

Sopra i Muri di Periferia.

Rigenerazione Artistica e Turismo della *Street Art* a Ponticelli (Napoli) e Corvetto (Milano)

*Sara Iandolo**, *Laura Raccanelli**

Abstract

The chapter will delve into contemporary aspects of aesthetic capitalism (Böhme, 2017) and explore the intersection between street art and urban regeneration processes, beautification (Ghertner, 2010; Herzfeld, 2017) and tourism practices (Andron, 2018; Raposo, 2022). Often labeled as *no-goes areas* (Wacquant, 2007), street art interventions and especially the emergence of new muralism, play a pivotal role in aestheticizing and beautifying peripheral neighborhoods. Drawing on ethnographic data, we will examine street art-led urban regeneration initiatives in Naples and Milan, focusing on *The Mural Park* in Ponticelli and the new ‘creative district’ of Corvetto. By analyzing various forms and purposes of street art – ranging from grassroots political expressions to top-down institutional initiatives – we'll explore efforts to tame and remove the disruptive aesthetics of ‘urban otherness’, emphasizing the visual realm and tourism-driven valorization as a new field of value extraction and at the same time a new arena for inequality production.

Keywords: street art-led urban regeneration; aesthetic capitalism; urban peripheries; beautification, street art tourism

* Università di Torino e Università di Milano, sara.iandolo@unito.it

* Università di Milano-Bicocca, l.raccanelli@campus.unimib.it

1. Introduzione

Napoli, 8 marzo 2023. Nelle prime ore del mattino, un gruppo di persone copriva con vernice bianca un grande murale in una via centrale dei Quartieri Spagnoli, un'area del centro storico un tempo considerata pericolosa e oggi al centro di un imponente *revival* turistico. Il dipinto ritraeva il volto di Ugo Russo, un ragazzo quindicenne ucciso tre anni prima da un carabiniere fuori servizio durante un tentativo di rapina¹. Era stata la famiglia a richiedere la realizzazione dell'opera, che era diventata presto un simbolo non solo della memoria del ragazzo, ma anche della lotta per chiedere “Verità e Giustizia per Ugo Russo”. Il Comitato, nato sotto questo stesso nome, denunciava la violenza della polizia nei confronti del giovane ragazzo e negli anni aveva costruito una grande protesta pubblica molto sentita a Napoli - e non solo². Nonostante ciò, da oltre due anni si destreggiava in una difficile battaglia legale per difendere il murale: nel 2021 una sentenza del Tribunale Amministrativo Regionale campano, appellandosi al valore storico dell'edificio, aveva infatti stabilito che l'opera danneggiasse la proprietà. In questo modo la sentenza dichiarava l'abusività del dipinto murario e ne richiedeva la sua rimozione forzata³. Quella mattina di marzo, per evitare la militarizzazione della piazza e per rispettare la memoria del ragazzo e della lotta avviata negli anni, erano stati proprio la famiglia di Ugo Russo, il Comitato e i residenti del quartiere a prendersi carico delle operazioni di copertura del murales.

¹ L'omicidio era avvenuto nella notte tra il 28 febbraio e il 1° marzo 2020. Il ragazzo era a bordo di un motorino insieme ad un amico. I due si erano avvicinati ad un'auto puntando una pistola giocattolo verso l'uomo a bordo della vettura nel tentativo di rubargli l'orologio. Si trattava di un carabiniere fuori servizio, il quale sparò diversi colpi. Ugo Russo perdeva la vita qualche ora dopo in ospedale. Per approfondire la vicenda:

:<https://napolimonitor.it/ugo-russo-quindici-anni-ammazzato-da-un-carabiniere-un-anno-dalla-morte/>

² L'uccisione di un adolescente da parte della polizia non rappresenta un caso isolato: per restare nelle cronache cittadine, ricordiamo la nota vicenda di Davide Bifolco al Rione Traiano, il quindicenne ucciso nel 2014 da un colpo di pistola di un poliziotto durante un inseguimento. Per una disamina critica dell'intreccio tra criminalizzazione, marginalizzazione e repressione si veda l'articolo di Riccardo Rosa:
<https://napolimonitor.it/napoli-quando-muore-un-quindicenne/>

³ Per la sentenza, i giudici hanno interpretato il piano regolatore urbanistico per il quale, all'articolo 69, comma 4, lettera C, sugli edifici antecedenti all'Ottocento non si possono realizzare in nessun caso interventi artistici come i murales.

<https://www.exibart.com/attualita/il-murales-di-ugo-russo-sara-cancellato-la-sentenza-del-tar/>

La sentenza del TAR rappresenta una decisione inedita, sebbene la battaglia dell'amministrazione di Napoli contro il cosiddetto ‘vandalismo grafico’ nel centro storico fosse già iniziata da un po’. È evidente come questa scelta riguardi l'aspetto profondamente politico del caso di Ugo Russo, ma si lega anche alla complessa questione del decoro nello spazio pubblico. C'è infatti un lato paradossale nell'interpretazione della sentenza: se ben attuata, essa dovrebbe interessare molti altri palazzi del centro storico coinvolgendo anche i murales che attirano milioni di turisti⁴ ogni anno. Tuttavia, nessuno sembra ad oggi contestare la legittimità di opere ormai famosissime come la Madonna con la pistola di Banksy di piazza Gerolomini o il ritratto di un giovane Diego Armando Maradona con la maglia del Napoli che oggi sventta in un altro vicolo dei Quartieri Spagnoli non lontano da quello dove sorgeva il volto di Ugo Russo, e che è ormai un *must-see* del centro storico della città partenopea (Figura 1).



Figura 1. Il murale di Maradona nei Quartieri Spagnoli, diventato negli ultimi anni una delle principali attrazioni turistiche. Foto di Sara Iandolo (29.11.2022)

⁴ Le autrici hanno scelto di utilizzare un linguaggio inclusivo proponendo l'adozione del simbolo schwa. Per un approfondimento sull'adozione del linguaggio inclusivo nella scrittura accademica si veda questa guida proposta dal Politecnico di Torino:https://www.polito.it/sites/default/files/2023-07/vademecum%20agile_170723.pdf, mentre per una disamina del dibattito intorno all'utilizzo del simbolo grafico: https://www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/Schwa/4_Gheno.html

La storia del murale di Ugo Russo offre un esempio significativo delle conflittualità e delle tematiche che si intrecciano intorno alla *street art* e al suo rapporto con le città contemporanee. Analizzare le complessità e l'intersecarsi di diversi processi di valorizzazione dei territori marginali è dunque l'obiettivo di questo testo, che si propone inoltre di contribuire al dibattito italiano sui fenomeni di rigenerazione urbana guidati dalla *street art*.

Nel primo e nel secondo paragrafo presenteremo la letteratura internazionale che ha analizzato i cambiamenti legati alla *street art*. Pratica artistica che da sempre oscilla tra legalità e illegalità, oggi una parte dell'arte di strada si è fortemente istituzionalizzata nella forma del *nuovo muralismo* (Rivasi, 2022), ancorandosi a progetti di rigenerazione urbana. Nel terzo paragrafo, utilizzeremo la nozione di ‘capitalismo estetico’ (Böhme, 2017) per analizzare come la *street art* possa innescare processi di trasformazione urbana legati a logiche turistiche, di *beautification* e, talvolta, di gentrificazione (Andron, 2018; Herzfeld, 2017). Nei paragrafi che seguono proporremo alcune riflessioni a partire da due casi italiani: i quartieri periferici di Ponticelli a Napoli, nel quale si trova il progetto del Parco dei Murales, e di Corvetto a Milano. Si tratta di due esempi inseriti in contesti urbani piuttosto differenti ma che offrono due spunti etnografici sulle criticità di questi progetti in quartieri marginalizzati. A partire dalle ricerche etnografiche portate avanti dalle due autrici tra il 2022 e il 2024 nelle due città⁵, presenteremo le vicende dei due quartieri attraverso l'analisi della stampa locale e delle interviste effettuate durante i *fieldwork*, le note di campo raccolte durante l'osservazione partecipante di numerosi *street art tour* e di azioni di *cleaning day* portati avanti da associazioni locali. Si vedrà come in entrambi i quartieri, nonostante siano spesso riconosciuti come *no-goes-areas* (Wacquant, 2007) gli interventi di *street art* e il turismo ad essi collegato giocano un ruolo importante nell'estetizzazione di queste due periferie.

2. *Graffiti Writing e Street Art* contemporanea tra arte e non-arte

L'etichetta generica di *street art* include diversi generi e tradizioni legati alla cosiddetta arte urbana: graffiti, murales e tag, che vengono dipinti, realizzati con stencil o affissi con adesivi sulle superfici urbane (Benet-Weiser, 2011). L'espressione *street art* racchiude dunque significati molteplici che oscillano

⁵ I due casi etnografici proposti sono parte delle ricerche dottorali in sociologia e antropologia urbana delle due autrici. Sebbene l'intero capitolo sia stato scritto in modo congiunto, i dati etnografici del paragrafo 5 sono stati raccolti da Sara Iandolo, mentre quelli del paragrafo 6 da Laura Raccanelli.

tra illegalità e legalità, arte e non-arte e i suoi svariati utilizzi, sia dal basso come forma di espressione e/o protesta, sia dall'alto come tentativo di attivare processi di rigenerazione e abbellimento.

Tra le prime pratiche di *street art* vi è quella dei *graffiti writing* che ha origine dall'omonimo movimento nato nei ghetti di New York negli anni Sessanta ed è da intendersi come un fenomeno giovanile-subculturale legato all'hip-hop, che in quegli anni dava espressione ad antagonismi e marginalità urbana (Dal Lago e Giordano, 2016). Le *writer* avevano l'obiettivo di lasciare il maggior numero possibile di *tag* - firme - sui muri urbani, in luoghi visibili e originali, puntando al reciproco riconoscimento e orientati verso l'esplorazione artistica ed estetica (Rivasi, 2022). Negli anni Ottanta, i graffiti si sono diffusi negli Stati Uniti e in Europa come strumento attraverso il quale le giovani generazioni delle periferie urbane davano forma espressiva alla loro esperienza sociale e materiale, per conquistare uno spazio concreto nelle strade e affermare la propria identità, marcando il territorio e l'ambiente cittadino (Ascari, 2022; Dal Lago e Giordano, 2016). Tuttavia, questa diffusione è stata accompagnata da una forte criminalizzazione di artisti di strada attraverso la repressione poliziesca, in uno scenario che ha assunto immediatamente la forma di conflitto e guerriglia urbana tra giovani e polizia (Dal Lago e Giordano, 2016). In quegli anni, la famosa ‘teoria delle finestre rotte’ ipotizzava l’esistenza di una correlazione tra degrado urbano e criminalità, suggerendo la necessità di agire sulla percezione estetica dei quartieri per incidere sulla qualità della vita, ripristinare l’ordine pubblico, il decoro e un ambiente legale (Bukowski, 2019; Rivasi, 2022; Raccanelli, 2022). Formulata per la prima volta negli anni Ottanta dai politologi James Wilson e George Kelling (1982), questa teoria era stata assunta come base applicativa per le politiche repressive e punitive degli anni Novanta del sindaco di New York Rudolph Giuliani, note con il nome di ‘Tolleranza zero’. I graffiti erano ritenuti quindi un problema di ordine estetico tanto quanto spazzatura e sporcizia e collegati negativamente all’‘alterità’ a causa dei loro presunti autori - le minoranze etniche e giovanili della New York underground (Cresswell, 1996) - e configurati come un crimine contro la proprietà privata e contro l’ordine pubblico, in una complessa battaglia legale e ideologica (Andron, 2018). In questo contesto gli interventi di pulizia estetica nascondevano approcci securitari e polizieschi.

Nello stesso momento in cui la lotta politica contro l’illegalità definiva le pratiche di *writing* come manifestazioni di devianza urbana, le autorità artistiche trasformavano i graffiti in arte, spostandoli dallo spazio urbano alle gallerie (Cresswell, 1996). Mentre le strade non erano considerate il luogo adatto per produrre arte, al contrario, gli spazi artistici e i musei erano ritenuti luoghi legittimi, grazie a una gerarchia consolidata di curatore, direttore,

professorə, galleristə, collezionistə e fondazioni (Rivasi, 2022). Questo cambiamento non porta alla scomparsa dei graffiti come pratica illegale, sovversiva e politicamente connessa, ma una parte del graffitismo ha iniziato a contaminarsi, sfruttando suggestioni visive e grafiche più pop e accattivanti. Il nuovo movimento artistico che ne è scaturito potrebbe essere definito come *street art* contemporanea (*Ibid.*), da intendersi come il risultato dell'evoluzione della pratica del *graffiti writing* - definita anche 'post-graffiti' (Manco, 2002) - con cui condivide alcune caratteristiche. Infatti, i graffiti e la *street art* si pongono entrambi come atti di contestazione culturale ed espressioni dirompenti che sfidano la moralità degli spazi, provocando e disturbando, associati all'illegalità, alla devianza e al vandalismo. Tuttavia, poiché l'estetica e il significato della *street art* sono più comprensibili alla gente comune rispetto ai graffiti, essa ha riscosso molto più successo presso il grande pubblico, i media, le istituzioni e le gallerie (Rivasi, 2022).

3. Il nuovo muralismo tra rigenerazione urbana e abbellimento

La *street art* contemporanea rappresenta la base su cui si è sviluppato un altro movimento più recente: il nuovo muralismo. Apparso nei primi anni Duemila, esso consiste in una pittura murale spesso monumentale ed esteticamente rassicurante, di solito commissionata da attori privati, istituzioni e amministrazioni cittadine, generalmente nell'ambito di progetti artistici di rigenerazione urbana (Rivasi, 2022). Il nuovo muralismo è frutto di un processo di istituzionalizzazione e rifunzionalizzazione dall'alto della *street art*, che tuttavia evidenzia un paradosso: se da un lato alcune opere sono state legalizzate, dall'altro le forme artistiche meno riconosciute vengono oggi sempre più criminalizzate. Infatti, le istituzioni che commissionano le opere hanno la facoltà di autorizzare i murales, di definire e limitare gli spazi entro i quali lo artista possono esprimersi. Ne sono un esempio le sempre più diffuse iniziative di rimozione dei graffiti o opere di *street art* non autorizzate (Gainsforth, 2022). Solo per citare due casi emblematici: nel 2019 il Comune di Bologna ha promosso diverse azioni di pulizia dei muri del centro della città, investendo 254 mila euro in poco più di quattro anni⁶, mentre recentemente si è fortemente rafforzata la rete nazionale di *Retake*. Come si legge dal sito, *Retake* è un "movimento spontaneo di cittadini per la lotta al degrado dello spazio pubblico", conosciuto in primo luogo per le iniziative di

⁶ Cfr: *L'eterna lotta ai graffiti: Il Comune ha speso 254mila euro in 4 anni*, Il Resto del Carlino, 7 gennaio 2023

<https://www.ilrestodelcarlino.it/bologna/cronaca/leterna-lotta-ai-graffiti-il-comune-ha-speso-254mila-euro-in-4-anni-dibattito-sulle-risorse-jeijgiux>

riverniciatura dei muri. Sul motto *Wake up, speak up, clean up!*, il movimento era stato fondato a Roma nel 2009 e ad oggi si contano moltissime sezioni locali attive in diverse città italiane⁷. Nella convivenza e nel contrasto tra nuovo muralismo e il cosiddetto ‘vandalismo grafico’, il carattere trasgressivo della *street art* viene addomesticato, costringendo le rappresentazioni a rientrare nelle visioni del mondo dominanti.

Tutte queste pratiche di pulizia dei muri, infatti, ripropongono la divisione egemonica tra ‘*street art* cattiva’ e ‘*street art* buona’. Quest’ultima è ben rappresentata dal nuovo muralismo proprio perché ne è riconosciuta la sua funzione di abbellimento dello spazio pubblico, definito in letteratura con il concetto di *beautification* (Ghertner, 2010, Herzfeld, 2017; Raccanelli, 2022; 2023), in particolare laddove i murales agiscono in spazi urbani considerati ‘brutti’ o degradati. Molte periferie stigmatizzate hanno visto nascere innumerevoli progetti artistici e alcuni di questi quartieri sono stati perfino ribattezzati come ‘distretti della *street art*’, diventando attraenti per turisti e visitatori (Andron, 2018). Per analizzare questo meccanismo è particolarmente efficace l’uso della nozione di ‘*camouflage*’ (Böhme, 2017: 91), da intendere come una tecnica per nascondere le imperfezioni tramite l’atto di aggiungere, rimuovere e/o preservare una determinata immagine urbana (Raccanelli, 2023). Secondo la letteratura, la rigenerazione urbana a base artistica è diventata un modello piuttosto standardizzato, con alcune piccole differenze a seconda dei contesti e dei finanziatori, che possono essere grandi aziende, enti del terzo settore, amministrazioni comunali o un mix di attori pubblici e privati (Guinard & Margier, 2018; Gainsforth, 2022). Nell’idea di chi promuove questi progetti, lo scopo dovrebbe essere quello di accompagnare i abitanti alla riscoperta del senso del luogo e dei legami comunitari. Per questo motivo, gli enormi e colorati dipinti del nuovo muralismo, eseguiti principalmente sulle facciate degli edifici popolari, fanno spesso riferimento alla storia del luogo o trasmettono messaggi educativi di inclusione sociale. All’interno dei progetti più istituzionali, viene spesso promosso il coinvolgimento e la partecipazione locale nel processo decisionale del soggetto da raffigurare e, più raramente, nella realizzazione dei murales.

Alcuni studi mettono in luce, tuttavia, come questi progetti siano talvolta presentati come una panacea per una vasta gamma di problemi (Richards e Marques, 2012), mentre allo stesso tempo le politiche pubbliche sembrano sempre più rinunciare alla loro funzione di progettazione e manutenzione della città pubblica, in questo modo ricorrendo a vere e proprie operazioni di *art washing* (Young, 2016). In questi casi, i risultati si riducono quasi

⁷ Cfr: <https://www.retake.org/chi-siamo/>

unicamente in processi di abbellimento piuttosto che di rigenerazione urbana e la *street art* è diventata un bel *camouflage* per nascondere altri problemi di marginalizzazione urbana⁸ (Raccanelli, 2022; 2023). Otávio Ribeiro Raposo, nella sua etnografia del quartiere popolare di *Quinta do Mocho*, a nord dell'area metropolitana della Grande Lisbona, parla di “(an)aesthetic management of social inequalities” (2022: 186) riferendosi al ruolo che gli interventi di nuovo muralismo hanno avuto nell'anestetizzare la lotta politica, partecipando implicitamente alla riproduzione delle disuguaglianze. Secondo l'autore, le opere di *street art* sulle case popolari hanno avuto l'effetto di cambiare l'immagine pubblica negativa del quartiere e di attrarre turisti. Tuttavia, seguendo un approccio top-down, la *street-artification* di Quinta do Mocho ha operato come un dispositivo di assoggettamento e mantenimento della subalternità, *abbellendo* i processi di esclusione (Raposo, 2022).

4. *Street Art* nel capitalismo estetico: tra gentrificazione e turismo

Per inquadrare meglio la relazione tra *street art* e trasformazione urbana è utile introdurre il concetto di ‘capitalismo estetico’. Nel suo saggio *Critique of Aesthetic Capitalism*, il filosofo Gernot Böhme (2017) osserva una nuova dinamica nell’attuale fase del capitalismo avanzato, all’interno della quale la crescita è possibile attraverso la produzione di quello che l’autore definisce ‘valore estetico’ o ‘valore di spettacolo’. Questi valori attribuiscono nuovi significati alle merci e ai luoghi e vengono prodotti tramite “la messa in scena del sé e del reale” (Böhme, 2017: 20-21). La bellezza diventa così una nuova proprietà essenziale di oggetti e spazi e la *street art* uno strumento perfetto per crearla nelle città. Nelle parole del sociologo Andrea Mubi Brighenti:

Under the hegemony of the creative city narrative, street art has been wielded into an urban development tool, targeting specific neighbourhoods and areas... In the public discourse, street art has thus provided something like a mirror into which the contemporary city could mirror itself, finding beauty for once – after decades of ugliness! (Brighenti, 2016: 123).

Come visto nel paragrafo precedente, tutto ciò si può osservare soprattutto nei progetti artistici che investono i quartieri di periferia, dove l'intreccio tra abbellimento, presenza di nuove visitatrici e potenziale aumento del valore è

⁸ Per un altro caso studio nella periferia di Torino si veda l’articolo: Sara Iandolo, Laura Raccanelli, *La retorica dell’abbellimento. Il quartiere Vallette di Torino tra stigma e propaganda politica*, Monitor, 26 gennaio 2021

<https://napolimonitor.it/il-quartiere-vallette-di-torino-tra-stigma-e-propaganda/>

particolarmente evidente. A partire dalle narrazioni stigmatizzanti che spesso operano in questi quartieri, la *street art* coopera alla creazione di un'atmosfera più ‘cool e creativa’, integrandosi nelle strategie di crescita delle città post-industriali. La storica dell’architettura Sabine Andron (2018) sottolinea che la *street art* e i nuovi grandi murales che sorgono nello spazio pubblico non solo sono ormai ampiamente tollerati dalle amministrazioni pubbliche, ma queste ne hanno compreso la loro potenzialità economica. I progetti che coinvolgono la *street art* creano infatti spazi esteticamente adatti ad accogliere la classe creativa e vengono sempre più mobilitati come dispositivi di *place-making* (Schacter, 2014) a sostegno di iniziative di *branding* dello spazio pubblico. Pertanto, l’obiettivo principale di questi progetti è spesso quello di agire sul processo di creazione di valore che si innesca intorno alla combinazione di *street art* e spazio urbano per creare crescita economica. Diversi studi dimostrano un legame tra gli interventi di *street art* e l’aumento del valore immobiliare (Seresinhe, Preis e Moat, 2016). Come ben dimostrato da Fabiana Forte e Pierfrancesco De Paola:

An emblematic example of this phenomenon occurs in Chelsea, where a building which exhibits two murals of Brazilian artist Eduardo Kobra painted in 2012, recorded an increase in market value of \$880,000 to \$2,075,000. Media reports indicate that in New York City neighborhoods enhanced by ‘street writers’ the property prices increased by 10 to 15%, depending on the reputation of the artist involved (2019: 3-4).

Alcune studiosæ hanno riscontrato in questa dinamica il rischio di attivare processi di gentrificazione e le connesse dinamiche di espulsione della popolazione residente più povera, contribuendo alla crescente divisione socio-spaziale e alla disuguaglianza urbana (Andron, 2018; Cameron & Coaffee, 2005; Costa & Lopes, 2015; Grodach, Foster e Murdoch, 2014; Polson, 2024; Young, 2016; Zukin, 1995). Per questo motivo, una parte sempre più consistente di cittadinæ, attivistæ e artistæ si oppone all’uso strumentale della *street art*, lottando contro i fenomeni di gentrificazione, mentre altræ adottano un comportamento più collaborativo con le istituzioni. Non in tutti quartieri però si verifica un incremento dei valori immobiliari, e questo in particolare nelle aree a prevalenza di immobili di edilizia residenziale pubblica. Qui, i progetti di rigenerazione artistica agiscono spesso nell’attivare un’altra modalità di valorizzazione, vale a dire quella turistica. Diversi esempi in letteratura affrontano il tema del turismo della *street art*, dimostrando che esso da fenomeno di nicchia è oggi in costante crescita (Andron, 2018; Castellano & Raposo, 2023; Mokras-Grabowska, 2014; Richards, 2014; Seok, Joo e Nam, 2020; Raposo, 2022). Secondo lo

studio di Erika Polson (2024) sul RiNo Art District di Denver negli Stati Uniti, è stata soprattutto la condivisione di foto delle opere murarie sui *social network* a rendere estremamente popolare questo quartiere, un tempo marginale. Le piattaforme di condivisione di foto e video, come *Instagram* e *Tik Tok*, hanno infatti un grande impatto sull'influenza delle destinazioni turistiche e i murales sono uno dei soggetti più *instragrammabili* grazie alle loro qualità estetiche. Così, il turismo dell'arte di strada è drammaticamente influenzato dalla circolazione delle immagini, mentre la produzione e il consumo di forme di *street art* e graffiti sono sempre più plasmati dagli usi di *Instagram* (MacDowall & de Souza, 2018).

Come sostiene Sabina Andron (2018), l'industria degli *street art tour* gioca un ruolo importante nella costruzione del valore geografico, economico e simbolico dell'arte di strada. Secondo l'autrice, che utilizza le teorie di Bourdieu sul linguaggio e sul potere (Bourdieu, 1991), le guide operano da una posizione di autorità: attraverso i discorsi e i percorsi che scelgono, esse hanno la facoltà di rendere visibili alcuni aspetti e di oscurarne altri:

They [the guides] also play a substantial role in drawing the boundaries of the street art world, by naming and validating its artworks, and enabling the formation of its audiences. Show it on the tour, and it is art; don't show it, then it is probably not (Andron, 2018: 5).

In questo modo, le guide non solo descrivono, definiscono e mettono in scena la *street art*, ma descrivono, definiscono e mettono in scena anche lo spazio e i suoi significati. In effetti, pagare per un *tour* di *street art* significa acquistare l'esperienza sia dell'arte che del luogo. Così, l'arte di strada viene promossa come un simbolo di autenticità e *streetness*, diventando un attrattore turistico anche di quei quartieri "fuori dai sentieri battuti" (Gravari-Barbas and Delaplace, 2015), luoghi che sono rimasti 'incontaminati' dalla presenza dei turisti e che, per questo motivo, sono considerati autentici.

Nei prossimi due paragrafi presenteremo le specificità del legame tra *street art* e periferie in due città: Napoli e Milano. Si tratta infatti di due realtà urbane che hanno riconosciuto il nuovo muralismo non solo come dispositivo turistico e di *marketing*, ma anche come strumento di *governance*. Infatti, il comune di Milano ha recentemente aperto l'Ufficio Arte negli Spazi Pubblici, uno sportello specifico con il compito di coordinare la realizzazione delle opere d'arte nella città, mentre a Napoli è attivo dal 2019 il Tavolo Interassessorile per la Creatività Urbana che discute e organizza i progetti di arte pubblica nelle diverse aree metropolitane. Ci soffermeremo su alcuni progetti artistici che hanno coinvolto i quartieri di Ponticelli (Napoli) e Corvetto (Milano), due spazi urbani che racchiudono molte delle complessità

e delle contraddizioni presentate finora.

5. Napoli nella morsa del turismo. Visitare lo *Street Art District* di Ponticelli⁹

Insieme a città come Berlino, New York o Lisbona, anche Napoli è oggi spesso descritta come una delle capitali europee della *street art*.¹⁰ Negli ultimi anni i tour dedicati all'arte di strada si sono moltiplicati, portando turisti alla scoperta delle opere più o meno ufficiali nei vicoli del centro partenopeo e nelle periferie.

Come è noto, oggi la città sta vivendo un boom turistico senza precedenti, con un aumento di 5 milioni di arrivi all'aeroporto internazionale tra il 2014 e il 2019 (Rossi, 2022) e una crescita annuale del 171,4% delle offerte di Airbnb dal 2016 al 2019 (Semi & Tonetta, 2020). In questo contesto di crescita costante del turismo, solo temporaneamente interrotto dalla pandemia di covid-19, l'industria turistica si sta spingendo in quartieri marginali e stigmatizzati (Iandolo, 2023). È il caso, ad esempio, del complesso di edilizia residenziale pubblica Taverna del Ferro, noto anche come "il Bronx", che si trova nel quartiere di San Giovanni a Teduccio, periferia est di Napoli. Qui, le quattro facciate esterne del complesso ospitano alcuni famosi murales che rappresentano un tentativo di rigenerare il quartiere attraverso la *street art* e il turismo che ne deriva¹¹. I quattro volti sono stati realizzati dallo *street artist*

⁹ Il paragrafo seguente si basa su dati empirici raccolti tra il 2022 e il 2024 da Sara Iandolo. Nell'ambito della sua ricerca di dottorato sui processi di mercificazione dello stigma territoriale tramite il turismo a Scampia, la ricercatrice ha svolto anche l'osservazione partecipante di diversi tour in altre aree marginalizzate. Le riflessioni proposte nel paragrafo sono il frutto di una rielaborazione dei dati raccolti durante quattro tour guidati del 'Parco dei Murales' di Ponticelli, di cui due svolti dall'associazione creatrice del progetto (Inward) e due svolti dall'Associazione Maestri di Strada, che tra le altre attività educative propone visite guidate a pagamento nei territori di Napoli Est per le scolaresche (Fiere dell'Est). Sono state inoltre svolte interviste a due operatrici di Inward e un *focus group* con le studentesse del liceo artistico Santissimi Apostoli che hanno partecipato ad una passeggiata.

¹⁰ Napoli capitale italiana della *street art*, 15 maggio 2020:

<https://www.periodicodaily.com/napoli-capitale-italiana-della-street-art/>

¹¹ Le condizioni fatiscenti degli edifici e la lotta del comitato dei residenti per avere condizioni abitative migliori ha portato il Comune di Napoli alla fine del 2023 a pianificare un progetto di ricollocamento dei abitanti con conseguente abbattimento dei due edifici. In questo contesto, la decisione aveva coinvolto anche i quattro murales di Jorit che dovrebbero essere abbattuti insieme ai palazzi, provocando uno scontento generale. L'amministrazione, consapevole dell'enorme valore simbolico delle opere, sta ancora decidendo come comportarsi rispetto ad esse. Tra le ipotesi vagliate, era stato anche proposto lo smontaggio e la ricostruzione dei murales in un'altra area del quartiere.

Jorit, esponente del nuovo muralismo ormai conosciuto (e recentemente contestato) sia in Italia che all'estero per i suoi murales imponenti che tappezzano i muri della città partenopea e che sono ad oggi diventati vere e proprie attrazioni turistiche: tra gli altri, San Gennaro all'ingresso di Forcella, Pasolini e Angela Davis all'uscita della metropolitana di Scampia e, appunto, Maradona e Che Guevara a Taverna del Ferro a San Giovanni a Teduccio.

Non solo i volti di Jorit, ma diversi altri murales sono una tappa obbligata negli *street art tour*, tra cui l'imperdibile Madonna con la Pistola di Banksy nel cuore del centro storico. Nel tentativo di proteggerla dall'usura, nel 2016 una pizzeria e un privato cittadino hanno incorniciato e coperto l'opera con una lastra di plexiglass. Nella targa sottostante si legge: "Per rendere Napoli unica". Nonostante molte delle opere nascono da iniziative private dal basso, oggi è chiaro il loro ruolo per la città di Napoli soprattutto quando rappresentano simboli cittadini: la gran parte di questi dipinti rientra in un più ampio processo di brandizzazione e valorizzazione turistica.

Lo stesso è accaduto al complesso di edilizia residenziale pubblica di Parco Merola, che si trova nella periferia orientale di Ponticelli e che è divenuto oggi il Parco dei Murales. Casale di Napoli fino al 1860, poi Comune autonomo sino al 1924, Ponticelli è stato incluso nella città metropolitana nel 1925, insieme ai vicini San Giovanni a Teduccio e Barra. La forte pressione abitativa del dopoguerra aveva innescato profondi cambiamenti nel quartiere, soprattutto a partire dalla massiccia urbanizzazione avviata con la legge 167/62 del 1964, la stessa che portò alla costruzione del quartiere settentrionale di Scampia. La legge permetteva l'acquisizione da parte dello Stato di lotti di terreni per l'edilizia economica e popolare che avrebbe dovuto accogliere circa 60.000 nuovi residenti, ma che non riuscì a creare un tessuto urbano integrato, contribuendo alla frammentazione e all'isolamento del quartiere (Attademo, Castigliano, Errico, 2019). Il terremoto dell'Irpinia del 1980 contribuì ad aggravare ulteriormente le condizioni abitative dell'area, in quanto provocò un gran numero di sfollati dalle province vicine e dal centro storico, i quali si riversarono nelle periferie aumentando la pressione abitativa. Secondo i dati Istat del censimento del 2011, Ponticelli contava 52.2844 abitanti¹², configurandosi come «uno dei quartieri più popolosi e più giovani della città e quello con la più elevata incidenza di Neet (31,4%), giovani sotto i 25 anni fuori dalla formazione e dal mercato del lavoro»

https://www.ilmattino.it/rubriche/di_riffa_o_di_raffa/maradona_miracolo_laico_di_san_giovanni-7911399.html

¹² I dati del censimento sono disponibili sul sito del comune di Napoli nella sezione Statistica

<https://www.comune.napoli.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/2833>

(Iovino, 2019). Inoltre, il quartiere è stato spesso al centro di narrazioni stigmatizzanti legate soprattutto alla presenza della camorra e della comunità Rom (Cappanera, 2012). Proprio a Ponticelli si trova il Parco Merola, un quadrilatero di edilizia residenziale pubblica costruito nel post-terremoto per ospitare gli sfollati, oggi abitato da circa 150 famiglie. Nel 2015 il quadrilatero è stato ribattezzato con il nome di “*Parco dei Murales*”, “un programma di creatività urbana, tra riqualificazione artistica e rigenerazione sociale”, come si legge dal sito¹³. Per questo progetto nel corso degli anni sono stati realizzati grandi murales sulle rispettive grandi facciate del rione, visitabili anche attraverso tour guidati (Raccanelli, 2022).

Le visite del Parco dei Murales sono condotte principalmente da *Inward*, l'associazione che ha progettato il Parco, la quale opera su questo territorio da diversi anni. Consapevole delle complessità del territorio, l'associazione ha deciso di mantenere i tour gratuiti. Il *Mural Park* non è distante dalla fermata Argine-Palasport della Circumvesuviana, il treno metropolitano che collega Napoli con il suo *hinterland*. Per entrare nel complesso residenziale, guide e turista devono varcare un grande cancello rosso che circonda tutto l'isolato. È un passaggio materialmente e simbolicamente denso: nel superare il cancello insieme al gruppo di visitatori si ha la sensazione di invadere uno spazio intimo, un luogo privo di esercizi commerciali di qualsiasi tipo e dove la principale funzione è quella abitativa.



¹³ Cfr: <http://www.parcodeimurales.it/>

*Figura 2. Ragazza fotografa l'opera di Jorit durante un tour guidato al “Parco dei Murales”.
Foto di Sara Iandolo (03.05.2023)*

La prima opera ad essere mostrata è proprio quella di Jorit (Figura 2). Poi, continuando a camminare intorno ai palazzi, le guide mostrano gli altri murales e raccontano i processi di realizzazione, che in alcuni casi hanno coinvolto parte della popolazione residente, soprattutto quella più giovane. Come spiega l'operatrice sociale dell'associazione che ci guida nel Parco, spesso arrivano anche altre guide private che propongono tour a pagamento. Questo apre maggiormente al rischio di una progressiva patrimonializzazione della periferia:

Il punto è: questo non è un museo e bisogna prestare attenzione affinché le persone del posto non si sentano offese dal fatto che tu stia guadagnando dei soldi extra su qualcosa che sostanzialmente non ti appartiene (Intervista operatrice *Inward*, 10.01.2023).



Figura 3. Tour guidato al “Parco dei Murales”. Foto di Sara Iandolo (27.04.2023)

Cosa significa quindi rigenerazione sociale per questo complesso residenziale? I murales hanno reso riconoscibile il Parco Merola ad una parte della città e questo ha creato un senso di orgoglio da residenti al progetto. Tutto ciò ha anche attirato l'attenzione del Comune di Napoli che nel 2017 ha finanziato la costruzione di un nuovo campetto da calcio proprio al centro del complesso. Tuttavia, al momento questo non sembra aver concretamente agito sulla più generale carenza di servizi e sulla manutenzione degli edifici pubblici intorno al Parco dei Murales. Nonostante sia raccontata come una

remota e pericolosa periferia, anche Ponticelli non sembra sfuggire al tentativo di messa a valore in senso turistico, proprio grazie al processo di *rebranding* tramite la *street art*. Come suggeriscono le parole dell'operatrice:

Qui non siamo a Berlino dove c'è stata una rilettura totale del quartiere e un'idea di servizi che possono usare le persone, e di conseguenza c'è anche lo sconvolgimento delle regole e l'innalzamento della *real estate*. Questo qui non c'è. Non c'è perché non c'è un progetto unitario che innalzi il valore di questo luogo da un punto di vista economico. Non esiste. (Intervista operatrice *Inward*, 10.01.2023)

A Ponticelli, dunque, l'aumento del valore non è legato all'aumento dei prezzi immobiliari. Tuttavia, attraverso la messa in scena dello stesso spazio urbano, viene creato un nuovo valore estetico (Böhme, 2017) che agisce sulla rifunzionalizzazione del complesso residenziale: da spazio abitativo, il quadrilatero diventa di tanto in tanto un sito turistico, con o senza l'approvazione dei residenti. In questi momenti, il Parco Merola e le abitanti entrano nello sguardo e nell'esperienza dei turisti, che così facendo possono sperimentare un'atmosfera urbana *underground* e sono legittimati a camminare in questa '*no goes area*'.

5. Milano in scena: pulire i muri, cancellare la memoria. La guerra dei graffiti a Corvetto¹⁴

Milano è stata spesso raccontata attraverso l'immaginario novecentesco di una città grigia, cupa e (post)industriale, la città dei grattacieli di uffici e dei funzionari ingessati, ma anche degli aperitivi e della *nightlife* opulenta e ostentata connessa alle emergenti industrie leader della moda e del marketing, per lo più legata al famoso slogan 'Milano da bere' (Foot, 2003). Nel tentativo di distanziarsi da questo immaginario di fine secolo, nei primi anni Duemila l'amministrazione comunale iniziava a promuovere

¹⁴ Il paragrafo che segue propone un estratto dell'etnografia di quartiere condotta tra il settembre 2022 e il febbraio 2024 a Corvetto da Laura Raccanelli nell'ambito della ricerca dottorale sulle trasformazioni urbane legate ai processi di *beautification* in questa periferia di Milano. Nello specifico, per la riflessione proposta in questo paragrafo l'autrice ha partecipato come osservatrice a due tour del quartiere promossi da un'associazione cittadina a settembre 2022, a una giornata di Cleaning Day dedicata alla pulizia dei muri organizzata dal *Rotary Club Milano* a maggio 2023, e a diverse giornate di pulizia e manutenzione ordinaria delle aiuole comprese nei Patti di Collaborazione della Città di Milano. L'autrice ha inoltre analizzato le note di campo di diverse passeggiate esplorative e dei momenti di osservazione partecipante alle iniziative del quartiere, in modo particolare a quelle legate ai progetti di rigenerazione in corso a Corvetto.

un’imponente operazione di *rebranding*, puntando soprattutto sulla nuova immagine di ‘città creativa’ (Florida, 2002; Peck, 2005). A questo scopo, la città si candidava ad ospitare il grande evento *Milano Expo 2015*, segnando un’accelerazione all’intero processo (Off Topic & Maggioni, 2013). Questo momento, noto come il “rinascimento di Milano”, ha portato alla creazione e al rilancio di un insieme di istituzioni culturali che avevano l’obiettivo di promuovere politiche di *placemaking* per attrarre arte e professioni creative (Tozzi, 2023). Milano oggi è la città vetrina italiana, o la città della “messa in scena di tutto” (Böhme, 2017) ed è particolarmente interessante per analizzare la vita economica e sociale dei prodotti visivi urbani e del loro consumo. Qui il rapporto tra arte, mercato e *marketing* rivela tutte le sue contraddizioni (Tozzi, 2023): al civico 81 di Corso Garibaldi, in pieno centro, dal 2020 la parete cieca di un palazzo privato è stata adibita a pannello pubblicitario attraverso la tecnica del cosiddetto ‘*mural advertising*’¹⁵. Milano è stata infatti una delle prime città italiane a fare un uso commerciale delle opere di *street art*. Negli anni si sono susseguiti più di venti enormi dipinti commissionati a *street artist* da alcuni dei più famosi brand internazionali come Gucci, Chanel, Lancôme, Valentino, Moncler e Samsung¹⁶. Il *mural advertising* è diventato una pratica sempre più diffusa, non solo a Milano, per l’efficacia pervasiva dell’opera nella sua funzione pubblicitaria, sia in termini di dimensioni che di estetica estremamente accattivante e *instagrammibile*. Questi grandi marchi spesso celebrano tali iniziative come interventi di rigenerazione urbana, realizzati per “donare opere artistiche alla città di Milano”¹⁷, dissimulando nei fatti un’operazione di privatizzazione dello spazio pubblico a scopo commerciale.

Nel contesto dell’economia creativa milanese, un nuovo processo di *rebranding* a base culturale sta investendo l’area a sud-est di Milano, dove sono già in atto grandi trasformazioni legate alle prossime Olimpiadi Invernali Milano-Cortina 2026. Al centro di questi poli di accentramento di attenzioni e capitali si trova Corvetto, uno storico quartiere periferico che oggi

¹⁵ Per *mural advertising* si intende un qualsiasi tipo di pubblicità che viene dipinta a mano e appare sui muri nella forma di opera muraria. Per approfondire si veda: Moran, C., (2013), *The Business of Mural Advertising*, Routledge, London

¹⁶ *Clear Channel Italia, La comunicazione dei brand passa per la street art*, 22 marzo 2023: <https://artemagazine.it/2023/03/22/clear-channel-italia-la-comunicazione-dei-brand-passa-per-la-street-art/>

¹⁷ Un esempio delle contraddizioni del mural advertising si può leggere in questo articolo di Repubblica del 12 settembre 2021, *Milano, murales troppo belli e i cittadini chiedono di lasciarli*

https://milano.repubblica.it/cronaca/2021/09/12/news/milano_murales_pubblicita_-317417090/

promette di acquisire un valore inaspettato: a partire dall'inizio dei cantieri olimpici a inizio 2023, il valore al metro quadro è passato da circa 3700 a oltre 4200 euro¹⁸. Nato negli anni Trenta sul progetto dello IACP (Istituto Autonomo Case Popolari), Corvetto è anche il quartiere del quadrilatero Mazzini, una delle più estese zone di patrimonio pubblico abitativo ancora esistente in città. Oggi è ancora conosciuto come una zona pericolosa, tuttavia negli ultimi cinque anni il quartiere è cambiato in modo significativo. Questo processo si lega anche alla forte presenza di Fondazione Prada, un'importante istituzione di arte contemporanea milanese che ha inaugurato la sede nel vicino quartiere di Brenta, insieme all'apertura di diverse gallerie e studi artistici, di design e di architettura. Tutto questo contribuisce al tentativo di presentare Corvetto come il “nuovo distretto creativo” di Milano sud. Oggi, quindi, su questa periferia convivono due narrazioni apparentemente contrastanti, che da un lato mantengono ancora vivo un discorso stigmatizzante, dall'altro descrivono il quartiere come un'area di recente riqualificazione in rapida evoluzione. Legandosi alla seconda narrativa, nel 2022 le associazioni locali hanno organizzato una serie di visite guidate nel quartiere, alla ‘scoperta’ dei luoghi della rigenerazione urbana e di quello che le guide chiamano le ‘cappelle sistine di Corvetto’. Durante le passeggiate i murales ufficiali finanziati dal comune e da alcune importanti istituzioni culturali rappresentano le principali attrazioni. Proprio alla partenza del tour la guida si sofferma sulla grande scritta colorata ‘Corvetto’ che spicca sul grigio cavalcavia e segna l’entrata del quartiere. Il murale era stato realizzato nel 2021 all’interno del progetto “Un nome per ogni quartiere”, promosso dal Comune e da Fondazione di Comunità di Cariplo. Nessuno sembra commentare uno striscione che pende dallo stesso cavalcavia, appena sopra il murale, con su scritto: “Stop gentrificazione”. Poco più in là, in Piazza Angilberto, viene presentato un murale più astratto ad opera dell’artista olandese Zedz, finanziato dal Mudec, Museo delle Culture, nell’ambito delle operazioni di riqualificazione che hanno ristrutturato lo spazio pubblico della piazza con nuove panchine, tavolini da ping-pong e aiuole verdi. Anche in questo caso, camminando per le strade del quartiere, si notano altre modalità di espressione sui muri, soprattutto legate a rivendicazioni politiche contro le dinamiche speculative del quartiere, gli sfratti o i progetti di rigenerazione e che sono completamente invisibilizzate durante i tour. Osservando le superfici, si possono vedere diverse stratificazioni, frutto di ripetute cancellature e coperture. A Corvetto è infatti in corso una vera e propria

¹⁸ I dati provengono dalla sezione dedicata all’andamento dei prezzi delle case del sito di Immobiliare. <https://www.immobiliare.it/mercato-immobiliare/lombardia/milano/corvetto-rogoredo/>

battaglia per la cancellazione sia materiale che simbolica di ciò che non si vuole vedere e che non è in linea con la nuova narrazione. Uno dei punti di osservazione di questa lotta è proprio sui suoi muri, dove lo sguardo è catturato da “un palinsesto di voci che si sovrappongono e tentano di sopraffarsi l’una con l’altra”¹⁹.



Figura 4. Muri di Corvetto e scritte politiche - Foto del gruppo Facebook 'Corvetto Odia'

Sono diverse le iniziative promosse a Corvetto allo scopo di *camuffare* (Böhme, 2017) lo spazio pubblico non conforme alle nuove estetiche, provando a cancellare la memoria del vecchio quartiere: dai Patti di Collaborazione tra comune e cittadino attivo, i quali si concentrano principalmente sulla ripiantumazione delle aiuole con fiori e piante decorative, alle giornate di pulizia collettiva delle strade da spazzatura e rifiuti, fino all’organizzazione di ‘cleaning day’ dedicati nello specifico alla cancellazione delle scritte politiche o ai più generali tag sui muri (Figura 5). Si tratta di iniziative che hanno ormai cadenza regolare durante tutto l’anno, finanziate soprattutto da privati, come per esempio da alcuni noti Comitati di

¹⁹ La citazione è presa dal recente articolo pubblicato sulla rivista *Gli Asini*, che rappresenta uno dei primi interventi nel dibattito sulla trasformazione del quartiere di Corvetto: Davide Caselli, Lucia Tozzi, Una passeggiata rigeneratrice intorno a Corvetto, 14 luglio 2023 <https://gliasinarivista.org/una-passeggiata-rigeneratrice-intorno-a-corvetto-2/>

cittadini antidegrado o Rotary Club milanesi, a cui partecipano volontari di Corvetto e di altri quartieri.



Figura 5. Cleaning day: Cittadini attivi cancellano scritte sui muri di Corvetto. Foto di Laura Raccanelli (13.05.2023).

A Corvetto, dunque, sfratti sempre più frequenti e un forte sistema di valorizzazione sia economica che simbolica stanno trasformando in modo radicale il quartiere, agendo su un aumento dei valori immobiliari e di locazione e sulle dinamiche di sostituzione da residenti con nuovi abitanti di classe media e segnalando processi di gentrificazione in corso. In questo contesto, i murales istituzionali concorrono alla rivalutazione simbolica, mentre sui muri continuano a comparire opere di *street art* non ufficiali che danno voce a proteste del quartiere o ad altri bisogni e che vengono, in diversi modi, continuamente silenziati.

6. Conclusioni

Per concludere torniamo all'inizio: la vicenda del murale di Ugo Russo dimostra che i muri delle città sono testimoni degli incontri e degli scontri di diverse pratiche conflittuali legate alla memoria culturale, alla memoria pubblica e alla memoria ufficiale, producendo fratture tra ciò che è considerato legittimo e ciò che diventa illegittimo. Questo vale anche per lo spazio pubblico conflittuale di Corvetto, dove *graffiti writing* e *street art* sono usati come pratica artistica di riappropriazione dello spazio urbano e come espressione di auto-narrazione rivendicata da cittadini, i quali esprimono sui

muri sia proteste e voci dissidenti che simboli condivisi di identità e appartenenza. Al contrario, nel Parco Merola di Ponticelli, la regia istituzionale del nuovo muralismo ha provato ad agire sulla ridefinizione dell'immagine pubblica stigmatizzata del quartiere, ma le opere, riferendosi per lo più a un pubblico di visitatori, raccontano solo parzialmente la storia di questo rione. Qui la *street art* e le visite guidate sembrano piuttosto funzionare come dispositivi per far sperimentare ai turisti un'atmosfera urbana *underground* e come espedienti per rendere le cosiddette '*no goes areas*' attraversabili. Infatti, come mostrato in questo lavoro, quando gli interventi artistici vengono utilizzati come tecnica di *governance* urbana, rivelano un'ambiguità: rappresentando un tentativo di valorizzare un'area attraverso il suo abbellimento, legittimano in questi quartieri di periferia alcune estetiche e pratiche (murales istituzionali, attività turistiche, rigenerazione urbana) e ne escludono altre.

In accordo con il sociologo Andrea Mubi Brighenti, possiamo dunque intendere i muri come "artefatti soggetti a usi sia strategici che tattici" (Brighenti, 2012: 329, trad. personale). Sopra i muri delle periferie si manifesta una complessa stratificazione di discorsi che riflette le dinamiche di gestione dei quartieri marginalizzati, rivelando le tensioni presenti nelle città contemporanee.

Riferimenti bibliografici

- Andron S. 2018. Selling Streetness as Experience: The Role of Street Art Tours in Branding the Creative City, *The Sociological Review*, 66, 5, 1036-1057.
- Ascari, P. 2022. Tensioni a Cyburbia. La Città Postfordista tra Canoni Estetici e Stili di Espressione. In *Espressioni Urbane. Muri Sconciati, Writing e Street art* (ed.) Ascari, P., Rivasi, P., Mimesis, Milano.
- Attademo, M.; Castigliano, M.; Errico, G. 2019. Laboratorio Ponticelli. Tre scenari per un progetto di recupero di paesaggi interrotti. *Bollettino Del Centro Calza Bini*, 19(1), 145-165.
- Böhme G. 2017. *Critique of Aesthetic Capitalism*, Mimesis International, Milan.
- Bukowski, W., 2019, *La buona Educazione degli Oppressi. Piccola Storia del Decoro*, Edizioni Alegre, Roma.

- Bourdieu P., 1991. *Language and Symbolic Power*. Cambridge: Polity Press.
- Benet-Weiser, S. 2011. Convergence on The Street. *Cultural Studies*, 25, 641–658.
- Brightenti A. M., 2012. At the Wall: Graffiti Writers, Urban Territoriality, and the Public Domain, *Space and Culture*, V, 13 (3), pp. 64-77.
- Brightenti, A. M. 2016. Graffiti, Street Art and the Divergent Synthesis of Place Valorisation in Contemporary Urbanism. In J. I. Ross (Ed.), *Routledge handbook of graffiti and street art*, Abingdon, UK: Routledge, 158–167.
- Cameron, S.; Coaffee, J. 2005. Art, Gentrification and Regeneration: From Artist as Pioneer to Public Arts. *European Journal of Housing Policy*, 5(1): 39–58.
- Castellano, C. G., Raposo, O. 2023. Public Art and Social Media: Street Art Tourism, Sociocultural Agency and Cultural Production in Contemporary Lisbon, *Community Development Journal*, <https://doi.org/10.1093/cdj/bsad018>
- Cappanera, C. 2012. Side Effect of Antigipsy Stigma. Ponticelli's Case and the Prejudice in Public and Legal Speech, *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 3 (8), 273-280
- Costa, P., Lopes, R. 2015. Is Street Art Institutionalizable? Challenges to An Alternative Urban Policy in Lisbon. *Métropoles*, 17. <https://doi.org/10.4000/metropoles.5157>
- Cresswell, T. 1996. *In place/out of place: Geography, ideology, and transgression*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Dal Lago A., Giordano S. 2016. *Graffiti. Arte e ordine pubblico*, Il Mulino, Bologna.
- Florida, R., 2002, *The rise of the creative class*, Basic books, New York.
- Forte, F., De Paola, P. 2019. How Can Street Art Have Economic Value?. *Sustainability*, 111, 580, doi:10.3390/su11030580
- Foot, J. (2003). *Milano Dopo il Miracolo. Biografia di una città*, Feltrinelli, Milano.

Gainsforth, S. 2022. Addomesticare la Città: Consumo Visuale e Produzione di Spazio. in *Espressioni Urbane. Muri Sconciati, Writing e Street Art* (ed.) Ascari, P.; Rivasi, P., Mimesis, Milano.

Ghertner D. A. 2010. Calculating Without Numbers: Aesthetic Governmentality in Delhi's Slums, *Economy and Society*, 39 185–217.

Gravari-Barbas M., Delaplace, M. 2015. Le tourisme urbain ‘hors des sentiers battus’. *Teoros. Revue de recherche on tourism*, 34, 1-2, URL: <http://journals.openedition.org/teoros/2790>

Grodach, C.; Foster, N.; Murdoch, J. 2014. Gentrification and the Artistic Dividend: The Role of the Arts in Neighborhood Change. *Journal of the American Planning Association*. 80, 21–35.

Guinard, P., Margier, A. 2018. Art as a New Urban Norm: Between Normalization of the City Through Art and Normalization of Art Through the City in Montreal and Johannesburg. *Cities*, 77, 13-20.

Herzfeld, M. 2017. The blight of beautification: Bangkok and the pursuit of class-based urban purity, *Journal of Urban Design*, 22, 3, 291-307.

Iandolo, S. 2023. Lo stigma territoriale come motore dell'attrazione turistica: rischi e spunti etnografici dalla città di Napoli, *Memorie geografiche XXIII*, 449-454.

Iovino, G. 2019. Riscritture di paesaggi urbani marginali. La street art a Napoli, *Memorie Geografiche XVII*, 377-390.

Lindner C., Sandoval G. F. 2021. Introduction: Aesthetics of Gentrification in Id., Aesthetics of Gentrification. Seductive Spaces and Exclusive Communities, in *The Neoliberal City*, Amsterdam University Press, Amsterdam, 9-24.

MacDowall, L., de Souza, P. 2018. I'd Double Tap That!!': Street Art, Graffiti, and Instagram Research. *Art Media, Culture & Society*, 40, 1, 3-22.

Manco, T. 2002. *Stencil Graffiti*. New York, NY: Thames & Hudson.

Mokras-Grabowska, J. 2014. Art-Tourism Space in ŁÓDŹ: The Example of the Urban Form Gallery. *Tourism*, 24, 2, 23-30.

Off Topic, Maggioni, R. 2013. *Expopolis. Il Grande Gioco di Milano 2015*, Edizioni X, Milano.

Peck, J., 2005, Struggling With the Creative Class, *International Journal of Urban and Regional Research*, 29, 4, 740-70.

Polson, E. 2024. From the Tag to The #Hashtag: Street Art, Instagram, and Gentrification. *Space and Culture*, 27, 1, 79-93.

Raccanelli, L. 2022. Capitalismo Estetico e Arte come Strumento di Governance: Dietro ai Muri della Beautification. *Città in controluce*, 39-40, 12, 189-212.

Raccanelli, L. 2023. Varnishing Facades, Erasing Memory: Reading Urban Beautification with Critical Whiteness Studies. *ESPES*, 12, 2, 88-102.

Raposo, O. R. 2022. Street Art Commodification and (An)aesthetic Policies on the Outskirts of Lisbon. *Journal of Contemporary Ethnography*, 52, 2, 163–191.

Richards, G., Marques, L. 2012. Exploring Creative Tourism: Introduction. *Journal of Tourism Consumption and Practice*, 4, 2, 1–11.

Rivasi, P. 2022. Sul Rapporto tra Arte Urbana Spontanea ed Istituzioni: un Caso Studio. in *Espressioni urbane. Muri sconciati, writing e street art* (ed.) Ascari, P.; Rivasi, P., Mimesis, Milano.

Rossi, U. 2022. The Existential Threat of Urban Social Extractivism: Urban Revival and the Extinction Crisis in the European South, *Antipode*, 54, 3, 892–913.

Schacter, R. 2014. The Ugly Truth: Street Art, Graffiti and the Creative City. *Art & the Public Sphere*, 3, 2, 161–176.

Seresinhe, C.L., Preis, T., Moat, H.S. 2016. Quantifying the Link Between Art and Property Prices in Urban Neighborhoods. *Royal Society Open Science*, 3, 160146.<http://dx.doi.org/10.1098/rsos.160146>

Semi, G., Tonetta, M. 2020. Marginal Hosts: Short-Term Rental Suppliers in Turin, Italy. *EPA: Economy and Space*, 0(0), 1-22.

Seok, H., Joo, Y., Nam, Y. 2020. An Analysis of the Sustainable Tourism

Value of Graffiti Tours through Social Media: Focusing on TripAdvisor Reviews of Graffiti Tours in Bogota, Colombia, *Sustainability*. 12, 4426, 1-19.

Young, A. 2016. *Street Art World*. London, UK: Reaktion Books.

Wilson, J. Q., Kelling, G. L. 1982. Broken Windows. *The Atlantic Monthly*, 249: 29-38.

Tozzi, L. 2023. *L'invenzione di Milano. Culto della comunicazione e politiche urbane*, Cronopio, Napoli.

Wacquant L. 2007. Territorial Stigmatization in The Age of Advanced Marginality, *Thesis Eleven*, 91, 66-77.

Zukin S. 1995. *The Cultures of Cities*, Blackwell, Oxford

Sitografia (ultima consultazione: giugno 2024)

Artemagazine (redazione). Clear Channel Italia, la comunicazione del brand passa per la street art, *Artemagazine*, 22 marzo 2023

<https://artemagazine.it/2023/03/22/clear-channel-italia-la-comunicazione-dei-brand-passa-per-la-street-art/>

Carbutti, Rosalba. L'eterna lotta ai graffiti. Il Comune ha speso 254mila euro in 4 anni. Dibattito sulle risorse, *Il resto del Carlino*, 7 gennaio 2023
<https://www.ilrestodelcarlino.it/bologna/cronaca/l'eterna-lotta-ai-graffiti-il-comune-ha-speso-254mila-euro-in-4-anni-dibattito-sulle-risorse-jcijgiux>

Caselli, Davide; Tozzi, Lucia. Una passeggiata rigeneratrice intorno a Corvetto, *Gli Asini*, 14 luglio 2023

<https://gliasinirivista.org/una-passeggiata-rigeneratrice-intorno-a-corvetto-2/>

di Pinto, Emanuela. Napoli capitale italiana della street art, *Periodico Daily*, 15 maggio 2020 <https://www.periodicodaily.com/napoli-capitale-italiana-della-street-art/>

Exibart (redazione). Il murales di Ugo Russo sarà cancellato: la sentenza del TAR, *Exibart*, 2 settembre 2021

<https://www.exibart.com/attualita/il-murales-di-ugo-russo-sara-cancellato-la-sentenza-del-tar/>

Ferrè, Raffaele. Maradona e il miracolo laico di San Giovanni, *Il Mattino*, 3 febbraio 2023

https://www.il mattino.it/rubriche/di_riffa_o_di_raffa/maradona_miracolo_la_ico_di_san_giovanni-7911399.html

Gheno, Vera. Schwa: storia, motivi e obiettivi di una proposta, *Treccani online*, 21 marzo 2022

https://www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/Schwa/4_Gheno.html

Iandolo, Sara; Raccaelli, Laura. La retorica dell'abbellimento. Il quartiere Vallette di Torino tra stigma e propaganda politica, *NapoliMonitor*, 26 gennaio 2021 <https://napolimonitor.it/il-quartiere-vallette-di-torino-tra-stigma-e-propaganda/>

Immobiliare: <https://www.immobiliare.it/>

Parco dei Murales: <http://www.parcodeimurales.it>

Petrazzuolo, Sabina. Le 10 capitali mondiale della street art, *Siviaggia*, 30 luglio 2020

[https://siviaggia.it/viaggi/fotonotizia/10-capitalimondiali-street-art/299454.](https://siviaggia.it/viaggi/fotonotizia/10-capitalimondiali-street-art/299454)

Retake Italia: <https://www.retake.org>

Rosa, Riccardo. Ugo Russo, quindici anni, ammazzato da un carabiniere. La sua storia, a un anno dalla morte, *NapoliMonitor*, 28 febbraio 2021

<https://napolimonitor.it/ugo-russo-quindici-anni-ammazzato-da-un-carabiniere-un-anno-dalla-morte/>

Rosa, Riccardo. Quando muore un quindicenne, *NapoliMonitor*, 3 marzo 2020 <https://napolimonitor.it/napoli-quando-muore-un-quindicenne/>

Venni, Federica. Milano, murales troppo belli e i cittadini chiedono di lasciarli, *La Repubblica*, 12 settembre 2021

https://milano.repubblica.it/cronaca/2021/09/12/news/milano_murales_pubblicita_-317417090/

