

## Call for Papers

6 febbraio 2022

# Public Art e spazi urbani

a cura di Annalisa Cattani, Fabrizio Rivola,  
Federico Montanari, Ruggero Ragonese

L'Arte pubblica negli ultimi decenni ha di fatto costituito la possibilità di inserire le pratiche dell'arte all'interno di spazi o in connessione con i numerosi linguaggi e narrazioni già presenti nella città e nelle sue rappresentazioni.

Le sue origini possono essere fatte risalire come è noto ai linguaggi delle avanguardie storiche e delle loro riproposizioni nel corso dello scorso secolo, in particolare negli anni Sessanta, quando emergeva la necessità di un'Arte partecipata secondo varie modalità e intenzioni.

Oggi l'Arte pubblica urbana risente in particolare del dibattito critico che ha avuto origine soprattutto negli Stati Uniti, a partire dagli anni Ottanta, in seguito alle discussioni e tensioni nate attorno ad alcune opere pubbliche e in rapporto agli abitanti del luogo scelto dall'artista e al contesto spaziale e sociale di riferimento. Nel 1989 Richard Serra (*Tilted Arc*, Federal Plaza, NY) crea una installazione che si oppone all'idea di arte funzionale e di rappresentanza per esprimere anche le caratteristiche conflittuali dello spazio pubblico. Le tipologie si sono dunque avvicinate secondo i paradigmi di "arte nello spazio pubblico", "arte come spazio pubblico" e "arte verso il pubblico interesse".

Queste tematiche offrono un'interessante parziale sovrapposizione con anche altre pratiche presenti nello spazio urbano come quelle dell'arte attivista o, ancora, del *Guerrilla Marketing* dove operazioni assai simili dal punto di vista formale differiscono molto per quel che riguarda la loro efficacia e destinazione. Più in generale, sembra allora interessante tenere in considerazione anche le diverse forme di scambio, di traduzione o appropriazione, spesso reciproca, fra arte pubblica, comunicazione e, appunto, esempi più o meno recenti di marketing e pubblicità.

Queste pratiche hanno inoltre cambiato le forme della narrazione e discorso dello spazio urbano e dei luoghi, provocandone spesso la trasformazione, in alcuni casi riorganizzandone di nuove.

Queste forme d'arte, infine, forniscono nuovi sguardi e nuovi approcci alla possibilità di costruire comunità, promuovendo processi di partecipazione sempre più attivi.

Nata con forme varie, la pratica della Public Art, basti pensare alla differenziazione tra *site-specific* permanente e temporaneo, aveva come caratteristica

quella di rivolgersi in particolare al luogo scelto. Tuttavia, con l'avvento dei social media le documentazioni di arte pubblica hanno creato un nuovo statuto delle opere che diventano tutte permanenti in rete all'interno di innumerevoli contesti.

La Public Art entra dunque anche nel gioco del *content marketing* e del marketing esperienziale che ha creato nuovi bisogni e obiettivi, quali informare, intrattenere, educare, fare partecipare.

Nel momento in cui il marketing si pone nel ruolo di diventare esperto del racconto e di tutte le sue dinamiche retoriche si possono riprendere questi strumenti già noti in ambito teorico per uno studio delle evoluzioni delle narrazioni che avvengono in questo ambito.

Più in generale, possibili direzioni di ricerca rispetto dunque ai processi di significazione e narrazione possono essere quelle della: bidirezionalità, delle storie aperte, delle narrazioni ininterrotte, del passaggio da dinamiche *drop down* a quelle *peer to peer*, di trasformazione degli spettatori e dei consumatori in "spett-attori" e "consum-attori".

Questi sono alcuni dei possibili concetti messi in gioco, assieme a quelli di iconoclastia, *damnatio memoriae*, ri-significazione che hanno interessato il discorso dell'arte pubblica negli ultimi tempi (pensiamo anche al rapporto con la distruzione, o riappropriazione dei monumenti).

Questa call è rivolta sia agli studiosi di scienze sociali, di semiotica (semiotica dell'arte e sociosemiotica), così come all'ambito più vasto dei Visual Studies, dell'antropologia, del design e degli studi urbani. Ma vorrebbe essere anche un numero di rivista che coinvolge artisti e ricercatori nel campo dell'arte.

## Scadenze

Consegna abstract: **30 marzo 2022**

Notifica di accettazione o rifiuto dell'abstract: **15 aprile 2022**

Consegna saggi: **15 luglio 2022**

Notifica accettazione o richiesta revisione dopo blind peer review: **30 ottobre 2022**

Invio dei saggi per l'impaginazione: **15 novembre 2022**

Pubblicazione prevista: **15 dicembre 2022**

**Lingue accettate:** Italiano, Inglese, Francese.

## L'abstract e il saggio vanno inviati a:

Annalisa Cattani: [annalisacattani7@gmail.com](mailto:annalisacattani7@gmail.com)

Federico Montanari: [federico.montanari@unimore.it](mailto:federico.montanari@unimore.it)

Fabrizio Rivola: [fabriziorivolastudio@gmail.com](mailto:fabriziorivolastudio@gmail.com)

Ruggero Ragonese: [ruggero.ragonese@unimore.it](mailto:ruggero.ragonese@unimore.it)

## Informazioni

- L'accettazione dei saggi e la loro pubblicazione è sottoposta a double blind peer review.
- Per la redazione del saggio gli autori sono pregati di consultare la pagina "Come si collabora" in questo sito <<https://www.ocula.it/collaborazioni.php?lng=it>> e di prendere visione delle procedure e delle indicazioni in essa contenute.
- I saggi non hanno limiti di spazio, ma si chiede di stare orientativamente entro i 40.000 caratteri (inclusi spazi, note e bibliografia finale).
- Sono accettati i formati standard .rtf, .doc, .docx, .otd.
- I saggi possono essere corredati da immagini di qualsiasi tipo.
- Le immagini (foto, grafi, tabelle) dovranno essere fornite sia all'interno del file di testo sia raccolte in una cartella a parte nei formati .jpg, .png, .tif, .eps, .psd.
- Gli autori dovranno inviare due file: uno in *forma anonima*, da inviare ai revisori; l'altro contenente nome e cognome, affiliazione, email, eventuale sito web, note biografiche.
- Nel file anonimo in tutti i riferimenti bibliografici all'autore nome e cognome saranno sostituiti da "Autore", e tutti i titoli delle pubblicazioni da "Titolo della pubblicazione". Rimarrà invece in chiaro la data.
- È necessario aggiungere un abstract del saggio, sia in italiano sia in inglese.

## Riferimenti bibliografici

- Birrozzi, C., Pugliese, M., 2007, a cura, *L'arte pubblica nello spazio urbano*, Milano, Bruno Mondadori.
- Bishop, Cl., 2015, *Inferni artificiali. La politica della spettatorialità*, Roma, Luca Sossella.
- Bourriaud, N., 2010, *Estetica relazionale*, Milano, Postmedia Books.
- Bourriaud, N., 2016, *L'exforma. Arte, ideologia e scarto*, Milano, Postmedia Books.
- Campitelli, M., Vladilo, E., 2008, *Public Art a Trieste e dintorni*, Milano, Silvanaeditoriale.
- Courage, C., 2017, *Art in Place. The Arts, the Urban and Social Practice*, London-New York, Routledge.
- Gaglianò, P., 2016, *Memento. L'ossessione del visibile*, Milano, Postmedia Books.
- Groys, B., 2013, *Going public*, Milano, Postmedia Books.
- Marrone, G., Pezzini, I., 2006, *Senso e metropoli I. Per una semiotica posturbana*, Roma, Meltemi.
- Marrone, G., Pezzini, I., 2008, *Senso e metropoli II. I linguaggi della città*, Roma, Meltemi.

Peaverini, P., 2017, *Social Guerrilla. Semiotica della comunicazione non convenzionale*, Roma, Luiss University Press.

Pezzini, I, Finocchi, R., 2020, a cura, *Dallo spazio alla città. Letture e fondamenti di semiotica urbana*, Milano-Udine, Mimesis.

Pioselli, A., 2015, *L'arte nello spazio urbano. L'esperienza italiana dal 1968 a oggi*, Milano, Johan & Levi.

Sacco, P., 2006, "Arte pubblica e sviluppo locale: utopia o realtà possibile?", in *Economia della cultura*, anno XVI, n. 3, pp.285-294.

*English version*

## Public Art and Urban Spaces

*Editors Annalisa Cattani, Fabrizio Rivola,  
Federico Montanari, Ruggero Ragonese*

Public Art in the last decades has actually constituted the possibility of inserting art practices within the numerous spaces, languages and narratives already present in the city and its representation.

Its origins can be traced back, as is known, to the languages of the historical avant-garde and their re-propositions during the last century, particularly in the sixties, when there was an urgent need for participatory art in various ways and intentions.

Today Urban Public Art is particularly influenced by the critical debate that took place in the United States in the 1980s following the problem caused by some public works in relation to the inhabitants of the place chosen by the artist and the tension created towards the social context of reference. Richard Serra (Tilted Arc, 1989, Federal Plaza, NY) creates an installation that opposes the idea of functional and representative art to express also the conflicting characteristics of public space.

The typologies have therefore alternated according to the paradigms of "art in public space", "art as public space" and "art towards public interest".

These themes offer an interesting partial overlap with other practices present in the urban space such as activist art or Guerrilla Marketing where very similar operations from a formal point of view differ greatly in their effectiveness and destination.

These practices have changed the narrative of urban space and places, abandoning some and reorganizing new ones.

These art forms also provide new glances and new approaches to the possibility of building communities, promoting increasingly active processes of participation.

Born with various forms, the practice of Public Art, just think of the differentiation between permanent and temporary site-specific, had as characteristic to address in particular the chosen place. However, with the advent of social media the documentation of public art has created a new statute of the works that all become permanent on the net within countless contexts.

Public Art therefore also gets into the game of content marketing and experiential marketing which has created new needs and goals such as inform, entertain, educate, and make people participate.

At a time when marketing is taking on the role of becoming an expert in storytelling and all its rhetorical dynamics, one can take up these tools already known in the theoretical field for a study of the evolution of narratives that occur in this area.

More generally, possible research directions with respect to the processes of signification and narration could be those of: bidirectionality, open stories, uninterrupted narratives, the passage from drop down dynamics to peer-to-peer ones, the transformation of spectators and consumers into "spectators-actors" and "consum-actors".

These are some of the possible concepts brought into play together with those of iconoclasm, *damnatio memoriae*, monuments, re-signification that have interested the discourse of public art in recent times.

This call is addressed both to scholars of social sciences, semiotics (semiotics of art and sociosemiotics), as well as to the broader field of visual studies, anthropology, design and urban studies. But it would like to be an issue that also involves artists and researchers in the field of art.

## Informations

- The acceptance of the articles and their publication is subject to double blind peer review.
- The Authors can find all the editing and format rules at the page "Come si collabora" (how to collaborate), on the Ocula home page. The page includes an Italian, English and French text. Please read it carefully and follow the recommendations.
- There are no official limits of length to the articles, yet we recommend 40.000 characters as a reasonable maximum measure (including spaces, notes and references);
- Files format accepted are .doc, docx, .odt;
- The articles may include any kind of images;
- Images (photographies, graphs, tables) must be included in the main text file and submitted each as a separate file, in .jpg, .png, .tif, .eps, .psd formats.
- The Authors must send their contribution in two versions: one in anonymous form, to be sent to the reviewers, and the other containing name, position, email, website, biographic notes. Each version must be a separate file.
- In the anonymous file, in any reference to the Author's publications the name must be cancelled and replaced by "Author" and the titles by "Title of the publication". The date must be let visible.
- To write the articles please use the templates and that can also be downloaded from the page "How to contribute" <<https://www.ocula.it/collaborazioni.php?lng=en>>.

## Deadlines

Abstracts submission: **30/03/2022**

Abstract acceptance: **31/04/2022**

Submission of the essays: **30/07/2022**

Notification of acceptance, rejection or revision request: **30/10/2022**

Final submission: **15/11/2022**

Scheduled Publication: **15/12/2022**

**Accepted languages:** Italian, English, French

## Articles must be sent to:

Annalisa Cattani: [annalisacattani7@gmail.com](mailto:annalisacattani7@gmail.com)

Federico Montanari: [federico.montanari@unimore.it](mailto:federico.montanari@unimore.it)

Fabrizio Rivola: [fabriziorivolastudio@gmail.com](mailto:fabriziorivolastudio@gmail.com)

Ruggero Ragonese: [ruggero.ragonese@unimore.it](mailto:ruggero.ragonese@unimore.it)

## Some bibliographical references:

Birrozzi, C., Pugliese, M., 2007, a cura, *L'arte pubblica nello spazio urbano*, Milano, Bruno Mondadori.

Bishop, Cl., 2015, *Inferni artificiali. La politica della spettatorialità*, Roma, Luca Sossella.

Bourriaud, N., 2010, *Estetica relazionale*, Milano, Postmedia Books.

Bourriaud, N., 2016, *L'exforma. Arte, ideologia e scarto*, Milano, Postmedia Books.

Campitelli, M., Vladilo, E., 2008, *Public Art a Trieste e dintorni*, Milano, Silvanaeditoriale.

Courage, C., 2017, *Art in Place. The Arts, the Urban and Social Practice*, London-New York, Routledge.

Gaglianò, P., 2016, *Memento. L'ossessione del visibile*, Milano, Postmedia Books.

Groys, B., 2013, *Going public*, Milano, Postmedia Books.

Marrone, G., Pezzini, I., 2006, *Senso e metropoli I. Per una semiotica posturbana*, Roma, Meltemi.

Marrone, G., Pezzini, I., 2008, *Senso e metropoli II. I linguaggi della città*, Roma, Meltemi.

Pezerini, P., 2017, *Social Guerrilla. Semiotica della comunicazione non convenzionale*, Roma, Luiss University Press.

Pezzi, I., Finocchi, R., 2020, a cura, *Dallo spazio alla città. Letture e fondamenti di semiotica urbana*, Milano-Udine, Mimesis.

Pioselli, A., 2015, *L'arte nello spazio urbano. L'esperienza italiana dal 1968 a oggi*, Milano, Johan & Levi.

Sacco, P., 2006, "Arte pubblica e sviluppo locale: utopia o realtà possibile?", in *Economia della cultura*, anno XVI, n. 3, pp.285-294.