



Politecnico
di Torino

ARCHIVIO CENISIA

HABI TARE

Rallenta. Guarda. Vivi il quartiere.

Corso di Laurea in Design e Comunicazione visiva
anno 2025/2026

Relatore:
Campagnaro Cristian

Candidato:
Latorraca Emanuela



**Politecnico
di Torino**

Politecnico di Torino

Corso di Laurea in Design e Comunicazione visiva

A.a. 2025/2026

Sessione di Laurea Dicembre 2025

Habitare

Vivere consapevolmente lo spazio urbano attraverso la narrazione
del quartiere

Relatori:

Campagnaro Cristian

Candidati:

Emanuela Latorraca

Abstract

Viviamo spesso i nostri quartieri in modalità "pilota automatico", perdendo il contatto consapevole con gli spazi urbani che ci circondano. Questa ricerca nasce dall'osservazione dell'esperienza di Pangramma, studio di design trasferitosi nel quartiere Cenisia di Torino, e del loro progetto **"Aspettando Collettiva tvv"** – un'iniziativa che attraverso mini talk, workshop e passeggiate grafiche stimola la consapevolezza visiva e la partecipazione attiva della comunità locale.

La tesi si pone l'obiettivo di ampliare l'engagement di queste attività, fornendo alla comunità strumenti per un'osservazione più consapevole del territorio.

Il progetto **"HABITARE"** trae ispirazione dal significato etimologico del termine: un rapporto profondo e intenso con l'ambiente che va oltre la semplice funzione abitativa per abbracciare una connessione significativa con il territorio urbano.

La metodologia si basa su esplorazioni guidate del quartiere che raccolgono le storie di abitanti attenti osservatori del loro ambiente. Le narrazioni emergono da dettagli apparentemente insignificanti – ringhiere, balconi, texture dei marciapiedi – che rivelano strati nascosti di significato e memoria collettiva. Il processo prevede "soste narrative" per condividere ricordi legati a luoghi specifici e un'analisi "verticale" dello spazio urbano (tetti, strade, suolo) che svela come ogni strato racconti storie diverse della comunità.

Il progetto si concretizza in un archivio di quartiere che incoraggia una maggiore consapevolezza tra gli abitanti e sviluppa un "mindset" di osservazione attenta. HABITARE offre così un modello replicabile per studi creativi che desiderano costruire una rete autentica con i territori in cui operano.

Abstract

We tend to live on "autopilot" through our neighborhoods, losing meaningful contact with the city spaces around us. This study has its origins in an analysis of the experience of the design studio Pangramma, which has moved to the district of Cenisia in the city of Turin, and in particular on the "**Aspettando Collettiva tvv**" project, a project that, through minitalk, workshops, and graphic walks, activates the visual field and the active participation of the community.

The thesis aims to enlarge this process of engagement, equipping the community with instruments for a more conscious scenic project of their territory.

HABITARE project is inspired by the etymology of the term: a strong and deep relationship with the environment that doesn't refer to the simple function of living but expresses an emotional relationship with the urban fabric, the city, and its territory.

The process relies on guided walks in the neighborhood with recorded conversations with local inhabitants who have a watchful eye on their environment. Stories come from the most banal of details — railings, balconies, the textures of sidewalks — that expose hidden layers of meaning and collective memory. The process involves "narrative stops" to share memories relating to specific places, and a "vertical" approach to the analysis of urban space (rooftops, streets, ground) that reveals how each layer speaks a different story of the community.

The project becomes a neighborhood archive; it promotes awareness of the area and a way of thinking based on close observation. In this sense, HABITARE provides a model to be followed on the part of creative studios seeking to establish honest relationships with the territories where they work.

Indice

Introduzione

About pangramma 13
Il team 14
Come lavora pangramma? 16
Un nuovo quartiere: Cenisia 18
Un po' di storia 20
Il quartiere oggi 22
L'arrivo in Cenisia 24

Quadro teorico

Che cos'è la consapevolezza visiva? 27
Arnheim e la Gestalt 28
Perché parlare di consapevolezza visiva? 29
Il quartiere come testo visivo 30
Lo sguardo è culturale 31
Esercizi di sguardo 32

Aspettando collettiva tvv

Il progetto "Aspettando Collettiva tvv" 35
Stakeholders e beneficiari 39
Gli elementi del progetto: Minitalk, Workshop e Graphic Walk 40

Quadro analitico

Domanda di ricerca della tesi 43
L'obiettivo principale 45

Osservazioni 46
Confronto tra i format 50
Potenzialità del progetto 51
Criticità del progetto 51
Aree di miglioramento 52

Graphic Walk

Graphic Walk come punto di partenza 57
Perché le Graphic Walk? 64

Cornice Progettuale

Obiettivi della mia proposta 69
Stakeholders 71
Da passeggiate grafiche a passeggiate emotive 72

Habitare

Introduzione 75
In che cosa consiste? 76
La raccolta del materiale: Il percorso 77
La restituzione 71
Gli output 83
Benefici e Potenzialità 96

Conclusioni

Introduzione

Chi è
pangramma?

About pangramma

Durante il mio tirocinio ho avuto l'occasione di lavorare presso lo studio grafico Pangramma, realtà che mi ha permesso di osservare da vicino come il design possa intrecciarsi con le dinamiche di un quartiere e con le persone che lo vivono.

Pangramma è uno studio che **"crede nel potere del design e delle buone relazioni."**

Lo studio viene fondato a Torino nel 2014, ed è da subito caratterizzato da un atteggiamento aperto e partecipativo, dove freelance, creativi e collaboratori si incontrano e lavorano insieme per dare vita a progetti grafici con un'identità distinta.

Collaborano, portando con sé competenze diverse — dalla grafica alla comunicazione, dalla direzione creativa al web design — per sviluppare identità visive solide e coerenti, capaci di dare credibilità ai brand e renderli riconoscibili attraverso un'immagine chiara e studiata.

Lo studio si è recentemente trasferito in via Vigone 62, nel quartiere Cenisia, trasformando la sede non solo in un luogo di lavoro, ma in un punto di partenza

per intrecciare relazioni con il territorio.

L'approccio e il manifesto.

Pangramma eccelle per il suo **approccio aperto e multidisciplinare**: ogni progetto nasce seguendo l'ascolto, la ricerca e il dialogo, con l'obiettivo di sfaccettare idee in forme visive chiare e ordinate.

Non solo uno studio grafico, è anche un'associazione culturale che promuove workshop ed eventi mirati a promuovere la cultura visiva e offrire opportunità di partecipazione.

Il **Manifesto di Pangramma** racconta bene la loro identità: il design non è visto solo come un mestiere, ma come un atteggiamento quotidiano fatto di osservazione, dialogo e cura. Lo studio si descrive come un ambiente genuino e inclusivo, un **"salotto colorato"** dove ognuno può sentirsi accolto e valorizzato.

Ogni freelance aggiunge la propria voce e stile unici, e queste differenze sono necessarie per ispirare nuove storie. In questo modo si fa forza sulla collaborazione e la convinzione che spronarsi a vicenda a fare meglio e condividere energie positive porterà a una crescita collettiva.

Il team

Nel mio periodo di tirocinio ho potuto conoscere da vicino le persone che animano Pangramma, ciascuna con un ruolo ben definito e un valore specifico per il collettivo.

Francesca Infantino è la Brand Designer e Creative Director dello studio. Si occupa della progettazione di marchi, anche per il settore no-profit. Il suo lavoro si concentra sull'identità visiva, con una particolare attenzione al colore e alla capacità di dare carattere ai progetti. Nei suoi lavori si percepisce un equilibrio tra rigore e leggerezza, con soluzioni grafiche che riescono a raccontare le realtà in modo fresco e immediato.

Angelo Sandron lavora come web designer. Il suo contributo riguarda soprattutto l'ambito digitale, con una particolare attenzione alla costruzione di siti e interfacce che uniscono funzionalità ed estetica. Porta all'interno dello studio uno sguardo orientato alle tecnologie e alla comunicazione online.

Elisa Iadicicco è project manager e strategist. Ha un ruolo centrale nel coordinare i diversi progetti e nel creare collegamenti tra le figure coinvolte. La sua presenza garantisce organizzazione e metodo, aspetti fondamentali per

trasformare le idee in percorsi concreti e realizzabili. La sua forza sta nell'organizzare e orchestrare progetti complessi, collaborando con figure diverse come art director, copywriter, fotografi e videomaker

Gabriele Glisoni, graphic designer, ha una visione autentica e indipendente. Predilige progetti che rispecchiano i suoi valori personali, come l'etichetta per il gin BUGIN realizzata per Mauro Schiavo. Ha un approccio curioso e attento, esplora linguaggi visivi e contesti diversi — dai progetti culturali a quelli più quotidiani — con uno sguardo originale e aperto.

ANGELO SANDRON

Web Designer

FRANCESCA INFANTINO

Art Director

GABRIELE GLISONI

Graphic Designer

ELISA IADICICCO

Project Manager

fig. 1

Come lavora pangramma?

Pangramma lavora seguendo un approccio personale e partecipativo, dove ogni progetto nasce dal dialogo tra lo studio e il suo committente. I servizi principali spaziano dalla creazione di identità visive e grafica per brand, fino alla comunicazione editoriale e digitale.

A livello operativo, la relazione con il cliente è impostata su due pilastri: **ascolto empatico** e **trasparenza progettuale**. Si tratta di capirsi, mettere in gioco aspettative e desideri per poi costruire insieme un progetto visivamente coerente ma anche autentico e personale.

Lo stile di lavoro è flessibile e multidisciplinare: c'è chi si concentra sull'aspetto visivo (grafica, identità), chi sul digitale (web, interfacce), e chi coordina il tutto in modo che ogni fase — dalla ricerca al risultato finale — rimanga chiara, condivisa e utile.

In base al tipo di progetto, Pangramma mette insieme il gruppo di professionisti più adatto, scegliendo le persone non solo per competenza tecnica, ma anche per stile, sensibilità ed esperienza. **Ognuno porta ciò che sa fare meglio, mettendolo a servizio del lavoro collettivo.**

fig. 2



fig. 3



Questo processo non è affatto impersonale: i brief nascono da una conversazione reale, i progetti si sviluppano insieme al cliente, il feedback viene usato come guida per aggiustare la rotta. Il risultato finale è un lavoro che visivamente parla, ma che parla anche di relazioni, contesti, scelte fatte insieme.

Nel corso degli anni, lo studio ha collaborato con realtà molto diverse tra loro, che spaziano dal **sociale al culturale**, fino al commerciale. Tra i clienti figurano ad esempio Fondazione Agnelli, Compagnia di San Paolo, Fondazione Merz, Aurora

Penne, Vinaio Panacea, oltre a cooperative, associazioni e piccole imprese locali.

fig. 4



Un nuovo quartiere

Cenisia

Pangramma ha trasferito i suoi uffici in **Via Vigone 62** nel cuore della **Circoscrizione 3** circa un anno fa.

Cenisia incarna l'integrazione in un contesto urbano con grande storia e una profonda identità locale.

Questo quartiere, ubicato nella parte nord-occidentale di Torino, deve il suo nome al fatto che "storicamente fungeva da accesso all'antica Porta Segusina (o Decumana) nell'assetto romano della città, provenendo da ovest:

da qui si diramava una strada verso il Moncenisio ('monte delle ceneri', derivante da un antico incendio boschivo), dando origine al nome Cenisia".

Questa eredità storica conferisce al settore una dimensione di accesso alla città, mantenendo elementi di transito e incontro che perdurano anche oggi.

La Circoscrizione 3, che include Pozzo Strada e San Paolo, è **la più densamente popolata di Torino** con 128.379



residenti, evidenziando la vitalità demografica dell'area urbana.

Questa alta densità abitativa **riflette la stratificazione sociale** del quartiere, dove convivono famiglie storiche, nuovi abitanti e una significativa popolazione studentesca legata al Politecnico.



Un po' di storia

Rimanenze Industriali e la "Ferita Identitaria"

L'identità recente di Cenisia è fortemente influenzata dalla sua **storia industriale**. In passato era un quartiere dedito all'industria con una forte vocazione produttiva (Lancia, Fiat), ma con il declino di queste attività ha subito una notevole "ferita identitaria"; questo cambiamento ha portato alcune aree residenziali a deteriorarsi in ciò che alcuni abitanti etichettano come "**non-luogo**" o "**quartiere morto**".

Rigenerazione Culturale e Urbana

Dagli anni '80, in seguito alla chiusura delle grandi fabbriche, il quartiere ha avviato un significativo processo di riqualificazione urbana. Il progetto più rilevante è stato la "Spina Centrale", questa iniziativa mirava alla creazione di una sorta di spina dorsale per la città.

Il **progetto Spina 1**, che interessa direttamente Cenisia, prevedeva "l'interramento del passante ferroviario di Torino" e successivamente la rimozione della vecchia ferrovia su strada. Negli anni duemila, il tratto compreso tra Corso Castelfidardo e Corso Peschiera

è stato ampliato e modernizzato nelle zone adiacenti al Politecnico di Torino;

La rinascita dell'area è stata ulteriormente favorita dall'arrivo di **importanti istituzioni culturali**. La Fondazione Sandretto Re Rebaudengo e la Fondazione Merz hanno innescato nuove dinamiche contribuendo alla trasformazione del quartiere da residenziale/terziario a polo culturale attivo. Inoltre, il restauro delle **OGR** (Officine Grandi Riparazioni) ha accelerato questo processo rigenerativo; da ex officine ferroviarie, oggi esse rappresentano un centro per l'innovazione, cultura contemporanea ed acceleratore d'impresa.



HILL

FATTO PER SCIVOLARE

SU

LANCIA

area
pedonale



L'ex centrale termica della
Lancia è ora Fondazione

fondazione

Il quartiere oggi

Un tessuto sociale vivo

Cenisia si presenta come un rettangolo incastonato tra Corso Trapani, Corso Vittorio, Corso Peschiera, e Corso Castelfidardo; non risulta né troppo commerciale né troppo alla moda, ma offre tutto ciò che serve. È sempre stato un luogo di transizione evidente sin dal primo sguardo.

Attualmente Cenisia presenta una rete composta da **negozi artigianali** e **piccole imprese** affiancate da un **vivace mercato** in Corso Racconighe arricchisce il tessuto sociale del quartiere. Questo panorama è ulteriormente sostenuto dalle università

storiche come il Politecnico di Torino e istituzioni culturali quali il Cinema Eliseo.

Nonostante le evoluzioni nel tempo, il quartiere conserva solide radici mostrando quotidianamente aspetti spesso trascurati; rappresenta uno spazio con potenzialità ancora largamente inesplorate e spesso escluso dai flussi turistici.

Tra comunità frammentata e nuove connessioni

L'ingresso di Pangramma a Cenisia segna molto più che una semplice inaugurazione. Lo studio si inserisce in un ambiente già consolidato con propri codici



comportamentali e narrazioni locali. Non basta semplicemente trasferirsi; occorre integrarsi ed evitare approcci "top-down" tipici delle introduzioni esterne.

Sebbene Genisia costituisca una **comunità significativa** è anche **frammentata**; molte realtà parallele non interagiscono continuamente tra loro. Ciò pone due sfide per uno studio design intenzionato a radicarsi nel territorio: da una parte c'è l'esigenza di intercettare connessioni tra le diverse anime del quartiere; dall'altra quella di promuovere nuove relazioni affinché vengano valorizzate risorse spesso invisibili.

L'inserimento di Pangramma in tale contesto riveste particolare interesse poiché rappresenta un percorso volto a tradurre competenze creative da ambiti esclusivamente professionali agli scenari dialettici dell'impegno territoriale partecipativo nel tentativo d'**instaurare legami autentici** e **duraturi** con la **comunità locale**.



L'arrivo in Cenisia

L'arrivo in Cenisia ha dunque posto una domanda chiave:

Come inserirsi in un quartiere già strutturato e costruire legami reali con chi lo abita?

Partire dal territorio

L'arrivo di Pangramma in Cenisia non si è tradotto soltanto in un trasferimento di sede, ma ha rappresentato l'occasione per **avviare un percorso culturale** radicato nel quartiere. La scelta non è stata quella di "stare" in un luogo come corpo esterno, ma di interagire con la comunità, costruendo legami reali e valorizzando le risorse già presenti. Per questo motivo non si è pensato a un programma calato dall'alto, ma alla **creazione di una rete orizzontale e partecipata**.

L'obiettivo era, ed è, quello di **creare un mindset culturale condiviso** imparando a leggere e vivere lo spazio pubblico con occhi nuovi: partire da ciò che già c'è, che spesso non viene notato, per trasformarlo in occasione di dialogo e riconoscimento collettivo.

Introduzione alla consapevolezza visiva

Da questo nasce un interesse verso il concetto di consapevolezza visiva, intesa come **capacità di guardare con maggiore attenzione e intenzionalità ciò che ci circonda**.

Questo passaggio è centrale, perché aiuta a comprendere come le pratiche progettuali e partecipative possano diventare strumenti reali di cambiamento. Prima ancora di parlare di attività o di eventi, è necessario chiarire come osserviamo e interpretiamo l'ambiente urbano: solo così si può comprendere a fondo la portata del progetto.

Alla luce di queste riflessioni teoriche sarà più facile, in seguito, leggere il senso di **"Aspettando Collettiva TVV"**, che rappresenta la risposta progettuale concreta a questa domanda di radicamento

Quadro teórico

Cos'è la consapevolezza visiva?

La consapevolezza visiva è

la capacità di percepire intenzionalmente l'ambiente che ci circonda.

Non è altro che la capacità di elaborare simboli, forme, strutture ed espressioni che un'immagine o un paesaggio ci esprime. Questo processo comprende l'attenzione selettiva, la memoria visiva, l'empatia spaziale e la decodifica culturale delle immagini che osserviamo.

Questo viene espresso sinteticamente nei libri "Visual Thinking (1969)" e "Art and visual perception" (1978) di **Rudolf Arnheim**, psicologo della percezione e teorico dell'arte. Qui suggerisce che la visione non è puramente passiva o ricettiva, ma avviene in relazione ai nostri pensieri e culture.

La consapevolezza visiva è un prodotto di molte facoltà cognitive: dalla **capacità di prestare attenzione** ad alcune caratteristiche ambientali e ignorarne altre, alla **memoria di lavoro visiva** che ci permette di ricordare il contesto in cui stiamo elaborando ciò che vediamo. Inoltre, l'**empatia spaziale** è un'espressione del modo in cui gli ambienti fisici possono influenzare come ci sentiamo e come ci relazioniamo con il mondo.

**"Ogni percezione
è anche pensiero,
ogni ragionamento
è anche intuizione,
ogni osservazione
è anche invenzione"**

-Rudolf Arnheim, Art and Visual perception

Arnheim e la Gestalt

Arnheim, studioso della percezione visiva, ha applicato i principi della Gestalt per esplorare come organizziamo le informazioni visive.

Questi principi, formulati negli anni '20 da psicologi tedeschi come Max Wertheimer e Wolfgang Köhler, forniscono indizi su come interpretiamo elementi importanti del mondo visivo: ad esempio, la **prossimità** (raggruppare oggetti separati se sono vicini), la **somiglianza** (formare categorie di elementi simili), la **chiusura** (riempire mentalmente i vuoti in rappresentazioni frammentate) e la **continuità** (vedere linee lisce anziché frastagliate).

La legge che vediamo scritta qui sotto ci aiuta a comprendere come la nostra mente organizzi la realtà e come questa ci fa percepire il mondo come un insieme coeso, piuttosto che come una somma di elementi separati.

Non solo nell'arte applichiamo i concetti della Gestalt, ma lo

facciamo in tutti gli aspetti della vita, utilizzandoli per **leggere l'ambiente** che ci circonda.

Nell'ambiente cittadino, grazie a questi principi riusciamo ad interpretare con maggior consapevolezza i ritmi visivi delle architetture industriali, la relazione tra pieni e vuoti nei paesaggi urbani e le texture dei materiali.

" Il tutto è più
della somma delle
singole parti"

-Zerbetto, 1998

Perché parlare di consapevolezza visiva?

Siamo costantemente circondati da un mondo che ci bombarda con stimoli visivi, eppure **guardare non equivale a vedere**. Lo sguardo può essere passivo, come quando assorbiamo ciò che vediamo senza analizzarlo, e può essere attivo, quando cerchiamo di capire ciò ci troviamo di fronte. La consapevolezza visiva, quindi, è quando usiamo effettivamente i nostri occhi per vedere ciò che ci circonda: è un atto orientato all'azione e all'intenzione.

Il filosofo e storico dell'arte **John Berger** scrive in *Ways of Seeing* (1972) che "guardare è un atto di scelta": dipende dalla nostra capacità di selezionare e comprendere gli stimoli visivi che ci vengono proposti; siamo noi che decidiamo di interpretare ciò che stiamo guardando.

Uno dei contributi centrali di Berger alla posizione culturale della vista è la negazione della neutralità dello sguardo: nessun sguardo è innocente in quanto ogni osservazione è filtrata attraverso la propria esperienza vissuta personale e gli eventi sociali vissuti fino a quel momento nella storia.

Questa differenziazione diventa importante nel nostro contesto urbano odierno, dove **Marc Augé** parlando di "**non-luoghi**" richiama l'attenzione su quegli spazi di anonimato e di transito dove gli esseri umani perdono il senso di appartenenza. Tuttavia, questi spazi, apparentemente neutri, possono essere trasformati dalla consapevolezza visiva in luoghi carichi di personalità e collettività.

"Guardare è un atto di scelta"

-John Berger, Ways of Seeing, 1972

Il quartiere come testo visivo

L'ambiente urbano non è un ambiente neutro, infatti il nostro sguardo e la nostra percezione vengono modellati da esso. Le zone industriali e i quartieri, segnati da una storia sedimentata e dalla materialità delle loro costruzioni, sono chiari esempi di un mondo urbano che è in grado di funzionare come un "testo visivo" che può essere letto e decodificato.

Nel libro "The Image of the City" di **Kevin Lynch** pubblicato nel 1960, la città è stata definita un'immagine mentale individuale acquisita attraverso la percezione diretta e costruita attraverso l'esperienza.

Lynch provoca una riflessione su come le tracce del passato e le particolarità dei quartieri ci parlano e raccontano storie che scopriamo solo osservando da vicino.

scopriamo solo osservando da vicino.

La nozione di "leggibilità urbana" è anche coerente con "L'architettura della città" di **Aldo Rossi** (1966), in cui introduce la nozione di città come fatto urbano totale, un sistema in cui ogni componente edilizio porta memoria collettiva e ogni parte urbana riflette la vita reale della città. I quartieri industriali sono prove concrete di certi processi di trasformazione socioeconomica che sono stati incisi nel paesaggio – conservano e rivelano storie leggibili da coloro che sono in grado di comprendere i segni ancora visibili oggi.

**La leggibilità di
un luogo dipende
dalla sua capacità
di essere
immaginato
narrato,
ricordato.**

Lo sguardo è culturale

Come è stato già accennato, ogni sguardo è condizionato dalla nostra cultura, dalla nostra storia individuale e dal nostro contesto sociale. Non vediamo mai in modo neutro, ma piuttosto guardiamo attraverso i filtri di chi siamo e delle nostre esperienze vissute.

L'idea che percepiamo secondo la cultura è stata ben sviluppata da **Lev Vygotsky**, uno psicologo russo, che ha esaminato come la cultura e l'esperienza individuale modellano ciò che vediamo nel mondo. Non vediamo mai solo con i nostri occhi, ma con quella cultura, quell'esperienza, quelle aspettative. (È stato spiegato da Vygotsky, nel suo libro del 1978 "Mind in Society.")

La percezione è un prodotto di "strumenti culturali" — lingue, simboli, categorie concettuali — che raccogliamo dalla conversazione sociale in corso. Vygotsky chiama questo la "**zona di sviluppo prossimale**", per cui possiamo espandere la nostra percezione e interpretazione

Non vediamo mai solo con gli occhi: vediamo con la nostra cultura.

attraverso l'interazione con altri più esperti.

Essere in grado di coinvolgere guide locali che possiedono una certa competenza nel 'leggere' il territorio può aiutarci a 'vedere' elementi finora invisibili del paesaggio anche, nel contesto della passeggiata urbana.

Sarah Pink, un'antropologa nel suo lavoro con "Visual Ethnography" (2007), ha mostrato come la nostra lettura degli spazi urbani sia mediata in ogni momento dalle nostre forme culturali di contenuti. Il muro di un locale può essere un punto di riferimento per uno straniero. Pink elabora la "cultura visiva" come un insieme condiviso di significati che modellano come una comunità significa il suo ambiente visivo.

"La Distinction" di **Pierre Bourdieu** (1979) suggerisce l'idea dell'"**habitus visivo**" — un insieme di disposizioni durature che controllano il nostro sguardo e le nostre preferenze estetiche secondo la posizione sociale che occupiamo. Il "gusto" non è più naturale, ma è socialmente determinato, relativo: ciò che ci incanta dipende dal nostro background culturale ed economico.

Esercizi di sguardo attivo

La consapevolezza visiva può essere allenata. Non basta solo guardare: ci deve essere connessione attiva, coinvolgimento, visione attiva. Camminare attraverso un quartiere, cambiare prospettiva, guardare lentamente — sono tutte cose azioni che trasformano il nostro modo solito di vedere.

Nel suo "Action in Perception" (2004), il filosofo della percezione **Alva Noë** scrive di una percezione che non è meramente passiva, ma dinamica, interattiva. Come dice Noë, "percepiamo ciò che possiamo agire". Cioè, la nostra comprensione del mondo è indissolubilmente legata alla nostra capacità di agire oltre che di percepire. Quindi la percezione è "enactiva" — nasce dall'attività e dal movimento del corpo nello spazio

Esercizi di sguardo attivo, sotto forma di disegno, mappatura, fotografia o scrittura di impressioni, ci spingono a vedere in modo più profondo, più consapevole il nostro ambiente e sono un mezzo per trasformare

la visione in un atto di intenzione.

Queste pratiche, per quanto semplici possano apparire, coinvolgono in realtà una varietà di capacità cognitive: attenzione selettiva (determinare cosa osserveremo), memoria di lavoro (mantenere e manipolare dettagli visivi), comprensione simbolica (attribuire significati a ciò che vediamo) e sintesi immaginativa (riorganizzare le osservazioni in insiemi coerenti).

Percepiamo ciò che possiamo agire.

Aspettando
Collettiva tvv

Il progetto "Aspettando Collettiva tvv"

Che cos'è "Aspettando Collettiva tvv"?

Aspettando Collettiva TVV è un programma culturale nato dall'esperienza di Pangramma nel quartiere Cenisia. Il progetto ha coinvolto attivamente cittadini, studenti, attività commerciali, artisti e designer attraverso **minitalk**, **graphic walk** e **workshop**.

L'obiettivo non era semplicemente proporre eventi, ma creare momenti di incontro e partecipazione in grado di stimolare nuove connessioni e generare una maggiore consapevolezza visiva dello spazio urbano.

In questo senso, Aspettando Collettiva TVV ha rappresentato un primo terreno di sperimentazione per capire come **il design** possa diventare **pratica sociale** e **strumento di relazione** con il territorio.

Ti Voglio Vicino

Il nome TVV ha un'origine curiosa, legata proprio alla nuova sede di Pangramma in via Vigone. Francesca notava spesso che, sulle carte intestate dell'architetto che seguiva i lavori, compariva la sigla "TVV": **Torino, Via Vigone**. A forza di vederla

scritta, quella sigla ha iniziato a farle pensare che potesse significare altro, qualcosa di più vicino all'idea di relazione che lo studio voleva instaurare con il quartiere. Così, quasi naturalmente, "TVV" è diventato **Ti Voglio Vicino**: un'espressione semplice ma densa di significato, che racchiude la volontà di creare prossimità e vicinanza con le persone e con il territorio.

Da lì, il passo verso Collettiva TVV è stato breve: un progetto che unisce design, comunità e sperimentazione culturale in un percorso condiviso.

L'Approccio Metodologico

Il principio fondamentale su cui si basa il progetto è che relazioni autentiche con un territorio possono nascere solo quando si impara ad **osservarlo veramente** e **da vicino**. Questo richiede la capacità di osservare dettagli che nascondono storie e significati del quotidiano, insieme ai residenti del quartiere.

Le pratiche del camminare e dell'osservare vengono utilizzate come mezzi per la conoscenza collettiva, in un processo esplorativo che mette in luce aspetti del quartiere spesso invisibili anche a chi vi abita da lungo tempo. Le esplorazioni

urbane non sono semplicemente passeggiate turistiche, ma occasioni di riflessione condivisa su come vivere in un luogo e su cosa lo rende unico.

A cosa risponde il progetto?

Le sfide già presenti nel contesto di Cenisia vengono affrontate dal progetto "Aspettando Collettiva tvv". Sappiamo infatti che il quartiere rappresenta una **comunità significativa, ma frammentata**, con molte realtà che non interagiscono regolarmente tra loro. Il progetto vuole rispondere a questa disconnessione **creando spazi d'incontro**, nei quali diverse tipologie di abitanti scoprono insieme angoli del quartiere e condividono le proprie esperienze.

Inoltre, **risorse spesso trascurate** vengono **valorizzate** dal progetto. Dettagli architettonici, storie personali legate ai luoghi e significati che i residenti attribuiscono ai propri spazi quotidiani emergono attraverso l'osservazione guidata. Questi elementi, quando condivisi, diventano patrimonio comune e **contribuiscono a rafforzare il senso d'appartenenza** al territorio.

Obiettivi del progetto

Il lavoro di Pangramma nel quartiere Cenisia si concentra su quattro obiettivi principali:

Promuovere la partecipazione urbana.

Pangramma mira a coinvolgere attivamente abitanti, negozi e studenti che vivono il quartiere tutti i giorni. I cittadini diventano i veri protagonisti che ospitano eventi, raccontano storie e creano connessioni sociali, non sono semplici spettatori.

Riscoprire l'identità del quartiere.

Nel quartiere si nascondono storie, dettagli e memorie. I residenti vengono incoraggiati ad esplorare con sguardo attento il quotidiano per riscoprire le specialità e la vera identità del loro quartiere.

Sviluppare la consapevolezza visiva.

Fornire gli strumenti per leggere più da vicino gli spazi urbani. Laboratori, passeggiate e momenti di osservazione condivisa permettono di identificare dettagli spesso trascurati.

Creare uno spazio di creatività collettiva.

Creare un'atmosfera che possa naturalmente incoraggiare l'innovazione e la collaborazione, e farlo in collaborazione con partner locali come Comala, Binaria e Fondazione Merz.





Stakeholders e beneficiari

Stakeholders

Il progetto coinvolge diversi attori del quartiere, ognuno con un ruolo specifico.

Attività commerciali

(Negozi, bar e botteghe) queste attività vengono coinvolte luoghi ospitanti di breve sosta, testimoni dell'identità locale e promotori indiretti della rete sociale di Cenisia.

Giovani e studenti

Partecipanti che portano nuove idee e energie, contribuendo alla diversità delle attività proposte. Cittadini e residenti: Loro sono il cuore del progetto. Conoscono il quartiere nel quotidiano e sono pronti a partecipare attivamente alle attività per beneficiarne.

Artisti e designer

Professionisti che conducono laboratori e attività. Collaborano come facilitatori, portano competenze tecniche e aiutano a tradurre le osservazioni in materiali concreti.

Spazi culturali e sociali

Partner come Comala, Binaria e Fondazione Merz che offrono luoghi, reti di contatti e credibilità istituzionale.

Istituzioni locali

Circoscrizione e enti pubblici che possono supportare logisticamente e dare continuità alle iniziative.

Beneficiari diretti Partecipanti alle attività

Sviluppano una nuova consapevolezza del proprio quartiere, imparano a osservare gli spazi urbani e creano nuove relazioni sociali.

Artisti e designer

Ampliano le proprie competenze lavorando su progetti territoriali, costruiscono una rete professionale locale e sperimentano metodologie di design partecipativo.

Spazi culturali e sociali

Rafforzano il loro radicamento nel quartiere ed attirano nuovi pubblici.

Beneficiari indiretti Attività commerciali

Ottengono maggiore visibilità, grazie agli eventi e si posizionano come punti di riferimento.

Istituzioni locali

Vedono crescere la coesione sociale del territorio, hanno nuovi partner per iniziative pubbliche e migliorano la propria immagine di prossimità ai cittadini.

Comunità torinese

Scopre un modello replicabile di engagement territoriale e assiste alla riqualificazione culturale di un quartiere.

Gli elementi del progetto

Per rispondere agli obiettivi legati alla partecipazione, alla scoperta del quartiere e alla crescita della consapevolezza visiva, e per riuscire a coinvolgere in modo concreto sia gli stakeholder che i diversi beneficiari, il progetto "Aspettando Collettiva" è stato pensato come un percorso articolato in tre elementi tra loro complementari.

Conversazioni informali con progettisti, designer e creativi su temi legati alla produzione indipendente, al design etico e all'autorialità. Si svolgono in forma conviviale da Pangramma, creando uno spazio di ascolto e dialogo.

Non sono solo incontri, ma veri e propri punti di connessione dove le persone possono interagire, fare domande e stimolare la propria curiosità. All'interno del progetto diventano spazi di connessione, in cui persone con percorsi diversi possono conoscersi e creare legami, andando oltre i progetti per scoprire chi li porta avanti.



Laboratori partecipativi dove i cittadini sperimentano tecniche artistiche e grafiche (collage, stampa, frottage) per reinterpretare il quartiere in modo collettivo. Sono accessibili a tutti, non richiedono competenze pregresse e si basano sulla condivisione.

I workshop sono laboratori di co-progettazione dove i partecipanti "mettono le mani in pasta", intrecciando design visivo, dialogo territoriale e collaborazione tra professionisti e cittadinanza. Qui si affrontano tematiche visive, materiali e scoperte del territorio attraverso attività pratiche.

Passeggiate esperienziali e guidate attraverso il quartiere Cenisia. Si parte da Pangramma e si visita un luogo significativo, osservando con attenzione lo spazio urbano e favorendo momenti di conversazione spontanea.

Grazie a queste passeggiate riusciamo ad attivare lo sguardo rendendo queste ultime strumento di consapevolezza visiva che spostano l'attenzione verso ciò che normalmente passa inosservato. L'attraversamento quotidiano del quartiere diventa quindi un'esperienza di ri-immaginazione urbana, nella quale la città diventa materiale narrativo condiviso.



WORKSHOP



GRAPHIC WALK

Quadro analítico

Domanda di ricerca della tesi

Dopo aver raccontato il progetto Aspettando Collettiva TVV, il passo successivo è stato formulare una domanda che potesse guidare l'intera tesi:

Come coinvolgere soggetti nuovi e diversi in una narrazione collettiva del quartiere?

Non è stato immediato arrivare a formularla, ma ha significato dare una direzione chiara al lavoro. Nel mio caso, la domanda si è rivelata una sorta di lente di ingrandimento che mi ha aiutato a focalizzare alcuni nodi fondamentali: chi partecipa davvero alle iniziative culturali di quartiere? Quali gruppi restano esclusi o meno rappresentati? In che modo si può trasformare il racconto del quartiere da esperienza di pochi a un patrimonio condiviso da molti?

Questa domanda mi ha quindi permesso di mettere a fuoco alcuni temi cruciali e, allo stesso tempo, di individuare delle linee guida da seguire lungo il percorso di osservazione. Mi ha portato a riflettere sul

Mi ha portato a riflettere sul fatto che un quartiere non è mai un insieme omogeneo, ma una realtà frammentata, composta da generazioni diverse, attività radicate e nuove presenze, memorie storiche e cambiamenti recenti. Ogni voce contribuisce a costruire l'identità del luogo, ma spesso alcune restano più ascoltate di altre. La questione centrale è allora capire come dare spazio a tutte queste voci, facendo sì che il racconto del quartiere non sia parziale, ma che rispecchi davvero la complessità e la pluralità di chi lo vive quotidianamente.

Come risultato di questa indagine, ho riorientato il mio programma di ricerca in modo più deliberato, poiché non si

trattava semplicemente di mettere in discussione come progettare attività culturali, ma anche del perché queste potrebbero servire come strumenti di inclusione, capaci di generare nuova partecipazione e dare voce a individui che, fino a ora, non sono stati in grado di esprimersi.

L'obiettivo principale

Se la domanda di ricerca ha rappresentato il punto di partenza, l'obiettivo della tesi è stato quello di darle una direzione concreta. In poche parole, il lavoro si concentra su come

Allargare l'engagement del progetto a nuove comunità e generazioni.

L'idea è nata osservando come il progetto avesse attivato alcune relazioni significative nel quartiere, coinvolgendo residenti, commercianti, studenti e realtà culturali locali. Tuttavia, mi sono resa conto che c'era ancora molto spazio per aprire questo processo a chi non aveva partecipato in modo diretto. Ogni quartiere, infatti, è fatto di moltitudini: non esiste un'unica comunità, ma tante comunità diverse che convivono, spesso senza conoscersi davvero. Da qui la necessità di riflettere su come raggiungere soggetti nuovi, intercettare chi di solito non prende parte a iniziative culturali e coinvolgere anche quelle generazioni più giovani o più lontane dai circuiti istituzionali.

Lo scopo della tesi è quindi anche quello di investigare mezzi e strumenti che possano portare a una partecipazione più estesa e inclusiva.

In questa prospettiva, l'attenzione si rivolge al design non solo come risultato estetico, ma anche, e prima di tutto, come pratica sociale, che può sviluppare la consapevolezza, plasmare nuove forme di partecipazione e dialogare con vari tipi di soggetti.

Scrivere questo obiettivo mi ha aiutato a dare coerenza al percorso: significa provare a trasformare ciò che era nato come un progetto locale e sperimentale in un modello di attivazione culturale che possa avere un respiro più ampio.

Osservazioni

Ho avuto l'occasione di poter partecipare e osservare tutte le attività da vicino. Ho annotato tutto quello che mi sembrava interessante per lo sviluppo del mio progetto.

Per facilitare il lavoro, ho delineato delle _da considerare per tutti gli elementi del progetto "Aspettando Collettiva tvv".

Ho condotto l'analisi guardando ai **partecipanti**, al **target**, agli **strumenti** e infine ai **risultati emersi**.

	#1 TIPI DA STRADA	#2 SCRIVIMI BENE, SCRIVIMI ANCORA	#3 CENISIA MANIFESTA
Partecipanti	12 persone	11 persone	5 persone
Target	Adulti 30 – 50 anni	Adulti 20 – 40 anni	Giovani adulti (20 – 30 anni)
Strumenti	Frottage, raccolta texture urbane. Attività sensoriale e fisica. Adatta a tutti.	Focus su tono di voce e chiarezza. Editing collettivo. Stimoli concettuali e pratici.	Raccolta di materiali trovati per la strada. Collage come mezzo narrativo visivo. Approccio destrutturato e immersivo.
Risultati emersi	Stimolo alla consapevolezza visiva. Riflessione sulla tipografia urbana. Coinvolgimento sensoriale.	Riflessioni sull'impatto emotivo del linguaggio. Scambio di esperienze. Aumento della consapevolezza comunicativa.	Creazione di collage narrativi. Valorizzazione dell'invisibile urbano. Rappresentazione visiva del quartiere.

I laboratori sono stati un momento di **incontro diretto**, pratico e tattile con il quartiere. Partecipare a un'attività pratica ha contribuito a dare ai partecipanti un motivo per vedere e interpretare la realtà urbana basandosi sulla creatività, trasformando piccoli dettagli in segni e immagini.

Non si trattava di un compito o di un esercizio, ma di un'esperienza di liberazione espressiva.

Alcune persone hanno detto di sentirsi più leggere per aver **"svuotato la testa"** durante il percorso, mentre altre hanno detto che il percorso le ha fatte sentire **"più piccole"**, abbandonando le pretese

e ritrovando il **lato giocoso dell'agire.**

Uno degli elementi distintivi emersi è che la modalità creativa è riuscita, all'età di sensibilità ed esperienze totalmente diverse, a coinvolgere anche chi non aveva esperienza di lavoro nel design. Questa è la meravigliosa inclusività del mezzo: non erano necessarie competenze tecniche, solo la capacità di sviluppare.

Intenzionalmente **semplici** e **accessibili**, gli strumenti proposti hanno permesso a tutti di partecipare alla creazione di risultati visivi forti e originali.

MINI TALK

	#1 Piccola Editoria	#2 Piccole Produzioni	#3 Sartorialità	#4 Superpunto	#5 Moda Responsabile
Partecipanti	30 persone	20 persone	12 persone	11 persone	10 persone
Target	Pubblico giovane, (20-40 anni), designer e professionisti	Pubblico eterogeneo ma con sensibilità visiva sviluppata.	Pubblico simile, curioso e interessato al tema.	Pubblico variegato.	Pubblico variegato.
Strumenti	Presentazione + dialogo aperto	Presentazione + esplorazione oggetti	Presentazione + dialogo aperto	Presentazione + workshop	Presentazione + confronto
Risultati emersi	Coinvolgimento attivo, scambio sul design. Alta attenzione e confronto.	Stimolato anche il tatto, che ha portato a momenti di scambio e osservazioni su materiali e produzione.	Buon coinvolgimento. Conversazioni fluide, condivisione di esperienze personali.	Interesse sugli argomenti trattati, apertura e conversazioni profonde.	Discussioni stimolanti su un tema sensibile, molte domande dal pubblico.

I minitalk si sono caratterizzati fin dall'inizio da un'elevata specificità tematica: ogni incontro aveva un'implicita diversità di argomenti e questo ha contribuito richiamare pubblici necessariamente poco eterogenei, con **interessi molto specifici**, rendendo così gli scambi più puntuali e concreti. La partecipazione è stata per lo più **dialogica** e **attiva**: non c'era chi parlava e chi ascoltava, ma piuttosto un continuo e dinamico confronto.

Questi momenti si sono prestati a uno scambio reale di idee, esperienze, linguaggi progettuali, non solo alla loro presentazione. Nel contempo hanno prodotto un **importante effetto rete**: a volte i rapporti più interessanti non nascevano

durante il talk, ma negli spazi informali prima e dopo l'incontro, quando le persone erano ancora presenti e si fermavano a chiacchierare.

Un'altra funzione aggregativa è stata quella di senso di **comunità professionale**: i minitalk hanno contribuito a rafforzare l'appartenenza a una rete creativa locale, legata alla cultura visuale e di design e in grado di riconoscersi in obiettivi e sensibilità comuni.

GRAPHIC WALK

	#1 Fondazione Merz	#2 Comala	#3 ITER	#4 Portineria di Comunità
Partecipanti	6 persone	10 persone	7 persone	10 persone
Target	Adulti 20–50 anni, tra cui studenti e designer	Adulti + bambini (3–10 anni)	Simile a Esplorazione 1	Gruppo misto, 5 adulti e 5 bambini
Strumenti	Challenge visive, fotografia	Challenge visive, fotografia	Challenge visive, fotografia	Ricerca di colore nel quartiere
Risultati emersi	Coinvolgimento attivo, attenzione alta . Frasi emerse: "Passo sempre qui, ma non avevo mai notato."	Le attività si sono dimostrate accessibili anche ai bambini. Interesse visivo condiviso.	Scambio di osservazioni soggettive, stimolo al dialogo . Frasi emerse: "A me questi dettagli piacciono, ma guardo sempre tutto nell'unisono."	Ottima ricezione nei più piccoli . Lo strumento ha stimolato concentrazione e interazione ludica.

Durante le Graphic Walk è stato interessante vedere come il pubblico coinvolto fosse molto **eterogeneo** e **trasversale**: sono venuti bambini, adulti e anche professionisti, ognuno con i propri occhi e la propria sensibilità. Questo ha reso l'esperienza più ricca, perché grazie ai diversi punti di vista è stato possibile scoprire aspetti del quartiere che difficilmente sarebbero usciti in un gruppo simile.

La partecipazione si è rivelata interessante e coinvolgente: chi ha preso parte non era un semplice spettatore, ma era il protagonista del percorso. E gli strumenti utilizzati — semplici, immediati e allo stesso tempo coinvolgenti — hanno giocato a loro favore, perché hanno

saputo coinvolgere tutti **senza creare barriere** di linguaggio, tecnologiche o logistiche.

Inoltre l'interazione tra persone di età e provenienze molto diverse: bambini e adulti si sono incontrati e hanno parlato spontaneamente, scambiandosi osservazioni e confrontandosi su particolari che altrimenti sarebbero rimasti inespressi. Questo scambio ha permesso di generare una **molteplicità di sguardi sul quartiere** e di stimolare un modo nuovo di percepire la quotidianità, fatta di piccoli particolari che, spesso, sfuggono.

Si sono rivelate uno strumento essenziale nel campo della **consapevolezza visiva**.

Confronto tra i format

Confrontando i tre format emergono punti di forza differenti: i minitalk hanno favorito scambio professionale e networking, i workshop hanno stimolato creatività e partecipazione diretta attraverso attività manuali, mentre le Graphic Walk si sono rivelate l'elemento più distintivo. Le passeggiate, grazie alla varietà dei partecipanti e all'assenza di barriere, hanno generato pluralità di sguardi e soprattutto hanno prodotto i materiali che alimentano l'intero archivio del progetto.

Potenzialità del progetto

Il progetto "Aspettando Collettiva tvv" presenta diverse potenzialità che lo rendono **robusto** e **avvincente**, anche con una prospettiva futura.

Innanzitutto, è **multidisciplinare**, mescolando questioni visive, urbanistiche e di design con la scrittura, la narrazione e l'attivazione territoriale. Questa è un'intersezione che lo rende un progetto completo in grado di dialogare con molte persone.

Un altro fattore significativo sarebbe il **rapporto con il quartiere**. Il radicamento a Cenisia e il legame con spazi e persone reali rendono possibile costruire un progetto "autentico", non imposto dall'alto, ma vissuto e riconosciuto dalla comunità.

Gli eventi hanno anche **basse barriere d'ingresso**: sono a basso costo (o gratuiti), aperti a chiunque e un'attività a bassa tecnologia che chiunque può seguire, con molti incontri organizzati durante le ore libere, il che significa che hanno attirato anche una vasta gamma di partecipanti.

Il progetto sarà anche in grado di **generare collaborazioni** attive che possono: la rete infatti si interfaccia con fondazioni, professionisti e nuovi giovani freelance, il terreno fertile necessario per ulteriori sviluppi.

Infine, un esempio di **modularità** molto apprezzata: i progetti pensati possono essere copiati, utilizzati in un altro modo e in un contesto diverso o con attori diversi. In questo modo, il progetto diventa non solo importante per Cenisia, ma anche un modello che può essere replicato in altri quartieri o città, facendo attenzione a non trascurare il radicamento locale.

Criticità del progetto

Una delle principali criticità riguarda la **rete chiusa**: le attività, pur risultando partecipate e significative, tendono spesso a coinvolgere soprattutto persone già vicine a Pangramma o alla sua

cerchia più stretta. Questo fa sì che il pubblico resti ricorrente e poco diversificato, limitando l'ingresso di nuove fasce di popolazione.

Pangramma è un **nuovo ente nel quartiere** e questo rappresenta un'altra criticità, in quanto è una presenza ancora da comunicare. Potrebbe essere che non tutti capiscano subito il significato e il valore degli ideali proposti, dal momento che bisogna ancora farsi conoscere e consolidare la propria presenza.

Un altro tema delicato è quello della **restituzione frammentata**. Nonostante le attività producano molto materiale, non c'è poi una restituzione unitaria che renda leggibili i risultati a chi non ha partecipato.

Aree di miglioramento

La **documentazione** e la **restituzione** sono un aspetto da migliorare. Durante le attività viene raccolto molto materiale interessante, ma spesso resta inutilizzato

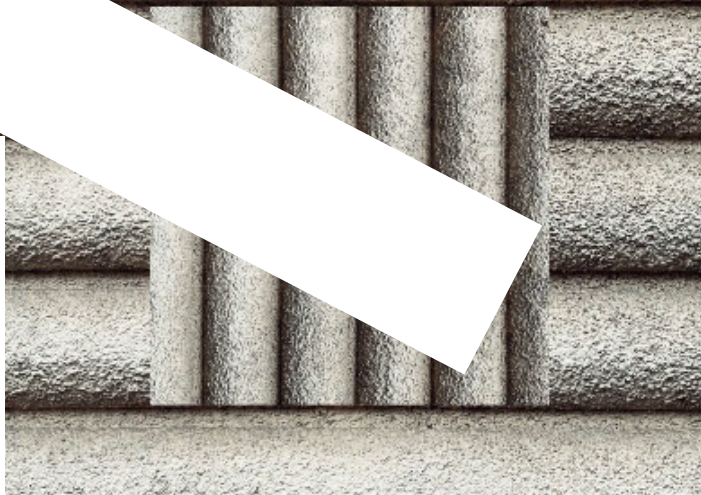
o restituito in maniera frammentata. Sarebbe utile pensare a strumenti che mettano insieme tutto in modo più chiaro e leggibile, ad esempio attraverso poster, fanzine, un archivio digitale o anche una mostra finale.

Un'altra area importante è quella della **replicabilità**. Definire un format chiaro e ben documentato permetterebbe infatti di esportare il progetto in altri quartieri o città.

Un altro aspetto da prendere in considerazione è sicuramente quello dell'**engagement**. Come già detto, le persone che partecipano sono già vicine a Pangramma, ma sarebbe fondamentale ampliare il pubblico e far conoscere più lo studio anche a persone non frequentanti. Ciò consentirebbe di coinvolgere nuove realtà e consolidare ulteriormente la presenza sul territorio.

Un quartiere, un percorso e
i dettagli che non avevi mai notato.

GRAPHIC WALK



Graphic Walk come punto di partenza

Per questa tesi ho scelto di approfondire le passeggiate grafiche, uno degli strumenti più appassionanti emersi da "Aspettando Collettiva TVV". Sono fondamentalmente passeggiate urbane pensate per osservare il quartiere più da vicino.

Ogni giorno camminiamo per le strade e non notiamo quei piccoli dettagli che ci circondano: segni, colori, scritte sui muri, elementi architettonici. Le nostre menti sono sempre altrove o fissate su un piccolo dispositivo, e questo ci impedisce di essere nel mondo.

È esattamente ciò che le passeggiate grafiche mirano a fare: **rallentare il nostro sguardo**, notare ciò che di solito ci sfugge, rivalutare gli spazi in cui viviamo, giorno dopo giorno. Questi sono momenti in cui la città si spoglia del suo costume di sfondo alla nostra vita quotidiana e diventa protagonista, offrendo storie, segnali e atmosfere che altrimenti andrebbero perduti.

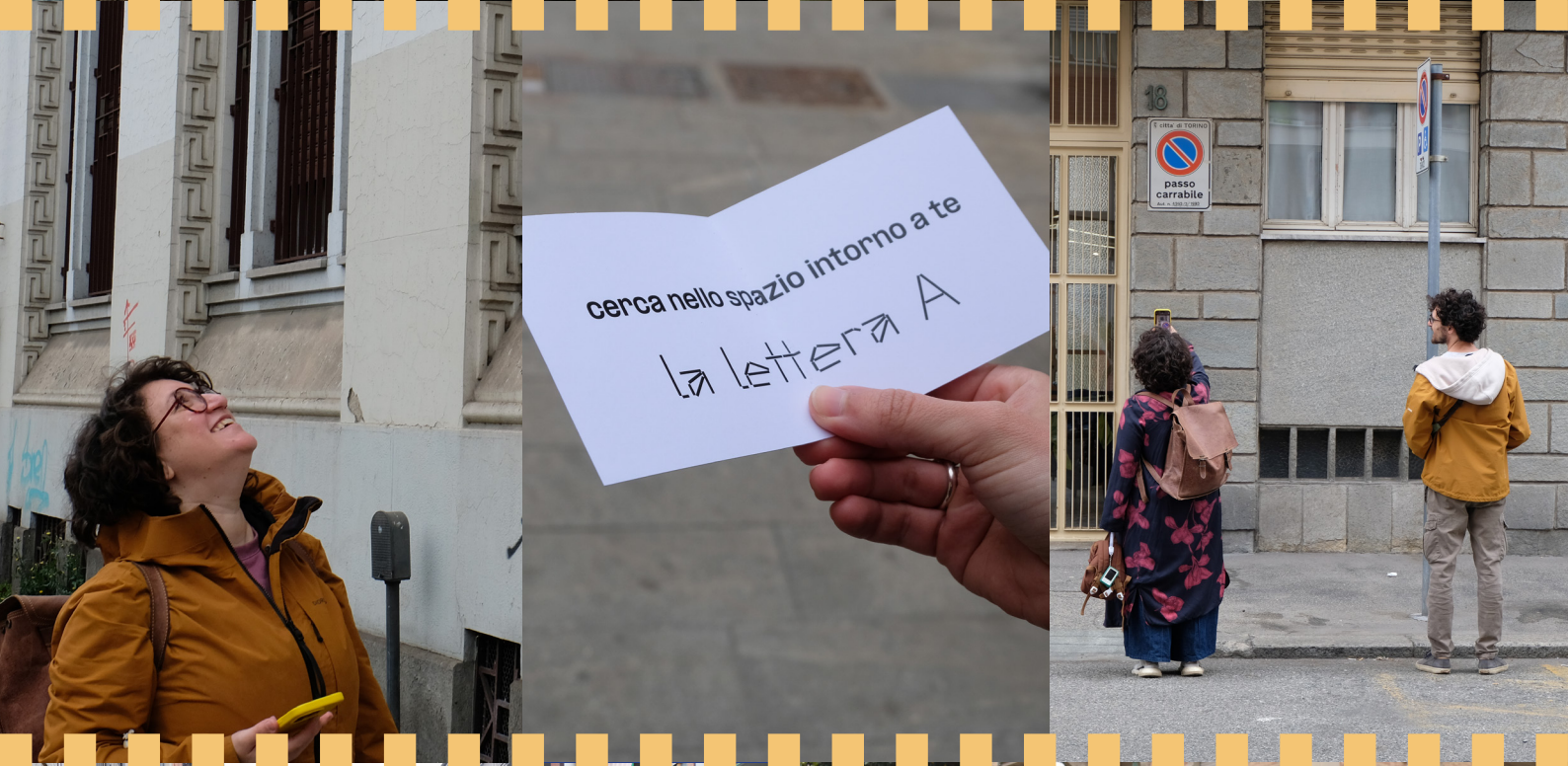
In questo modo la passeggiata diventa più un'opportunità

per riappropriarsi della città come un'eredità condivisa.

Il senso profondo delle passeggiate grafiche sta nel

provare a guardare la solita strada per la prima volta come luogo d'interesse e ad apprezzare la città con occhi nuovi.

Vediamo punto per punto cosa si fa durante una Graphic Walk.



1. Punto di partenza

I partecipanti alla passeggiata si incontrano da Pangramma in via Vigone 62. In questa fase, Francesca introduce un po' il progetto, ma soprattutto com'è strutturato il percorso.

Segue una breve spiegazione degli obiettivi dell'attività e vengono consegnati degli **indizi visivi** da cercare lungo il percorso.

2. Attivazione dello sguardo

Inizia la passeggiata lenta e consapevole. Tra una chiacchiera e l'altra, i partecipanti iniziano ad attivare il proprio sguardo. **Si guarda in basso, in alto, a destra e a sinistra** alla ricerca dei piccoli indizi. Diventa quasi una sfida simpatica a chi trova per prima il proprio dettaglio nascosto.

Inoltre, per tenere vivo l'interesse Durante il percorso vengono introdotte mini challenge.

3. Percorso stabilito, ma aperto

Il percorso è idealmente tracciato da Pangramma, ma con possibilità per i partecipanti di modificarlo, deviare, proporre alternative, in modo da aumentare l'**agency individuale** e la **partecipazione attiva**.

In questo modo, si ha la possibilità di scoprire lati nuovi del quartiere, vie alternative e dettagli ancora non scoperti.

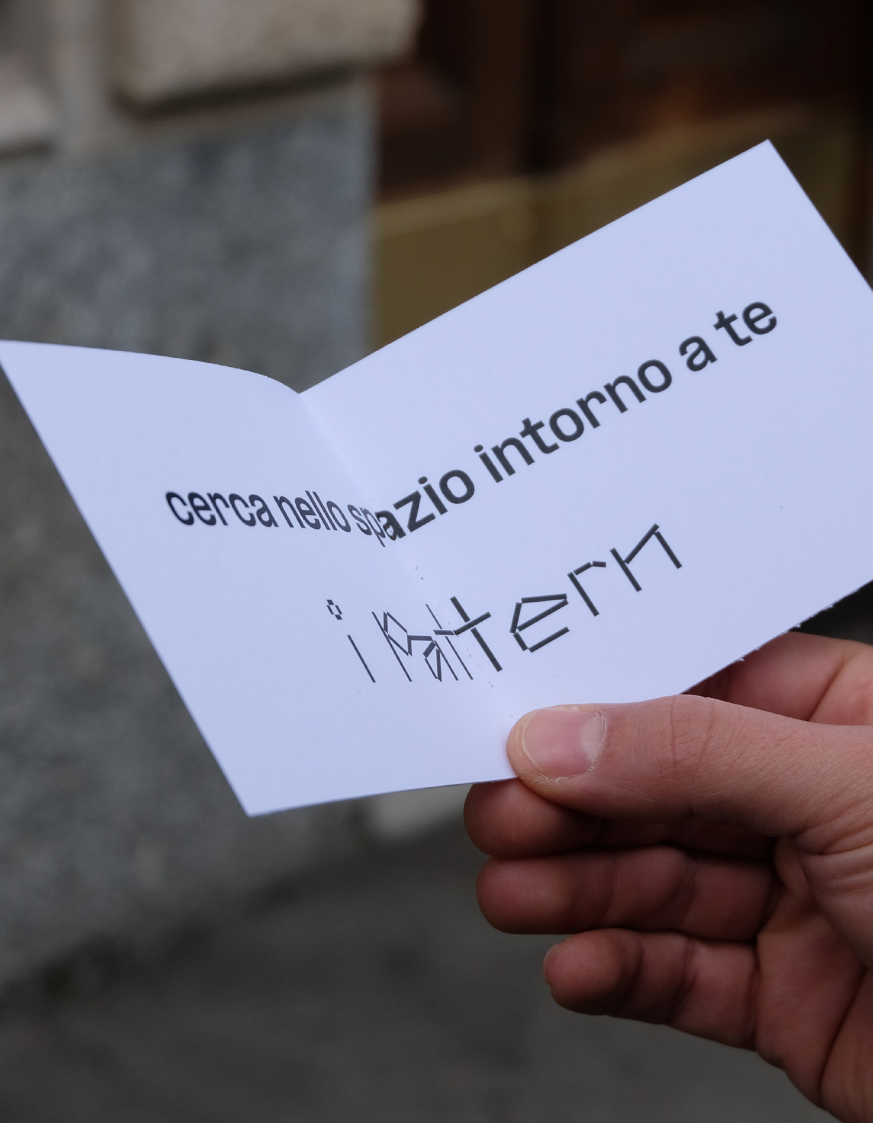
Indizi visivi



Challenge

cerca nello spazio intorno a te
la lettera A







4. Tappe intermedie

Durante la camminata ci si ferma in **luoghi chiave** del quartiere, per ascoltare storie, entrare in contatto con chi lo abita, o semplicemente osservare in dettaglio. È un momento di scambio in cui si guardano da vicino le piccole realtà che popolano il quartiere e si resta affascinati da quanta storia ci circonda.

5. Una meta nel quartiere

Si arriva in un luogo di interesse per il quartiere. Qui si entra in contatto con la realtà in questione, sfruttando l'occasione per un momento di **scambio culturale**. È uno tra i momenti più interessanti del percorso. Si scoprono cose che anche chi vive nel quartiere da tempo non conosce. Anche i luoghi che frequentiamo più spesso hanno storie nascoste che non sconosciamo; questa è un'ottima occasione per iniziare ad ascoltarle. L'attività può concludersi con un momento conviviale o libero.

6. Raccolta del materiale

Durante il percorso ogni partecipante raccoglie fotografie di dettagli osservati, annotazioni personali (suoni, colori, parole chiave, pensieri). Tutto questo materiale viene poi **raccolto e archiviato**.

Perché le Graphic Walk?

Perché sono accessibili a pubblici diversi.

Le passeggiate visive hanno chiaramente coinvolto un ampio pubblico. Bambini, adulti, residenti locali, insieme a professionisti e freelance hanno partecipato, ciascuno con il proprio punto di vista. Non è necessaria alcuna competenza tecnica speciale o preparazione; basta camminare, osservare e lasciare che il percorso ti coinvolga. Questa qualità le rende accessibili e perfette per un contesto di design sociale poiché permettono a chiunque di sentirsi coinvolto nell'esperienza.

Perché attivano attenzione e consapevolezza.

Riuscire a suscitare attenzione e consapevolezza è un altro fattore che è emerso. Molti degli intervistati hanno detto che la camminata gli ha permesso di riscoprire luoghi che non avevano mai notato o di guardare sotto una luce diversa nei luoghi che frequentavano abitualmente.

In effetti, camminare lentamente e in compagnia induce a uno sguardo diverso sull'ordinario, rendendo la quotidianità un'occasione di scoperta e confronto.

Perché sono replicabili, scalabili, adattabili

Le passeggiate sono anche particolarmente replicabili. Mantenendo la stessa logica di base, possono essere organizzate in altre aree. Inoltre, possono essere progettati in collaborazione con istituzioni educative, aziende o associazioni, creando opportunità di collaborazione e coinvolgimento diretto del territorio.

Perché possono essere facilmente documentate e restituite.

Le passeggiate grafiche hanno anche il vantaggio di essere facilmente documentate e restituite. Ogni camminata produce foto, micro-osservazioni, tappe e dettagli che sono preziosi da





raccogliere. Possiamo quindi utilizzare questi elementi per creare poster, fanzine o altri output visivi, dando forma concreta a ciò che è stato visto. Hanno una forte capacità comunicativa e narrativa in questo senso perché consentono di condividere l'esperienza con persone che non ci sono state.

In conclusione

Le Graphic Walk non sono solamente una iniziativa locale, ma sembrano anche essere un modo di fare ricerca. Raccogliere dati di tipo qualitativo potrebbe divenire un semplice atto del camminare: piccole storie che nascono in quel momento, piccoli dettagli che sono trascurati, immagini che colpiscono noi.

Un altro aspetto di rilievo è la capacità di creare contenuti spontanei non pianificati ma di grande pregio progettuale. Inoltre esse sono materia prima per strumenti di comunicazione e processi di design partecipativo. In pratica il quartiere diviene un archivio vivo in crescita costante ove ogni angolo narra qualcosa di nuovo.

Il loro potere dura nel tempo,

Ogni camminata lascia dietro un deposito di ricordi personali. Alimenta una immaginazione collettiva che rafforza la coscienza del luogo. Pure questa caratteristica mostra che le Graphic Walk possono attivare nuove relazioni fra spazi, individui e narrazioni.

Cornice Progettuale

Gli obiettivi della mia proposta

Arrivata a questo punto della ricerca è importante chiarire quali sono gli obiettivi a cui aspiro con la mia proposta progettuale. Dopo aver osservato e indagato le attività di Aspettando Collettiva TVV mi sono cimentata a rielaborarle in una chiave più strutturata, con il tentativo di "tradurle" in un modello che non sia un'esperienza isolata ma che possa svilupparsi e consolidarsi nel tempo.

In questo scenario si inseriscono gli obiettivi del progetto, che sono alla base delle mie scelte e che ne guidano l'evoluzione.

Obiettivi del progetto e requisiti progettuali

1. Allargare l'engagement del progetto a nuove comunità e generazioni

Oltre a mantenere il coinvolgimento del pubblico attivo e delle comunità con cui di solito si lavora, un primo obiettivo è quello di allargarlo. Nelle prime sperimentazioni l'engagement è stato rilevante, ma spesso legato a persone che avevano già un rapporto

con Pangramma. Per questo, nella mia proposta, diventa centrale la scelta strategica di aprirsi a spazi o luoghi di cultura, a negozianti, a associazioni o a personalità legate al territorio: coinvolgerli significa mobilitare le loro reti relazionali e dunque attivare un **effetto moltiplicatore**. In questo modo il progetto si radica nel quartiere e raggiunge in modo spontaneo altre comunità.

2. Attivare sguardi specifici e farli convergere in una narrazione collettiva

Gli incontri e le osservazioni hanno confermato che ognuno guarda a un quartiere in modo diverso, e che persino percorrere la stessa strada non fa scoprire per forza le stesse cose. E questa diversità di punti di vista è un valore: è importante raccoglierci, valorizzarli e farli parlare in un **unico racconto** che narri l'identità del quartiere in tutta la sua ricchezza.

3. Costruire una narrazione coerente e una distribuzione armonica

Un altro obiettivo rilevante è quello di provare a dare ordine e coerenza a tutto il materiale che le attività generano. Le suggestioni che vengono raccolte devono poi essere restituite in modo leggibile e accessibile. Il risultato che ci si pone è quello di avere una narrazione coerente che permette infatti di trasformare le singole esperienze in un patrimonio comune. Inoltre, si tende a generare anche una distribuzione armonica degli output che invece consente di raggiungere pubblici diversi senza disperdere il messaggio.

2. Rendere l'esperienza replicabile

La partenza dal quartiere Genisia è stata un'esperienza che ha significato mettersi in gioco in un quartiere preciso con le propri usi e costumi. Lambizione è quella di creare uno strumento che possa adattarsi ad altre realtà urbane, mantenendo lo stesso approccio partecipativo e radicato al territorio.

Stakeholders

Il progetto coinvolge diverse persone, ognuna con un ruolo preciso. Riconoscerle aiuta a capire come le relazioni create contribuiscono a costruire un archivio condiviso e legato al quartiere.

Le realtà del quartiere

Le realtà locali sono al centro: artigiani, commercianti, associazioni di comunità e fondazioni culturali. Sono loro a raccontare le passeggiate, perché dai loro punti di vista nasce una memoria comune. Coinvolgerli vuol dire anche dare valore al loro lavoro di ogni giorno e rafforzare il legame con chi vive qui.

Gli abitanti del quartiere

Un altro gruppo importante sono i residenti stessi: sono bambini, giovani, adulti e anziani, che vivono e si muovono nel quartiere ogni giorno. Beneficiano del progetto, in quanto quest'ultimo si pone come obiettivo quello di rafforzare l'identità di quartiere.

Pangramma

Il ruolo dello studio Pangramma come promotore e punto di partenza del progetto. Con "Aspettando Collettiva TVV" ha già attivato processi partecipativi nel quartiere e ha preparato la base metodologica su cui ho impostato il mio progetto.

Partecipanti esterni

Oltre alle persone interne del quartiere, abbiamo come stakeholder anche chi non ci abita. Attori esterni, freelance, studenti, o persone curiose. Coloro che potrebbero entrare in contatto con il progetto e beneficiarne. La loro presenza amplia la rete e la diversità delle opinioni.

Da Passeggiate Grafiche A PASSEGGIATA EMOTIVA



La mia proposta sostituisce le passeggiate emotive con quelle grafiche. Se prima l'estetica del quartiere era al centro dell'attenzione, ora la **persona** prende il sopravvento, con il **suo sguardo, le sue emozioni** o i suoi ricordi legati ai luoghi.

Questo spostamento di attenzione ridefinisce il viaggio come un'esperienza intima

e personale, trasformando l'osservazione in una **storia vissuta**.

Le modifiche che la proposta apporta sono diverse, come possiamo vedere nello schema in basso.

Graphic Walk

Indizi visivi da cercare lungo il percorso

• • • • •

Percorso comune per tutti i partecipanti

• • • • •

Obiettivo: stimolare la consapevolezza visiva

• • • • •

Restituzione visiva fotografica e di gruppo

• • • • •

Il progetto

Emozioni, ricordi e dettagli soggettivi che emergono dal vissuto di una persona

Percorso co-progettato: costruito insieme o adattato a chi racconta

Obiettivo: attivare sguardi personali e rafforzare il legame con il quartiere

Restituzione personalizzata

Il progetto proposto non vuole andare a stravolgere completamente le Graphic Walk, ma adattarle e potenziarle in quattro direzioni principali:

SUL FORMAT

DAL VEDERE AL SENTIRE

Come già accennato, il focus si sposta alla parte emotiva, ai ricordi, alle sensazioni. Ovviamente la componente visiva rimane, ma la priorità è quella di far venire fuori un **racconto personale** e **affettivo** al quartiere.

SUGLI ATTORI

DAL PARTECIPANTE GENERICO A SOGGETTO NARRANTE

Questa parte è fondamentale da sottolineare. Adesso non si parla più di un gruppo di persone che si riunisce per cercare dettagli nel quartiere. Il protagonista diventa uno e uno solo: un **attivatore locale**, ovvero chiunque gestisca un'attività già attiva nel quartiere Cenisia (può essere un artigiano, un negoziante, chi gestisce attività sociali ecc..)

SUI SISTEMI DI RACCOLTA

DALLA COLLEZIONE DI DETTAGLI A RACCOLTA DI SGUARDI SOGGETTIVI.

Non è più tutto incentrato su cosa vedi, ma sul perché lo vedi. Ogni passeggiata attiva si

sistema di immagini, ma soprattutto di **storie, parole, racconti, ricordi**.

SUL SISTEMA DI RESTITUZIONE

DALLA DOCUMENTAZIONE ALLA NARRAZIONE DIFFUSA.

Tutto il materiale raccolto durante la passeggiata viene lavorato e fatto circolare sul territorio restituendo **valore** e **visibilità**.

ARCHIVIO CENISIA

HABI TARE

Rallenta. Guarda. Vivi il quartiere.

Introduzione

Da tutti i presupposti emersi nella ricerca prende forma **HABITARE**, un format di "Aspettando Collettiva tvv" che mira a trasformare le passeggiate in un racconto collettivo.

Riflettendo sulla parola abitare, ho notato che è un verbo che non significa solo "vivere" in un luogo o avere un indirizzo scritto su un documento, ma si tratta di qualcosa di più profondo e consapevole.

Abitare è un **verbo attivo**, che implica il sapersi fermare, osservare e costruire un rapporto autentico con l'ambiente che ci circonda.

Ma tutto questo cosa vuol dire? Significa **imparare a costruire relazioni**, non soltanto con le persone ma anche con gli spazi, gli oggetti e i segni del quotidiano. Significa **riconoscere storie**, perché dietro ogni angolo, ogni insegna o ogni dettaglio urbano si nasconde un racconto che appartiene a chi vive quel luogo. E significa soprattutto **dare valore ai luoghi**, evitando di consumarli in fretta, ma vivendo il quartiere con

maggiore attenzione e rispetto.

Non è un semplice progetto, HABITARE vuole arrivare al quartiere come un **nuovo mindset** da seguire: un modo diverso di guardare la città e di viverla giorno per giorno.

ABITARE

/a·bi·tā·re/

Dal lat. HABITARE, frequentativo di habēre.

**Avere un intenso
rapporto di fruizione
con un ambiente.**

In cosa consiste il progetto?

Cos'è HABITARE?

HABITARE è un **progetto di narrazione** del quartiere. Prevede che le persone che abitano il quartiere, come commercianti, associazioni, realtà culturali ecc, abbiano il compito di valorizzare i luoghi attraverso il loro modo di abitare. Ognuno porta con sé il proprio sguardo, fatto di ricordi, emozioni e dettagli, e insieme questi contributi costruiscono a creare un racconto collettivo e corale.

Cosa fa HABITARE?

È molto semplice, l'iniziativa, tramite voci, storie e ricordi delle persone, mira a creare un **archivio di quartiere**. Un archivio vivo e costantemente in crescita. Non è qualcosa di statico, ma passeggiata dopo passeggiata si arricchisce sempre di più.

Creare una grande archivio vivente. Immaginiamolo come una **banca della memoria del quartiere**, una raccolta di storie che continua a crescere e che cattura l'anima di un luogo attraverso le voci di chi ci vive.

* Nasce a Cenisia perché qui si sono create le condizioni per sperimentarlo, ma la sua struttura è pensata per poter essere replicata anche in altri contesti urbani.

ARCHIVIO CROCETTA
SANTA RITA
CENISIA*
VANCHIGLIA
MIRAFIORI

La raccolta del materiale

Dopo aver chiarito gli obiettivi e il senso del progetto, è arrivato il momento di passare alla parte più concreta: la raccolta del materiale.

Tutto avviene durante la passeggiata, che non è mai un cammino casuale ma un percorso guidato dall'occhio e dalla voce di chi racconta. **Si guarda, si osserva, si fotografa**, si prendono appunti: ogni gesto serve a fissare quei dettagli che altrimenti rischierebbero di perdersi.

Il **percorso** diventa quindi uno strumento per trasformare l'esperienza quotidiana del quartiere in materiale progettuale. Non si tratta solo di spostarsi da un punto all'altro, ma di **fermarsi, sostare, cambiare prospettiva**.

Ogni tappa è un'occasione per raccogliere immagini, parole e impressioni che entreranno a far parte dell'archivio.

Vediamo le fasi che segnano il percorso.

Il percorso

Alla base di HABITARE c'è il percorso. Non è una passeggiata qualsiasi, ma un **cammino guidato** che attraversa il quartiere con uno sguardo diverso.

Ogni percorso viene costruito insieme alla realtà che lo guida: può essere un artigiano, un commerciante, un'associazione o un'abitante del quartiere. È la loro prospettiva a dare forma al tragitto e a trasformare strade già conosciute in luoghi da osservare con occhi nuovi.

Il percorso non ha l'obiettivo di coprire grandi distanze, ma di **soffermarsi**. È fatto di soste, di tappe in punti chiave, di momenti di dialogo e osservazione.

In questo modo diventa una vera esperienza di esplorazione, capace di mettere in luce dettagli, storie e atmosfere che nella quotidianità passerebbero inosservate.

Ed è proprio all'interno di questo percorso che si svolge la raccolta del materiale. Ogni gesto diventa parte di un processo che trasforma la camminata in un racconto condiviso.

IL PERCORSO

Pangramma

PARTENZA

INTRODUZIONE

Spiegare il progetto e
Conoscere la persona.
**Introduzione alle varie
fasi del percorso.**

1

Scegliere un colore che
associato al quartiere o che
si nota spesso camminando.
**Il colore diventa una
chiave per scoprire il bello.**

COLORE

2

3

DETTAGLIO

In un punto, si chiede all
di cambiare prospettiva
i dettagli che nota.
**Uscire dall'automatismo
dello sguardo.**

● si sviluppa poi spontaneamente
lungo il percorso

Ci si ferma in un punto scelto da chi partecipa dove sente una connessione e riesce a far emergere un ricordo, un'esperienza, una storia, un'impressione..

Sviluppare una maggiore relazione affettiva con il quartiere.

RACCONTO

4

a persona
e spiegare

9

3

DETTAGLIO

(REALTA' SELEZIONATA)

**Portineria
di Comunità**

ARRIVO

1

INTRODUZIONE

Il percorso comincia sempre con un momento introduttivo. Prima di iniziare a camminare, viene spiegato brevemente il progetto. Viene presentata la passeggiata che si sta per fare, **indicando le tappe previste e le diverse fasi che la compongono**. È importante chiarire fin dall'inizio che la parte centrale dell'esperienza sarà il racconto personale: sarà infatti il partecipante a scegliere e guidare i luoghi da osservare, lasciando emergere una narrazione spontanea e autentica.

Questa fase ha anche lo scopo di **rompere il ghiaccio** e creare un clima informale. Si comincia con alcune domande semplici per conoscere meglio la persona che guiderà il percorso: chi è, cosa fa nella vita, da quanto tempo vive o lavora in quartiere. Domande leggere, che aiutano a stabilire una prima connessione. Infine, viene posta una domanda chiave:

"Come ti trovi nel quartiere?"

"Ti senti parte di questo posto?"

2

COLORE

Dopo l'introduzione, la passeggiata entra direttamente nel suo nucleo attraverso un unico dispositivo: il colore.

I partecipanti sono quindi invitati a collegare **un colore al quartiere**, creando una sorta di filo conduttore visivo ed emotivo mentre attraversano la città.

Questa decisione può derivare dagli elementi più ovvi – segni, materiali, oggetti ripetuti – o da un'associazione personale e soggettiva, collegata a emozioni o ricordi.

Il colore viene richiesto come punto di partenza, ma è un riferimento costante durante tutta la passeggiata. Non è limitante, anzi **un invito a prestare attenzione**.

In questo modo, il colore serve come lente per guardare il quartiere in modo nuovo, in maniera più attenta.

3 DETTAGLIO

Durante le passeggiate, in più tappe, viene fatto un piccolo esercizio per guidare la persona ad attivare lo sguardo.

Ci si ferma in un punto casuale e a richiesta che viene fatta è semplicemente quella di

"Prova ad alzare lo sguardo. O a guardare in basso, là dove normalmente non guardi mai.

Cosa cattura la tua attenzione se ti fermi un momento?"

Alzare e abbassare lo sguardo, guardare di fronte, a destra sono tutte piccole azioni, ma non ci rendiamo conto che fatte con consapevolezza possono aprirci un mondo. Il bello di **cambiare prospettiva** sta nel meravigliarsi di quante cose ci sono attorno a noi, ma siamo troppo distratti per notarle.

4 RACCONTO

Spiegato già nell'introduzione, ci sarà un momento in cui la persona protagonista identificherà un posto, un dettaglio, qualsiasi cosa gli faccia venire voglia di **fermarsi e raccontare**: un aneddoto, una storia o un ricordo.

Questa fase è forse **la più personale** del progetto. Qui, infatti, si entra nella parte davvero emotiva del progetto.

L'idea è quindi quella di fermarsi, prendersi del tempo e lasciare che il luogo stesso faccia emergere ricordi, emozioni o semplici impressioni

È bello pensare come piccoli dettagli del quartiere sono sempre lì presenti e **se solo ci soffermassimo a guardarli** si aprirebbe dentro di noi pensieri connessi e non con il quartiere.

Gli output

La restituzione

Tutto ciò che viene raccolto durante le passeggiate non è solo registrato e ricordato, ma verrà elaborato e riconfigurato in nuove forme.

L'intento è di solidificare ciò che è emerso in immagini e testi, cose che altri possono tenere e utilizzare e che possono durare nel tempo.

Di conseguenza, il progetto si materializza **in tre diversi** output che rispondono a pensieri differenti e a un modo diverso di lavorare con il quartiere.

La distribuzione

La distribuzione del progetto non è pensata in un unico modo, ma segue logiche diverse a seconda degli obiettivi. C'è una forma di distribuzione più **ragionata**, che arriva in punti selezionati e restituisce l'esperienza in maniera completa.

Accanto a questa, esiste una distribuzione più leggera e **diffusa**, che si muove nei luoghi quotidiani e stimola curiosità

in modo spontaneo.

Infine, c'è una dimensione più **profonda** e intima, che permette di tornare sulle storie e ascoltarle con calma, anche a distanza di tempo.

IL POSTER CHE RACCONTA

Per il primo output ho scelto di lavorare su un formato che fosse allo stesso tempo **narrativo e visivo**. L'idea del poster pieghevole nasce dall'esigenza di avere un oggetto che **restituisca il valore del percorso** e che possa essere conservato o esposto.

Ho pensato quindi a un A4 che, aprendosi, diventa un A1: da una parte c'è il **poster grafico**, dall'altra lo storytelling della passeggiata.

FRONTE: Il lato poster è costruito come una composizione visiva, dove il dettaglio scelto durante la camminata si combina con una frase significativa e con il colore individuato. In questo modo diventa un'immagine forte, capace di comunicare immediatamente il punto di vista di una persona sul quartiere.

RETRO: Il lato **storytelling**, invece, raccoglie le parole della persona che ha guidato il percorso: storie, sensazioni e riflessioni che danno spessore al racconto visivo.

La **distribuzione** di questo output è **ragionata e selettiva**. Ogni poster viene consegnato

come restituzione del proprio contributo. Una copia è donata alla realtà coinvolta, che può esporla nel proprio spazio. Alcuni vengono lasciati in punti specifici del quartiere, come scuole o luoghi di aggregazione, in modo da non essere invasivi ma avere comunque una presenza pubblica.

In questo modo è come se il poster avesse più vite: può essere letto e sfogliato come una fanzine, può essere conservato come memoria personale, oppure appeso e diventare elemento di comunicazione nello spazio. Ogni poster racconta uno sguardo diverso, e collezionandoli si crea una serie che nel tempo funziona come una **vera e propria enciclopedia** visiva del quartiere.

Possiamo quindi dire che questo output ha tre funzioni:

RACCONTA il quartiere attraverso parole e immagini;

DECORA gli spazi in cui viene esposto;

ARCHIVIA le storie, trasformandole in tracce concrete e condivisibili.



Non finisce qui.
Scopri l'intervista
completa e il
podcast su
Aspettando
Collettiva tvv.

HABITARE

ARCHIVIO CENISIA
Rallenta. Guarda. Vivi il quartiere.



"Non sembra, ma
qui c'è tanta vita."

-Anna, Portineria di Comunità

tvv

pangramma

FRONTE



"Sembra strano per un quartiere cittadino,
ma il verde è ovunque."

"E tutti questi balconi pieni di piante. Ogni
vaso è qualcuno che si prende cura, che
resiste al grigio della città con un po' di
verde."



DIFRONTE A ME

"Alimentari bengalese, parrucchiera con foto degli anni
80, khabab col neon che lampeggia... qui non devi
prendermi l'elenco per viaggiare. Basta attraversare la
strada. In dieci passi senti parlare quattro lingue
diverse e ognuno porta con sé un pezzo del suo
mondo."

GUARDANDO IN ALTO

"Vedi quella ringhiera con i triangoli verdi? Mi fa
pensare che l'architettura non è solo funzione - è
anche il tentativo di mettere bellezza dove prima non
c'era. Qualcuno ha scelto di non fare la solita ringhiera
grigia, ha voluto creare un pattern."



GUARDANDO IN BASSO

"Guarda qui in basso: le serrande tutte arrugginite, il
muro che si sfalda, quella cosa verde sul basamento...
non so nemmeno cosa sia. È tutto un po' rovinato, ma
alla fine è così che funziona. Il tempo passa e lascia i
suoi segni, e va bene così. Non è bello come nei centri
storici, ma è vero."



con Anna Vitale
coordinatrice della
Portineria di Comunità.

"Ciao! Come ti chiami?
Cosa fai nella vita?"

Anna: "Ciao, sono Anna Vitale, coordinatrice della
Portineria di Comunità qui in Cenisia. Gestiamo uno sportello per aiutare i
residenti con pratiche burocratiche, organizziamo laboratori per bambini e
incontri per gli anziani."

"Da quanto tempo vivi e lavori in
questo quartiere?"

Anna: "Lavoro qui da 3 anni, da quando
abbiamo aperto la Portineria. Ma mi
sono trasferita dal sud nel quartiere da
6 anni. Prima ero solo una residente.
Qui siamo piano: mi sono conosciuta
sempre di più."

"Come ti trovi nel quartiere? Ti senti
parte di questo posto?"

Anna: "Assolutamente sì. Altrimenti
saremmo solo un quartiere di
passaggio: ma è incredibilmente vivo.
C'è una rete di persone che si aiuta, si
conosce. Ogni giorno vedo quanta la
gente abbia voglia di essere comunità."



Vai sul sito www.cenisia.it leggi il
articolo le storie di chi vive
il quartiere con questo rivista.
Da oggi su HABITARE anche tu.

ARCHIVIO CENISIA
HABITARE
Rallenta. Guarda. Vivi il quartiere.

Scopri Cenisia dagli occhi di Anna.

tvv

pangramma

IL BANCO DEL FRUTTIVENDOLO

Anna: "Aspetta, fermiamoci qui un secondo. Davanti a questo negozio di
frutta."

Lo so che sembra strano, ma questo posto mi fa sempre pensare a mio
papà. Non perché fosse un fruttivendolo o roba del genere... anzi, lui
lavorava in banca ed era sempre in giacca e cravatta.

Alla signora del bastone: "Signò, oggi le arance sono dolci come lei". Al topo
che comprava sempre solo barane: "Professo, le barane danno energia al
cervello, lei fa bene. A me doveva sempre: "Ricordi, mangia la mela che
diventi bella come mamma tua!"

Un giorno le le papà stavano tornando a casa con le buste della spesa
quando papà mi fa: "Hai visto Gennaro? Lui conosce tutti, ma tutti
davvero. Sa che la signora vive sola, che il professore fa le notti in
ospedale, che tu sei la più piccola di casa!"

"E tu? gli chiesi. Cosa sa di te?"
Papà si fermò e ci guardò un po'. Poi disse: "Che sono uno che si veste bene
ma non sa scegliere la frutta matura. Per questo vengo sempre da lui."

Mi colpì che papà, dirigente in banca, qui non sapeva nemmeno
scegliere un pomodoro. Mentre Gennaro leggeva tutti come un libro
aperto.

Ora mi chiedo sempre: chi sono io qui? Chi qualcuno che mi vede davvero?
Forse è questo che mi piace del quartiere - non puoi nasconderti. Prima o
poi qualcuno nota tutto. Non è privacy, ma almeno c'è vita vera."



"Nel quartiere non
puoi nasconderti."

RETRO



call to action

collage dei
dettagli della
passeggiata
(soprattutto
derivati
dalla scelta
del colore

frase d'impatto
dall'intervista

dettagli
derivanti dal
cambio di
prospettiva

mappa con
dettagli più
rilevanti della
passeggiata
(colore)



foto del motivo
di racconto

il racconto

con Anna Vitale
Coordinatrice della
Portineria di Comunità.

**'Ciao! Come ti chiami?
Cosa fai nella vita?'**

Anna: 'Ciao, sono Anna! Coordino la Portineria di Comunità qui in Cenisia. Gestiamo uno sportello per aiutare i residenti con pratiche burocratiche, organizziamo laboratori per bambini e incontri per gli anziani.'

'Da quanto tempo vivi o lavori in questo quartiere?'

Anna: 'Lavoro qui da 3 anni, da quando abbiamo aperto la Portineria. Ma mi sono trasferita dal sud nel quartiere da 6 anni. Prima ero solo una residente, poi piano piano mi sono coinvolta sempre di più.'

'Come ti trovi nel quartiere? Ti senti parte di questo posto?'

Anna: 'Assolutamente sì! All'inizio sembrava solo un quartiere di passaggio, ma è incredibilmente vivo. C'è una rete di persone che si aiuta, si conosce. Ogni giorno vedo quanto la gente abbia voglia di essere comunità.'

Vai sul sito collettiva.eu, leggi e ascolta le storie di chi vive il quartiere con sguardo attento. Ed inizia ad **HABITARE** anche tu.

#01

ARCHIVIO CENISIA

HABITARE

Rallenta. Guarda. Vivi il quartiere.

Scopri Cenisia dagli occhi di Anna.

**presentazione
protagonista
della
passeggiata
e spazio per
parlare della
propria
attività**

con Anna Vitale
Coordinatrice della
Portineria di Comunità.

**'Ciao! Come ti chiami?
Cosa fai nella vita?'**

Anna: 'Ciao, sono Anna! Coordino la Portineria di Comunità qui in Cenisia. Gestiamo uno sportello per aiutare i residenti con pratiche burocratiche, organizziamo laboratori per bambini e incontri per gli anziani.'

'Da quanto tempo vivi o lavori in questo quartiere?'

Anna: 'Lavoro qui da 3 anni, da quando abbiamo aperto la Portineria. Ma mi sono trasferita dal sud nel quartiere da 6 anni. Prima ero solo una residente, poi piano piano mi sono coinvolta sempre di più.'

'Come ti trovi nel quartiere? Ti senti parte di questo posto?'

Anna: 'Assolutamente sì! All'inizio sembrava solo un quartiere di passaggio, ma è incredibilmente vivo. C'è una rete di persone che si aiuta, si conosce. Ogni giorno vedo quanto la gente abbia voglia di essere comunità.'

Vai sul sito collettiva.eu, leggi e ascolta le storie di chi vive il quartiere con sguardo attento. Ed inizia ad **HABITARE** anche tu.

#01

ARCHIVIO CENISIA

HABITARE

Rallenta. Guarda. Vivi il quartiere.

Scopri Cenisia dagli occhi di Anna.

ARCHIVIA



RACCONTA





**DECORA E
INCURIOSISCE**





Non finisce qui.
Scopri l'intervista
completa e il
podcast su
Aspettando
Collettiva tvv.

HABI TARE

ARCHIVIO CENISIA
Rallenta. Guarda. Vivi il quartiere.



Non finisce qui.
Scopri l'intervista
completa e il
podcast su
Aspettando
Collettiva tvv.

HABI TARE





IL PODCAST

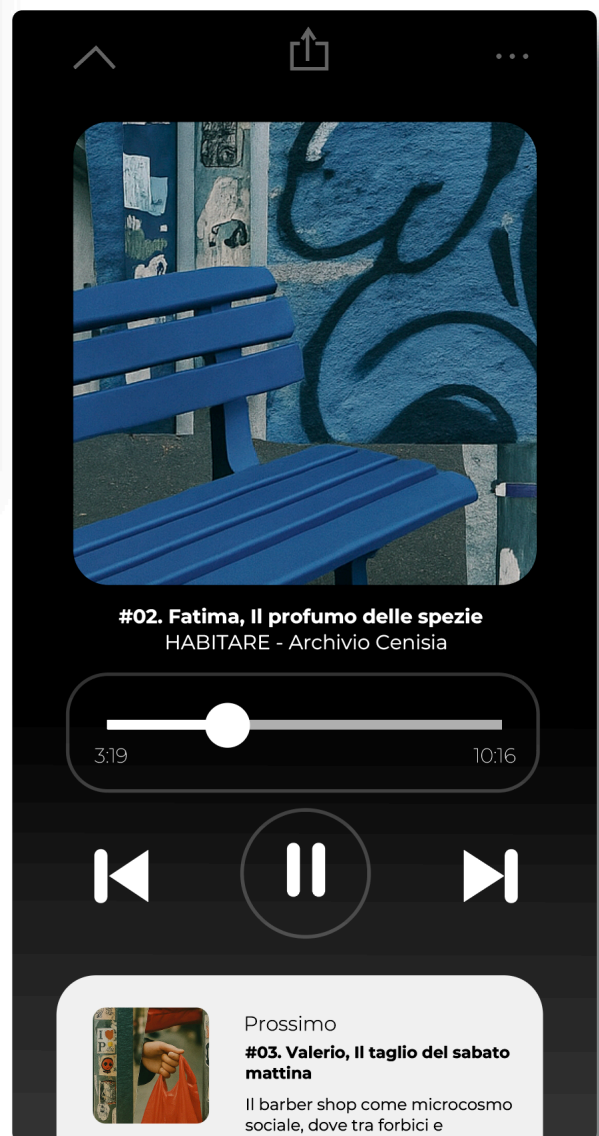
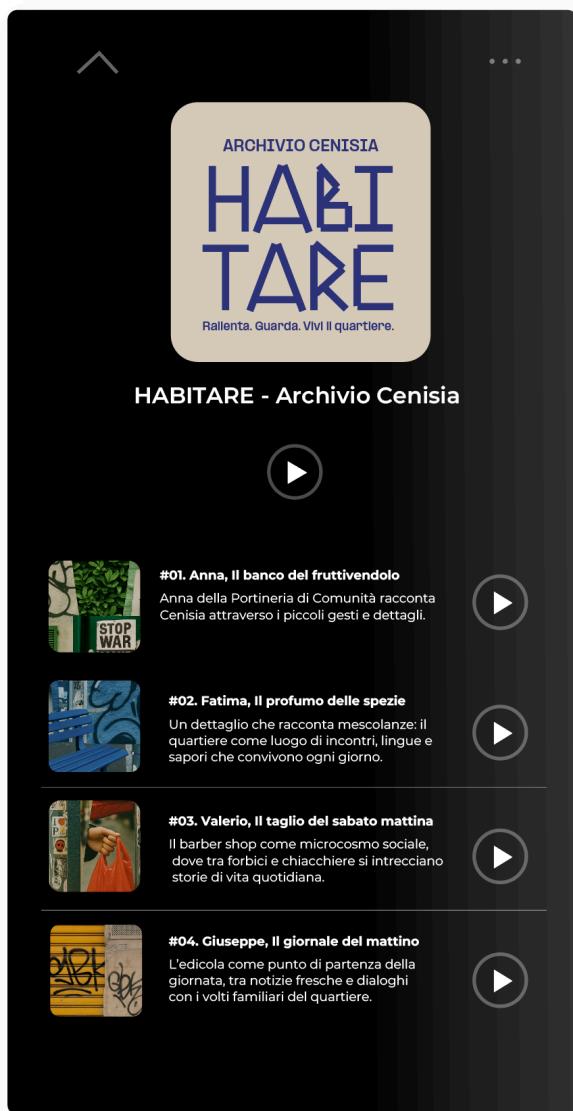
Ho deciso di includere un podcast perché mi è sembrato che sarebbe stato prezioso dare una voce letterale alle persone che hanno partecipato. Infatti, mentre i manifesti e le fanzine catturano principalmente la narrazione attraverso le immagini, il podcast offre la possibilità di **ascoltare in prima persona** le emozioni, i ricordi e il modo di esprimersi di coloro che vivono nella comunità. È un mezzo che non solo è informativo ma trasmette anche le emozioni, l'umanità delle persone.

La distribuzione è digitale — e quindi, più intima ma allo stesso tempo pubblica: chiunque può accedervi, ma l'ascolto è un atto personale che richiede attenzione e tempo.

Ho considerato il podcast un mezzo per attirare le persone in un tipo di esplorazione **più profonda**, rileggendo se stessi nelle storie e **immaginando** gli spazi insieme ai suoni.

Strategicamente, questo è un output multifunzionale, ovvero risponde a più obiettivi. Innanzitutto **attrae**, in quanto il suono è un tipo di gancio a sé stante.

Poi, **approfondisce** ciò che altrimenti è solo statica e la trasforma in una cosa vivente. **Umanizza**, perché il podcast rende le persone che hanno vissuto in questi luoghi effettivamente presenti. Infine, **connette**, costruire una rete emotiva tra le storie raccolte e gli ascoltatori.





LE CARTOLINE ADESIVE

Per il terzo output ho scelto un formato piccolo e diffondibile, simile a una cartolina o a una tessera. L'idea era quella di avere un **oggetto leggero**, che potesse circolare facilmente nei luoghi quotidiani senza risultare invasivo.

Ho pensato alle **texture del quartiere** come elemento visivo principale: muri scrostati, superfici segnate dal tempo, dettagli che spesso passano inosservati ma che raccontano molto dell'identità di Cenisia. Queste texture riempiono il logo di TVV, rendendolo subito riconoscibile e **legato al contesto**.

Accanto alla parte grafica ho inserito una call to action al sito, in modo da creare un ponte tra l'oggetto fisico e i contenuti digitali. In questo modo la cartolina adesiva non è solo un ricordo da tenere, ma diventa anche un **invito a scoprire di più** e a entrare nell'archivio del progetto.

La diffusione è volutamente **leggera e relazionale**: piccoli adesivi che possono essere attaccati sui muri, distribuiti nei negozi, nelle scuole o

durante eventi. Non hanno la pretesa di essere esposti in grande formato, ma funzionano come segni sparsi, tracce che stimolano curiosità e mantengono vivo il contatto con il quartiere.

Il vantaggio del formato è proprio la sua **versatilità**: può circolare facilmente ovunque, ma allo stesso tempo si presta anche a diventare parte di un oggetto editoriale più ampio, come un set da collezionare o un supporto che dialoga con gli altri output.

In questo senso, le cartoline adesive rappresentano la parte più diffusa e immediata del progetto, capace di **intercettare le persone nei gesti quotidiani**.

Benefici e potenzialità

HABITARE non si limita a essere un format culturale, ma agisce su più livelli, portando benefici concreti al quartiere, alle attività che vi prendono parte e a Pangramma.

Per il quartiere, il progetto rappresenta un'occasione di crescita collettiva. Attiva consapevolezza e diffonde un **nuovo mindset**, quello di osservare con attenzione ciò che spesso diamo per scontato. Attraverso poster, cartoline e podcast, restituisce valore sociale e rende accessibili le storie raccolte anche a chi non ha partecipato in prima persona. In questo modo i cittadini diventano beneficiari diretti: si riconoscono nelle narrazioni e vedono valorizzata la loro quotidianità.

Per le attività, che partecipano, i benefici sono altrettanto evidenti. Oltre a una **nuova visibilità**, che è ben diversa da quella tradizionale. Ci sono attività hanno la possibilità di raccontare non solo chi sono, ma come operano e qual è il loro legame con il quartiere. La partecipazione genera

inoltre **nuove reti**: le attività entrano in contatto tra loro, creando occasioni di collaborazione. C'è anche un **ritorno di immagine positivo**, perché mostrarsi attivi e interessati al territorio rafforza la loro credibilità e la fiducia da parte della comunità.

Per Pangramma, HABITARE è un'occasione strategica per rafforzare la propria presenza. Il progetto permette di **allargare la rete**, coinvolgendo persone e realtà nuove, e di posizionarsi come hub culturale e sociale del quartiere. Questo contribuisce a **consolidare la reputazione** dello studio, riconosciuto come attivo e connesso al territorio. Infine, HABITARE ha anche un forte **valore progettuale**: è un format replicabile, che può essere adattato in altri contesti urbani mantenendo la stessa attenzione al radicamento locale.

Conclusioni

Infine, dall'analisi e progettazione di HABITARE emergono alcune considerazioni, alcune delle quali dovrebbero andare oltre il singolo progetto. Questo studio mi ha mostrato che il design non è solo creare oggetti o grafica, ma come il design possa trasformarsi in un mezzo per intrecciare relazioni, promuovere consapevolezza e produrre valore sociale.

Le Passeggiate Grafiche sono state il punto di partenza: una cosa ordinaria come camminare si è trasformata in un'occasione di osservazione e narrazione. Il progetto è cresciuto da quel punto in un archivio vivente, curato dalle persone e dalle realtà della comunità. Questo passaggio mi è sembrato prezioso perché ha dimostrato come da una singola azione si possa immaginare una forma replicabile, una che possa operare anche in altri contesti.

HABITARE mi ha insegnato che neanche la più piccola delle azioni — osservare un dettaglio, raccontare un ricordo, relazionare un colore — è mai inutile, quando queste sono

sono connesse e condivise tra tutti. Poster, cartoline e, sì, podcast non sono tanto "prodotti di design" quanto strumenti per raccontare e tenere traccia di una memoria collettiva.

Per me, personalmente, ho scoperto che il quartiere non è solo lo sfondo delle nostre giornate ma è esso stesso un trama ricca di storie, persone e segni degni della nostra attenzione. Ho capito lì che il design, quando è aperto al territorio, è un modo per creare vere relazioni tra le persone e dare loro valore sociale. Per me è stata anche una realizzazione più personale: rallentare lo sguardo, lasciarsi guidare dalle emozioni è già un gesto di design capace di rendere diversi gli spazi che abitiamo.

Alla fine, questa tesi mi ha spinto a riflettere sulla definizione effettiva di abitare, non solo nel senso di vivere la propria vita in un luogo, ma costruire relazioni con le persone, riconoscere storie e apprezzare le cose che ci circondano. HABITARE è quindi un invito ad avere "nuovi occhi" sulla città, rendendo la vita quotidiana una nuova esperienza, un'esplorazione, un patrimonio comune.

Bibliografia

- Arnheim, R.** (1984). *Arte e percezione visiva* (ed. orig. 1954). Milano: Feltrinelli.
- Berger, J.** (2008). *Ways of seeing*. London: Penguin Classics.
- Bourdieu, P.** (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Lynch, K.** (1960). *The image of the city*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Noë, A.** (2004). *Action in perception*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Pink, S.** (2021). *Doing visual ethnography*. London: Sage Publications Limited.
- Rossi, A.** (2018). *L'architettura della città*. Milano: Il Saggiatore.
- Vygotsky, L. S.** (1978). *Mind in society*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Sitiografia

- Arnheim, R.** (n.d.–b). Rudolf Arnheim – Enciclopedia – Treccani. Treccani. [https://www.treccani.it/enciclopedia/rudolf-arnheim_\(Enciclopedia-del-Cinema\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/rudolf-arnheim_(Enciclopedia-del-Cinema)/)
- Cristiano, A.** (2019, March 20). Pangramma | collettivo & co–working. Le Strade. <https://le-strade.com/pangramma-collettivo-co-working/>
- Giacosa, M.** (2021b, August 17). Cenisia: borghese o operaia, una zona di mezzo che vuole fare rete. La Repubblica. https://torino.repubblica.it/cronaca/2021/08/15/news/cenisia_borghese_o_operaia_una_zona_di_mezzo_che_vuole_fare_rete-314145184/
- Le Strade.** (2025, March 14). Tutti i consigli in Cenisia a Torino | Le strade di Torino. Le Strade. <https://le-strade.com/torino/cenisia/>
- Lynch, K.** (1984). Reconsidering the image of the city. In Springer eBooks (pp. 151–161). https://doi.org/10.1007/978-1-4757-9697-1_9
- Lynch, K.** (2015). The city image and its elements. In Routledge eBooks (pp. 620–630). <https://doi.org/10.4324/9781315748504-78>
- Mostra collettiva.** (n.d.). <https://collettiva.eu/>
- Museo Torino, Comune di Torino,** Direzione Musei, Assessorato

alla Cultura e al 150° dell'Unità d'Italia, 21Style. (n.d.). Circoscrizione 3, Borgo San Paolo – Cenisia /CIT Turin – Pozzo Strada – MuseoTorino. <https://www.museotorino.it/view/s/e2284ef66b8e485a9d6625c2a5360b35>

Officine Grandi Riparazioni di Torino: un viaggio tra storia e innovazione – TOlove Amare Torino. (2025, May 27). TOlove Amare Torino. <https://www.tolove.it/blog/index.php/musei-a-torino/officine-grandi-riparazioni/>

Pangramma associazione. (2024a, January 18). Manifesto – Pangramma. Pangramma. <https://pangramma.it/manifesto/>

Pangramma associazione. (2024, October 11). Designer – Pangramma. Pangramma. <https://pangramma.it/designer/>

Pangramma associazione. (2025, March 10). Homepage – Pangramma. Pangramma. <https://pangramma.it/>

Pangramma associazione. (n.d.). Torino Archivi – Pangramma. Pangramma. <https://pangramma.it/tag/torino/>

Pizzigallo, C. (2018, February 11). Cenisia, Cit Turin e Crocetta: le origini dei nomi dei quartieri di Torino (Parte quarta). TorinoToday. <https://www.torinotoday.it/cronaca/storie-nomi-quartieri-torino-cenisia-cit-turin-crocetta.html>

Quartiere Cenisia Torino. (n.d.). <https://www.atlanteditorino.it/quartieri/Cenisia.html>

Unknown. (2013, May 3). Cenisia: i nuovi “grandi servizi”. Suburbiataurinum. <https://suburbiataurinum.blogspot.com/2013/05/cenisia-i-nuovi-grandi-servizi.html>

Bibliografia immagini

fig.1,2,3,4 pangramma associazione. (2025b, March 10). Homepage – pangramma. Pangramma. <https://pangramma.it/>

