

Street Museum

L'Arte del marketing

Scritto dal team di Our & Your Marketing (www.ourandyourmarketing.it)

Da un lato il nostro caro presidente del consiglio che vorrebbe cancellare, a suon di decreto-legge, tutti i "grafitari" e le loro opere che "sporcano" una nazione tipicamente "pulita". Dall'altro, l'incontenibile Sgarbi, che per ogni tipo di pittura ha da sempre avuto un debole, il quale difende a spada tratta quest'arte urbana (purché riservata ai palazzi costruiti dopo il 1960 – sgradevoli a vedersi).

È fuori discussione che bisogna fare una netta distinzione tra Street Art (propriamente detta, e quindi Arte con la "A" maiuscola) e vandalismo (scarabocchi di dubbio gusto, con i quali si mandano messaggi d'amore o sfottò tra tifoserie calcistiche). Combattiamo il vandalismo, ma promuoviamo e valorizziamo la Street Art (perché, anche se on the road, resta sempre Arte), come avviene nel resto d'Europa. Esistono esponenti di spicco internazionale che fanno della Street Art il loro punto di forza: basterebbe nominare il mito di questa corrente, Banksy, per capire quanto valore abbia tale espressione artistica. E come non citare l'origine di Basquiat o Keith Haring.



Ogni esponente di un qualunque movimento artistico ha da sempre avuto la possibilità di veder custodite le proprie opere (quelle più rilevanti, si capisce) all'interno di un museo, pronto ad accogliere migliaia di ammiratori, curiosi, studiosi, cultori dell'arte. È sorta quindi una domanda (legittima, crediamo): è giusto che la Street Art, in quanto arte, non possa essere censita e inserita all'interno di un museo? È chiaro che le opere di Street Art sono difficili da far entrare all'interno di quattro mura, ma ci sarebbe la possibilità di creare un museo "ad hoc" che contenga tutta la Street Art.

Questa sembra essere stata la logica del ragionamento alla base di un'azione di street marketing per Tim Tribù. Una mattina di ottobre Milano e Roma sono diventate musei a ▶

Street Museum

L'Arte di Qualità Marketing
Scritto dal team di Our & Your Marketing (www.ourandyourmarketing.it)

la città comincia ad uscire all'aperto si accorge che vicino casa loro, accanto alla porta dell'ufficio, all'uscita della scuola dei figli, c'è un'opera d'arte (in realtà c'è sempre stata, ma nessuno se n'era mai accorto... è bastata una cornice color oro per far risaltare il tutto).

cielo aperto. Nella notte sono state incorniciate le opere "stradali" più rappresentative, applicando persino la targhetta dove solitamente viene impresso il nome dell'opera, l'autore e la tecnica utilizzata.

Il sole sorge, le sveglie suonano,

C'è chi ha sostenuto che l'applicazione della cornice potrebbe porre un confine alla Street Art – che per natura non ne ha. Gli autori, il team NinjaLab di Ninjamarketing, dichiarano che nessuno ha mai voluto delimitare il

raggio d'azione di questa forma d'arte, e che le cornici sono state solo uno strumento per comunicare l'avvento di questo museo sui generis, lo Street Museum, che ha avuto una buona risonanza. E che piaccia o no, è sempre arte, ed è sempre guerriglia. ■

