



AIRBNB PAVILION E LA SHARING ECONOMY. CONVERSAZIONE CON FALO

di **ANTONELLA MARINO**

Nell'ipertrofico parterre di partecipazioni nazionali, all'ultima Biennale di Architettura di Venezia, l'AIRBNB pavilion si è fatto notare per la sua presenza clandestina, mimetizzata nel tessuto abitativo della città. Molti hanno pensato (anche nello scafatissimo mondo dell'arte) che si trattasse di una nuova campagna d'immagine di AIRBNB, il portale globale online, tra i principali attori della tanto auspicata "sharing economy", che mette in contatto persone in ricerca di un alloggio o di una camera per brevi periodi con potenziali affittuari di tutto il pianeta. Ma dietro la sigla "pavilion" si cela fàlo, un collettivo con base a Londra, formato da quattro architetti che si autodefiniscono "decoratori d'interni": gli italiani Fabrizio Ballabio e Alessandro Bava, il messicano Luis Ortega Govela e il francese Octave Perrault. La loro operazione si gioca sul filo sottile di una "critica adesiva" che si appropria di nome, codici e tecniche comunicative di questa colossale corporation per portare a riflessione generale concetti oggi in mutazione, nonché il rapporto tra internet e architettura. Nuova tappa di tale sofisticata strategia è un meeting-performance con gli hosts baresi AIRBNB presso l'Ex Palazzo delle Poste a Bari, organizzato in collaborazione con 63rd-77th STEPS - Art Project Staircase, il progetto avviato da Fabio Santacroce. Parallelamente, l'AIRBNB Pavilion ha curato la mostra online "Do More Of What They Love", con video a sfondo "domestico" delle artiste Rosa Aiello, Juliette Bonneviot, Keren Cytter e Maja Cule, visibile sul sito <http://www.63rd77thsteps.com/AIRBNBpavilion-DoMoreOfWhatTheyLove.html>

Una conversazione con Ballabio e Bava alla vigilia del meeting barese, chiarisce obiettivi e dinamiche di questa iniziativa, che rompe i confini tra le diverse discipline e rilancia un'idea ibridata di arte come esercizio di lettura critica del reale.

Partiamo dall'incontro a Bari. Com'è strutturato?

Abbiamo organizzato un meeting con la comunità locale di hosts AIRBNB. Solo qui a Bari ci sono circa 600 tra appartamenti, stanze, barche o case affittate attraverso il circuito. Siamo partiti con l'affissione di locandine distribuite in vari punti della città. L'invito diretto è stato effettuato attraverso il portale e il dato interessante, però, è che preliminarmente per potersi mettere in contatto con questi hosts abbiamo dovuto simulare delle prenotazioni: circa un centinaio! AIRBNB si distingue, infatti, da social networks come Facebook, poiché il contatto lo stabilisci tu. La richiesta di prenotazione ci ha quindi permesso di stabilire una comunicazione e di invitarli al Community Development Meeting, presentandoci come AIRBNB Pavilion. Alcuni hanno capito che stavamo utilizzando il messaggio solo per fargli

sapere di questo evento. La gran parte ha creduto, senza porsi il problema di chi siamo veramente. E' prevalso l'entusiasmo di conoscere altra gente...

Concretamente come si svolge la mattinata?

Abbiamo pensato ad una colazione con tutti i partecipanti, perché ha a che fare con l'idea di ospitalità e convivialità. Subito dopo ci sarà una presentazione con tecniche di comunicazione molto specifiche, usando il linguaggio ufficiale di AIRBNB: un linguaggio ottimista, in stile Silicon Valley. Discuteremo di comunità con le stesse tecniche corporative che si usano per formare una comunità di utenti o di consumatori. Questo taglio sarà mixato da un tono più colloquiale e gentile. Poi faremo intervenire gli hosts, li chiameremo a condividere la loro esperienza. Da un lato loro avranno possibilità di conoscersi, dall'altro noi cercheremo di rendere esplicite alcune dinamiche a cui sono sottoposti, il modo in cui questa comunità viene costruita. La comunità di AIRBNB, infatti, non esiste, è solo un rapporto finanziario, di transazione tra chi affitta e l'ospite, guarnito però da una retorica sull'ospitalità e la condivisione. Le persone non si trovano mai nello stesso posto. Domani invece verranno e noi le accoglieremo. Per noi è un progetto d'arte, ma per gli hosts è il primo e unico momento in cui riescono a vedere questa comunità dal vivo. La cosa che ci interessa è porre il problema di quale sia il ruolo politico delle comunità in questo tipo di corporations.

Giocate dunque sul filo di un'ambiguità "intelligente", dell'indistinzione tra realtà e simulazione...

Il tema della finzione è quello che noi utilizziamo all'interno di situazioni reali. Ci serve per indagare gli aspetti problematici di un fenomeno che, come altre corporations, sta diventando più grande degli Stati e ha un impatto sulla concezione stessa dell'abitare. Noi ci siamo focalizzati in particolare su AIRBNB proprio perché ha una connessione con i nostri interessi di architetti. In un certo senso pensiamo che, essendo una compagnia privata, nel suo operare ci siano dei livelli di criticità, che vogliamo portare su un piano pubblico, culturale. Una di queste, appunto, è l'idea di comunità. Tradizionalmente questa è un'idea pubblica, legata ad un luogo. Invece la comunità di AIRBNB, come dicevamo, è basata su transazioni finanziarie. Però dal punto di vista della comunicazione il tema della comunità viene molto spinto da AIRBNB, come anche da altre business corporation che lavorano in Internet.

Non credete che queste forme d'interazione e di micro imprenditoria allargata possano avere anche aspetti positivi?

Certo, e non li neghiamo. Ma nella realtà dei fatti questa corporation sta avendo influenza su una serie di cose: per esempio sul ruolo della casa contemporanea o la

capitalizzazione dello spazio intimo. Con AIRBNB tu affitti casa tua, ma l'idea è che affitti anche una parte di te, la tua sfera affettiva. La critica che si fa dal punto di vista di politica economica è che la loro narrazione parla di aiutare le persone. La nascita di AIRBNB è, infatti, molto legata alla grande crisi americana del 2008. Sorge con l'idea che quando hai perso tutto, riesci a capitalizzare l'ultima cosa che ti rimane, cioè la casa. Il valore dell'ospitalità e della convivialità viene però qui travisato. Inizialmente erano nati molti siti di "coach surfing", surfing sul divano, attraverso cui era possibile andare a dormire in casa della gente, ma gratis. Questa è la preistoria di AIRBNB, un fenomeno che faceva parte della fase 1 di Internet, dove la rete era ancora un terreno di condivisione anche un pò utopistica. Tramite Internet ci si poteva conoscere. AIRBNB fa parte della fase Internet 2.0, che monetizza su tutte le idee utopiche che c'erano nell'Internet precedente. In questo modo AIRBNB si sostituisce alle politiche di welfare. Cioè gli stati possono delegare alle corporations le loro politiche di welfare. Per vivere le persone devono inventarsi di vendere i propri spazi intimi, e questo è un fenomeno interessante, che rende la casa un territorio più vivo della strada.

L'intervento barese è uno sviluppo di quello di Venezia? Qual' è stata la gestazione dell'AIRBNB PAVILION?

Il padiglione a Venezia era un format completamente diverso. In quel caso avevamo affittato vari appartamenti attraverso AIRBNB, dove risiedevamo e in cui avevamo allestito una mostra con opere di artisti e architetti a sfondo domestico. Anche in quel caso noi non abbiamo mai specificato la nostra vera identità.

Nei mesi precedenti abbiamo stabilito contatti con la casa madre a San Francisco. A loro il nostro progetto interessava, poiché si propongono come una start up con valori diversi e con un marketing giovane rispetto alle altre corporations. Si sono persino chiesti se potevano sponsorizzarci, e abbiamo scatenato nella Compagnia una micro crisi. Alla fine non ci hanno finanziato ma, sostanzialmente hanno permesso che utilizzassimo il loro nome e la loro identità. Poi ci hanno dirottato su AIRBNB Italia. Il direttore, barese peraltro, eletto da poco, si è un pò spaventato, anche perché a Venezia la lobby albergatori sta combattendo AIRBNB (che opera in tutto il mondo sfruttando un vuoto legislativo). In compenso abbiamo avuto supporto dalla stampa, e il padiglione svizzero ci ha adottato, parlando di noi alla conferenza stampa.

Ci sono stati altri steps del vostro progetto?

Sì, abbiamo organizzato un evento a New York, presso l'Istituto svizzero, con due directors della Casa Madre di San Francisco e con Andrea Branzi, con i quali abbiamo parlato della connessione tra Arte e l'Architettura Radicale in Italia. All'intervento è seguito un dibattito con diversi artisti di New York, dove il tema è molto sentito, perché molti di loro usano

AIRBNB in quanto il mercato degli affitti è improbabile. In quest'occasione il confronto è stato molto teso.

Abbiamo inoltre pubblicato dei testi sull'estetica AIRBNB, per esempio sulla fotografia. All'interno della sede di San Francisco c'è un dipartimento che si occupa della fotografia, nato perché all'inizio il mercato era abbastanza statico. Ad un certo punto si è capito che ciò era causato anche dal fatto che le foto immesse in rete dai singoli affittuari erano eterogenee e spesso scadenti. Così AIRBNB ha assoldato 3000 fotografi freelance in ogni luogo. Chi vuole può richiedere gratuitamente la loro consulenza. AIRBNB è un mediatore che mette in connessione persone diverse. Nello stesso tempo queste dinamiche devono allinearsi ad un sistema di immagine standardizzato. L'elemento della fotografia è per noi un aspetto interessante, in quanto apre una riflessione sul genere della fotografia di interni.

L'aspetto curatoriale è un altro dei nostri medium: ci esprimiamo anche organizzando eventi, curando mostre. In questa chiave va letta anche la collettiva online presentata sul sito www.63rd77thsteps.com, con opere video di Rosa Aiello, Juliette Bonneviot, Keren Cytter e Maja Cule che affrontano da vari punti di vista il tema della casa...

Il vostro campo d'azione è dunque molto ampio. Lavorate sempre insieme?

No, come architetti abbiamo quattro carriere separate. C'è chi insegna all'Università, chi ha un suo studio di architettura, chi fa il curatore o edita una rivista. Noi ci siamo conosciuti all'Architectural Association School of Architecture di Londra, la facoltà indipendente di architettura più antica del Paese. Tutti avevamo un interesse per il mondo dell'arte che attualmente è più sensibile nel recepire certi fenomeni. Come collettivo ci siamo formati questa primavera e oltre alla Biennale di Venezia abbiamo partecipato a mostre, presentando lavori più installativi. Ci interessa sfumare le barriere tra le diverse arti, ispirandoci ad esperienze precedenti di Critica istituzionale come Société Réaliste, Art Critic, Arte e Moda... L'anno prossimo abbiamo due progetti importanti: ad aprile una mostra dell'AIRBNB PAVILION a Torino curata con Hans-Ulrich Obrist, e poi un group show a Berlino... Non possiamo però dire molto, perché non sono ancora ufficiali...

DOCUMENTAZIONE FOTOGRAFICA DEL "COMMUNITY DEVELOPMENT MEETING"

<http://www.63rd77thsteps.com/AIRBNBpavilion-CommunityDevelopmentMeeting.html>

ONLINE EXHIBITION "DO MORE OF WHAT THEY LOVE"

<http://www.63rd77thsteps.com/AIRBNBpavilion-DoMoreOfWhatTheyLove.html>