui intesi complessivamente come un tutto; ciascuno di essi, preso isolatamente,

This visual form is a way of embracing public space, investigating it, and redefining its perspectives, through the communicative potential that binds culture to everyday life. The attractive capacity has made public art, together with urban redevelopment, a focal point within the agendas of city administrations. Street art is the possibility through the work of the imagination to improve the aesthetic quality of complex contexts by seeking through the figurative work to mitigate the opaque impassive frenzy of the suburbs with the 'production of identity'.

The desire to create a connection with the landscape and architecture emerges (see the works of Joys or Gummy Guè). A wall or floor changes the visual path and therefore the experience of the path itself, defining the social utility of street art. The communicative power of this kind does not solve urban problems on its own, but in its being an instrument of social criticism understandable by all (see Banksy's works), it contributes to awareness, appreciation of beauty, and improving quality and hence perception and permanence in the environment.

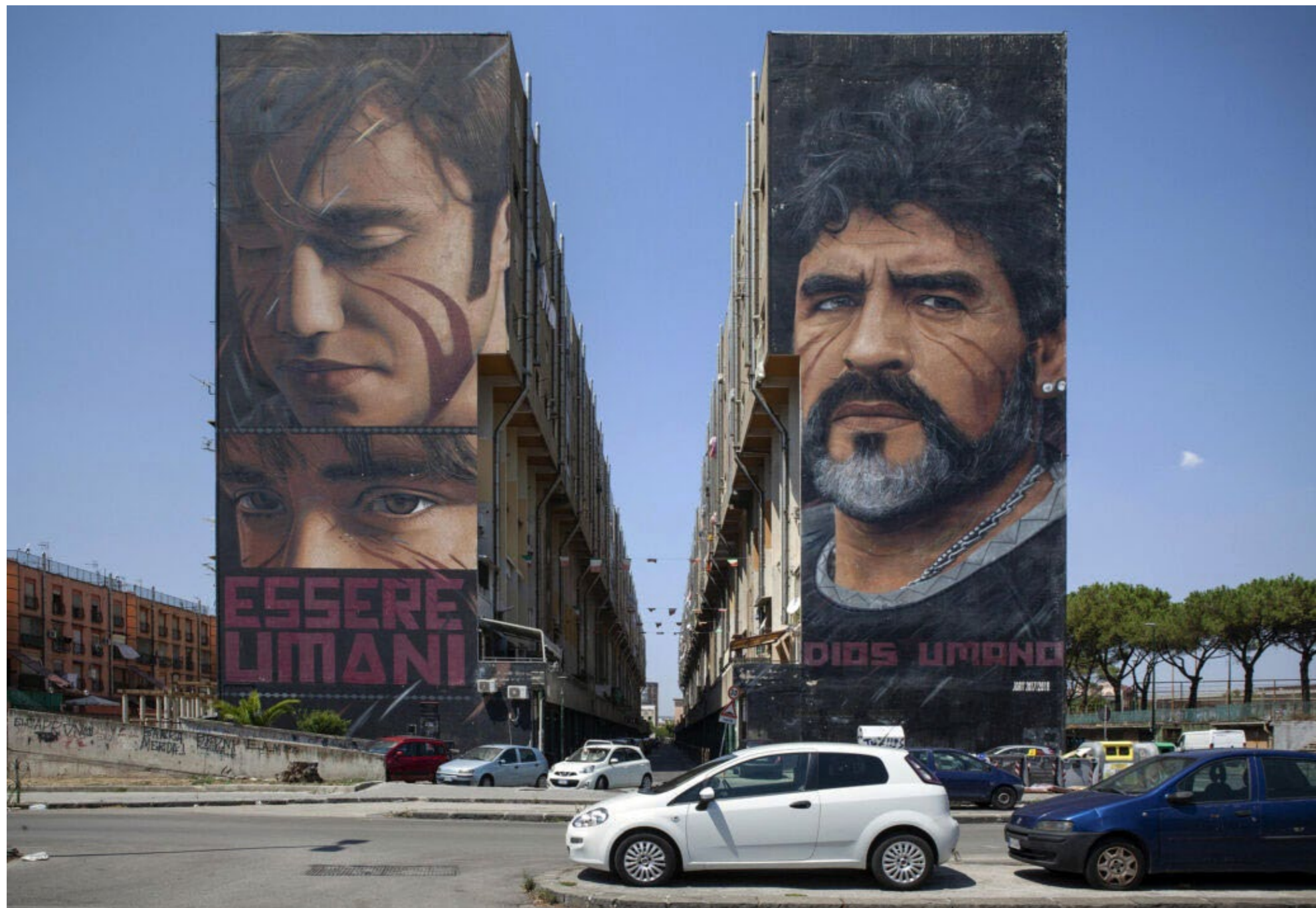
Street art provokes the citizen, becomes a device for the synergistic creation of new ideas and thoughts, has the potential to transform a non-place into a pivotal place for the community. It thus restores a strong sense of belonging in the social fabric of the city, developing new poles of encounter and aggregation¹.

Street art is not sought but proposed and is an instrument capable if not of undermining at least to destabilize the objective inertia of the masses highly influenced and influenced by the dynamics of society. As claimed by the French anthropologist and psychologist Gustave Le Bon in the early 1900s, the masses are characterized by a sort of 'collective soul' where everyone loses individual consciousness and lets himself be carried away by what others do or say.

In mass society there is a behavioral homologation process: thoughts, ideas, and feelings develop only on a global level, in individuals understood as a whole; each of them, taken in isolation, would probably return to hear, think and

A PAG. 228 | ON PAGE 228:
Fig. 5. New York, la Street Art utilizza personaggi iconografici che si sono impegnati per i più deboli nella società | New York, Street Art uses iconographic characters that are committed to the weakest in society.

¹ Cf.: Manufactory Project (Comacchio), Street Alps (Torino), 167/b Street project (Lecce) | See Manufactory Project (Comacchio), Street Alps (Torino), 167/b Street project (Lecce).



probabilmente tornerebbe a sentire, pensare ed agire in modo differente. L'arte di strada vuole comunicare alla massa un messaggio che sia positivo e parlare alla coscienza di ciascun singolo all'interno di una individualità collettiva.

Nei primi anni del 2000 in Europa gli street artists raggiungono le masse per cercare di coinvolgere il sentimento della popolazione su tematiche sociali importanti. Le principali sono l'ambiente, la libertà d'espressione, il pacifismo, la brutalità della repressione poliziesca, la conformità della morale a regole di sola facciata, l'antiproibizionismo e il rispetto della libertà sessuale, tutte facilmente leggibili nelle decorazioni proposte in quegli anni nelle principali città mondiali. Nel complesso e intricato processo di rigenerazione urbana, gli interventi artistici contribuiscono a generare una percezione positiva degli spazi comuni, guidando il cittadino affinché si riappropri di questi ultimi, vivendo il pubblico con un rinnovato rispetto e senso di collettività.

Innovata percezione degli spazi comuni

Gli effetti della globalizzazione e la conseguente perdita della capacità di produrre stabili valori umani e sociali, in una società dove tutto può essere sfruttato e goduto solo nell'immediatezza, sono il filo conduttore contro cui la street art si scaglia per comunicare l'impellente necessità di una nuova visione a livello planetario e per focalizzare l'attenzione e stimolare un serio ripensamento riguardo all'uso/abuso dell'ambiente e agli errori di un eccessivo consumismo. In questo senso la street art, in quanto attività culturale e sociale, possiede una grande forza e gioca un ruolo fondamentale per la capacità che possiede di innescare nell'individuo fruttuose riflessioni e ripensamenti dell'immagine e della concezione del sé, della socialità e del senso di appartenenza individuale e collettivo.

La rappresentazione grafica nei contesti urbani attua processi partecipativi e coinvolgenti: attrae l'attenzione del cittadino e richiama le persone anche ben al di fuori del quartiere oggetto dell'intervento artistico. La street art innescava un cambiamento diverso dal processo di rigenerazione urbana (non apporta modifiche alle infrastrutture) ma genera comunque una trasformazione sia in termini

act differently. Street art wants to communicate a positive message to the masses and speak to the conscience of each individual within a collective individuality.

In the early 2000s in Europe street artists reached the masses to try to involve the sentiment of the population on important social issues. The main ones are environment, freedom of expression, pacifism, the brutality of police repression, conformity of morals to single-sided rules, antiprohibitionism, and respect for sexual freedom, all easily legible in the decorations proposed in those years in the main world cities.

In the complex and intricate process of urban regeneration, the artistic interventions contribute to generating a positive perception of the common spaces, guiding the citizen to regain possession of the latter, living the public with a renewed respect and sense of community.

Innovative perception of common spaces

The effects of globalization and the consequent loss of the ability to produce stable human and social values, in a society where everything can be exploited and enjoyed only immediately, are the common thread against which street art lashes out to communicate the urgent need of a new vision on a planetary level and to focus attention and stimulate a serious rethinking regarding the use/abuse of the environment and the errors of excessive consumerism. In this sense, street art, as a cultural and social activity, possesses great strength and plays a fundamental role in the ability it possesses to trigger reflections and rethinking of the image and conception of the self, of sociability and sense of individual and collective belonging.

The graphic representation, in urban contexts, implements participatory and involving processes: it attracts the attention of the citizen and attracts people even well outside the neighborhood subject to artistic intervention. Street art triggers a change different from the urban regeneration process (it does not make changes to the infrastructures) but still generates a transformation both in social terms and in the perception and use of common spaces, focusing



IN ALTO | ON TOP:
Figg. 7-8. Llanerain, Skate Park realizzato nella chiesa di Santa Barbara (a sinistra) | Figs. 7-8. Llanerain, Skate Park built in Santa Barbara church.

APAG. 233 | ON PAGE 233:
Fig. 9. Llanerain, dettaglio della volta della chiesa. | Llanerain, detail of the church vault.

² Cfr.: Orgosolo in Sardegna e Satriano in Basilicata: le prime gallerie open air di arte murale nazionale | See Orgosolo in Sardinia and Satriano in Basilicata: the first open air galleries of national mural art.

³ Cfr.: B-CAM cooperativa sociale, Comin cooperativa sociale di solidarietà, Comunicarearte Atelier Spazio Xpò, T12 Lab | See B-CAM social cooperative, Comin social solidarity cooperative, Comunicarearte Atelier Spazio Xpò, T12 Lab.

sociali che di percezione ed utilizzo degli spazi comuni, concentrando l'attenzione in determinate aree cittadine e invitando a riscoprirne altre. Gli interventi artistici, diffusi nelle grandi metropoli così come nei piccoli centri, sono una forma comunicativa in perpetua evoluzione, che mette in luce il rapporto del cittadino con i mutamenti societari, le ideologie, l'espansione dei nuclei abitativi o l'abbandono di questi. Si tratta di una corrente culturale che si intreccia al malcontento sociale, divenendo tanto strumento di critica quanto occasione di sviluppo². Questo stimolo, specialmente se accompagnato da un'amministrazione attenta, genera nelle persone un rinnovato senso di appartenenza al territorio, invitandole a riappropriarsi di quegli spazi urbani 'dimenticati'³.

attention in certain city areas and inviting to rediscover others. The artistic interventions, widespread in large cities as well as in small towns, are a communication form in perpetual evolution, which highlights the city's relationship with corporate changes, ideologies, the expansion of housing units, or the abandonment of these. It is a cultural current that is intertwined with social discontent, becoming both an instrument of criticism and an opportunity for development². This stimulus, especially if accompanied by careful administration, generates in people a renewed sense of belonging to the territory, inviting them to reclaim those 'forgotten' urban spaces³. The 'non-places' traversed in everyday life become



I ‘non luoghi’ attraversati nel quotidiano divengono risorse significative per la trasformazione percettiva della città. In questo senso il legame tra comunità e istituzioni locali diviene prezioso per fronteggiare le esigenze dei diversi quartieri, agendo sulla qualità dello spazio pubblico come luogo di connessione e relazione. Arrivare a riappropriarsi di un luogo e soprattutto farlo attraverso opere un tempo considerate atti di vandalismo ed oggi invece rivalutate spesso come veri e propri capolavori è stato un percorso di maturazione sociale. L'estetica viene riconosciuta come possibile linguaggio per sensibilizzare l'individuo fino a comprendere che i corretti comportamenti sociali possono contribuire al miglioramento della vita quotidiana. Qualcosa, realizzato con ammirevole maestria, ci dice ‘Attento!’, ‘Guarda!’ e la nostra attenzione si focalizza sulla particolare tela, sfondo della nostra quotidianità, che è la città nel suo complesso. Anonime e degradate pareti diventano il supporto dei più importanti artisti di strada che a queste pareti affidano le loro idee trasformando le città in gallerie d'arte a cielo aperto.

Il linguaggio della street art, nelle sue diversificate forme creative di qualificante identità culturale, assume quindi valore di pubblica utilità non solo quando il suo stile è irriverente e provocatorio e si fa portavoce di una altrimenti soffocata criticità sociale⁴, ma anche quando racconta storie d'esempio e crescita, capaci di ispirare il cittadino⁵. In entrambi i casi si configura come una manifestazione sociale oltre che artistica. L'opera di street art sottende sempre la volontà di porre al centro il binomio tra l'arte e la realtà urbana, evidenziando l'importanza del rapporto tra architettura e paesaggio. Le trasformazioni imposte da questa tipologia comunicativa suscitano nel cittadino, pubblico involontario o meno, il desiderio di riappropriarsi del proprio territorio, e la rendono risorsa per l'amministrazione comunale. L'ambiente urbano torna ad essere una sorta di agorà, un luogo di espressione e di confronto, in cui è il disegno a dare significato allo spazio e a guidare le dinamiche di spostamenti e rapporti. La comunicazione culturale e di massa promossa dall'street art in Europa trova la sua maggiore espressione nelle periferie delle grandi città. Queste

significant resources for the perceptive transformation of the city. In this sense, the link between communities and local institutions becomes precious to face the needs of different neighborhoods, acting on the quality of the public space as a place of connection and relationship.

Getting to regain possession of a place and above all doing it through works once considered acts of vandalism and today instead often reevaluated as true masterpieces have been a process of social maturation. Aesthetics are recognized as a possible language to sensitize the individual to the point of understanding that correct social behavior can contribute to the improvement of daily life. Something, created with admirable skill, tells us ‘Attention!’, ‘Look!’ And our attention focuses on the particular canvas, the background of our daily lives, which is the city as a whole. Anonymous and degraded walls become the support of the most important street artists who entrust their ideas to these walls, transforming cities into open-air art galleries.

The language of street art, in its diversified creative forms of qualifying cultural identity, therefore assumes the value of public utility not only when its style is irreverent and provocative and is the mouthpiece of an otherwise suffocated social criticality⁴, but also when it tells stories of example and growth, capable of inspiring the citizen⁵. In both cases, it is configured as a social as well as an artistic event. The street artwork always underlies the desire to put the combination of art and urban reality at the center, highlighting the importance of the relationship between architecture and landscape. The transformations imposed by this type of communication arouse in the citizen, whether involuntary or not, the desire to regain possession of their territory and make it a resource for the municipal administration. The urban environment returns to be a sort of agora, a place of expression and comparison, in which the design gives meaning to space and guides the dynamics of movements and relationships. Cultural and mass communication promoted by street art in Europe finds its greatest expression in the suburbs of large cities. These areas, often very vast, lack centripetal places of attraction

aree, spesso molto vaste, mancano di luoghi centripeti di attrazione e finiscono per configurarsi come vuoti e pieni slegati tra loro. La tipologia e la velocità di espansione di questi spazi li rende difficili da controllare per le istituzioni. Risultato di questo processo è un profondo gap tra il centro e la periferia, che diviene un ‘non luogo’ caratterizzato da aree di degrado e da un generato malcontento pubblico. Attraverso l'arte e la cultura è possibile rilanciare alcune situazioni di difficoltà, definendo nuove prospettive urbane negli spazi pubblici diventati indifferenti al cittadino. Spesso sono proprio i luoghi di passaggio quotidiani quelli a cui si presta minor attenzione, ma sono anche gli stessi a definire il livello qualitativo del nostro intorno. La condizione di vuoti e pieni urbani si riflette sulle persone che la vivono orientandone la percezione del gusto estetico e del sano. Ecco che il contributo culturale della street art ridefinisce il concetto percettivo degli spazi pubblici altrimenti obliati, esplicitando per questi nuovi modelli attrattivi e rinnovate modalità percettive⁶.

Tra gli esempi europei emerge Barcellona, che ha trasformato le sedi industriali periferiche in disuso in gallerie creative per gli artisti, innescando un flusso positivo che ha portato il turismo in una zona prima abbandonata. Stessa politica di riqualificazione ha pervaso alcuni quartieri parigini, nei quali la street art ha incentivato l'apertura di attività commerciali, dando rinnovato sostentamento all'economia. In Italia Roma è l'esempio più significativo, la street art ha affiancato opere infrastrutturali in numerosi quartieri d'espansione (es. Centocelle, Ostiense, Tor Marancia, ecc.) affermandosi anche attraverso legalizzate mostre diffuse⁷. Questo approccio alla riqualificazione dei quartieri periferici suscita oggi l'interesse di architetti, pianificatori e amministrazioni⁸. Dal punto di vista della comunicazione visiva la street art contribuisce in modo sostanziale al recupero di quegli spazi pubblici inediti, precariamente connessi alla rete urbana. In quest'ottica merita citare il progetto SHARED SPACE di Bologna, che indaga il rapporto tra l'uomo e l'ambiente circostante, invitando alla riflessione sulla modalità di condivisione e regolazione rispettosa dello spazio

and end up being configured as empty and full unrelated to each other. The type and speed of expansion of these spaces make them difficult for institutions to control. The result of this process is a deep gap between the center and the periphery, which becomes a ‘non-place’ characterized by areas of degradation and generated public discontent. Through art and culture, it is possible to relaunch some difficult situations, defining new urban perspectives in public spaces that have become indifferent to the citizen. Often the places of daily passage are the ones to which less attention is paid, but they are also the same to define the quality level of our surroundings. The condition of empty and full urban is reflected in the people who live it by orienting the perception of aesthetic and healthy taste. Here the cultural contribution of street art redefines the perceptual concept of otherwise forgotten public spaces, making explicit for these new attractive models and renewed perceptual modalities⁶.

Among the European examples emerges Barcelona, which has transformed the disused peripheral industrial sites into creative galleries for artists, triggering a positive flow that has brought tourism to an area previously abandoned. The same redevelopment policy has pervaded some Parisian neighborhoods, where street art has encouraged the opening of commercial activities, giving renewed livelihood to the economy. In Italy Rome is the most significant example: street art has supported infrastructure works in numerous expansion districts (e.g. Centocelle, Ostiense, Tor Marancia, etc.) also affirming itself through widespread legalized exhibitions⁷.

This approach to the redevelopment of suburban neighborhoods is of interest today for architects, planners, and administrations⁸. From visual communication, street art contributes substantially to the recovery of those unpublished public spaces, precariously connected to the urban network. With this in mind, it is worth mentioning the SHARED SPACE project in Bologna, which investigates the relationship between man and the surrounding environment, inviting reflection on how to share and respectfully regulate the

⁴ Cfr.: le opere di Tvboy, street artist esponente del movimento NeoPop | See the works of Tvboy, street artist exponent of the NeoPop movement.

⁵ Cfr.: i murales del writer Fabieke, all'esterno della piscina comunale di Budrio a Bologna | See the murals of the writer Fabieke, outside the Budrio municipal swimming pool in Bologna.

⁶ Cfr.: Leake Street Tunnel, Stazione di Waterloo, inaugurata da Banny a Londra nel 2008 | See Leake Street Tunnel, Stazione di Waterloo, inaugurata da Banny a Londra nel 2008.

⁷ Per due anni, rispettivamente nell'ottobre 2017 e 2018, il quartiere Centocelle ha ospitato l'evento di promozione dell'arte urbana “Differenziata mon amour”, allo scopo di sensibilizzare le persone su temi quali la raccolta dei rifiuti | For two years, respectively in October 2017 and 2018, the Centocelle district hosted the promotion event of urban art “Differentiated mon amour”, in order to raise awareness among people on issues such as waste collection.

⁸ Cfr.: attività intraprese per il quartiere Ponticelli a Napoli | See activities undertaken for the Ponticelli district in Naples.

tra auto, bici e pedoni. In questo senso, anche il continuo processo di evoluzione scientifica digitale si afferma come valido supporto per la promozione di tali iniziative⁹.

La street art ridisegna lo sport

«Un ambiente ordinato può far più di questo: esso può funzionare come un ampio sistema di riferimento, può organizzare le attività, le opinioni, la conoscenza»¹⁰.

Tra le operazioni di rigenerazione urbana applicate alle zone periferiche, questo contributo intende rivolgere particolare interesse a quelle inerenti ai luoghi dello sport, punto di riferimento per le comunità e aree cruciali per la creazione di nuovi poli educativi accessibili a tutti. L'unione delle architetture sportive alla street art conferisce energia a tali spazi pubblici, permettendo ai cittadini di vivere positivamente la città anche al di fuori del centro storico.

In particolare il testo intende evidenziare tre diverse modalità operative caratterizzanti la relazione tra street art e luoghi dello sport nei processi di riqualificazione urbana: street art, anche a supporto di programmi delle amministrazioni locali, per il recupero di aree degradate; street come veicolo di valorizzazione di un brand; e street art a rappresentazione dell'appartenenza ad un determinato territorio. Il volto della città si compone di una molteplicità di luoghi complessi, più o meno slegati tra di loro, in cui si alternano tradizione e memoria, ma anche degrado o indifferenza. Se lo sviluppo di una città dipende dalle forze sociali che ne permeano il tessuto urbano allora appare chiaro che il suo ritorno d'immagine derivi dal contesto delle pubbliche relazioni, dal senso di sicurezza provato dai cittadini, dagli eventi di pubblica rilevanza, tra cui il successo delle squadre sportive. In questo contesto, sono gli spazi desertificati dal punto di vista della vita culturale, dei servizi, del verde, della socializzazione e quindi della qualità urbana a divenire veri e propri laboratori a cielo aperto per gli artisti dei muri. Caratteristica fondante di queste aree è la loro identità neutrale, in cui la street art ha la possibilità di esprimersi mostrando nuovi scenari e imponendo riflessioni sul non luogo stesso e sulle sue condizioni. La street art ridi-

space between cars, bikes, and pedestrians. In this sense, the continuous process of digital scientific evolution also asserts itself as a valid support for the promotion of these initiatives⁹.

Street art redesigns sport

“Un ambiente ordinato può far più di questo: esso può funzionare come un ampio sistema di riferimento, può organizzare le attività, le opinioni, la conoscenza”¹⁰.

Among the urban regeneration operations applied to peripheral areas, this contribution intends to pay particular interest to those relating to places of sport, a point of reference for communities, and crucial areas for the creation of new educational centers accessible to all. The combination of sports and architecture with street art gives energy to these public spaces, allowing citizens to experience the city positively even outside the historic center.

In particular, the text aims to highlight three different operating methods that characterize the relationship between street art and places of sport in urban redevelopment processes: street art, also in support of local government programs, for the recovery of degraded areas; street as a vehicle for enhancing a brand; and street art to represent belonging to a specific territory.

The face of the city is made up of a multiplicity of complex places, more or less disconnected from each other, in which tradition and memory alternate, but also degradation or indifference. If the development of a city depends on the social forces, that permeate its urban fabric, then it is clear that its image return derives from the context of public relations, from the sense of security felt by citizens, from events of public relevance, including the success of sports teams. In this context, the spaces desertification from cultural life, services, greenery, socialization, and therefore urban quality become real open-air workshops for wall artists. A fundamental characteristic of these areas is their neutral identity, in which street art has the opportunity to express itself by showing new scenarios and imposing reflections on the non-place itself and its



APAG. 237 | ON PAGE 237:
Fig. 10-11-12. Buenos Aires, città costellata da opere che ritraggono Maradona | Buenos Aires, a city dotted with works depicting Maradona.

⁹ Cfr.: Torino 2017, il Museo diffuso di arte urbana aumentata (Maua) invita a scoprire zone inedite della città attraverso 46 opere di street art animate attraverso la realtà aumentata | See Turin 2017, the widespread Museum of augmented urban art (Maua) invites you to discover new areas of the city through 46 street art works animated through augmented reality.

¹⁰ Lynch, K. (1960).

segna la relazione tra gli attori sociali, modificando i limiti geometrici degli spazi pubblici per ampliarli e rendere la strada un fondale emblematico e di rappresentazione. L'intento stesso dell'artista di strappare i luoghi all'anonimato sancisce simbolicamente un rinnovato inizio per la comunità, un'impronta sul territorio, per coinvolgere e spronare la collettività, che vi si identifica, all'educazione all'estetica. L'individuo si rapporta all'ambiente urbano primariamente in termini di direzioni e distanze, ma finisce per elaborarne una rappresentazione mentale informativa quanto emozionale. La stessa azione antropica sul paesaggio risponde alla necessità di conoscere e definire il mondo, perché risulti familiare e confortevole.

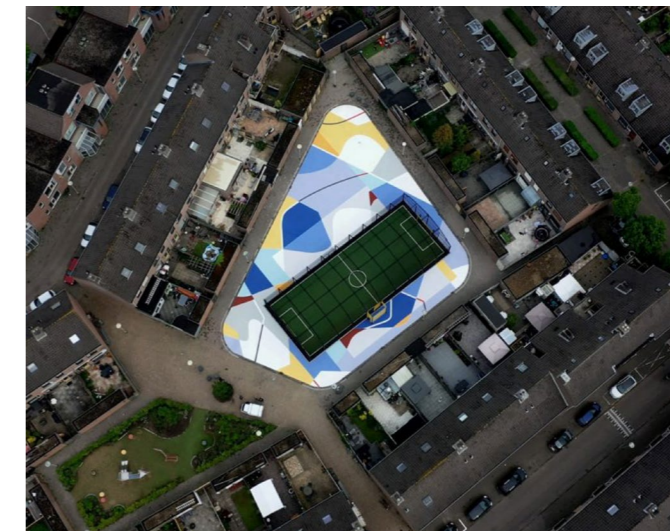
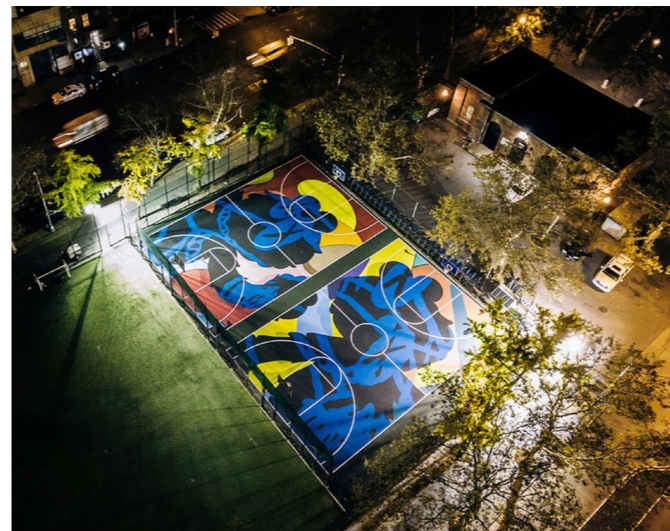
Un impianto sportivo rappresenta un nodo cruciale per le relazioni umane, in particolar modo nei contesti sociali periferici, nei quartieri isolati geograficamente e dal punto di vista dei collegamenti. Per questi spazi, distanziati tra loro ma dalla diffusione ad ampio raggio, l'attività sportiva sembra essere in grado di fronteggiare una serie di comportamenti giovanili devianti. Ecco che la progettualità, in ordine al recupero e alla valorizzazione degli impianti, assume notevole rilevanza¹¹ soprattutto, oltre che per il cittadino, per le istituzioni e le amministrazioni. Eppure, non di rado le situazioni che si presentano sono ben diverse dalle aspettative che ci si pongono¹²: senza trascurare le tematiche legate alla sicurezza, ciò che lampantemente viene a mancare è l'educazione al bello, la sensazione di frequentare ambienti decorosi e luoghi di aggregazione idonei per tutte le età. Il punto d'incontro tra la street art e l'architettura sportiva diviene ispirazione per una ricerca sulle relazioni proporzionali, sulle forme e le geometrie, ma anche su come queste vengono percepite dal corpo in movimento. La grafica è in grado di amplificare visivamente lo spazio dedicato allo sport, suscitando un coinvolgimento emotivo e un desiderio di permanenza. In questo senso appare evidente quanto le espressioni del disegno abbiano significativo peso nella progettualità e nel recupero degli ambienti dello sport e quanto influiscano dal punto di vista comunicativo su tali spazi.

conditions. Street art redesigns the relationship between social actors, changing the geometric limits of public spaces to widen them and make the street an emblematic and representative backdrop. The artist's intent to tear places from anonymity symbolically sanctions a renewed beginning for the community, a footprint on the territory, to involve and encourage the community, which identifies itself, to education in aesthetics.

The individual relates to the urban environment primarily in terms of directions and distances but ends up developing an informative as well as emotional mental representation. The same anthropic action on the landscape responds to the need to know and define the world so that it is familiar and comfortable.

A sports facility represents a crucial node for human relations, especially in peripheral social contexts, in geographically isolated neighborhoods and from connections. For these spaces, spaced apart from each other but with wide-ranging diffusion, sports activity seems to be able to face a series of deviant youthful behaviors. Here the planning, concerning the recovery and enhancement of the plants, assumes considerable importance¹¹ above all, as well as for the citizen, for the institutions and administrations. Yet, not infrequently the situations that arise are very different from the expectations that are set¹²: without neglecting the issues related to safety, what is lacking is an education in beauty, the feeling of attending decent environments, and places of aggregation suitable for all ages.

The meeting point between street art and sports architecture becomes the inspiration for research on proportional relationships, shapes, and geometries, but also on how these are perceived by the body in movement. The graphics can visually amplify the space dedicated to the sport, arousing emotional involvement, and a desire for permanence. In this sense, it is clear how much the expressions of the design have significant weight in the planning and recovery of the sports environments and how they influence these spaces from a communicative point of view.



Street art, sport e amministrazioni per il recupero delle periferie urbane

L'esperienza dell'avvenimento sportivo riguarda un lasso di tempo e coinvolge un numero di persone ben superiori all'evento stesso. Concepire in tal misura gli impianti sportivi, all'interno di operazioni di rigenerazione urbana, conduce a privilegi di natura sociale ed economica. Tale condizione è avvalorata quando queste strutture vengono integrate all'interno di un tessuto urbano frastagliato o manchevole (dal punto di vista delle infrastrutture o dei servizi) e problematico.

In relazione alle diverse modalità di utilizzare l'arte grafica di strada per conferire identità ad uno spazio sportivo pubblico è di seguito proposta una serie di progetti a copertura delle tre operatività sopra citate.

Rientra nel primo tipo (street art per il recupero di aree degradate) un virtuoso esempio di recupero di edificio storico attraverso la combinazione di sport e street art, quello della Skate Church nel piccolo paese spagnolo di Llanerain nelle Asturie. In questo caso la congiunzione

Street art, sport, and administrations for the recovery of urban suburbs

The experience of the sporting event covers the time and involves several people well above the event itself. Conceiving sports facilities to such an extent, within urban regeneration operations, leads to social and economic privileges. This condition is confirmed when these structures are integrated within a jagged or deficient (problematic infrastructure or services) urban fabric. Concerning the different ways of using street graphic art to give identity to a public sports space, a series of projects covering the three operations mentioned above is proposed below.

The first type (street art for the recovery of degraded areas) is a virtuous example of the recovery of a historic building through the combination of sport and street art, that of the Skate Church in the small Spanish town of Llanerain in Asturias. In this case, the conjunction between the sports environment and street art has contributed to a process of perceptive and qualitative improvement by the

¹¹ Si veda a tal proposito il percorso intrapreso dal Dipartimento di Architettura dell'Università degli Studi di Firenze insieme ad ANCI Toscana, volto alla ricerca e allo sviluppo di progetti di analisi, di nuova realizzazione e di riqualificazione dei luoghi dello sport. Progetto denominato "I LUOGHI DELLO SPORT PER LA TOSCANA. Supporto tecnico per le amministrazioni locali volto alla ricerca e allo sviluppo di progetti di analisi, nuova realizzazione e riqualificazione d'impianti sportivi in Toscana." | In this regard, see the path taken by the Department of Architecture of the University of Florence together with ANCI Toscana, aimed at the research and development of analysis projects, new construction and redevelopment of sports venues. Project called "THE PLACES OF SPORT FOR TUSCANY. Technical support for local administrations aimed at research and development of analysis projects, new construction and requalification of sports facilities in Tuscany".

¹² Si veda per ulteriori approfondimenti Tesi di Dottorato di Marco Ricciarini, 2017. *Disegno per lo Sport. Strategie di analisi per lo sviluppo di progetti a supporto dell'impiantistica sportiva.* Dipartimento di Architettura Università degli Studi di Firenze | See for further details Marco Ricciarini's Doctoral Thesis, 2017. Design for Sport, Analysis strategies for the development of projects in support of sports facilities. Department of Architecture University of Florence.

IN ALTO | ON TOP:
Fig. 13. New York, negli ultimi anni il fenomeno delle grandi collaborazioni tra Street Art e grandi Brand per la riqualificazione di aree con problematiche di degrado sociale è dilagato sempre di più. Come in questo caso in cui dalla collaborazione tra Nike e l'artista KAWS è stata l'occasione per realizzare un interessante progetto di recupero (a sinistra) | New York, in recent years the phenomenon of large collaborations between Street Art and large brands for the redevelopment of areas with problems of social degradation has been increasingly widespread. As in this case where from the collaboration between Nike and the artist KAWS was the opportunity to realize an interesting recovery project (on the left).
Fig. 14-15. Breda Olanda, si evidenzia come il connubio street art e sport è utilizzato come strumento per riqualificare aree socialmente problematiche (al centro e a destra) | Figs. 14-15. Breda Olanda, it is highlighted how the combination of street art and sport is used as a tool to redevelop socially problematic areas (on the center and on the right).

tra ambiente sportivo e street art ha contribuito ad un processo di miglioramento percettivo e qualitativo da parte del fruitore, generando uno spazio rinnovato e attrattivo, in cui la permanenza risulta stimolante.

Si tratta della storica chiesa di Santa Barbara, una struttura gotica progettata dall'architetto asturiano Manuel del Busto nel 1912. Nel tempo questo luogo abbandonato era diventato ritrovo e spazio abusivamente occupato da gruppi di skaters. Nel 2015 è stato portato a conclusione un percorso di riqualificazione, finanziato inizialmente da Kickstarter, per la riconversione della chiesa in un luogo esclusivo per la pratica dello skate. Un progetto così allettante da essere interamente adottato dai Red Bull Studios, che hanno evitato la demolizione dell'edificio. La riconversione dell'ambiente in un centro di aggregazione sportiva ha generato una consapevolezza del valore sociale che riveste il rivitalizzato complesso nella comunità. Un significativo intervento impreziosito dall'opera dell'artista spagnolo Okuda San Miguel, che con i suoi murales ha contribuito ad aumentare la notorietà dell'ex chiesa spagnola. I murales, che caratterizzano in maniera prominente lo spazio, insieme all'installazione delle pedane per lo skateboarding hanno reso il luogo un nuovo e vivace polo aggregativo e allo stesso tempo culturale, richiamando anche molti visitatori interessati all'arte contemporanea. Un connubio tra architettura, arte e sport che ha permesso di riappropriarsi di un luogo altrimenti marginale nel tessuto urbano.

Un altro significativo esempio, creatosi dal connubio sport - street art è firmato Gummy Gue: i due artisti catanesi hanno realizzato un enorme graffito optical che circonda un campo sportivo nella cittadina di Breda. Un percorso condiviso con l'amministrazione con la volontà di qualificare un'area fortemente caratterizzata da situazioni di disagio sociale e microcriminalità. Attraverso un capillare intervento a cavallo fra arte e sport si è riportata l'attenzione sul territorio, offrendo ai più giovani un'allettante alternativa alla strada. Particolare declinazione dell'approccio del primo tipo è proprio quello che vede l'intervento delle amministrazioni. Non è sempre stato così, ma il valore artistico della street art

user, generating a renewed and attractive space in which permanence is stimulating.

This is the historic church of Santa Barbara, a Gothic structure designed by the Asturian architect Manuel del Busto in 1912. Over time this abandoned place had become a meeting place and space illegally occupied by groups of skaters. In 2015, a redevelopment process, funded initially by Kickstarter, was completed for the conversion of the church into an exclusive place for skateboarding. A project was so attractive that it was entirely adopted by Red Bull Studios, which avoided the demolition of the building. The conversion of the environment into a sports aggregation center has generated an awareness of the social value of the revitalized complex in the community. A significant intervention enhanced by the work of the Spanish artist Okuda San Miguel, who with his murals has helped to increase the reputation of the former Spanish church. The murals, which characterize the space in a prominent way, together with the installation of the skateboarding platforms have made the place a new and lively aggregative and at the same time cultural center, also attracting many visitors interested in contemporary art. A combination of architecture, art, and sport that has allowed us to regain possession of an otherwise marginal place in the urban fabric.

Another significant example, created from the combination of sport - street art, is signed by Gummy Gue: the two artists from Catania have created a huge optical graffiti that surrounds a sports field in the town of Breda. A path shared with the administration with the desire to qualify an area strongly characterized by situations of social hardship and petty crime. Through a capillary intervention between art and sport, attention has been brought back to the territory, offering young people an attractive alternative to the street.

A particular variation of the first type approach is precisely what in which administrations participate. This has not always been the case, but the artistic value of street art in historical and social terms is now fully recognized and

in termini storici e sociali è oggi pienamente riconosciuto e le amministrazioni pubbliche sempre più spesso fanno ricorso a questa vivace e vivificante forma di linguaggio estetico per valorizzare le aree periferiche. Queste ultime certamente ne traggono beneficio, poiché migliorando la percezione dell'ambiente si produce anche un miglioramento delle condizioni umane.

In Italia, a Cerignola in provincia di Foggia, l'Amministrazione Comunale ha indetto un concorso di idee per realizzare un murales sul nuovo Palazzetto dello Sport. Vinto dall'artista francese Zabou, il murales cattura l'attenzione di automobilisti, generando un nuovo spazio aggregativo di qualità. A Matera l'intervento *Let's Play Culture*, sviluppato all'interno del progetto *Open Playful Space*, degli street artists Skolp e Quapos, ha riqualificato la pavimentazione del campo da basket di piazza degli Olmi. L'opera rappresenta una combinazione di motivi geometrici e cromie per invitare al gioco e al divertimento. L'intento è quello di manifestare l'aspetto di confronto sociale positivo e stimolante attraverso forme e colori, anche in quegli spazi troppo spesso avvolti da una patina di indifferenza.

Un approccio del secondo tipo (street come veicolo di valorizzazione di un brand) ha portato negli anni alla strutturazione di un vero e proprio rapporto proficuo tra studi architettonici, brand commerciali e artisti, che trova sue specifiche espressioni nell'impianistica sportiva.

A New York, ad esempio, l'artista KAWS ha elaborato un progetto di arte pubblica per Nike sui campi da basket di Stanton Street, all'interno di una campagna di interventi per la città e le sue comunità. Un segno permanente lasciato dall'artista con l'intento oltre che di qualificare un parco pubblico del quartiere di far arrivare la sua creatività al pubblico, avvicinandolo alla realtà sportiva.

Un'altra importante realizzazione, in tema di riqualificazione di impianti sportivi, nasce dal lavoro dell'artista di Brooklyn Madsteez, conosciuto in tutto il mondo per i suoi schemi di colori, che in collaborazione con il brand Mountain Dew, ha ridipinto integralmente il campo da basket del St. Nicholas Park a Los Angeles. La produzione artistica di Madsteez, ini-

public administrations increasingly use this lively and vivifying form of aesthetic language to enhance peripheral areas. The latter certainly benefit from it, since improving the perception of the environment also improves human conditions.

In Italy, in Cerignola (Foggia), the municipal administration has launched a competition of ideas to create a mural in the new sports hall. Won by the French artist Zabou, the mural captures the attention of motorists, generating a new quality aggregative space. In Matera, the *Let's Play Culture* intervention, developed within the *Open Playful Space* project, by street artists Skolp and Quepos, redeveloped the flooring of the basketball court in Piazza degli Olmi. The work represents a combination of geometric patterns and colors to invite play and fun. The intent is to manifest the positive and stimulating aspect of social confrontation through shapes and colors, even in those spaces too often surrounded by a patina of indifference.

Over the years, an approach of the second type (street as a vehicle for enhancing a brand) has led to the structuring of a truly profitable relationship between architectural firms, commercial brands, and artists, which finds its specific expressions in sports facilities.

In New York, for example, the artist KAWS has developed a public art project for Nike on the Stanton Street basketball courts, as part of an intervention campaign for the city and its communities. A permanent mark left by the artist with the intent as well as to qualify a public park in the neighborhood to bring its creativity to the public, bringing it closer to the sporting reality.

As in this case where the collaboration between Nike and the artist KAWS was an opportunity to carry out an interesting recovery project. Another important realization, on the subject of the redevelopment of sports facilities, comes from the work of the Brooklyn artist Madsteez, known throughout the world for his color schemes. He, in collaboration with the Mountain Dew brand, completely repainted the basketball court of St. Nicholas Park in Los Angeles. Madsteez's artistic production, initially marked

zialmente segnata da sfondi parzialmente astratti, si è trasformata facendo del segno parte integrante degli stessi soggetti rappresentati, fino ad arrivare ad una produzione per schemi di colori accesi, di grande vivacità ed attrazione. Se da un lato street art e architettura e sport si fondono per il recupero di luoghi e architetture ridefinendo una nuova identità a contesti cittadini. La street art è anche una maniera espressiva utilizzata per manifestare senso di appartenenza, passionalità e memoria collettiva in quartieri marginali delle grandi metropoli mondiali (street art a rappresentazione dell'appartenenza ad un determinato territorio).

Muri e palazzi delle città si arricchiscono di immagini, che trasformano letteralmente gli ambienti sportivi e gli individui che li frequentano. Tra le capitali mondiali in cui sono presenti i più creativi artisti in circolazione va annoverata indubbiamente Buenos Aires. Un contesto caratterizzato dall'abbondanza di edifici degradati e in stato di abbandono è il palcoscenico ideale per gli artisti di strada: qui possono esprimere il proprio dissenso e la propria creatività, e far emergere la complessa e contraddittoria realtà metropolitana. In una città in cui le autorità non hanno imposto particolari restrizioni numerosi artisti hanno ampia possibilità di esibire la propria arte. Nelle città idealmente più passionale al mondo, in cui la passione è quella sottile linea rossa che conduce l'esistenza giornaliera della metropoli e dei suoi quartieri, l'arte di strada mette in risalto un evidente senso di appartenenza: si pensi alla consuetudine di celebrare la figura di Maradona. Nel quartiere di La Paternal un imponente quanto iconico murales di oltre 12 metri lo ritrae con la maglia rossa dell'epoca vicino allo stadio dell'Argentinos Juniors dove debuttò da calciatore professionista. L'opera, realizzata dagli artisti Mariano Antedomenico e Pablo Cano, sottolinea la sentita memoria collettiva di un evento importante che al tempo aiutava e - forse ancora lo fa - a superare le difficoltà sociali del quotidiano.

Le diverse rappresentazioni di Maradona imprimono la sua figura nell'immaginario collettivo, definendo tramite questa uno specifico senso di appartenenza in ambito locale, in cui sono rintracciabili le condizioni di condivisione di va-

by partially abstract backgrounds, was transformed by making the sign an integral part of the same subjects represented, up to production for bright color schemes, of great liveliness and attraction.

If on the one hand street art, architecture and sports merge for the recovery of places and buildings redefining a new identity in city contexts, on the other hand, street art is also an expressive way to manifest a sense of belonging, passion and collective memory in neighborhoods marginal of the great world metropolises (street art to represent belonging to a specific territory).

The walls and buildings of the cities are enriched with images, which transform the sports environments and the individuals who frequent them. Buenos Aires should be counted among the world capitals where the most creative artists in circulation are present. A context characterized by the abundance of degraded and abandoned buildings is the ideal stage for street artists: here they can express their dissent and creativity, and bring out the complex and contradictory metropolitan reality. In a city where the authorities have not imposed particular restrictions, numerous artists have ample opportunity to exhibit their art. In the ideally most passionate cities in the world, where the passion is that thin red line that leads the daily existence of the metropolis and its neighborhoods, street art highlights an evident sense of belonging: think of the custom of celebrating the figure of Maradona. In the La Paternal district, an impressive and iconic mural of over 12 meters portrays him with the red shirt near the Argentinos Juniors stadium, where he made his debut as a professional footballer. The work, created by the artists Mariano Antedomenico and Pablo Cano, underlines the heartfelt collective memory of an important event that helped and - perhaps still does - overcome the social difficulties of everyday life.

The different representations of Maradona imprint his figure in the collective imagination, defining through this a specific sense of belonging in the local area, in which the conditions for sharing the values, norms, and experiences

lori, norme ed esperienze di una comunità. La promozione dello sport attraverso l'opera pittorica si accosta alla riqualificazione di uno spazio pubblico, moltiplicando il suo valore sociale e divenendo ispirazione per moltissime altre aree sportive attualmente nel segno dell'abbandono.

Il contesto sportivo periferico è luogo per eccellenza in cui gli street artists esprimono la loro disapprovazione nei confronti dell'alienazione delle masse. Immagine e immaginazione contestualizzano una località e la comunità che la vive: l'arte di strada diviene strumento per la riqualificazione di spazi collettivi rendendoli «strutture di sentimento»¹³ e influenzandone la vita sociale in modo significativo per il suo svolgimento.

Conclusioni

I casi studio, qui sinteticamente descritti, sono significativi esempi in cui arte di strada, architettura e sport concorrono in modalità differente per rispondere alla richiesta di qualità necessaria per debellare forme di degrado e marginalità sociale. I luoghi deputati alla formazione dell'individuo, messi in relazione alla sensibilità artistica degli street arts, diventano strumento di sviluppo e cambiamento, risorse chiave nelle dinamiche comunitarie, nonché modelli di riqualificazione locale. Attraverso questa volontà artistica trasformativa e di recupero identitario si manifesta una responsabilità, da non sottovalutare nell'atto di conciliare la libertà espressiva alle esigenze reali del contesto: riuscire a dare definizione al senso del paesaggio urbano nelle forme e nei contenuti. Pertanto, pur considerando le sempre diversificate condizioni sociali ed economiche, appare necessario sensibilizzare le comunità e gli stakeholder ad una riflessione sull'importanza di tale connubio.

of a community are traceable. The promotion of sport through pictorial work approaches the redevelopment of public space, multiplying its social value and becoming an inspiration for many other sports areas currently under the sign of abandonment.

The peripheral sports context is the place par excellence where street artists express their disapproval of the alienation of the masses. Image and imagination contextualize a locality and the community that lives it: street art becomes a tool for the redevelopment of collective spaces making them "feeling structures"¹³ and influencing their social life in a significant way for its development.

Conclusions

The case studies briefly described here are significant examples in which street art, architecture, and sport compete in different ways to respond to the demand for quality necessary to eradicate forms of degradation and social marginalization. The places designated for the individual's training, related to the artistic sensitivity of the street arts, become an instrument of development and change, key resources in community dynamics, as well as models of local requalification. Through this transformative artistic desire and identity recovery, a responsibility manifests itself, not to be underestimated in the act of reconciling freedom of expression with the real needs of the context: being able to define the sense of the urban landscape in terms of shapes and contents. Therefore, despite considering the always diversified social and economic conditions, it seems necessary to sensitize communities and stakeholders to a reflection on the importance of this combination.

¹³Appadurai, A. (2011).

● Bibliografia – Sitografia *References – Webography*

Accame, F. (1996). *Pratica del linguaggio e tecniche della comunicazione*. Roma: Società Stampa Sportiva.

Accame, F. (1999). *Dire e condire. Scampoli di ideologia nel linguaggio e nella comunicazione*. Milano: Odradek.

Appadurai, A. (2011). *Modernità in polvere: dimensioni culturali della globalizzazione*, edizione italiana a cura di P. Vereni. Milano: Editore Cortina Raffello.

Bertocci, S., La Placa, S., Ricciarini, M. (2019). Restoration and promotion of sports facilities: a project of urban renewal. *Colloqui.AT.e 2019, convegno Arttec 2019, Torino*, pp. 579-588.

Borghini, S., Visconti, L.M., Anderson, L., Sherry Jr, J. (2010). Symbiotic Postures of Commercial Advertising and Street Art. *Journal of Advertising*, vol. 39 n. 3, pp. 113-126.

Brenner, N. (2016). *Stato, Spazio, Urbanizzazione*. Milano: Edizioni Angelo Guerini.

Ciampi, M. (2013). *Il territorio come bene sociale. Il paesaggio come spazio umanizzato*. In De Poli, M., Incerti G., *Trasformazioni. Storie di paesaggi contemporanei*. Siracusa: Lettera Ventidue Edizioni, pp. 59-75.

Cecchini, A., (2007). *Al centro le periferie. Il ruolo degli spazi pubblici e dell'attivazione delle energie sociali in un'esperienza*

didattica per la riqualificazione urbana. Milano: Franco Angeli.

Colacicco, M. (2016). La street art come pratica di riconoscimento e appaesamento degli spazi sociali urbani. Il caso di Torpignattara a Roma. *Cambio. Rivista sulle trasformazioni sociali*, vol. 6 n. 11, pp. 49-63. <https://doi.org/10.13128/cambio-18782>

Cosso, E., Giacconi, R. (2012). Tesi di Laurea: *Progettare l'arte in città: la riqualificazione delle periferie attraverso l'arte*. Torino: Politecnico di Torino.

Fracasso, L., (2008). Lo spazio urbano attraverso i sensi: mappatura dei territori e orditura dei fatti. *Scripta Nova Revista Electrónica De Geografía Y Ciencias Sociales*. Universidad de Barcelona, vol. XII, n. 270 (120).

Governa, F., Saccomani, S. (2002). *Periferie tra riqualificazione e sviluppo locale. Un confronto sulle metodologie e sulle pratiche di intervento in Italia e in Europa*. Firenze: Alinea Editrice.

Grana, M., (2009). *Lontani dal centro. Gli interventi pubblici nelle periferie*. Roma: Carocci Editore.

Imarisio, M., (2019). *Le strade Parlano, una storia italiana scritta sui muri*. Milano: Edizioni Rizzoli.

Ley, D., Cybriwsky, R. (1974). *Urban Graffiti as Territorial*

Markers. *Annals of the Association of American Geographers*. Ltd: Taylor & Francis, vol. 64, n. 4, pp. 491-505.

Lynch K. (1960). *The Image of the City*. Cambridge MA: MIT Press.

Machetto, S. (2010). Tesi di Laurea: *Periferie urbane: cambiamenti nelle interpretazioni e nelle politiche. L'esperienza del Progetto Speciale Periferie a Torino*. Torino: Politecnico di Torino.

Mazzette, A., (2013). *Pratiche sociali di città pubblica*. Bari: Edizioni Laterza.

Merleau-Ponty, M. (1945). *Phénoménologie de la perception*. Paris: Gallimard.

Norberg-Schulz, C. (1979). *Genius Loci. Towards a Phenomenology of Architecture*. London: Academy Editions.

Renna, I. (2017). Street art in Urbe. Arte urbana nelle periferie romane. Street art in Urbe. Urban art in the suburbs or Rome. *H-ermes. Journal of Communication*, 9, pp. 197-228.

Rossetti, L., Gangitano, C., (2019). La street art può fare rigenerazione urbana e reti locali?. https://www.glistatigenerali.com/arte_milano/la-street-art-puo-fare-rigenerazione-urbana-e-reti-locali/

Rykwert, J. (2008). *The Seduction of Place. The History and Future of the City*. New York: Random House.

Nella comunicazione di massa, da sempre i muri delle città hanno svolto un ruolo rilevante nell'essere portatori di messaggi visivi: dalle epigrafi romane al muralismo messicano, alla pittura murale di propaganda, ai ben noti *graffiti* e, oggi, alla *Street Art* e/o arte pubblica. La finalità di questa arte murale cambia: non più imbrattamento di muri ma costruzione di un senso di bellezza (dove non c'è) per favorire l'appartenenza a luoghi periferici e/o degradati, attivare programmi di rigenerazione fisica e sociale, incentivare l'appartenenza ai luoghi e il turismo culturale.

Oggi, il dilagante successo di quest'arte murale apre a nuove e più critiche considerazioni come l'impermanenza di questa arte e l'eventuale necessità di preservarla così come il rischio di eventi mediatici, che insidia il carattere identitario di quest'arte murale rappresentato da spontaneità e illegalità.

Visto il notevole successo che questo argomento ha riscosso all'indomani del lancio della call da parte della rivista scientifica internazionale di architettura e patrimonio culturale *DisegnareCON* (n. 24, 2020) in più comunità scientifiche, il presente volume ne è prosieguito e raccoglie riflessioni e testimonianze su questi aspetti in cui il disegno, nella sua accezione più ampia, si fa ampio orizzonte di argomenti da esplorare e si conferma quale forza espressiva universale e, al contempo, motrice creativa di un racconto per immagini visive.

In mass communication, city walls have always played an important role in being carriers of visual messages: from Roman epigraphs to Mexican muralism, the mural paintings of propaganda, well-known Graffiti and, today, Street Art and/or Public Art.

The purpose of this mural art changed: no longer the soiling of walls but rather the construction of a sense of beauty (where there is none) to favor belonging to peripheral and/or degraded places, activate physical and social requalification, encourage belonging to places and tourism cultural.

Nowadays, the widespread success of this mural art opened up new and more critical considerations such as the impermanence of this art and the need to preserve it as well as the risk of media events that undermines the identity nature of this mural art or spontaneity and lawlessness.

Given the considerable success that this topic received after the launch of the call by the international architecture and cultural heritage journal *DisegnareCON* (n. 24, 2020) in multiple scientific communities, this volume is a continuation and collects considerations and testimonies on this aspects in which drawing, in its wider sense, becomes an extensive horizon of topics to be explored and confirms itself as a universal expressive force and, at the same time, creative driving force behind a story based on visual images.