

Cozy/Flat

Calibro, Donato Ricci, óbelo

Pre/interface

Mentre la home page di Airbnb si sta caricando, la casella di ricerca dice *Anywhere*. La pagina si carica e, nella stessa casella, il testo *Prova “Miami”* sostituisce *Anywhere*. Digitate *Milano* nell’interfaccia, inserite un paio di date – una per l’arrivo, una per la partenza –, aggiungete il numero di compagni di viaggio. Scorrete e selezionate i servizi a cui non rinuncereste mai mentre siete a casa altrove.

La piattaforma proporrà le soluzioni disponibili tra i 17.659 annunci su Milano¹ ma l’interfaccia dirà semplicemente “più di 300 posti per soggiornare”.

Se state cercando un appartamento per la Settimana del Design, molto probabilmente l’interfaccia vi avvertirà: *Il 203% in più di persone è alla ricerca di una casa a Milano. Arrivi in città in un momento di grande richiesta. Vi consigliamo di sbrigarvi a prenotare.*

Ora avrete davanti agli occhi una griglia ordinata di varie pagine. Ogni elemento della griglia è composto da un’immagine accompagnata da un testo, più il prezzo. Il nome del padrone di casa non viene visualizzato ma, come saprete, alcuni sono Superhosts².

1 Dati rilevati da Inside Airbnb a Novembre 2018. Il numero di annunci a Milano è aumentato del 12% nell’ultimo anno.

2 Il 39,7% degli annunci è per proprietà di host che gestiscono più alloggi. Gli host con più annunci hanno più probabilità di gestire un’attività imprenditoriale, è improbabile che vivano nella proprietà e violano la maggior parte delle norme sugli affitti a breve termine volte a proteggere gli alloggi residenziali.

Nei testi si ripetono incessantemente le diciture *ideale per la Settimana del Design, perfetto per il Salone del Mobile, accogliente, retrò, retrò, fashion, vicino a questo, vicino a quello, Bosco Verticale, Citylife, carino, simpatico, stile NOLO, stile Navigli, esclusivo, adorabile, Così piccolo, così grande, così bello, così design.*

Potete scartare gli appartamenti condivisi e le camere condivise. Del resto non sono molti. Probabilmente cercherete un intero appartamento per voi stessi e per il vostro compagno di viaggio. Non volete disturbare i proprietari dell'appartamento o altri ospiti la notte tardi, e non volete condividere il bagno con qualcun altro. È ripugnante.

La mappa sulla destra vi mostrerà la posizione di alcuni appartamenti. Qualcuno a Loreto, molti a Isola, molti di più nei Navigli, moltissimi a Porta Venezia³. Zoomando compaiono altri indicatori di posizione. Appare un indicatore in ogni strada. Un elenco infinito di appartamenti è visualizzato sulla mappa.

Probabilmente scoprirete che i prezzi per un appartamento si aggirano intorno ai 75-85 euro a notte⁴. Probabilmente vi chiederete quanti soldi può guadagnare il padrone di casa se affitta la casa tutto l'anno⁵.

Le immagini sono rassicuranti e invitanti. Molto probabilmente sono state scattate da un fotografo professionista. Probabilmente vi chiederete se le camere da letto sono molto spaziose o se il fotografo ha usato un grandangolo. Gli spazi sono luminosi. Quantità uguali di soffitto e di pavimento vi proiettano all'interno dello spazio. Probabilmente vi immaginerete sdraiati su quei letti dopo una

3 Le prime dieci aree di Milano per numero di annunci Airbnb disponibili. BUENOS AIRES - PTA VENEZIA 1576, CENTRO-DUOMO 1058, NAVIGLI 975, TICINESE 865, SARPI 827, BRERA 824, LORETO 771, ISOLA 696, CENTRALE 690, XXII MARZO 610

4 Il prezzo medio degli annunci a Milano è di 80€ a notte

5 Il 70% degli annunci a Milano è per alloggi disponibili per più di 60 giorni all'anno, un dato che suggerisce che queste proprietà sono utilizzate esclusivamente per ospitare turisti.

lunga giornata di mostre e di shopping.

Noterete molti salotti/cucine se cercate posti un po' più costosi. Pavimenti in legno. Pareti bianche. I tavoli sono apparecchiati come se qualcuno stesse per fare colazione o pranzare, ma non vedrete neanche una persona negli annunci. Lo spazio è pulito e scintillante. Non ci sono piatti sporchi nel lavandino. Nessuno strofinaccio appeso al forno.

Nella foto c'è di più. Un divano letto, probabilmente un FRIHETEN. Potrebbe essere utile se qualche amico volesse unirsi a voi durante la settimana del design. Un appartamento per due persone può facilmente accoglierne quattro. Dopotutto è solo per pochi giorni. Alcuni hanno un soppalco sopra il divano per un paio di letti aggiuntivi. Una lampada IKEA è appesa al soffitto.

Alcuni poster generici riempiono le pareti bianche. Un ritratto di Audrey Hepburn. Alle pareti, altri cartelli decorano lo spazio. *Sei il benvenuto, Good Night/Buonanotte.*

Alcune foto inquadrano singoli oggetti. Una bottiglia di vino con due bicchieri, un croissant, una tazza di caffè, due asciugamani arrotolati come quelli che si trovano nei resort di lusso. Tutto è accogliente. Pulito. Rassicurante. Probabilmente non ci vive nessuno. Dovresti prenotarlo.

L'estetica anestetica dell'economia della condivisione

Sembra difficile da immaginare oggi, ma nel 2009 Airbnb era vicina al fallimento. Servizi come il Couchsurfing erano molto popolari e ampiamente utilizzati, e offrivano gratuitamente esperienze simili.

Passando in rassegna gli annunci, i fondatori di Airbnb hanno capito che gli appartamenti meno prenotati erano quelli pubblicizzati con le foto a basso costo scattate dai padroni di casa con i propri telefoni del 2009. Qualcosa doveva cambiare.

Dopo soli due anni l'azienda poteva contare su una flotta di

oltre 1.000 fotografi professionisti che hanno visitato oltre 13.000 proprietà in 383 città di sei continenti⁶ “scattando fotografie nitide, ben illuminate e composte che trasmettono con precisione l’aspetto e l’atmosfera degli alloggi”. I fotografi dovevano seguire precise istruzioni per fotografare uno spazio. Il tocco artistico era molto limitato e dovevano utilizzare macchine fotografiche, obiettivi, impostazioni di luminosità/contrasto, condizioni di luce, prospettive e punti di vista particolari.

Questa fase è stata rapidamente seguita da una completa riprogettazione del sito web maggiormente “incentrata su foto carine che sulle ricerche”⁷.

La nuova interfaccia, ridefinita e migliorata negli anni successivi, mirava a valorizzare e liberare il potenziale della vasta collezione di foto scattate dalle migliaia di fotografi professionisti per Airbnb. L’idea principale era quella di passare da una piattaforma basata sul motore di ricerca a una piattaforma basata sulla funzione del browser, dove gli utenti potevano cercare le destinazioni più ambite come se stessero sfogliando un catalogo delle migliori esperienze locali in tutto il mondo. L’*host* quasi scompare nella pagina dell’annuncio per lasciare spazio a una ricca galleria di immagini, perfetta per mostrare gli spazi.

Durante questo processo di promozione di esperienze di viaggio uniche e di una piattaforma basata sulle immagini, Airbnb ha accidentalmente generato un linguaggio estetico armonizzato e uno standard per i padroni di casa. Le immagini dovrebbero indurre un senso di appartenenza nell’ospite, in un luogo estraneo ma riconoscibile.

Un ambiente domestico, per essere mercificato, dovrebbe

6 Airbnb, Airbnb Free Photography. Letto il 27 dicembre 2019. <https://blog.airbnb.com/airbnb-photography-celebrating-13000-verified/>

7 Carr, Austin. “The New Airbnb Focuses On Pretty Pics Rather Than Searches”. Letto il 27 dicembre 2019. <https://www.fastcompany.com/1670158/the-new-airbnb-focuses-on-pretty-pics-rather-than-searches>

apparire decontestualizzato, luminoso, spurgato da qualsiasi figura umana e “mostrare personalità, non oggetti personali” (come suggerito in un elenco di suggerimenti di Airbnb). I mobili prodotti in serie, combinati con simboli culturali riconoscibili, producono ambienti familiari attraenti agli occhi di ospiti alla ricerca di un’esperienza locale, ma priva di attrito.

Un appartamento accogliente in qualunque posto. Gli stessi divani, le stesse sedie, la stessa macchina Nespresso. Questo è l’AirSpace, termine coniato nel 2016 da Kyle Chayka⁸, un effetto collaterale dell’adozione neoliberale della (pseudo) economia-collaborativa, che ha corrotto il sogno di un urbanismo radicale dal basso. Al tempo stesso questo ha incoraggiato l’utopia dell’auto-imprenditorialità, e i fiorenti ecosistemi professionali sia per pigri proprietari di spazi privati che per ricchi proprietari di più appartamenti.

Questa atmosfera estetica impersonale, collettiva e riconoscibile, trabocca dagli spazi privati affittati su Airbnb per pervadere gli interni di bar, ristoranti e spazi di lavoro. La città tutta diventa un accogliente spazio generico da attraversare con un click dopo l’altro, prima di spostarci in un’altra città o in un’altra esperienza.

Il design guida il gusto; il gusto guida il consumo; il consumo addomestica le città. È un addomesticamento che si destreggia con due forze antitetiche. Da un lato, le città sono *facilitate*, rese facili – per consentire a un flusso di lavoratori e aziende internazionali di attraversare luoghi collegati a livello globale; dall’altro, vi è la necessità di preservare le identità locali, garantendo un certo grado di desiderabilità dei servizi, dei prodotti e delle economie. Nell’interazione tra queste due forze l’esperienza delle città prevede sempre meno attriti e problemi. Ci sentiamo rassicurati dal fatto che i servizi

8 Chayka, Kyle. “Welcome to Airspace. How Silicon Valley helps spread the same sterile aesthetic across the world”. <https://www.theverge.com/2016/8/3/12325104/airbnb-aesthetic-global-minimalism-startup-gentrification>

*piattaformizzati*⁹ si promuovono come unici e autentici.

Tutti possono sentirsi a casa. Nessuno è a casa.

Calibro

Calibro è uno studio multidisciplinare focalizzato su esperienze e progetti *data-driven*. Calibro lavora all'intersezione tra design, tecnologia e scienze umane fornendo strumenti visivi per clienti, utenti e ricercatori.

òbelo

Claude Marzotto, designer, and Maia Sambonet, artista visiva, sono òbelo, uno studio di graphic design studio con sede a Milano specializzato in lavori legati a arte, cultura ed educazione.

Donato Ricci

Donato Ricci è designer e ricercatore a Sciences Po | médialab a Parigi dove conduce ricerche e partecipa in progetti utilizzando metodi legati al design nelle scienze umane e sociali.

⁹ Pasquale, Frank. "Two narratives of platform capitalism." *Yale L. & Pol'y Rev.* 35 (2016): 309.