

Tesi di Laurea Magistrale
in Design della Comunicazione
Politecnico di Milano
2017

Un'indagine visuale
nell'insolito quotidiano



extra- ordinary into ordinary

Anna D'Addario

extraordinary into ordinary

Un'indagine visuale
nell'insolito quotidiano

STUDENTESSA

Anna D'Addario | 862514

RELATORE

Salvatore Zingale

A.A. 2016/2017

Laurea Magistrale

Design della Comunicazione

Politecnico di Milano

Stampa: Grafiche Mainardi, Milano - 07/2018

Carta: *Copertina* Fedrigoni FREELIFE KENDO 250 g/m²

Interno Fedrigoni DIVINA 120 g/m²

Composizione tipografica: Playfair Display, Lato

indice

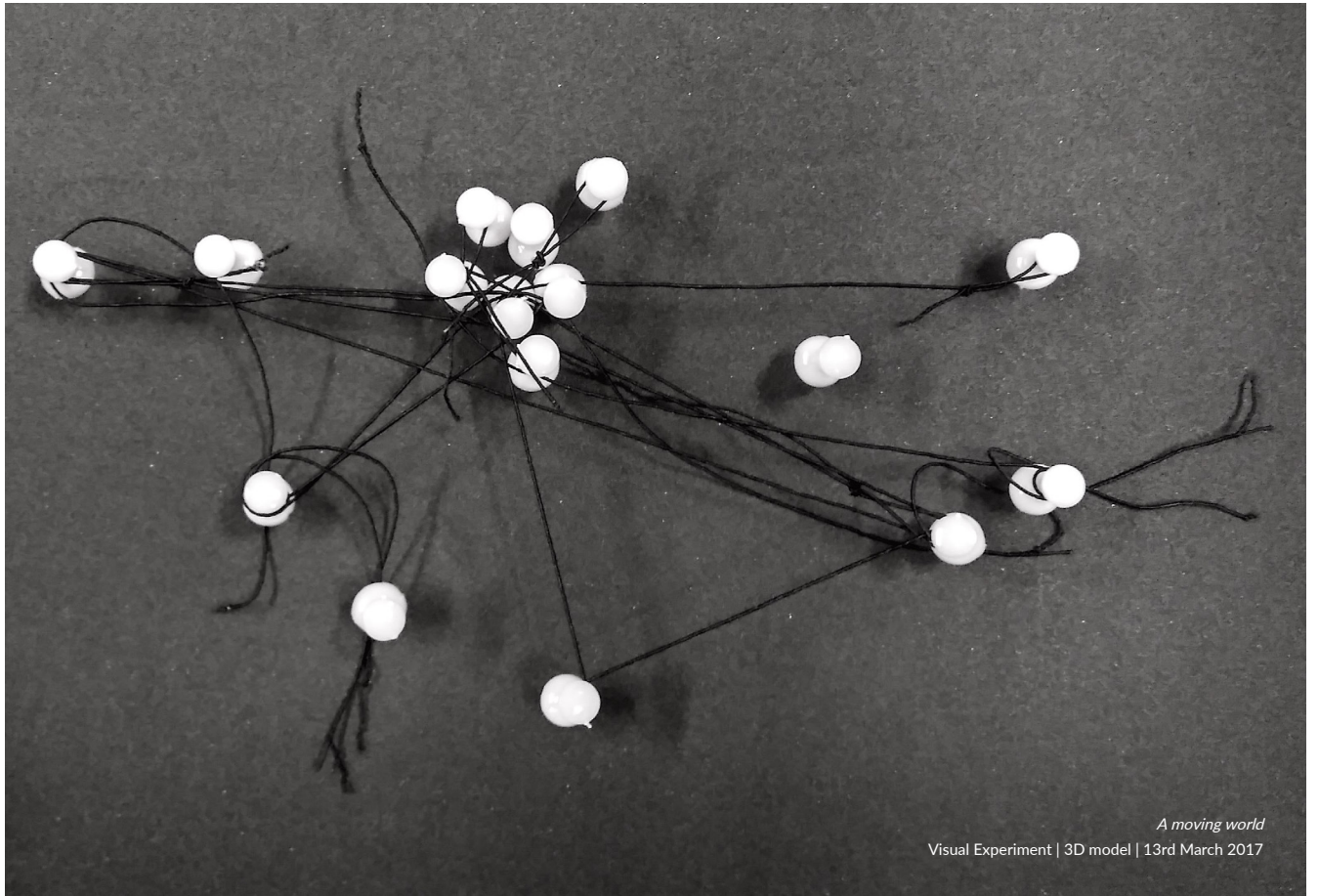
- 7** Introduzione
- 17** PARTE 1: Noi, esseri sociali
Una Rete di relazioni
I Social Media
Una società visuale
Fotografia del quotidiano
Particolari straordinari
- 43** PARTE 2: Tempi di metamorfosi
Nuovi luoghi
A simultaneous happening
Home feeling, sentirsi a casa
- 65** PARTE 3: Domanda e risposta
"Where do you feel at home?"
Vita da nomade
Io da dove vengo?
We back into nomads. Questionario online
- 112** Bibliografia
- 118** Ringraziamenti

O. Introduzione

Ero ai bordi del *Limmat*, a Zurigo, una domenica pomeriggio di aprile. Il mio rituale settimanale era passare un'oretta lì lungo il fiume, era il mio tempo "dedicato"; quello scorrere portava con sé tutti i pensieri lasciando il tempo a quelle briciole di me ora in Spagna ora in Chile, in Australia o in Italia.

Ancora una volta ero lontana da quella che un tempo era per me l'unica casa possibile.

Poi, ho cominciato a viaggiare e pian piano i vari posti sono diventati *home*, le persone che incontro le mie *homes*.



A moving world
Visual Experiment | 3D model | 13rd March 2017

I nostri stili di vita cambiano con la storia e nella storia. Il modo in cui viviamo oggi è lo specchio di una società che può definirsi sotto molti aspetti *on wheels* che ci porta inevitabilmente ad abbandonare *briciole di pane* qua e là, come tracce di quelle tante vite che ci costruiamo.

Negli ultimi sette anni ho cambiato diverse città e questo mi ha permesso d'incontrare miriadi di persone provenienti da ogni parte del mondo. Come *Pollicino* anch'io cerco di ritrovare quelle briciole che mi portano a casa, stavolta non per tornare indietro ma per andare avanti, ogni giorno in una nuova casa.

Poche volte la lingua inglese riesce ad esprimere meglio dell'italiano un concetto che nella nostra lingua non ha differenze, almeno linguisticamente. È il caso del termine "casa" che in inglese ha due varianti: *house* indica la casa in senso "stretto", è l'edificio, la costruzione materiale, il

Life on wheels

Il termine, letteralmente "su ruote", preso in prestito da un *hashtag* che accompagna molte foto di case mobili e gente in viaggio condivise su Instagram, vuole qui (e successivamente) far riferimento allo stile di vita nomade.

"The growth of youth travel has been particularly evident in recent decades as advances in technology have facilitated physical mobility, and more recently the growth of information and communication technology has created more widespread social relations, which has strengthened the tendency towards mobility still further."

Sempre più giovani abbracciano questo stile di vita, vuoi per necessità lavorativa che per semplice spirito di curiosità, novità, cambiamento. Spesso è la stessa società che ci porta a farne parte grazie a progetti scolastici come ad esempio l'Erasmus.

Briciole di pane

Il termine prende ispirazione dalla favola di Pollicino (o *Hänsel und Gretel*) e dalle briciole di pane (*breadcrumbs*) che avevano lasciato dietro sé.

È un esempio delle analogie imperfette: le briciole vengono mangiate dagli uccelli e quindi non consentono di ritrovare la strada di casa, invece i sassolini (*pebbles*) avevano funzionato – peccato che non erano bastati!

luogo di abitazione; *home* invece non è necessariamente un luogo fisico perché è il posto a cui senti di appartenere e che dunque ti è familiare: è, in una parola, come avevo imparato dalla lingua tedesca, l'*Heim*.

E così, le tante briciole di me sparse per il mondo sono diventate home, sono le persone che incontriamo e che ci restano nel cuore, inevitabilmente. Sono le briciole di cui ci nutriamo.

Una Rete di relazioni
I Social Media
Una società visuale
Fotografia del quotidiano
Particolari straordinari

1. Noi, esseri sociali

Fu in quei giorni, trasportata dallo scorrere incessante del fiume, che ho cominciato a interrogarmi su quanto e come possa cambiare il nostro rapporto con gli “altri”.

Ognuno di noi, ogni giorno, interagisce con qualcun *altro*. A casa, a lavoro, con la famiglia, con gli amici, quando incontriamo nuove persone, e persino quando siamo apparentemente soli.

La nostra società si basa da sempre sulla rete di relazioni che si instaurano tra noi, esseri umani sì ma anche esseri sociali. “Queste reti permeano la società e ne costituiscono la struttura.”

Oggi, l'associazione forse più immediata che facciamo se pensiamo alla parola rete è Internet perché ormai, nonostante la sua giovane età (sono passati solo 25 anni da quando Tim Berners-Lee

ha reso il *World Wide Web* accessibile a tutti) “è la trama delle nostre vite” e rispecchia il nostro essere individui sociali.

Chi di noi non possiede uno smartphone oggi?

Il cellulare non è più solo un telefono portatile, uno strumento per fare e ricevere telefonate.

È definito *smart-phone* (telefono intelligente) in quanto in grado di soddisfare molte altre esigenze, prima fra tutte l'accesso a internet.

Internet è diventato il nostro pane quotidiano, senza una connessione Wi-Fi non siamo nulla, quasi non esistiamo.

Le miriadi di app esistenti, che installiamo e disinstalliamo continuamente dai nostri *smartphone*, scandiscono la nostra vita e fanno sì che diventi reale, che esista per gli altri.

“Grazie ai Social Media, in questo momento il mondo offre e registra in tempo reale la compresenza di flussi che si intrecciano mostrando

smartphone

s. m. inv. apparecchio che ingloba in sé le funzioni di un computer palmare e di un telefono cellulare, con il quale si può navigare in Internet, mandare e-mail ecc., e che si può personalizzare con nuove funzioni e programmi.

Etimologia: *s. ingl.*; composto dall'aggettivo *smart* «intelligente» e *phone* «telefono».

La statistica evidenzia che nel 2016 il numero di persone che utilizzano uno smartphone raggiungerà i 2,1 miliardi. Nel 2018 più del 36% della popolazione mondiale utilizzerà uno smartphone, mentre nel 2011 era solo del 10%.

(Traduzione mia, così come tutte quelle che seguiranno).

<https://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/>

Stories

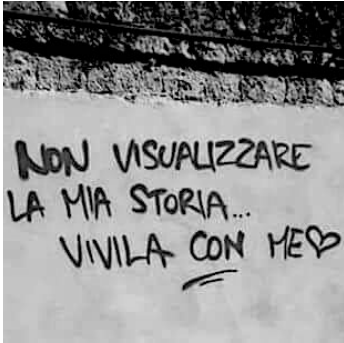
Utilizzo il termine in inglese richiamando le *Instagram Stories*, una funzionalità del Social Media che consente di raccontare la propria giornata, la propria storia, condividendo un'immagine o un video che sarà poi disponibile per un massimo di 24 ore.

<http://www.weareblockparty.com/new-page-3>

universi differenti e opposti che convivono l'uno di fianco all'altro.”

Ci permettono di mantener vive le nostre relazioni fatte di storie personali che vogliamo condividere con gli altri. Ci sembra normale postare qualsiasi cosa, da un pensiero a una stupida foto, è così che possiamo raccontar-ci la nostra storia. Abbiamo la possibilità di farlo e lo facciamo, in ogni momento della nostra vita. Condividiamo tutto, dai momenti più banali a quelli da ricordare, persino i più intimi.

Internet oggi non è solo la rete di informazione, è diventata la rete delle nostre *stories*. Siamo noi stessi la rete, la alimentiamo costantemente, giorno dopo giorno, attimo dopo attimo, *post* dopo *post*, “non smettiamo di essere attenti verso la parte di mondo che abbiamo davanti, perché sappiamo che fotografandolo possiamo trasformarlo in una <storia>.”



Le nostre relazioni vivono sempre meno di chiacchierate faccia a faccia mentre sopravvivono di molti messaggi digitali.

La quotidianità è inter-mediata proprio dai nostri *smartphone* e più precisamente dalle tante applicazioni di messaggistica che si frappongono tra noi, oltre che dai Social Media.

Seppur non possa essere considerato un Social Media a tutti gli effetti (l'interazione sociale che li contraddistingue è qui ristretta per lo più al tipo *uno-a-uno*, o fra gruppi), WhatsApp, con più di 1.5 miliardi di utenti attivi al mese, si pone come una delle app di messaggistica più popolari al mondo, soprattutto al di fuori degli Stati Uniti e al primo posto in Italia.

Negli ultimi tempi maggiore è l'attitudine alla condivisione privata. La facilità d'uso e l'immediatezza di comunicazione propria delle app ha stimolato le persone a ri-scoprire il valore della comunicazione personale – o di gruppo – privata.

Basti pensare che in Italia il 51% della popolazione *online* usa applicazioni di *messaging*. Inoltre, la possibilità data dalle varie app di messaggistica di scambiare immagini e video, nonché documenti o file audio, accresce il valore attribuito dagli utenti.

La nostra comunicazione è fatta, così, sempre più di poche parole spesso accompagnate da foto o viceversa: a volte sono proprio le foto ad essere accompagnate da brevi didascalie. Foto ripetutamente banali, inutili, sfocate, mosse e senza apparente importanza, seppur linfa vitale del nuovo comunicare.

Sono diventate il nostro *sine qua non*, o per dirla alla maniera di oggi, il *#maipiùsenza*.

Statistics

Social network penetration worldwide is ever-increasing.

In 2017, 71% of internet users were social network users and these figures are expected to grow. Social networking is one of the most popular online activities with high user engagement rates and expanding mobile possibilities. North America ranks first among regions where social media is highly popular, with a social media penetration rate of 66%.

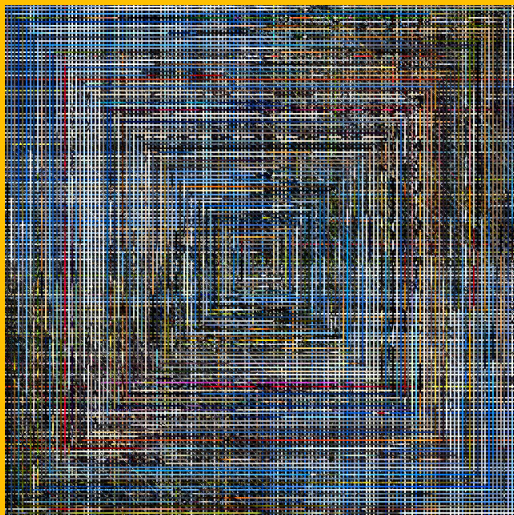
In 2016, more than 81% of the United States population had a social media profile.

<https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>

<https://www.statista.com/statistics/260819/number-of-monthly-active-whatsapp-users/>

<http://vincos.it/2018/03/16/la-mappa-delle-social-app-nel-mondo-2018/>

<https://wearesocial.com/it/blog/2017/01/digital-in-2017-in-italia-e-nel-mondo>



WEEVMEE, Hush Studios

<https://www.edinet.info/ediblog/cosa-accade-ogni-60-secondi-in-rete/>

Esatto! Oggi viviamo in una società iper-visuale, oserei dire quasi ossessionata dal vedere. Ovunque, tutti i giorni, c'è sempre uno schermo con noi. Potremmo definirla la società delle immagini, talmente ne siamo inondati.

È un mare di immagini, dei #tbt (*Throwback Thursdays* - "I giovedì del ritorno al passato"), un gioco di post e *hashtag* di immagini della memoria. Costantemente riflettiamo sul mondo in cui viviamo centrato sull'immagine attraverso altre immagini. In media su Instagram, il Social per la condivisione di immagini via cellulare più diffuso al mondo, si pubblicano ben 3600 fotografie al secondo e sottolineo al secondo.

Il pensiero di Nicholas Mirzoeff agli albori del nuovo millennio secondo cui "oggi la forma primaria di approccio e comprensione del mondo è visuale, e non più testuale, come è stato per secoli" è più attuale che mai, dobbiamo ammetterlo.

Il modo di approcciarci al mondo e agli altri ha subito un'evoluzione soprattutto in termini sociali, si è passati dalla parola scritta alle immagini in quanto canale di comunicazione più immediato in termini principalmente sensoriali.

Tutto sta cambiando – *you, your family, your neighborhood, your education, your job, your government, your relation to “the others”.*

E gran parte del merito, se proprio dobbiamo attribuirne uno, va alla fotografia di massa, intesa come principale forma di comunicazione, alla sua capacità espressiva che muta in maniera esponenziale ed è sempre al passo con i tempi.

A pensarci bene, io stessa non ho mai vissuto la fotografia come qualcosa di elitario, ha sempre fatto parte della mia vita quotidiana per la maggior parte grazie a mio padre e sempre come racconto, testimonianza, ricordo.

”

***you, your family, your neighborhood,
your education, your job, your
government, your relation
to «the others».***

— Marshall McLuhan

Fotografia studiata

La fotografia nasce come l'altra forma della pittura, vuoi per i tempi lunghi di esposizione che per la storia stessa. L'inquadratura, la disposizione degli oggetti e dei soggetti in primis, lo studio del colore, fanno tutti riferimento all'impostazione pittorica.

Fin dalle origini la fotografia è stata molto criticata e messa in discussione proprio in quanto tentativo di plagio di qualcosa che è fondamentalmente impossibile da riprodurre perché ricca di particolari soggettivi dati soprattutto dall'immaginazione del pittore.

Selfie

Nel 2013 l'Oxford English Dictionary scelse come parola dell'anno "selfie" data dalla frequenza con cui era stata usata tra l'ottobre del 2012 e l'ottobre del 2013, cresciuta del diciassettemila per cento rispetto all'anno precedente, in parte grazie alla popolarità di Instagram.

Oggi non è più esclusiva di poche persone molto esperte, non è più il derivato di studi pittorici se non in alcuni casi.

La fotografia oggi è il nostro modo di vedere il mondo.

E la fotografia digitale sta producendo una enorme rivoluzione antropologica, in quanto ha permesso che in rete nascesse un noi diverso da tutti quelli possibili conosciuti nel passato. L'uso continuo, sempre a portata di mano, ci ha portato a distaccarci dalla fotografia-pittura, una fotografia "studiata".

Per fare un piccolo esempio soffermiamoci a pensare al passaggio avuto dall'autoritratto al Selfie. Oggi "chiunque può realizzarne uno con la fotocamera del proprio cellulare. Il *selfie* è l'esempio più eclatante di come attività un tempo elitarie siano diventate parte integrante della cultura visuale globale."

Le immagini, le fotografie che ci inondano rappresentano il nostro nuovo modo di comunicare. Riprodurre all'infinito qualcosa che di fatto è unico, che avviene una sola volta, è ciò che ha sempre contraddistinto la fotografia da qualsiasi altra forma di rappresentazione, eppure oggi è diventato qualcosa di compulsivo, come se non volessimo lasciarci indietro neppure un attimo della nostra vita, come se volessimo prolungarlo o addirittura ripeterlo all'infinito.

La tecnologia digitale ci ha dato la possibilità di ampliare i nostri bisogni, fino a poco tempo fa era una scelta continua su cosa valesse davvero la pena fotografare, centellinavamo ogni singolo scatto, principalmente perché i rullini fotografici prima e gli ormai vecchi cellulari poi potevano contenere un numero davvero limitato di foto.

Con la condivisione online, invece, abbiamo una quantità apparentemente illimitata di spazio tale

da rendere la fotografia e le immagini che produciamo la nostra stessa vita.

L'immagine non fa solo parte della nostra vita, è la nostra vita.

Ci sono nuove regole che appartengono alla fotografia di oggi e che fanno di essa il principale canale di comunicazione.

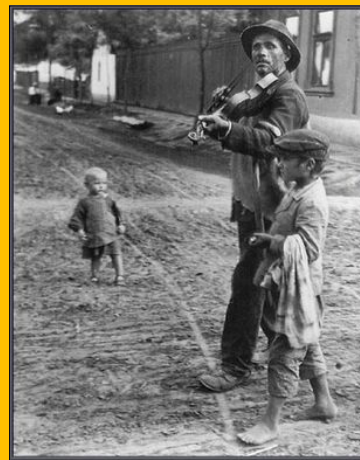
“L'uso delle immagini ha educato il mondo a precisi codici, la cui iterazione rassicura che il mondo è fatto proprio così. [...] I significati si perdono, si trasformano, diventano altro.”

In qualche modo questa ossessione del vedere ci impedisce di guardare, di avere il controllo della visione, è come se attraverso queste catalogazioni avessimo un'unica versione della storia. Riprendendo Mirzoeff, “vedere è un'azione che compiamo, non semplicemente qualcosa che ci accade in modo naturale”.

Non possiamo, quindi, non accorgerci di questo cambiamento e se davvero osserviamo ciò che ci circonda capiamo quanto e come ci siamo evoluti, emerge la vera forza della fotografia non studiata di cui parlavo poco righe più su.

Le foto che ognuno di noi scatta quotidianamente, oggi, sono foto non pensate, non costruite, legate alla realtà da un vincolo di casualità, espressione del modo in cui il mondo è stato in un particolare tempo e luogo. Sono foto il cui *punctum* fa emergere il contenuto della foto stessa e allo stesso tempo fa scomparire la fotografia intesa come *medium*.

foto La ballata del violinista, André Kertész, 1921
cit. La camera chiara, Roland Barthes, 1980:48



*"Riconosco, con tutto me stesso,
i borghi che ho attraversato
in occasione dei passati viaggi
in Ungheria e in Romania..."*

image

Torna in questo caso l'uso della lingua inglese per specificare meglio ciò che intendo per immagini della mente.

William John Thomas Mitchell, professore alla University of Chicago, conosciuto soprattutto per il suo testo *Pictorial Turn* (2009) spiega la differenza tra *image* e *picture*.

L'*image* è un'immagine mentale che insiste nella memoria o nell'immaginazione. Una *image* può apparire anche in un medium, ma trascende i media che la mostrano.

La *picture* è una rappresentazione materiale di una *image*.

Una *picture* permette a una *image* di apparire su un supporto materiale e in un luogo specifico.

cfr. Lezione, Atti Visuali, prof. Salvatore Zingale, 2015

Il concetto di *punctum* e, conseguentemente, quello di *studium* fu introdotto dal semiologo francese Roland Barthes nel 1980 in uno dei suoi testi più conosciuti *La camera chiara. Nota sulla fotografia*. Barthes sosteneva che il *punctum* di una fotografia, "ciò che mi punge", è qualcosa di periferico e quindi oggetto di curiosità, è ciò che insiste sulla fotografia come particolare. È in qualche modo il momento in cui l'immagine stessa agisce su di me, sulla mia memoria, quel particolare non intenzionale e al tempo stesso inevitabile, non voluto.

Le fotografie che ci scambiamo oggi sono ricche di quei particolari inaspettati e che nella maggior parte dei casi sono di volta in volta personali per l'osservatore, di *punctum* appunto, come fossero piccole punture. Richiamano altre *images* impresse nella nostra mente, quei particolari diventano contenitori di sensazioni, di esperienze passate, di odori.

A differenza dello *studium* in cui si verifica una sorta di coincidenza tra le intenzioni del fotografo e quelle dell'osservatore, il *punctum* infrange lo *studium*, rendendolo in qualche modo qualcosa di parziale e personale.

Sono qualcosa che "io [osservatore] aggiungo alla foto e *che tuttavia è già nella foto*", come se in qualche modo quella foto diventa importante per me nel momento in cui riconosco una pertinenza, un qualcosa che accomuna al tempo stesso l'*Operator* (colui che fa la foto) con lo *Spectrum* (il fotografo) con lo *Spectator* (colui che guarda la foto).

"Il *punctum* è una specie di sottile fuori-campo, come se l'immagine proiettasse il desiderio al di là di ciò che essa da a vedere". Mi piace pensare che la fotografia possa estrapolare situazioni e oggetti del vissuto quotidiano connotandoli di straordinarietà nel momento in cui appaiono diverse a seconda degli occhi di chi le guarda, di ciò che ci smuove dentro in maniera inevitabile.

Il *punctum* di cui Barthes tanto parla fa sì che quella foto non sia più una foto qualunque.

Ci permette di scorgere lo straordinario nell'ordinario.

Nuovi luoghi

A simultaneous happening

Home feeling, sentirsi a casa

2. Tempi di metamorfosi

Ricordo che quando ero bambina ero l'unica a non cambiare mai casa, i miei amici parlavano spesso di traslochi e cose da inscatolare. Io ero l'unica che aveva vissuto sempre nella stessa casa e che, soprattutto, non aveva nessuna intenzione di andare a vivere da un'altra parte.

Ho sempre adorato la mia casa, era lì che tutto aveva senso, il luogo dove collezionavo nuovi ricordi anno dopo anno. Era il mio posto nel mondo.

Poi un giorno, a Barcellona, mi son sentita improvvisamente a casa. Se ci penso ancora mi commuovo perché mai avrei immaginato che potessi provare quella sensazione anche a migliaia di chilometri lontana da "casa".

La globalizzazione della cultura, le nuove forme di modernità e le migrazioni di massa caratterizzano il presente rendendolo sempre più diverso dal passato. "Nell'ambito della cultura, i mass media sono il principale canale di rappresentazione ed espressione culturale e la fonte di immagini della realtà sociale e di materiali per formare e rafforzare l'identità sociale".

È impossibile capire i cambiamenti sociali e culturali senza prima capire come funzionano i media e quanta influenza hanno nella vita di tutti i giorni. Si potrebbe dire che i media modellano le interazioni sociali in ogni aspetto della nostra vita personale.

Sono, oggi, i nuovi luoghi in cui si svolge la vita.

Sono il cassetto dove custodivamo i biglietti dei concerti o delle visite al museo, sono la cameretta chiusa a chiave dove ci confidavamo i segreti tra amiche, sono il campetto dove ci ritrovavamo a

giocare, le feste di compleanno o le prime lettere d'amore.

"A place for everything and everything in its place".

Se, fino a ieri, poter comunicare e comprendere ciò che era lontano dalla nostra cultura, dal nostro modo di essere, era quasi impossibile, oggi potremmo dire che abbiamo cominciato ad accorciare le distanze oltre che il tempo. Questo ci ha resi in parte simili seppur diversi, vicini seppur distanti. Ci mischiamo continuamente gli uni gli altri come mai prima.

La tecnologia digitale, in primis, ha dato il via al fenomeno della globalizzazione, accorciando tempo e distanza, rendendo così il mondo un *global village... a simultaneous happening*.

L'ossimoro «villaggio globale» coniato da Marshall McLuhan negli anni sessanta riesce ad essere attuale anche oggi, soprattutto oggi.

Le distanze che in passato separavano le varie parti del mondo si sono ridotte e il mondo stesso ha smarrito in qualche modo il suo carattere di infinita grandezza per assumere quello di un villaggio.

Come detto anche precedentemente i media, e nello specifico i Social Media, giocano un ruolo molto importante, soprattutto grazie all'esistenza di internet. Sono proprio loro che permettono questo "avvenire simultaneamente".

Sono una parte essenziale della vita di tutti i giorni, sono la parte che più riflette e crea il mondo che viviamo, ci plasmano costantemente ma allo stesso tempo ci danno la libertà di decidere cosa farne. Ci hanno ridato la capacità di comunicare con gli altri con facilità e senza strutture, senza filtri, senza limiti di tempo né di spazio. Ma, allo stesso tempo, plasmano continuamente la società stessa.

Oggi possiamo vivere eventi che accadono dall'altra parte del mondo nel momento stesso



*Ours is a brand-new world of
allatonce-ness.
"Time" has ceased,
"Space" has vanished.
We now live in a global village...
a simultaneous happening.*

— Marshall McLuhan

allatonce-ness = "all at once-ness"

Il termine è stato coniato dal sociologo
e sta per "tutto nello stesso tempo".

Global Village

Il termine è apparso per la prima volta nel 1964 nel saggio
"Gli strumenti del comunicare" (*Understanding Media: The
Extensions of Man*) di Marshall McLuhan.

Glocalization

In realtà il termine è nato negli anni ottanta in Giappone ed è stato poi importato nella lingua inglese dal sociologo inglese Roland Robertson negli anni novanta, e solo in seguito sviluppato da Zygmunt Bauman.

La glocalizzazione ritiene che il fondamento della società in ogni epoca è stata ed è la comunità locale, dall'interazione degli individui, organizzati in gruppi sempre più allargati, presenti su un territorio.

in cui avvengono. Che sia la vittoria dei mondiali, l'eruzione di un vulcano o persino la nascita di un parente, abbiamo la possibilità di condividere quello stesso momento.

Il *simultaneous happening* di McLuhan è senza dubbio una realtà oggi. Ma quali sono gli effetti di tutto ciò sulla vita delle persone, sulle culture, sul concetto di identità?

Questa simultaneità abbatte sì le differenze uniformandoci ma contemporaneamente rende gli usi e costumi della società "occidentale" sempre più prevalente sulle altre.

A tal proposito, il sociologo Zygmund Bauman ha introdotto il termine *Glocalization*, volto ad essere più specifico rispetto a quello di globalizzazione. Il termine mette insieme i due concetti di *global* e *local* come le due facce di una stessa medaglia. Il motto "*Think global, act local*" può essere usato in vari contesti, ma in questo caso mi serve a far capire come ognuno di noi - per quanto parte-

cipe e soprattutto artefice della globalizzazione – voglia profondamente preservare la propria identità, il proprio *local* inteso come intorno, origine, radici, cultura.

Che poi la cultura in realtà non è altro che memoria. Come sosteneva il linguista semiotico russo Jurij Michajlovič Lotman è “memoria non ereditaria collettiva”. Quindi ogni cultura, avendo la propria memoria, è inevitabilmente collegata al luogo di appartenenza, ma è anche un tutt’uno con ogni individuo che ne fa parte, è la memoria del luogo, della sua storia.

Think global, act local

Pensa globale, agisci locale.

Il motto è un po' la sintesi tra il pensiero globale e l'agire locale; il primo tiene conto delle dinamiche planetarie di interrelazione tra i popoli, le loro culture e i loro mercati e l'agire locale, che mentre l'agire locale fa riferimento alle particolarità storiche dell'ambito in cui si vuole operare.

Generazione Y

Coloro che vi fanno parte – detti *Millennial* o *Echo Boomer* – sono nati fra i primi anni Ottanta e l'inizio degli anni Duemila. Sono caratterizzati da un maggiore utilizzo e una maggiore familiarità con la comunicazione, i media e le tecnologie digitali. In molte parti del mondo, la loro infanzia è stata segnata da un approccio educativo tecnologico e neo-liberale, derivato dalle profonde trasformazioni degli anni sessanta.

All'inizio della mia ricerca vi è proprio la mia storia, la mia esperienza personale quale modo per riflettere su come viviamo le nostre vite.

Una delle prime domande che mi sono posta è stata “*How do we live today?*”, talmente soggettiva da risultare retorica, ma che coinvolge necessariamente molti concetti tra i quali, inevitabilmente, quello di cultura, di senso di appartenenza, d'identità...

Io, #laragazzaconlavaligia, figlia della *Generazione Y* sono portata a vivere una vita di continui cambiamenti, che diventano *routine* quotidiana nel momento stesso in cui si ripetono senza che io quasi me ne renda conto.

Se da una parte la globalizzazione e con essa la tecnologia digitale plasmano continuamente la società e il nostro stile di vita, dall'altra sono i nostri stessi bisogni che cambiano.

Stiamo attraversando una metamorfosi antropologica.

Siamo noi che, costantemente *on the move* ma sempre connessi al resto del mondo, rappresentiamo un nuovo tipo di nomadismo.

La possibilità dataci dalla tecnologia digitale che permette una connessione immediata ha virtualmente eliminato anche il nostro bisogno di vivere in un unico posto per tutta la nostra vita.

Fermiamoci un poco a pensare al significato della parola «casa». Oggi la casa non è più un luogo definito, confinato entro quattro mura, non è più solo *geographical related*. Ha subito un'evoluzione di significato, la sua natura sta in qualche modo cambiando.

Greg, 2005

”

*You see,
a house is just a space,
but a home is where you belong.*

— Brian Chesky, CEO of Airbnb

Il senso di appartenenza, di *belonging*, è uno dei punti cardini della filosofia di Airbnb e del suo fondatore.

Con il motto "*Belong anywhere*", "A casa tua in qualsiasi parte del mondo" ha fatto sì che Airbnb diventasse ciò che è oggi, non solo delle case in affitto ma dei veri e propri luoghi di condivisione.

<https://medium.com/@bchesky/belong-anywhere-ccf42702d010>

habitus

dal latino *habito*, frequentativo di *habeo* (avere) che significa quindi soler avere, abitare, dimorare.

La matrice *habeo* contiene anch'essa l'idea del possesso, dello stare, dell'abitare. È chiaro quindi che in questa parola c'è l'idea dell'iterazione, dell'abitudine, della consuetudine, dello stare al mondo in modo continuativo.

La stessa radice etimologica di *habitus* e di *habitat* si trova anche in abitare, avere abitudini e anche indossare certi abiti. Abito infatti significa aspetto, forma del corpo, atteggiamento, disposizione, carattere, maniera di vestire.

Abitare significa quindi assumere abitudini e abitare un certo luogo (un *habitat* appunto) comporta la produzione o l'adozione di abitudini locali.

Le abitudini si formano dalle nostre interazioni con l'ambiente che ci circonda, mediante loro noi abitiamo il mondo.

Si innesca così uno stretto legame tra luoghi, corpi e costumi la cui intersezione dà vita all'identità stessa.

È vero, il concetto di casa, di *home*, è forse uno dei più difficili da esprimere perché coinvolge molto più che la struttura stessa, quella che in inglese viene definita come *house*.

Il motto "Belong anywhere", "A casa tua in qualsiasi parte del mondo", riprende quello citato poco prima di "*Think global, act local*" ed esprime bene lo scenario con il quale ci confrontiamo quotidianamente.

Le case che abitiamo sono tante.

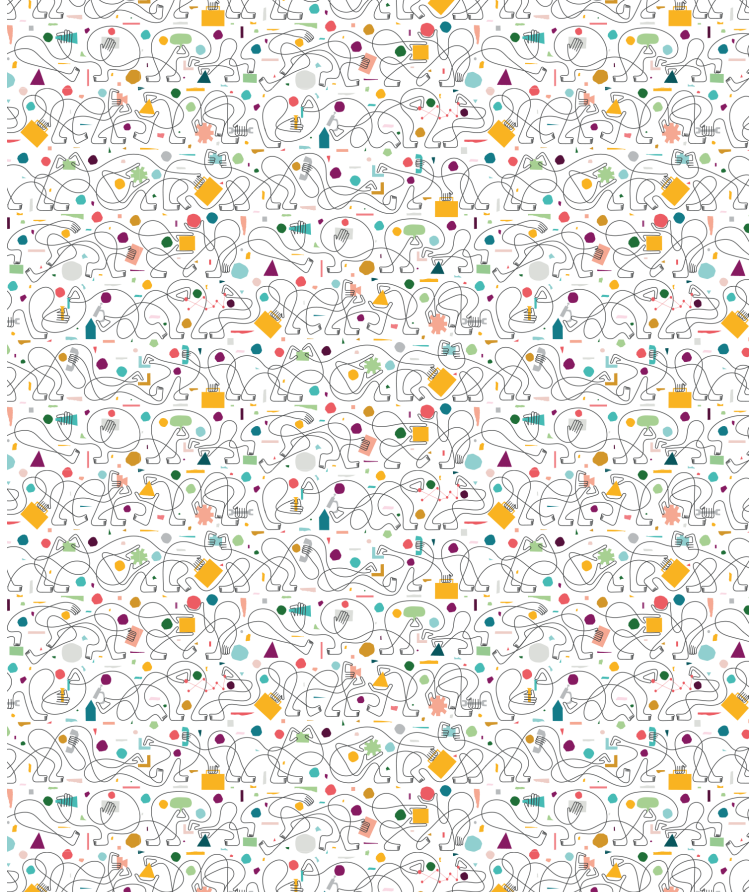
La casa, intesa come abitazione, ha essa stessa una correlazione semantica propria all'habitus, ovvero a qualcosa legato a ciò che avviene dentro le quattro mura.

"L'*habitus* – l'abitare ma anche l'abito che portiamo – ci protegge e rappresenta come persone e, insieme, come cittadini."

Ma il concetto di casa è legato, inevitabilmente, anche a ciò che avviene fuori da quella struttura chiamata casa, credo che oggi non segua più esclusivamente le regole spaziali, è divenuto qualcosa di più metafisico che materiale. Quel senso di casa, di appartenenza, non ha più una forma, non ha confini.

In qualche modo, oggi, la casa si potrebbe dire che averla raccolta in un unico oggetto a portata di mano: lo *smartphone*, “la memoria smaterializzata di una casa che le [le persone] accompagna nel viaggio ed è pronta a diventare nei desideri un nuovo luogo accogliente in cui tornare a vivere”.

La casa, fino a poco tempo fa simbolo di stabilità e permanenza in un unico luogo per un tempo relativamente infinito, è diventata oggi un oggetto nomade, mobile, che contiene altri oggetti nomadi.



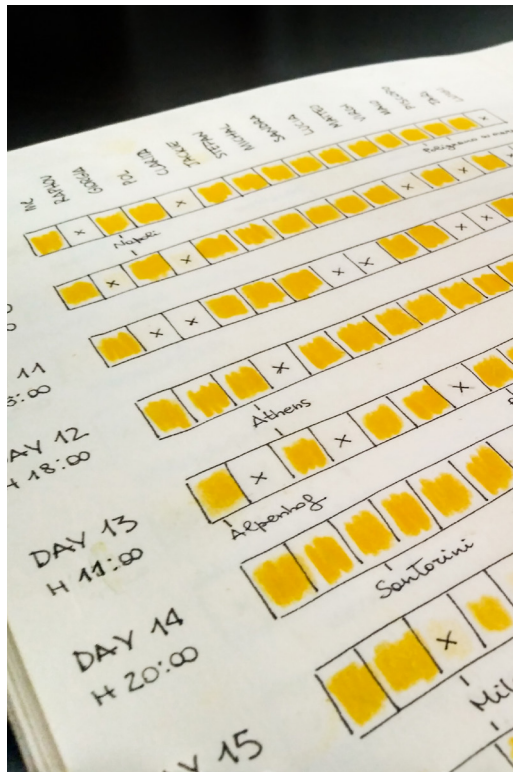
III. © Jonathan Calugi, One Airbnb 2017



“Quando pensiamo alla parola casa si materializzano sorrisi, rimpianti, dolori, odori, gesti elementari e segreti depositati nella nostra mente grazie alla consuetudine che solo la quotidianità può generare.”

Ed è proprio quella quotidianità che volevo mostrare. Quella banale ma straordinaria che proteggiamo e che condividiamo solo con pochi perché la riteniamo, stupidamente, meno significativa.

L'irruzione della possibilità di una sorpresa all'interno del quotidiano, partire dalle cose più semplici, dall'ovvio, e osservarle sotto un'altra luce.



"Where do you feel at home?"

Vita da nomade

Io da dove vengo?

We back into nomads.

3. Domanda e risposta

Come tutti, durante una ricerca, avevo bisogno di un riscontro di dati tangibili su quella che era solo un'idea, un pensiero. Avevo bisogno di basi su cui lavorare. Ho quindi incominciato a raccogliere dati intrecciando le fasi di analisi quantitativa e qualitativa su quello che era uno dei temi cardine della ricerca: la *casa*.

Sono partita proprio dalle persone che in quel momento mi erano più vicine e che allo stesso tempo mi erano estranee, in modo da ottenere risultati il più oggettivi possibile.

Così uno dei primi esperimenti è stato svolto alla ZHdK, la Scuola di Zurigo che frequentavo durante il mio periodo Erasmus e coinvolgendo un campione di venti persone tra i vari dipartimenti e di età differenti presenti negli spazi del *Toni-Areal*, li ho coinvolti in un gioco in cui dovevano esprimere graficamente ciò che significava per loro casa.

La scelta di ottenere delle risposte grafiche al posto di mini-testi in cui potessero esprimersi è stata dettata dall'idea che a volte il disegno, più che le parole, può far emergere qualcosa non esprimibile altrimenti. In un ambiente multiculturale come quello, il disegno superava in qualche modo la barriera linguistica che intercorreva tra me e i partecipanti.

Il mio ruolo è stato così ridotto semplicemente nel fornir loro un foglio A5 bianco e dei pennarelli, ponendo loro una domanda.

"Where do you feel at home?"

La difficoltà maggiore nel concepire questo gioco-esperimento è stata proprio nella formulazione della domanda, volevo che fosse il più implicita possibile ma che allo stesso tempo non fosse relazionata a qualcosa di spaziale.

Avendo un campione così eterogeneo, senza un target definito, le principali difficoltà si sono riscontrate nelle iniziali molteplici

"Sorry, I can't draw."

"Ich kann nicht zeichnen"

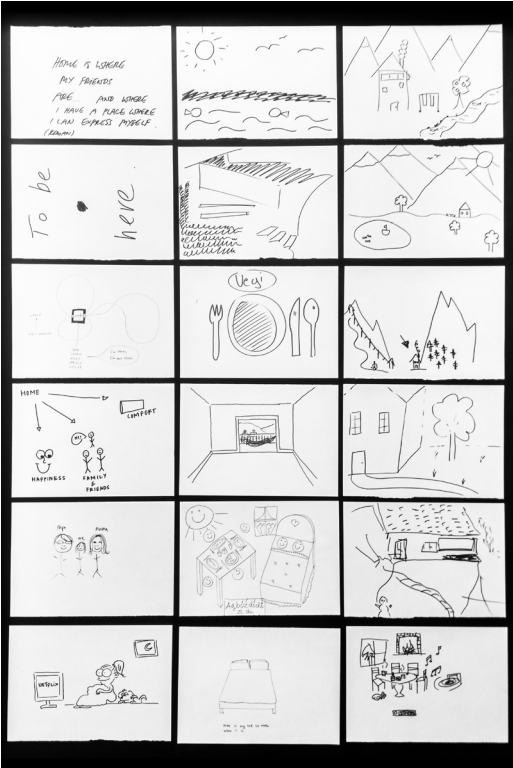
"May I write something instead?"

dovute a quel senso di vergogna di chi non è abituato a disegnare ma che, forse, mi ha restituito i risultati più interessanti.

Molti mi hanno permesso di "entrare" in casa, nella loro intimità, mi hanno mostrato il loro letto, i particolari della propria stanza, il nome del proprio compagno. Altri sono rimasti più distaccati, disegnando la loro casa immersa in un tipico pae-

saggio svizzero seppur inserendo piccoli dettagli privati. Altri ancora hanno avuto un approccio più *minimal*, scrivendo qualcosa, un nome o un piccolo pensiero. Altri hanno disegnato il mare o la sala concerti, luoghi dove si sentono a casa ma che non per forza sono casa.

Seguono i disegni originali scansionati.



To be



here .

... ..

HOME IS WHERE

MY FRIENDS

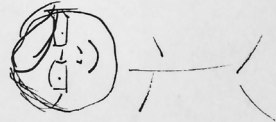
ARE... AND WHERE

I HAVE A PLACE WHERE

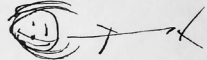
I CAN EXPRESS MYSELF.

(ROMAN)

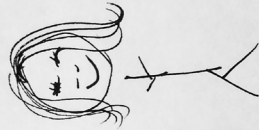
PAPA

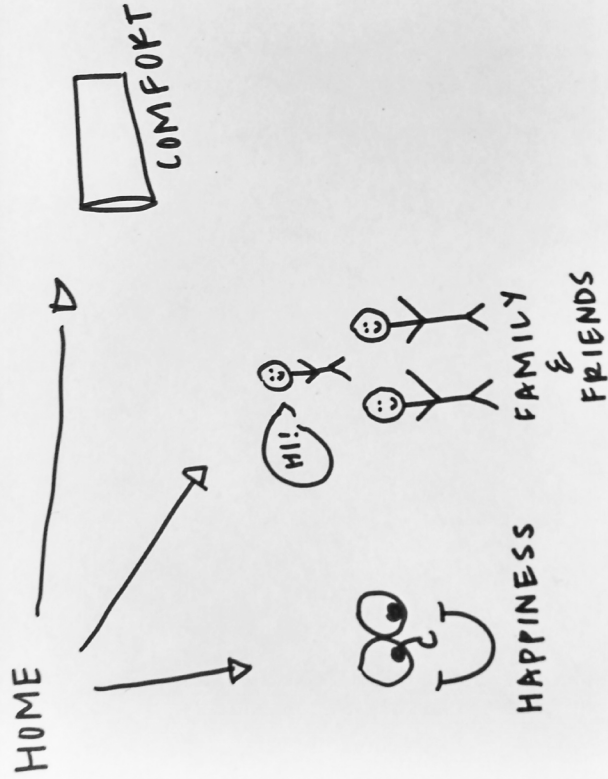
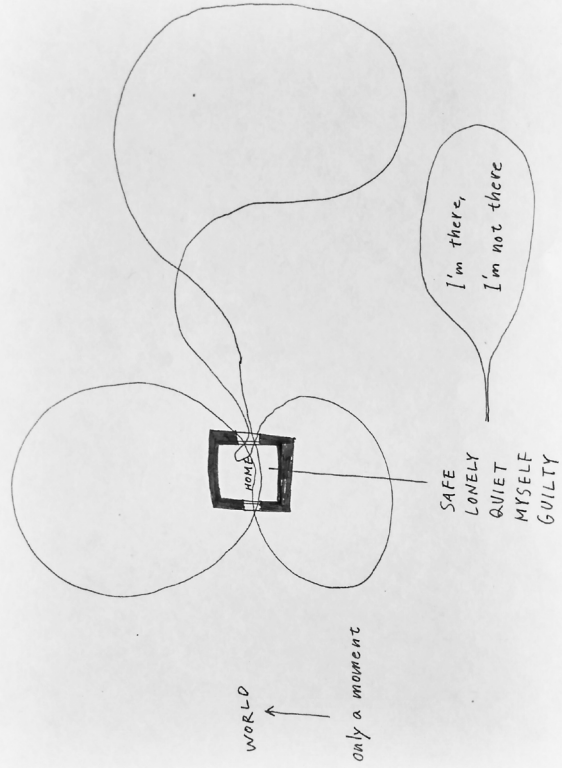


ME

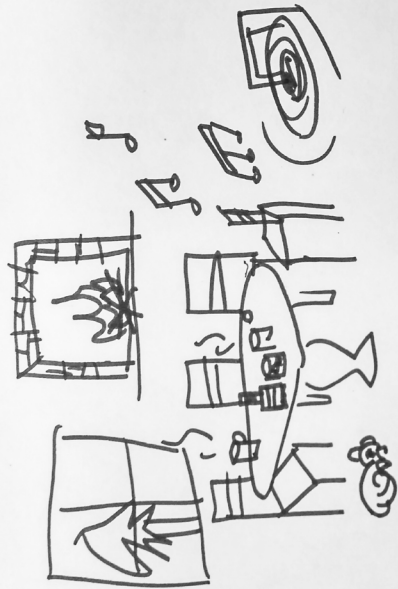
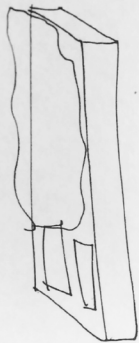
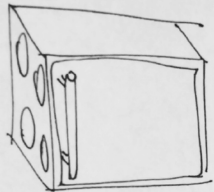
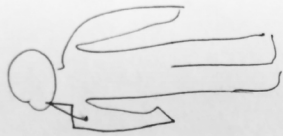


MAMA

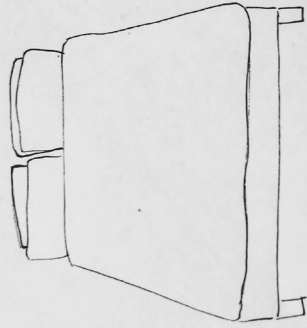




Constantin



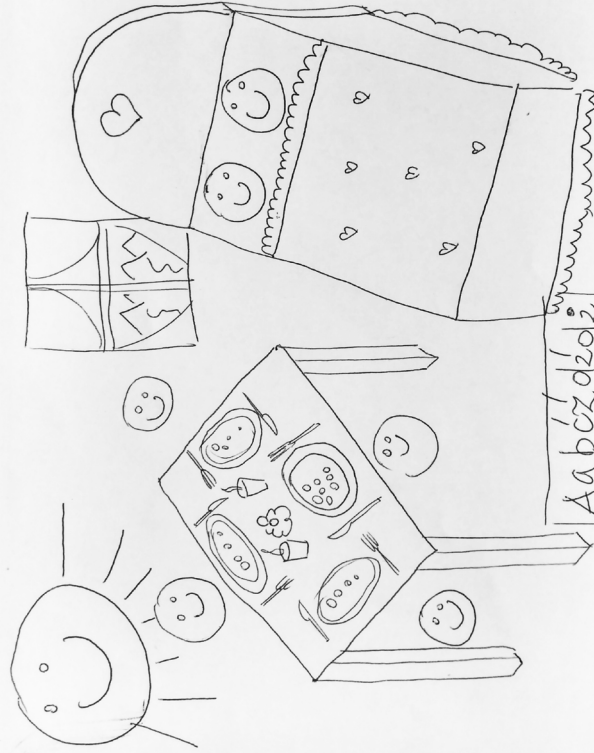
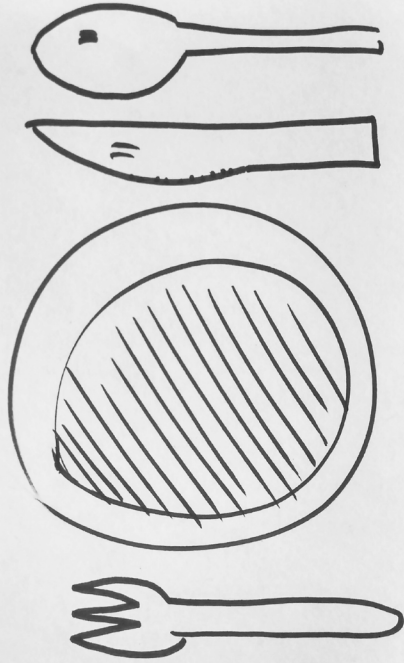
LEONARDO



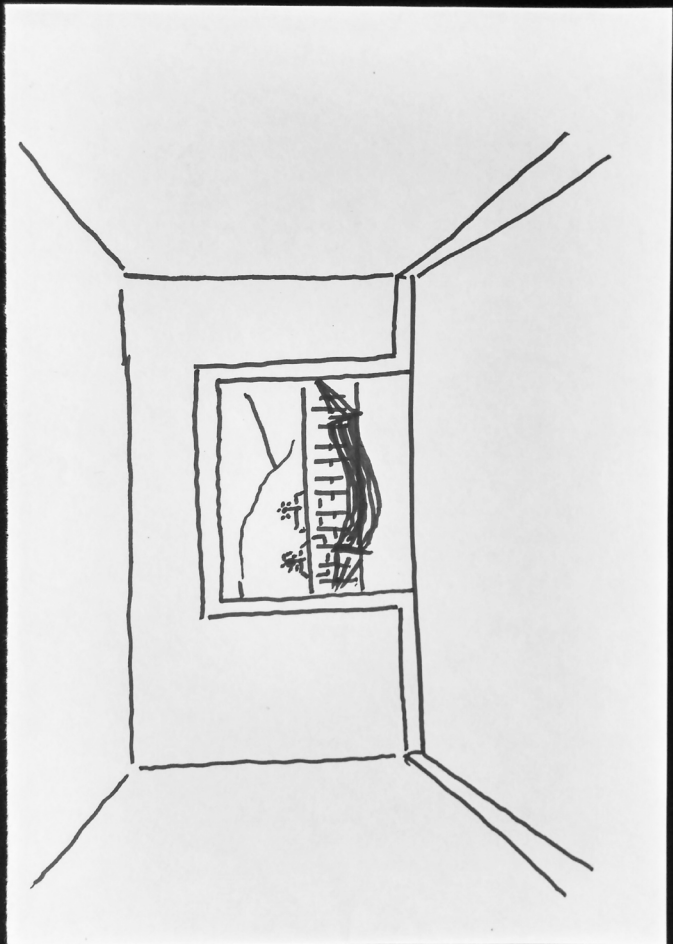
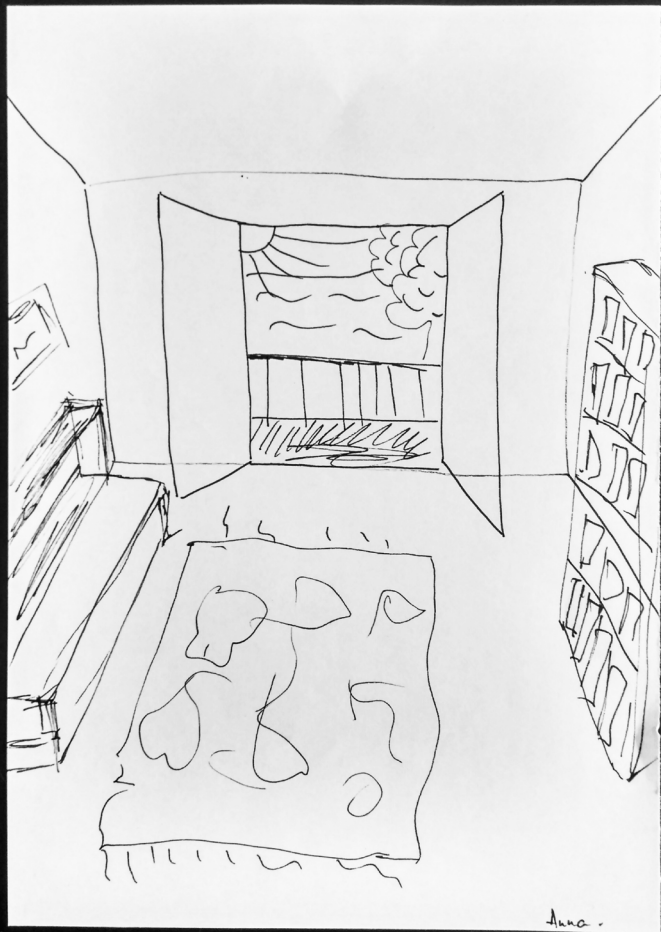
Home is my bed. No matter
where it is.

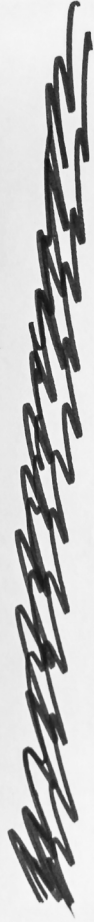
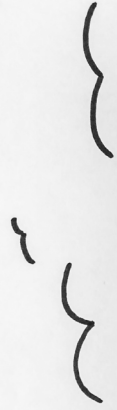
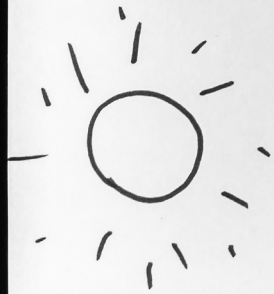


Veji

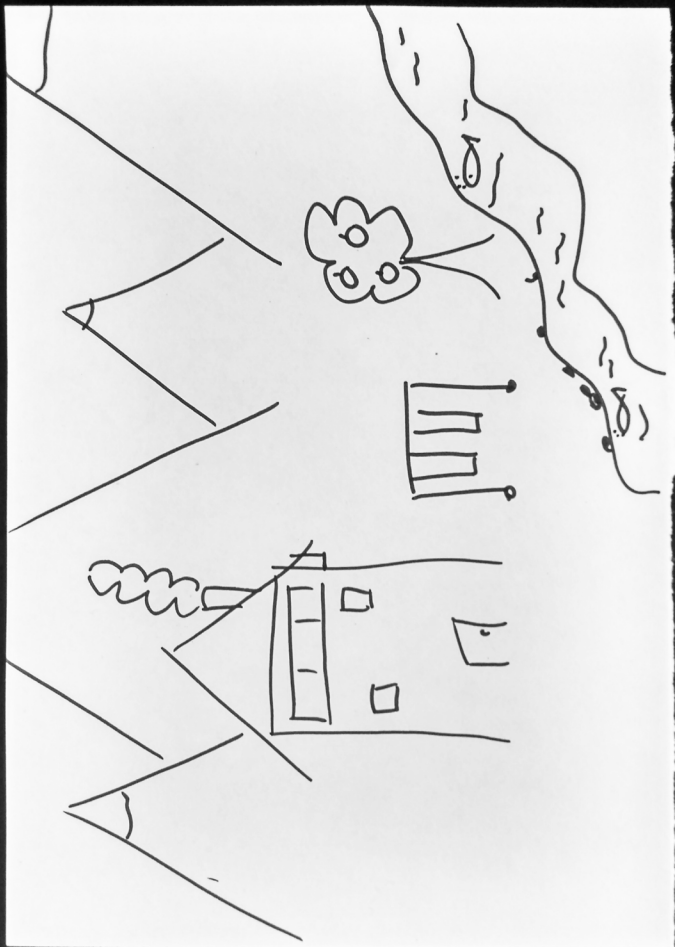


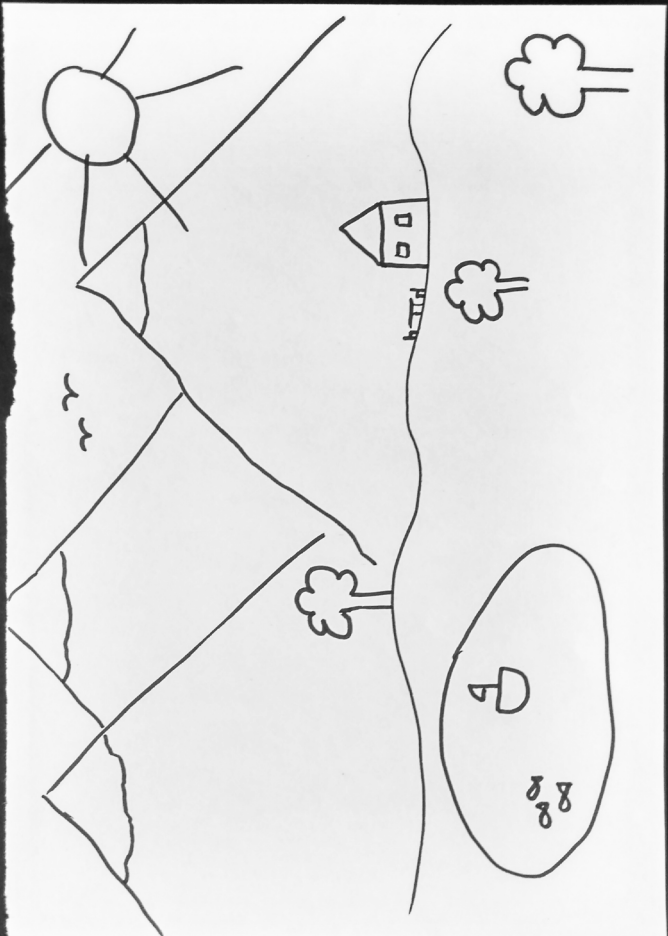
Agbózdóde
zi ohu











Osservando i risultati, ottenuti dopo solo un'ora, mi ritenevo più che soddisfatta perchè avevo capito quanto il concetto di casa sia relativo e personale, legato alle nostre origini da un legame indissolubile ricco di ricordi e soggettività che fanno sì che la casa non sia solo il tetto sulla nostra testa ma un rifugio dove poter essere sé stessi indifferentemente dal luogo in cui stiamo vivendo in quel momento.

Come un mantra che si ripete nel tempo la mia vita tornava in primo piano perché io, i miei amici e gli “altri” intorno a me in primis viviamo una vita *on the move*, una vita da *nomadi*.

Questo nuovo modo di vivere, risultato della globalizzazione e della tecnologia digitale, ha generato nel corso degli anni diverse tipologie di nomadi.

Sotto la voce «nomade» il dizionario riferisce: “chi cambia spesso residenza o è senza fissa dimora” ma oggi sono molte le accezioni da attribuirsi al termine nomade perché diverse sono le ragioni che spingono ad abbracciare questo stile di vita.

Globetrotters, backpackers, urban nomads, digital nomads, third culture kids, refugees rispondono tutti alle caratteristiche di “nomade” definite dal vocabolario. E sì, persino gli immigrati di cui tanto sentiamo parlare ogni giorno!

Ma, seppur vi è un abuso del termine, resta evi-

TCKs

Third culture kids: children who spend a significant portion of their developmental years in a culture outside their parents' passport culture(s).

Ruth Hill Useem, a sociologist, first coined this term in the 1950s. She discovered that folks who came from their home (or first) culture and moved to a host (or second) culture, had, in reality, formed a culture, or lifestyle, different from either the first or second cultures.

She called this the third culture and the children who grew up in this lifestyle third culture kids.

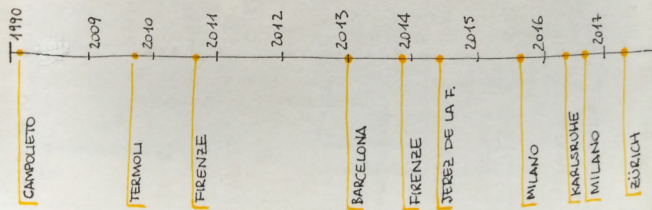
<https://www.telegraph.co.uk/education/expateducation/6545869/Third-culture-kids.html>

ABOUT ME EXPERIMENT 4

With the addition of the digital technology to our society, we are constantly on the move and still connected to the rest of the world. This immediate connection has virtually eliminated our need to live in just one place.

OUTCOME 1

↓
"HOMES"
cities where I lived in



dente come rifletta la società in cui viviamo. L'uomo plasma continuamente lo spazio intorno a lui, il suo modo di "essere nel mondo", l'uomo e il mondo diventano uno continuamente. *Habitus* e *habitat*, cultura e ambiente sono catturati inevitabilmente in un sistema di interazioni reciproche riconoscibili in ogni aspetto della vita, convenzionale o meno che sia.

Molti di noi oggi potrebbero definirsi *nomad*, sono ben 244milioni le persone che vivono in un Paese diverso dal loro Paese d'origine e ben 914milioni gli utenti di Social Media che hanno almeno una connessione al di fuori del Paese in cui sono.

Siamo sempre meno legati ad un luogo in particolare perché riusciamo, in qualche modo, a fare di ogni luogo <casa>. Parliamo almeno due lingue e questo ci permette di comprendere meglio culture differenti da quella ereditata dai nostri genitori. Ciò ci rende così più aperti nell'abbracciare

uno stile di vita non confinato ad un solo luogo, potremmo definirci un po' "cittadini del mondo". Multimediali, multietnici, multiculturali.

Questo stile di vita si riflette, inevitabilmente, anche nei tanti oggetti di cui ci circondiamo con lo smartphone al primo posto per ovvi motivi (citati nei capitoli precedenti). Oggetti portabili e portatili, case condivise, case su quattro ruote, spazi ibridi, zaini e valigie come contenitori di vita e *cloud* come contenitori memoria.

Essere nomadi oggi è *a state of mind*, una forma di libertà dalla *routine*, dai valori tradizionali e dalle costrizioni geografiche che ci siamo imposti per tanto tempo. «Nomade» è diventato figurativo per esprimere il concetto di questo continuo spostarsi da un luogo all'altro.

Tim Cresswell, preside del *Trinity College di Hartford* in *Connecticut*, è geografo di fama mondiale, autore

di diversi libri sul concetto di *places and mobility*, già nel 1997 sosteneva che la mobilità è "*the order of the day*" ed oggi, dopo più di vent'anni possiamo esserne ancora più certi.

Le parole *nomad* e *mobility* accompagnano ormai la vita di tutti noi, le ritroviamo ovunque.

La parola *nomade* è servita come "*a regular metaphor for movement and fluidity, but also of change, as the 'nomad' became a postmod-ern hyphenated category, encompassing many different travel styles related to the diversity of mobility in a globalising world.*"

La tecnologia digitale ha sicuramente giocato un ruolo determinante facilitando la mobilità di noi tutti e la crescita di informazioni ha dato vita a nuove e diffuse relazioni sociali che hanno rafforzato ancor più la tendenza verso questo stile di vita *nomade*.

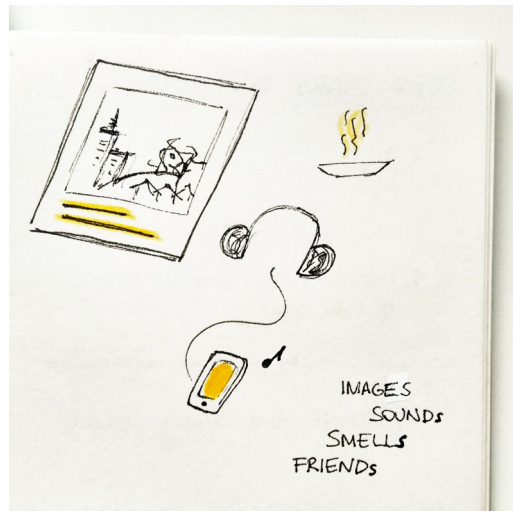
Anch'io potrei definirmi *nomade*.

Negli ultimi sette anni ho cambiato diverse città, soprattutto per motivi di studio. Ciò mi ha permesso di essere quella che sono oggi.

Cambiare casa, città, Paese è per me necessità e desiderio allo stesso tempo, ma anche sacrificio e consapevolezza che molte sono le briciole da abbandonare di volta in volta.

Ero io, Anna, al centro di tutta la ricerca. Ho cominciato ad indagare su me stessa, a quantificare, a visualizzare, ad ascoltare.

Mi sono resa conto che, semplicemente chiudendo gli occhi, riesco ad abbinare ad ogni città non solo un'immagine ma odori, suoni, sapori. Ricordo il sapore delle *carmelas* che compravo la mattina prima di andare a lavoro a Jerez, il profumo della cucina della signora al piano di sopra a Firenze, le voci di *Carrer Palau* a Barcelona che mi svegliavano la domenica mattina...



Ho poi quella strana abitudine di registrare a volte mentre cammino per la città e poi riascoltarle d'improvviso tutte insieme, farmi riportare indietro in quel momento, usare gli audio come fossero fotografie intangibili.

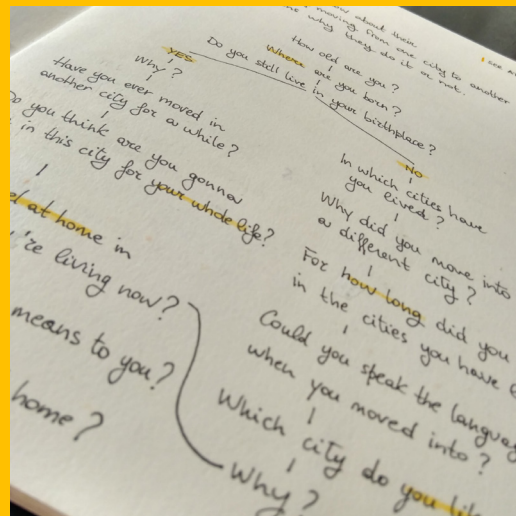
E ovviamente, tra un trasloco e l'altro non potevo che incontrare nuovi amici, famiglie, luoghi che mi fanno sentire a casa di volta in volta. Briciole di una vita *on wheels*.

Così, per rafforzare il concetto di *on the move*, ho deciso di proseguire nella ricerca formulando un questionario da proporre a tutti quelli che man mano avevo incontrato nei vari spostamenti da una città a un'altra.

Domande e risposte che potessero farmi sentire parte di un tutto, di qualcosa che non fosse solo nel mio immaginario, qualcosa di condiviso.

Online Survey

19th April - 12th May 2017



feelings and data



9,1%

59,1%

91% people who are not living in their birthplace anymore
86,4% people who are thinking of living in this city for the rest of their life

I've moved in another city because of...

13,6% love, family

36,4% work

95,5 study

3% other reasons

How long did you stay in the city you've lived in...

9,1% 1 month

13,6% more than 3 months

9,2% more than 6 months

59,1% more than 1 year

36,4% more than 5 years

3%

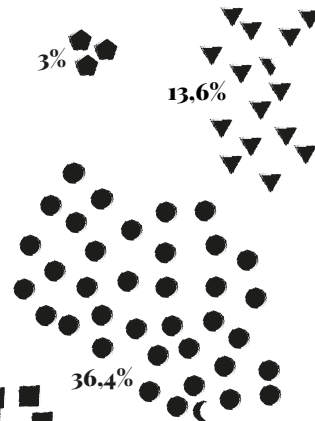
13,6%

36,4%

95,5%

86,4%

99%



What does home mean to you?

- . Love
- . Space of good atmosphere and safety
- . Where I feel comfortable
- . Wherever I feel calm and at peace
- . I don't really know exactly. Sometimes I just feel it.
- . My home is my family but its also my friends
- . For me home is a place to quiet down and be alone, a place to recharge. It is the only place in which I can get rid of the alerted state I'm in elsewhere. It's much more a place of social disconnection than material things
- . Home is where the people are that i love.
- . Love and serenity
- . friends, confidence
- . Where my friends are
- . To be happy
- . Family and friends

- . Home is a state of mind
- . I try to relate the word "home" to people and not to places, so I feel at home when I have the people I love around me. However, I guess that when this question is asked in relation to a place, I would say that home is where I feel safe.
- . Family, food, friends
- . It's a place where you can always come back, no matter the place
- . Financial security and friends
- . Home is everywhere i have friends or family
- . To feel comfortable about oneself in the surroundings
- . Where you belong
- . Home means feel yourself comfortable in every situation
- . Friends, People who understand your humor, the smell of the town
- . love
- . Mainly the fact that I can feel safe, have a private space where I can sleep in and people that I care and enjoy being with. "Home is where your heart is" is a cliché, but for me it's true Although it's true that my home is also where my family is
- . have a family of friends, sunning weather, knowing the streets and the places, feeling comfortable at home
- . Home is that sense of happiness
- . Where are the people you love and you are happy then

Where do you feel at home?

- . Everywhere
- . I feel home where there's good vibe and good people around
- . Florence
- . Wherever
- . I can feel even at home in a hotel room.
- . everywhere I'm feeling good.
- . It's more about an apartment or house than the city, it's a physical personal space. Of course the environment and culture counts also, but I think it's something you can get used to. I like the scandinavian social culture, the inwardness and politeness of it.
- . London
- . Nowhere
- . Nowhere really
- . Schiers
- . I don't think it's only a place but for me is mostly connected to

people and experiences

. My "where" is not necessarily a place, or not just one. It is a feeling, more than a geographical spot on a map. The people I am with make the difference.

. Everywhere

. Chur, Zürich

. Wherever I can reach my mother within few hours drive.

. It's not really defined as a place but there's a connection to the place where I have the brightest knowledge of traditions and culture

. Don't know how to say

. CASA è dove sono nata perché lì ci sono adesso tutti i miei affetti ma penso che casa più che un posto sia la sensazione di poter tornare in un posto e dalle persone anche se non si vive più lì.

. Right now, I think that it doesn't exist only one place where I feel like home. Every place where I lived represents to me a little brick of my home's idea.

. Mostly in Fürth (Bavaria)

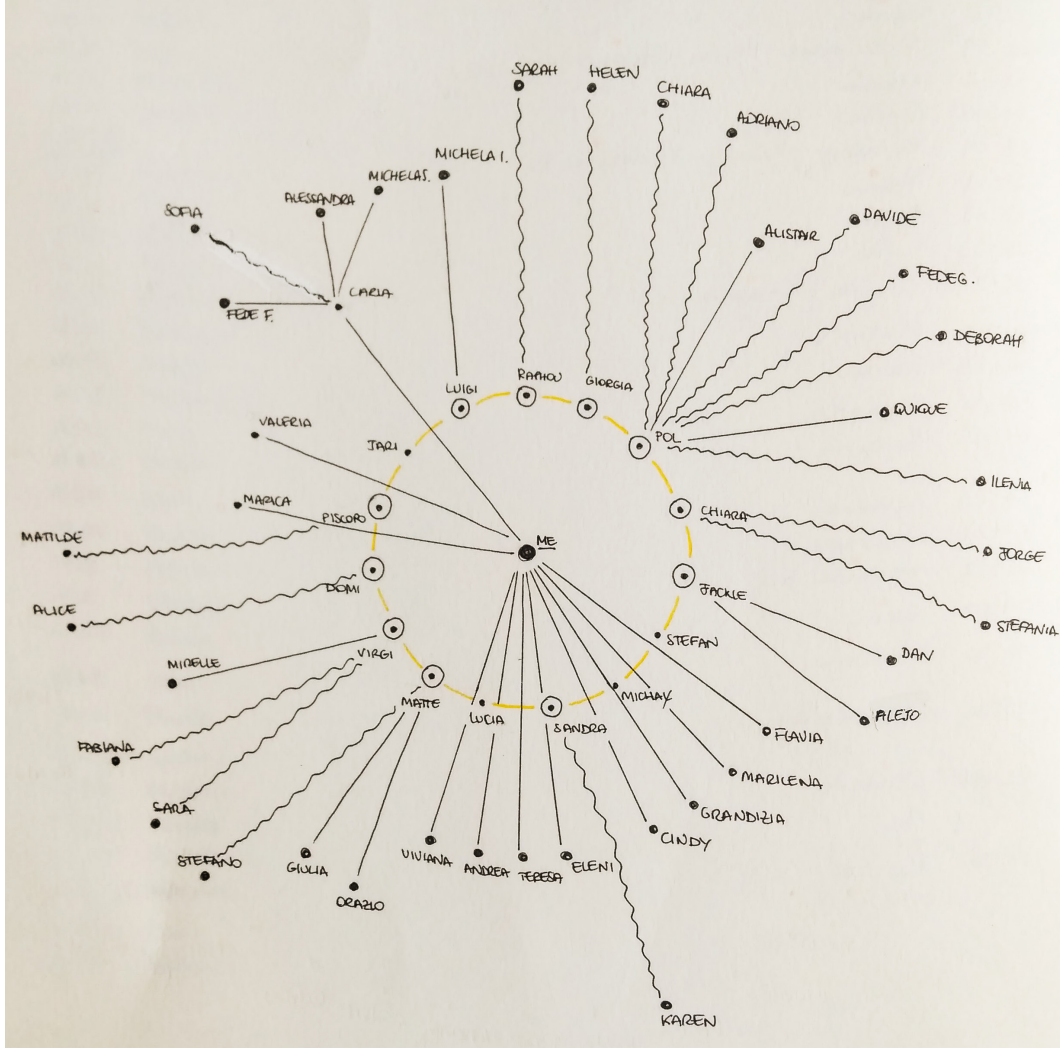
. Quite everywhere

. At my families' houses (I've got couple of). At my grandparents' house. Also my family's summer cottage.

. on my couch

. can't express in words

Le risposte ottenute, anche stavolta, si sono rivelate di grande aiuto e hanno dato il via a quelle che ho chiamato COLLECTION 1 e, successivamente, COLLECTION 2.



Bibliografia

- Arnheim, Rudolf**
 1974 *Il pensiero visivo*, traduzione di R. Pedio, Torino: Einaudi, 1997.
- Bachelard, Gaston**
 1957 *The Poetics of Space*, traduzione di Maria Jolas, Boston: Beacon Press, 1994.
- Barthes, Roland**
 1982 "Il messaggio fotografico", in *L'ovvio e l'ottuso. Saggi critici*, di Roland Barthes, 5-21, Torino: Einaudi.
 1980 *La camera chiara. Nota sulla fotografia (La chambre claire. Note sur la photographie)*, traduzione di Renzo Guidieri, Torino: Einaudi, 2015.
- Bauman, Zygmunt**
 2000 *Liquid Modernity*, Cambridge: Polity.
- Becchetti, Sandro**
 2015 *L'inganno del vero. Tracce di un percorso in soggettiva*, Roma: Postcart.
- Benjamin, Walter**
 2000 *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Torino, Einaudi.
- Bonfantini, Massimo A.; Bramati, Jessica; Zingale, Salvatore**
 2007 *Sussidiario di semiotica. In Dieci Lezioni e Duecento Immagini*, Milano: ATi Editore.
- Castells, Manuel**
 2001 *Galassia Internet*, Milano: Feltrinelli, 2006.

Cavallo, Marino, e Federico Spadoni

2010 *I social network. Come internet cambia la comunicazione*, Milano: Franco Angeli.

Chéroux, Clément

2009 *L'errore fotografico. Una breve storia*, traduzione di R. Censi, Torino: Einaudi.

Eco, Umberto

2007 *La pertinence de Luis Prieto*, in "Cahiers Ferdinand de Saussure", 60, 35-40.

Falcinelli, Riccardo

2014 *Critica portatile al Visual Design*, Torino: Einaudi.

Flusser, Vilém

2006 *Per una filosofia della fotografia*, traduzione di C. Marazia, Milano: Mondadori.

Fry, Ben

2007 *Visualizing Data*, Sebastopol: O'Reilly.

Greg, Richards

2015 "The new global nomads: Youth travel in a globalizing world", *Tourism Recreation Research*, 40, 3, 340-352.

Kundera, Milan

1997 *L'identità*, traduzione di Ena Marchi, Milano: Adelphi.

Levy, Pierre

2002 *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio* (*L'intelligence collective. Pour une anthropologie du*

cyberspace), traduzione di Maria Colò Donata Feroldi, Milano: Feltrinelli.

Lindekens, René

1980 *Semiotica della fotografia*, Napoli: Il Laboratorio.

Lotman, Jurij M., e Boris A. Uspenskij

(2001) "Sul meccanismo semiotico della cultura", In *Tipologie della cultura*, di Jurij M. Lotman e Boris A. Uspenskij, a cura di M. Marzaduri R. Facciani. Milano: Bompiani, 1971.

Mc Luhan, Marshall, e Quentin Fiore

2008 *The medium is the Massage*, a cura di Jerome Agel, Londra: Penguins Books.

McKinsey & Company

2016 *Digital Globalization: the new era of global flows*. In Slideshare.net. LinkedIn Learning. A cura di McKinsey Global Institute Global Startup Survey. In rete il 25/02/2016. (https://www.slideshare.net/McKinseyCompany/digital-globalization-the-new-era-of-global-flows/30-McKinsey_Company_29Individuals_are_participating.)

McQuail, Denis

2007 *Sociologia dei media*, a cura di G. Mazzoleni, traduzione di F. Boni; R. Falcioni; L. Trevisan, Bologna: Il Mulino.

Mirzoeff, Nicholas

2017 *Come vedere il mondo (How to See the World)*, traduzione di Rossella Rizzo, Monza: Johan & Levi.

1999 *Introduzione alla cultura visuale (An Introduction to Visual Culture)*, a cura di Anna Camaiti Hostert, traduzione di Federica Fontana. Roma: Meltemi - Routledge, Taylor & Francis Grup.

Mitchell, W. J. Thomas

2008 *Pictorial Turn: Saggi di cultura visuale*, a cura di M. Cometa, traduzione di F. Mazzara; V. Cammarata; A. L. Carbone, Palermo: duepunti.

Molinari, Luca

2016 *Le case che siamo*, Roma: Nottetempo.

Piccotti, Daria

2013 *Fotografia e didascalia: il rapporto tra immagine e testo*, Tesi di Laurea Magistrale, Università Ca' Foscari Venezia.

Pirandello, Luigi

s.d. "Il treno ha fischiato", in *Novelle per un anno*, Milano: Mondadori.

Selasi, Taiye

2014 *Don't ask where I'm from, ask where I'm a local*. In Ted.com. TedGlobal 2014. Ottobre 2014. (https://www.ted.com/talks/taiye_selasi_don_t_ask_where_i_m_from_ask_where_i_m_a_local?language=it)

Wenders, Wim

2010 "To shoot pictures," in *Once*, di Wim Wenders, New York: D.A.P./Schirmer/Mosel.

Whiting, John R

1946 *Photography is a language*, a cura di Robert A. Sobieszek, Chicago, New York: Ziff-Davis.

Zingale, Salvatore

2018 "Storie dentro fotografie", in *Riprendiamoci la Storia. Centralità delle scienze umane per il progetto di una vita migliore*, a cura di Massimo A. Bonfantini; Giampaolo Proni e Salvatore Zingale, 86-104, Milano: ATi.

Film:

Moorhouse, Jocelyn

1991 *Proof*, diretto da Jocelyn Moorhouse. Interpretato da Hugo Weaving e Russel Crowe.

von Trier, Lars

2007 *Il grande capo (Direktøren for det hele)*, diretto da Lars von Trier. Interpretato da Jens Albinus, Peter Gantzler.

indice delle foto

10-11

A moving world, Visual Experiment, 3D model, 13/03/2017

24

"Non visualizzare la mia storia, vivila con me", Instagram

28

WEEVMEE project, Hush Studios

37

La ballata del violinista, André Kertesz, 1921

61

One Airbnb, © Jonathan Calugi, illustrazione

63

Pics per days Collection 1, logbook 1

71-92

"Where do you fell at home?", In field Experiment, scansioni disegni

96

"Homes" - Cities where I've lived, logbook 1

103

Online Survey Questions, logbook 1

110-111

Constellation Collection 1-2, logbook 2

grazie a...

Questa tesi è più che un lavoro a due mani.
È parte della mia vita con tutti i suoi pro e contro, è la mia storia e la tua.

Non posso quindi non ringraziare i protagonisti che mi hanno accompagnato in questo percorso.

Patrik con il quale ho iniziato questo progetto.
La ZHdK e tutti i ragazzi del Master in Design especially Annamaria, Michal e Sandra.

I miei amici della **Collection 1**: Raphael, Giorgia, Pol, Clarita, Jackie, Stefan, Michal, Sandra, Lucia, Matte, Virgi, Domi, Piscopo, Jari, Lu.

E tutti quelli che hanno preso parte alla **Collection 2**: Jorge, Stefania, Helen, Alice, Giulia, Orazio, Stefano, Davide, Adriano, Chiara, Deborah, Ilenia, Federica G., Quique, Alistair, Matilde, Sarah, Karen, Fabiana, Mirelle, Sara, Alejo, Daniel, Eleni, Carla, Teresa, Michela I., Michela S., Federica F., Sofia, Alessandra, Andrea, Marica, Flavia, Grandizia, Cindy, Marilena, Valeria, Viviana.

Last but not least il prof. Zingale per i suoi consigli, le correzioni, la disponibilità e soprattutto la fiducia.

