

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/337498474>

# IL SECONDO PRINCIPIO DI BANSKY

Book · November 2019

---

CITATIONS  
0

READS  
287

**1 author:**



**Stefano Antonelli**

Università Degli Studi Roma Tre

6 PUBLICATIONS 0 CITATIONS

SEE PROFILE

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



Street Art Studies [View project](#)

Stefano Antonelli

# IL SECONDO PRINCIPIO DI BANKSY

Testo per il catalogo della mostra Il Secondo Principio di Banksy

23 nov 2019 - 29 mar 2020

Palazzo Ducale

Genova

*Dove gli sguardi non arrivano  
Tra baci soavi e amorevoli  
Le nostre anime si sono congiunte  
In uno stupore senza fiato*

*E al risveglio  
Da una pace sterminata e sorridente  
Ti ho trovata immersa nella luce del mattino  
Che studiavi in silenzio  
Tutti i messaggi del mio cellulare*

Banksy, 2004, Soho, Londra.

## IL PROBLEMA DEL VERO DEL FALSO

### 1.

Nel 2003, in occasione della mostra collettiva *Backjumps the Live issue* presso la Bethanien kunstraum di Berlino, Banksy realizza un'opera su muro che mostra tre agenti di polizia con le facce da *smile*, sormontati da una scritta che recita "ogni immagine racconta una bugia".

### 2.

"Senza dubbio il nostro tempo preferisce l'immagine alla cosa, la copia all'originale, la rappresentazione alla realtà, l'apparenza all'essere" (Feuerbach, 1843)

### 3.

L'intera vita delle società, in cui dominano le moderne condizioni di comunicazione, si annuncia come un immenso repertorio di immagini. Queste immagini hanno lo scopo di mediare le relazioni tra persone.

### 4.

Lo statuto delle immagini prodotte in queste condizioni è l'uguaglianza di tutte le immagini.

### 5.

Collocare immagini nel mondo ha conseguenze inaspettate: "In fondo alla strada dove sono cresciuto c'era un tabellone pubblicitario gigante, sotto ci abbandonavano le vecchie auto e le ragazze facevano marchette. Sul tabellone campeggiava un tubetto di dentifricio grande tre volte le case, ma i proventi di quella pubblicità non arrivavano agli abitanti" (Banksy, 2006)

### 6.

La totalità delle immagini che ci raggiungono sono prodotte dai creativi dell'industria culturale (Horkeimer, Adorno, 1947), è l'ingegneria dell'attenzione, e mentono. Il tempo dell'ipermedialità che realizza il mondo globale grazie alle tecnologie della comunicazione genera "un mondo simulativo che cancella la distinzione fra reale e immaginario, un'allucinazione estetizzata della realtà priva di profondità" (Featherstone, 1994).

### 7.

L'operazione che compie Banksy quando campiona dalla fotografia simbolo della guerra in **Vietnam**, l'immagine della bambina ustionata dal napalm in fuga, e le affianca Topolino e Ronald McDonald, è esattamente *schiacciare sullo stesso piano reale e immaginario cancellandone la distinzione*, e il piano su cui questa scena avviene è costituito dall'assenza di profondità di uno sfondo monocromo grigio, generando esattamente quello che Featherstone definisce *un'allucinazione estetizzata della realtà priva di profondità*.

### 8.

L'artista che sta mostrando al più ampio pubblico possibile le forme di questa allucinazione è Banksy. Nell'epoca in cui il sogno diventa sonno, la cultura economica diventa destino, il tempo una merce, il vissuto una rappresentazione (Debord, 1967), la verità dell'arte è sostituita dalla pubblicità dell'arte.

**9.**

*“I muri sono sempre stati il luogo migliore dove pubblicare i lavori.”* (Banksy, 2005).

**10.**

Al contrario dell'artista contemporaneo, lo scopo di questo artista non è tanto convincere l'*Artworld* (Danto, 1964) ma piuttosto il pubblico. Nel tempo in cui tutte le immagini mentono, l'intera opera di Banksy si annuncia come la più grande campagna pubblicitaria globale a favore della verità (a quanto pare con un certo successo). In quanto tale, ne mutua grammatiche e sintassi che tuttavia restituiscono semantiche in grado di opporsi alle menzogne del mondo pubblicizzato, attraverso il "*plagio necessario*" (Debord, 1967) a costituire nuove prospettive di recupero del senso.

**11.**

Ci sono artisti che sono allo stesso tempo emblemi di un'epoca e principali fornitori della materia prima utile a decodificare l'idea di mondo che questa epoca ha espresso. A volte si tratta di una sola immagine in grado di rappresentare le società che l'hanno abitata in una sintesi visiva formidabile che ne racchiude stili di vita, valori, morfologia etica ed estetica. Spesso si tratta di risposte, come se il mondo parlasse agli artisti e questi gli rispondessero rivelando la verità del proprio tempo.

**12.**

Nel 1917, davanti al "nonsense" di venti milioni di morti esito della prima guerra moderna, cosa rappresenta la verità del proprio tempo se non un orinatoio industriale? Nel 1962, meno di cinquant'anni dopo, davanti alla vita di una società che si annuncia come promessa di felicità sotto forma di immenso accumulo di merci, cosa rappresenta la verità del proprio tempo se non una confezione di zuppa in scatola ripetuta e ripetuta e ripetuta?

**13.**

*“Se ripeti una bugia abbastanza volte diventa verità politica”* Banksy, scritta su muro.

**14.**

Cogliere la verità del proprio tempo non è impresa facile, la verità stessa è un coefficiente sociale che nel tempo è stato affidato ad agenti diversi. Per secoli il principale fornitore di verità è stata la religione, poi abbiamo deciso di affidare il mandato della verità alla scienza. Quando usiamo l'espressione "è scientificamente provato" intendiamo sostenere che la questione è indiscutibile, che tale verità è oggettiva, universale. Il nostro tempo tuttavia segna la messa in discussione delle verità scientifiche. L'emergere dei movimenti *no vax*, i terrapiattisti, le spinte revisioniste, le *fake news* in grado di influenzare la configurazione della nostra idea di mondo, rappresentano di fatto la sopraggiunta fragilità di questo mandato di verità.

**15.**

Non appare irrealmente affermare che il nostro tempo stia affrontando la dissoluzione dei mandati universali di verità. Il vero e il falso nel tempo segnato dalla comunicazione pervasiva non sembrano più opporsi l'un l'altro ma piuttosto ingannarsi a vicenda restituendoci una fragilità del reale che si riflette soprattutto sull'identità.

**16.**

Il tema fondante del lavoro di Banksy è il modo in cui stabilire una relazione veritativa tra comunicazione e società. Nel volumetto *Existencilism*, che pubblica a sue spese nel 2002, Banksy scrive: *“se vuoi dire qualcosa e vuoi che la gente ti ascolti, allora indossa una maschera. Se vuoi dire la verità, allora devi mentire”* (Banksy, 2002). Questi due concetti ci offrono allo stesso tempo un orizzonte entro il quale comprendere il lavoro dell’artista e un manifesto operativo. Di seguito mi riferirò a questi due aforismi come il primo principio di Banksy e il secondo principio di Banksy.

**17.**

Il primo principio di Banksy stabilisce che egli ha qualcosa da dire, il secondo che quello che ha da dire è una verità.

**18.**

Avere qualcosa da dire è il mandato artistico per definizione, che si tratti di verità non è affatto scontato. Lo statuto veritativo dell’arte è un postulato dell’idealismo hegeliano per il quale arte, filosofia e religione non sono altro che tre diverse forme per cogliere l’assoluto, tre esperienze di verità. Secondo il filosofo tedesco, la religione ci offre la verità come rappresentazione, la filosofia come forma suprema del concetto e l’arte come forma del sensibile. Attraverso questa prospettiva possiamo dunque sostenere che l’intero lavoro di questo artista è una verità che egli somministra ai nostri sensi, affinché noi possiamo percepirla. Ora, non ci resta che comprendere di quale verità si tratti. Tuttavia, il secondo principio di Banksy ci suggerisce che l’artista presenta le verità sotto forma di menzogna. E qui la cosa si ingarbuglia.

**19.**

*“Il campo dell’arte moderna non è un campo pluralistico , ma un campo rigidamente strutturato secondo la logica della contraddizione”* (Groys, 2012).

**20.**

I due principi che l’artista mette in capo al suo intero lavoro coincidono con il paradosso e la contraddizione che sono anche le due condizioni che meglio rappresentano al contempo il nostro presente e lo stato dell’arte. Paradosso e contraddizione sembrano essere dunque le due parole chiave per interpretare sia il nostro tempo che il lavoro di questo artista. Qualora fosse così, solo gli artisti più grandi riescono in questa sincronia, attivando con la loro opera processi individuali di reincantamento del mondo, tra questi, solo pochissimi innescano processi di reincantamento collettivo.

## RESISTERE? NO, CONTRATTACCARE

### 21.

*“Chi sfregia davvero i nostri quartieri solo le aziende che scribacchiano slogan in formato gigante sulle facciate degli edifici e sulle fiancate degli autobus, cercando di farci sentire inadeguati se non compriamo la loro roba. Pretendono di urlarci in faccia il loro messaggio da qualsiasi superficie utile, ma a noi non è mai permesso replicare. Se le cose stanno così, sono stati loro a scagliare la prima pietra e il muro è l’arma prescelta per contrattaccare.”* (Banksy, 2005).

### 22.

Il modo in cui Banksy affronta il problema del vero e del falso è vandalizzando queste due idee. L’artista conosce il potere della pratica vandalica, è un *writer*, un vandalo per la società in cui cresce. Un mondo in cui scrivere il proprio nome su un muro con colori e forme, esito di un insieme di disciplina e fantasia, significa commettere un crimine, significa: essere arrestati. A Bristol, sud del Gran Bretagna, negli anni ’90, rimanere anonimi significa sopravvivere alla persecuzione di forme espressive non **conformi**.

### 23.

A partire dalla fine degli anni ’90 del secolo scorso, Banksy è un artista che ha prodotto e tutt’ora produce, immagini e segni nello spazio pubblico, opere d’arte visiva, installativa, performativa, azioni comunicative, film, libri, poesie.

### 24.

*"Penso che diventare un marchio riconosciuto sia una parte davvero importante della vita, è il mondo in cui viviamo. Deve essere affrontato, compreso e risolto, finché non diventi la tua idea di te stesso, non riuscirai ad essere un Damien Hirst"* (Hirst, 2000)

### 25.

A partire dalla fine degli anni ’90 del secolo scorso, Banksy è il *brand* che ha prodotto e tutt’ora produce, immagini e segni nello spazio pubblico, opere d’arte visiva, installativa, performativa, azioni comunicative, film, libri, **poesie**.

### 26.

Banksy cresce in un periodo in cui Damien Hirst si impone come il più importante artista al mondo, il suo approccio all’arte è talmente influenzato dall’ideologia economica del brand che finisce per incarnare l’idea stessa di *Brand Artist*. I due si conoscono e si influenzano, tanto da realizzare alcune collaborazioni artistiche. In quegli anni Hirst è così rilevante nell’arte che nel 2006 la Serpentine gallery, e successivamente la Fondazione Agnelli, ospitano una mostra della sua collezione personale dal titolo *In The Darkest Hour There May Be Light*. L’artista che spicca tra quelli esposti é Banksy che per l’occasione realizza una versione di *Napalm* con macchie di sangue esposta in questa mostra.

### 27.

Banksy fa tesoro della lezione di Hirst, vandalizza l’idea di Brand che nella sua pratica sistematica di ri-lessicalizzazione diventa Brandalism (Banksy, 2005).

**28.**

*“Brandalism: ogni messaggio pubblicitario che è collocato nello spazio pubblico e che non puoi scegliere di non guardare è tuo. Ti appartiene. Lo puoi prendere, rimaneggiare e riutilizzare.”* (Banksy, 2005)

**29.**

Banksy inizia la sua attività vandalica molto presto, in una intervista alla rivista Swindle del 2006 condotta da Shepard Fairey dichiara: *“Quando avevo circa dieci anni, per le strade impazzavano i graffiti di un ragazzo che si chiamava 3D. Credo fosse stato a New York e fu il primo a portare a Bristol la pittura con la vernice spray. Sono cresciuto vedendo graffiti per strada prima che su una rivista o su un computer. 3D smise di dipingere e formò il gruppo dei Massive Attack [...]. A scuola i graffiti erano la cosa che ci piaceva di più: li facevano tutti tornando da scuola in autobus. Tutti li facevamo.”* (Banksy, 2006)

**30.**

Il nome con cui Banksy firma le sue prime incursioni vandaliche è Robin Banks, che suona come *Robbing Banks*, ovvero *rapinare le banche*. Se ti fai chiamare Robin Banks in Gran Bretagna, è plausibile che i tuoi amici finiscano per chiamarti Banksy.

**31.**

Mentre Robin Banks diventa Banksy il mondo cambia, l'ideologia controculturale e libertaria che anima i *nerd* della Silicon Valley vede il World Wide Web come un'opportunità unica nella storia del mondo di condividere saperi e conoscenza, un mondo migliore dunque, che gli ingegneri informatici si mettono in testa di rendere accessibile a tutti dando origine a fenomeni come Apple e Microsoft, il cui sogno è *una persona-un computer*. È il web 1.0, più tardi arriverà il web 2.0, quello delle piattaforme, Facebook, Twitter, Amazon, Paypal, sappiamo come è andata a finire.

**32.**

La fine del XX secolo e l'inizio del XXI sono gli anni della formazione di Banksy, un periodo che vede emergere in tutto l'occidente istanze controculturali eterogenee e frammentate che tuttavia si ritrovano nel terreno comune della critica al sistema economico neoliberista e reagiscono con idee e proposte. La data in cui gli storici fanno risalire una sorta di unitarietà di queste istanze che diventano movimento è il 2000 e il luogo è Seattle, in occasione della conferenza ministeriale dell'WTO, il World Trade Organization, ovvero l'organizzazione mondiale del commercio. Al grido di *“un altro mondo è possibile”* il movimento si riunirà a Porto Alegre, in Brasile, per il Forum Sociale Mondiale, in opposizione al Forum Economico Mondiale che si tiene a Davos, poi andrà a manifestare il suo dissenso a Genova in occasione del G8 nel luglio del 2001 dove l'idea di un altro mondo possibile subisce una repressione feroce, lasciando sul terreno delle illusioni il corpo di Carlo Giuliani. A settembre 2001 crollano le torri gemelle.

**33.**

Le istanze del movimento No Global possono essere sommariamente descritte come critica alle multinazionali, allo sfruttamento del lavoro minorile, al favoreggiamento delle guerre, al dominio dei sistemi bancari, al copyright, al controllo sociale, la sostenibilità ambientale. Ognuna di queste istanze è stata trasformata da Banksy in immagini.

**34.**

*“Il copyright è per i perdenti ©™”* (Banksy, 2005)

**35.**

Portando la pratica vandalica del *writing* ad un livello più alto, attraverso una sistematica opera di vandalismo epistemico, Banksy sposa l'idea movimentata di un altro mondo possibile e affronta il tema del vero del nostro reale rielaborando immaginari etici ed estetici già informati dalla realtà, sovvertendone e invertendone il senso, realizzando un'arte senza libretto d'istruzione, proprio come Steve Jobs sognò che fossero i prodotti Apple.

## SIAMO NOI, LA GENTE

### 36.

Il paradigma che unisce l'idea di arte a l'idea di strada è semplice: *per fare una cosa bella non devo chiedere l'autorizzazione*. La sostanza detonante della *street art* è tutta qui, c'è il recupero di un'idea estetica a cui segue un'etica appropriata.

### 37.

L'idea che unisce l'arte e la strada non è nuova, tuttavia Banksy la sistematizza cogliendo più di ogni altro la proprietà intrinsecamente ostensiva e il potenziale comunicazionale dello spazio pubblico, attraverso la sua pratica sistematica trasforma il muro in un *medium* di massa e l'artista in un *mass media*.

### 38.

*"Il medium è il messaggio"* (McLuhan, 1964)

### 39.

Il rapporto che il nostro mondo ha istituito con l'arte si realizza all'interno degli spazi espositivi e non è iscritto nel nostro ordinario ma nel nostro straordinario. *Andare a vedere una mostra*, non è in genere una voce della nostra lista delle cose da fare, piuttosto lo sono pagare le bollette e andare a prendere i figli a scuola. La nostra vita di tutti i giorni non è in relazione con l'arte in nessun modo. Eppure, è l'arte che parlerà di noi ai nostri posteri.

### 40.

*"L'arte è diversa dalle altre forme di cultura, dal momento che non è il pubblico a determinarne il successo. Gli spettatori riempiono le sale dei concerti e i cinema ogni giorno, leggiamo romanzi a milioni e compriamo dischi a miliardi. Siamo noi, la gente, a influire sulla produzione e la qualità di gran parte della cultura, ma non su quelle dell'arte."* (Banksy, 2005).

### 41.

Le opere d'arte sono solo in due luoghi, nei musei e nelle gallerie, che sono spazi espositivi, e il modello di fruizione di queste opere è quello contemplativo. Cosa puoi fare in un museo oltre a contemplare le opere? Nulla.

### 42.

Lo spazio pubblico è uno spazio espositivo? Sì lo è. Sono due le istituzioni che usano lo spazio pubblico come spazio espositivo in forma legittima: lo stato e il mercato. Lo stato espone la segnaletica stradale allo scopo di regolare lo spazio pubblico, il mercato espone la pubblicità che è una forma di comunicazione persuasiva con il deliberato scopo di modificare le nostre attitudini. Osservando i dati del Global Advertising Spending, nel 2010 la cifra globale spesa in pubblicità nel mondo era 399 miliardi di dollari circa, nel 2019 è arrivata a 563 miliardi circa. La pubblicità funziona, modifica le nostre attitudini eccome, altrimenti gli investimenti non crescerebbero. E la terza istituzione? Quella che Jurgen Habermas chiama *il mondo della vita* (Habermas, 1986), ovvero noi? Oltre alle immagini finalistiche, lo spazio pubblico ospita anche segni e immagini non finalistiche, graffiti, stickers, disegni, dipinti, tuttavia questa materia visiva non gode dello statuto di

legittimità, è abusiva. Al mondo della vita non è consentito esporre nello spazio pubblico. Certo, a meno che i tuoi scarabocchi non valgano cifre da capogiro.

**43.**

La società ha sin dal suo sorgere una configurazione spaziale, così come lo spazio ha una configurazione sociale. Socializzazione e spazializzazione sono da sempre state intimamente intrecciate, interdipendenti e in conflitto. (Marramao, 2013)

**44.**

*“Per la prima volta con i graffiti di New York, [...] i media sono stati attaccati nella loro stessa forma, cioè nel loro modo di produzione e diffusione.”* (Baudrillard, 1976)

**45.**

Segnaletica e pubblicità nello spazio pubblico veicolano messaggi univoci, non c'è niente da interpretare, al contrario tutta la restante materia visiva, sono pure immagini ermeneutiche.

**46.**

Se lo stimolo cognitivo di un'immagine finalistica è un dardo scagliato in un punto preciso del nostro cervello, quello di un'immagine ermeneutica è paragonabile ad una fioritura senza scopi che coinvolge il nostro intero apparato di decodifica. Questo dovrebbe quantomeno stimolare una riflessione sulla legittimità delle immagini nello spazio pubblico.

**47.**

Il modello di fruizione di un'opera nello spazio pubblico non è affatto contemplativo, la puoi contemplare certo, ma volendo la puoi sfregiare, contestare, modificare, cancellare, strappare, prenderla. Cosa puoi fare in strada dopo aver contemplato un'opera? Molto.

**48.**

*“non sono le proprietà estetiche che trasformano l'oggetto in opera d'arte ma le proprietà relazionali”* (Danto, 2013)

**49.**

Delle opere pubbliche di Banksy è rimasto pochissimo, nelle sue pubblicazioni c'è spesso indicata la durata dell'opera. Tre giorni, sei minuti, due ore.

**50.**

Quando si parla di *street art* viene convocata spesso l'idea di arte effimera. Tuttavia piuttosto che effimera, sembrerebbe essere semplicemente temporanea.

**51.**

Al contrario dell'idea dominante e storica di un'arte che attraversi il tempo, quella di Banksy è un'arte che il tempo(-merce) lo ruba, un'arte a disponibilità limitata, e non ci rimane che contemplare il suo riflesso nei musei, come in questa mostra.

**52.**

*"Non penso che la mano dell'artista sia importante a nessun livello, perché stai solo cercando di comunicare un'idea"* (Hirst, 2000)

**53.**

Ogni emergere di un'idea di arte è in fondo l'apertura di un nuovo spazio di libertà.

**54.**

L'efficace trasformazione sistematizzata dello spazio pubblico in spazio espositivo per l'arte operata da Banksy, ha portato all'affermazione dell'idea che associa l'arte alla strada, che il discorso pubblico ci restituisce nell'etichetta *street art*, liberando intere generazioni di giovani artisti dalle pratiche artistiche tradizionali e permettendogli di re-immaginarlo.

**55.**

*"Molte persone non prendono iniziative solo perché nessuno gli ha detto di farlo."*  
(Banksy, 2005)

## NON CREDO IN NULLA SONO QUI SOLO PER LA VIOLENZA

**56.**

*“Questo non è un manuale per fottute agenzie di pubblicità”* (Banksy, 2002).

**57.**

Banksy utilizza strategie di comunicazione degne dei grandi brand e questo non deve sorprendere, il marketing deve molto ai graffiti. In effetti, da oltre vent'anni la maggioranza dei grafici, creativi e operatori della pubblicità sono ex *writer* che dall'esperienza della pratica del *writing*, ovvero dall'etica e l'estetica del vandalismo, hanno prelevato e rielaborato alcune tra le più efficaci e innovative tecniche di marketing, basti pensare al successo delle tecniche usate dai *global brand*, teorizzate e descritte da Jay Conrad Levinson (1984) nel suo libro *Guerrilla Marketing*, approntate osservando le pratiche messe in atto dai *writer* newyorkesi negli anni '80.

**58.**

Nessuno meglio di un *writer* sa come prendersi l'attenzione nello spazio pubblico.

**59.**

*“Non si vive in uno spazio neutro e bianco; non si vive, non si muore, non si ama nel rettangolo di un foglio di carta.”* (Foucault, 1994)

**60.**

È il marketing che mutua il vandalismo e non il contrario, e il lavoro di Banksy sembra marketing solo perché siamo più sottoposti alla pubblicità che all'arte. L'agire artistico di Banksy dunque, non è affatto marketing ma puro vandalismo e questo ci potrebbe portare a pensare che marketing e vandalismo siano in fondo, la stessa cosa.

**61.**

*“Non credo in nulla, sono qui solo per la violenza”* (Banksy, 2005).

**62.**

La prima mostra documentata di Banksy con opere in vendita risale al 1998, la organizza lui stesso nella casa (e nel garage) che condivide con altri due ragazzi a Easton, un sobborgo di Bristol. Dal 1998 al 2019, ovvero in circa venti anni di attività, Banksy partecipa a 37 mostre documentate, tra personali e collettive. Di queste, 33 sono tra il 1998 e il 2010. 33 mostre in 12 anni, una media di oltre tre mostre l'anno. Un'attività che qualsiasi artista definirebbe quantomeno intensiva.

**63.**

*“A me piace (il mercato dell'arte). Molto. So che tanta gente vede la cosa come un problema, questioni di integrità credo. Ma io ho sempre pensato che essere un artista, fare qualcosa nel tuo studio e aspettare che qualcuno venga a vedere e se li porti via... non abbia senso [...] se l'arte riguarda la vita, ed è inevitabile che sia così, e riesce a rimanere tale anche se la gente la compra e ci investe dei soldi fino a farla diventare un bene di consumo, beh, per me è emozionante.”* (Hirst, 2004).

**64.**

Mentre realizza un'incredibilmente intensa attività espositiva tradizionale, Banksy realizza una quantità sterminata di dipinti murali a Bristol, Londra, Berlino, Napoli, Palestina, New York e molte altre città. Interventi negli Zoo di Barcellona, Londra, Melbourne nel Safari Park di Longleat in Gran Bretagna. Incursioni espositive nei più importanti musei del mondo. Appende i suoi lavori abusivamente alla Tate Gallery, al Natural History Museum e al British Museum di Londra, al MoMa, al Metropolitan Museum e Brooklyn Museum di New York e al Louvre di Parigi.

**65.**

*“Quando ero piccolo mia sorella buttò via un sacco di miei disegni e quando le chiesi dove fossero finiti si strinse nelle spalle e mi rispose: Beh non sarebbero certo finiti al Louvre.” (Banksy, 2005).*

**66.**

Per documentare la sua attività Banksy si fa seguire da un fotografo, per promuoverla da vari PR. Pubblica almeno cinque libri. Avvia una *print house* a Londra che chiama Pictures On Walls dove stamperà la quasi totalità delle sue edizioni serigrafiche, organizza festival autorizzati e non autorizzati, una residenza artistica abusiva a New York sfidando l'intero *New York Police Department*, e una miriade di altre attività e iniziative. È chiaro che questo artista non è stato esattamente con le mani in mano.

**67.**

Ridurre Banksy alla pratica della street art e allo stencil sembra quantomeno insufficiente per decodificare il portato di questo artista. I linguaggi che usa per veicolare i suoi messaggi sono innumerevoli e spesso prelevati da altri artisti. I topi e lo stencil da Blek le Rat, le pratiche installative e performative da Brad Downey.

**68.**

*“I cattivi artisti imitano, i grandi artisti rubano. Pablo Picasso Banksy” (Banksy, 2009)*

**69.**

L'opera che nel cuore del pubblico più rappresenta l'artista è sicuramente la *Girl With Balloon*. L'immagine che sfida il divieto non scritto dell'arte di dipingere cuori e che Banksy utilizza per dare forma e colore alla disillusione, il sentimento che maggiormente incarna la condizione emotiva delle giovani generazioni che abitano il nostro tempo. La realizza su muro in vari posti e successivamente la stampa in edizione serigrafica nel 2004-2005, posta in vendita al prezzo di 65 sterline.

**70.**

*“C'è sempre una speranza” (Banksy, 2005)*

**71.**

Nel 2017 Samsung commissiona un sondaggio per chiedere ai sudditi della regina quale sia l'opera d'arte britannica che amano di più: è la *Girl With Balloon* di Banksy.

**72.**

Il lavoro di Banksy che ha avuto più risonanza mediatica è la *Shredded Girl with Balloon*, ovvero la distruzione pubblica di una versione dipinta su tela della ragazza col palloncino. Come i musicisti che non ne possono più del loro cavallo di battaglia che tutti gli chiedono di cantare, la *Girl With Balloon* subisce una specie di vendetta. Commenterà questa azione citando Mikhail Bakunin: “*la passione per la distruzione è anch’essa una passione creativa*”.

**73.**

Cosa fa Banksy quando riduce a striscioline la sua *Girl with balloon* da un milione di sterline? In primo luogo compie un gesto pubblico che rivendica attraverso il suo account Instagram - lo stesso schema procedurale di un attentato - in secondo luogo si ispira ad un lavoro dell’artista francese Farewell, “*Bande de pub*” realizzato nel 2004 a Parigi. La tela metà dentro metà fuori la cornice, con la parte fuoriuscita fatta a striscioline, è probabilmente destinata a cristallizzarsi nella memoria collettiva e ad entrare nella storia e nel costume dalla porta principale. Prontamente, Perrier e McDonald realizzano una loro campagna di comunicazione ispirata all’immagine della *Shredded Girl with Balloon*.

**74.**

Questa immagine sembra essere la grammatica del linguaggio che Banksy utilizza in quello che appare come un suo messaggio sul senso dell’arte oggi, ovvero l’insieme delle convenzioni che stabilizzano l’idea diffusa e condivisa di arte qui e ora. C’è da dire che non si tratta di un vero, grande discorso contemporaneo sul senso dell’arte, sia chiaro, solo un discorsetto di buon senso per chi ama le cose belle, un po’ come l’anarchia *entry-level* di *Dismaland*.

**75.**

Banksy sembra parlarci in modo pragmatico, probabilmente ci legge nello stesso modo.

**76.**

Conosciamo l’esistenza di questo artista solo attraverso le sue comunicazioni, non abbiamo mai avuto esperienza del suo corpo. Nonostante da circa venti anni Banksy sia solo una comunicazione unidirezionale, non smettiamo di attribuirgli un’antropomorfia, di farlo uomo.

**77.**

Ci sorprende che qualcuno tra noi non passi all’incasso di tanta popolarità, non la mostri, non la esibisca, non ne faccia spettacolo. Per quanto l’artista si sforzi di non esserlo, diamo per scontato che sia una persona.

**78.**

Sembrirebbe che a noi il linguaggio di Banksy piaccia molto, non si tratta di un linguaggio verbale o multimodale, come quello che usiamo tutti noi per comunicare, ma di un altro tipo di linguaggio e, qualsiasi cosa dica con questo linguaggio, la platea di chi lo ascolta appare sempre più grande. Qualsiasi iniziativa di Banksy finisce sulle news internazionali, da Cnn a Al Jazeera, a Africanews.

**79.**

Come dobbiamo leggere la messa in scena della distruzione della *Girl With Balloon*? In effetti, la messa in scena è l’opera vera e propria ed è costituita dal video (2018) e dalla sua potenzialità virale, offerta dalle tecnologie digitali del tempo reale.

**80.**

La messa in scena pubblica è anche all'origine della contemporaneità dell'arte, è Marcel Duchamp (1915) ad utilizzare la messa in scena pubblica come procedura esecutiva dell'opera, presentando così i suoi *ready made*, la cui strategia d'indirizzo è di rappresentare linearmente ciò che è rappresentato, ovvero, così come il pisciatoio è solo un pisciatoio, la ruota di bicicletta è solo una ruota di bicicletta, la burla di Banksy è solo una burla, uno scherzo o, più astrattamente, un gioco. In questa prospettiva forse abbiamo assistito all'aggiornamento storico della nozione duchampiana di *ready made* già frequentata da Banksy, come il pensiero situazionista di cui l'opera è altrettanto portatrice.

**81.**

Il *ready made* duchampiano esprime bene una certa stabilità dello stato delle cose in generale, e degli oggetti in particolare e, in un certo senso, è figlia del materialismo storico, tuttavia mal si adatta alla transitorietà degli stati delle cose e degli oggetti a cui ci costringe l'instabilità e la progressiva smaterializzazione degli oggetti nel nostro tempo che potremmo chiamare per antitesi: immaterialismo storico.

**82.**

La risposta su cosa rappresenti la messa in scena è: rappresenta un gioco presentato, più che nel formato del *ready made duchampiano*, in una sorta di *ready masking banksyiano*.

**83.**

L'arte è un gioco? Sì, lo è.

**84.**

Nel rivelare l'opera attraverso un breve video (2018) in cui l'artista illustra la tecnica per ottenere la triturazione della tela e ne narra la storia come fosse una favola (dieci anni fa...), l'artista la accompagna alla citazione prelevata da Bakunin. Cosa vuol dire? Perché Banksy ci parla di distruzione? Infine, è veramente distruzione?

**85.**

Arte e distruzione si sono incontrati da tempo, basti pensare ai tagli di Fontana, alle combustioni di Burri, al lavoro di John Reed. Di distruzione creatrice si sono occupati Caws e Deville nel loro saggio *undoing art* del 2017. I due fanno notare che la distruzione dell'opera d'arte (*undoing*) costituirebbe una parte del processo di costruzione dell'artista, in altre parole, l'artista nel distruggere l'opera, in realtà, costruisce se stesso.

**86.**

In effetti, questa analisi trova conferma negli esiti dell'azione dell'artista, Banksy distruggendo l'opera ottiene due effetti, il primo è la diffusione capillare della sua opera (il video), il secondo che tutte le sue opere ora valgono di più. Sembra proprio che, come sostengono Caws e Deville, l'artista abbia dato un ulteriore contributo alla costruzione di se stesso.

**87.**

L'aspetto performativo di un atto di distruzione ha inoltre un lato spettacolare in grado di richiamare la nostra attenzione con molta più pervasività di un atto di costruzione, la distruzione creatrice afferma un'arte secolarizzata, ovvero desacralizzata, quando Bailey Bob Bailey propone la distruzione del rituale dell'albero di Natale (Caws e Deville, 2017)

sta mettendo in scena la paganizzazione di un rito sacro oramai assorbito nella civiltà dei consumi, stessa cosa fa Banksy.

**88.**

La distruzione creatrice è un paradigma usato perlopiù dal potere moderno che ne ha intercettato il potenziale economico e politico, basti pensare alle guerre per stabilizzare regioni del mondo e ai processi di ricostruzione e gestione.

**89.**

La relazione tra arte e distruzione ha sempre restituito un'estetica del caos, dell'irripetibilità. La distruzione dell'opera d'arte è stata finora un atto generatore di entropia, essenzialmente riduzione di materiali in pezzi o trasformazione unidirezionale degli stessi. Un processo in grado di produrre un'estetica del relitto, della rottura scomposta che si adatta alla perfezione alle ricerche informali del proprio tempo.

**90.**

Con questo lavoro Banksy si spinge oltre il paradigma di distruzione conosciuto, la distruzione di Banksy è operata attraverso un oggetto che è un vero e proprio simbolo del principio razionale e industrializzato di distruzione: il tritadocumenti. L'oggetto a cui il mondo amministrato affida i suoi segreti quando è troppo tardi per nasconderli. L'estetica ne risente in maniera rivoluzionaria, il risultato visivo di questa distruzione non è affatto un caos informe di materiali ma al contrario, una distruzione ordinata, industrializzata, composta, razionale e logica, totalmente deprivata del potere di trasformazione del materiale che, infatti, lascia intatta la capacità percettiva dell'opera.

**91.**

L'opera in questione non è quindi il risultato della distruzione di un'opera ma di un suo *refit*, di una sua riconfigurazione secondo un preciso canone estetico offerto da una tecnologia da ufficio.

**92.**

*La forma dell'arte moderna sarà adeguata al contenuto di verità dell'epoca* (Hegel, 1997)

**93.**

Una domanda è rimasta in sospeso, qual è la verità che ci sta comunicando questo artista? La verità è che, *la società, in quanto condizione collettiva che mira all'ordine nel disperato tentativo di scongiurare l'entropia, è un insieme di confini. Anche se ci si aspetta che l'artista segua le regole generali come tutti gli altri, gli si accorda però tacitamente la licenza di spostare, sfidare - se necessario - violare questi innumerevoli confini. Qualcuno lo deve fare, e sebbene sia prevedibile che lo facciano criminali, pazzi e bambini, tutto sommato preferiamo che a farlo sia un artista. Allora, il modo migliore per conoscere un limite è trovare qualcuno che preme per infrangerlo.* (Carlo McCormick, 2015)

## Bibliografia / Sitografia

- Feuerbach L. (1843) L'essenza del cristianesimo, II edizione  
Banksy (2006) Intervista al Sunday Times  
Horkheimer M., Adorno T. (1947) Dialettica dell'illuminismo  
Featherstone M. (1995) Consumer culture and Postmodernism  
Debord G. (1967) La société di spectacle  
Banksy (2005) Wall and Piece  
Danto A. (1964) The Artworld  
Groys B. (2012) Art Power  
Banksy (2006) Swindle magazine, issue 8  
Hirst D. (2000) Intervista a The Independent  
McLuhan M (1964) Understanding Media: The Extensions of Man  
Habermas J. (1986) Teoria dell'agire comunicativo: critica della ragione funzionalistica  
Marramao G. (2013) Quadranti, Volume I, n° I  
Baudrillard J (1976) L'échange symbolique et la mort  
Danto A. (2013) Cos'è l'arte  
Banksy (2002) Existencilism  
Levinson J. C. (1984) Guerrilla Marketing  
Foucault M. (1994) Dits et écrits, vol IV, n.360  
Hirst D., (2004) Manuale per giovani artisti  
Banksy (2009) Incisione su pietra, Banksy Vs. Bristol Museum  
Banksy (2018) [instagram.com/p/BomXijJhArX](https://www.instagram.com/p/BomXijJhArX)  
Caws M. N., Deville M. (2017) Undoing art  
Hegel G. W. F. (1997) Arte e morte dell'arte. Percorso nelle lezioni di estetica  
McCormick C, (2015) Trespass