

Tre giorni di fango, musica e Toi Toi.

Festival Open-Air

Manuale di sopravvivenza per giovani inesperti

SUPSI – DACD

Bachelor in Comunicazione Visiva

Anno accademico 2013–2014

Dossier di ricerca

Eleonora Zorzi

Tre giorni di fango, musica e Toi Toi.

Festival Open-Air

Manuale di sopravvivenza per giovani inesperti

SUPSI – DACD

Bachelor in Comunicazione Visiva

Anno accademico 2013–2014

Dossier di ricerca

Eleonora Zorzi

Abstract

Partecipare a un festival open-air è come andare in vacanza: ci si prende una pausa dalla vita quotidiana, si campeggia con gli amici e ci si scatena sulle note della propria band del cuore. Tutto questo è però un'esperienza nuova ed estranea per chi non ha mai frequentato un festival, e dunque potrebbero sorgere alcune difficoltà. Avendo vissuto disagi in prima persona e avendo imparando dai miei errori, mi sento in grado e in dovere di dare dei suggerimenti per vivere questa esperienza nel modo migliore, e lo faccio attraverso un manuale di sopravvivenza.

Il target preso in considerazione è la fascia d'età che va dai diciotto ai ventidue anni, ovvero l'età dove si vuole sperimentare e provare un sentimento d'indipendenza.

La fase di ricerca tratta la storia dell'open-air, l'identità visiva degli stessi e un questionario che è stato compilato da 100 giovani, i quali o hanno già partecipato a un festival, o hanno intenzione di frequentarne uno in futuro. Attraverso le loro testimonianze ho potuto raccogliere materiale per la guida, scegliere il linguaggio più adatto all'età del consumatore e constatare come l'ironia possa rendere la lettura di un artefatto di questo genere più piacevole.

Il manuale è suddiviso in tre sezioni: il "prima", il "durante" e il "dopo". Il "prima" riguarda la preparazione al festival e l'organizzazione, il "durante" la logistica e la partecipazione al festival, che comprende anche il campeggio e la prevenzione, il "dopo" ciò che segue il festival ovvero il ritorno a casa e delle pagine dedicate all'utente dove questo può scrivere e disegnare oltre che conservare i propri ricordi. Queste tre sezioni, divise per colore, rispettivamente: arancione, turchese e beige, sono dotate anche di una segnaletica, in modo da rendere la guida più attrattiva e facilitarne l'uso.

L'ironia viene introdotta tramite la scritta a mano che anima la pagina. Infine, la fotografia e l'illustrazione sono state utilizzate per mostrare i temi trattati all'interno del manuale. Oltre ad avere una parte dedicata all'utente nelle pagine finali della guida, essa è accompagnata da delle cartoline a scopo promozionale della guida stessa, che ne richiamano la copertina e quindi il suo contenuto.

Indice

Introduzione	6
- Definizione del tema	7
Ricerca	8
- Domanda e ipotesi di ricerca	8
- Stato dell'arte	9
Breve storia del festival open-air	9
Brandizzazione del festival open-air	12
Cronologia dei festival musicali	15
Caso studio: Woodstock	20
Analisi	26
<i>Guide di sopravvivenza al festival open-air</i>	32
<i>Identità visiva dei festival open-air</i>	38
<i>Designer famosi</i>	46
<i>Prodotti editoriali di altro genere</i>	51
<i>Linguaggio</i>	57
- Metodo di ricerca	61
Analisi delle risposte al questionario	62
Intervista	84
- Possibili applicazioni	86
- Tempistica	87
Progetto	89
- Contenuti	89
- Colori	90
- Formato/Carta	92
- Griglia	93
- Font	94
- Fotografia	95
- Illustrazione	97
- Copertina	98
- Cartoline	99
Conclusioni	100
Bibliografia	102
Appendice	105
- Intervista	105
- Questionario	113

Introduzione

Chiunque decida di organizzare una vacanza si imbatte in una serie di decisioni. Quasi tutti si pongono la classica domanda: mare, montagna o città d'arte? Anche per gli intrepidi che vogliono assistere a un festival open-air le difficoltà decisionali con cui sono confrontati non sono da meno: luogo, periodo, viaggio, prezzo e non da ultimo il clima.

Essendo da sempre una grande amante della musica e dalle esperienze vissute in prima persona, sento il bisogno di dare dei suggerimenti su come organizzarsi in modo semplice e ottimale per vivere al meglio quest'esperienza.

A un festival open-air è abitudine partecipare in gruppo, spesso sottovalutando possibili disagi che potrebbero sorgere. Il mio primo approccio con uno di questi festival è stato a dir poco rocambolesco. Pur essendo l'italiano la lingua parlata in loco questo non ci ha agevolato molto: la zona sconosciuta, l'inesperienza, l'equipaggiamento inadeguato e la carente organizzazione, sono state le cause principali di disagi che, con qualche sforzo in più, si sarebbero potuti evitare, ma è proprio grazie a questi errori che si impara a sopravvivere e a limitare al minimo i disagi in futuro.

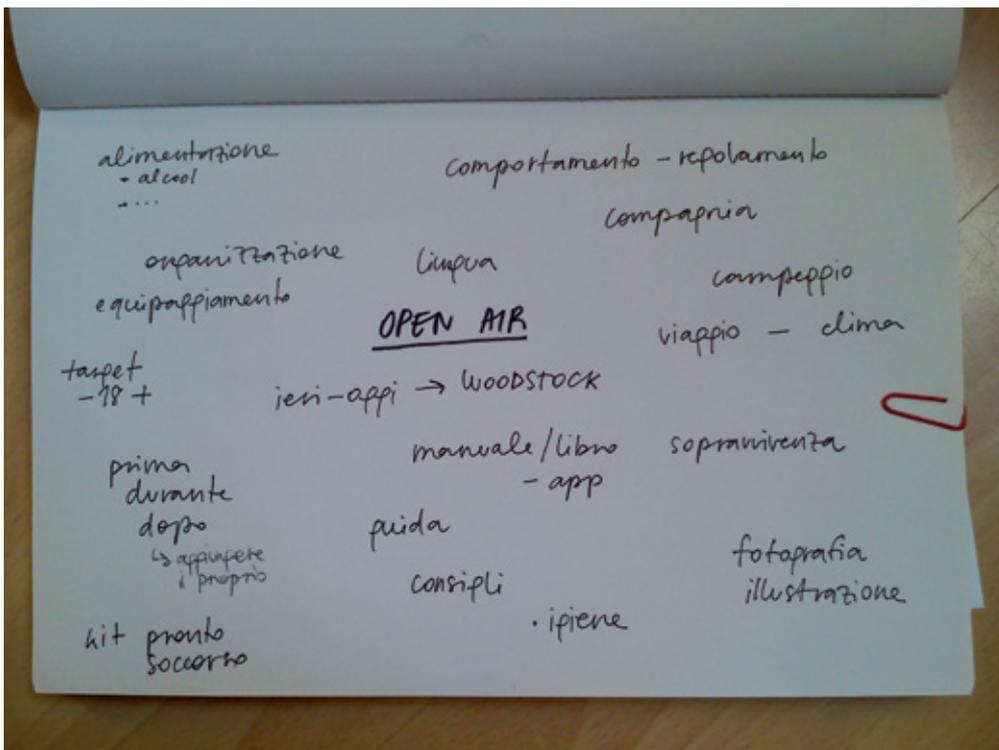
Il concetto di festival musicale nasce dall'idea di riunire gruppi di persone eterogenei e renderli parte di uno stesso gruppo. Il principio che spinge le persone a partecipare a questi eventi è proprio la volontà di far parte di un avvenimento unico, speciale e irripetibile.

Definizione del tema

Lo scopo di questo progetto è di voler aiutare chi prospetta di partecipare per la prima volta a un festival open-air, dunque coloro che si interessano all'esperienza di vita in un festival, e voglio farlo attraverso suggerimenti concreti riguardanti i preparativi e l'organizzazione.

L'idea alla base di questo progetto è di dare consigli, attraverso una guida/manuale, per affrontare la vita quotidiana durante questi eventi, siccome – una volta fuori dal proprio ambiente – anche il banale diventa insormontabile (un esempio in questo senso è l'igiene personale – scontata nella realtà di tutti i giorni – che, in questo contesto, diventa quasi una sfida).

Il target a cui è destinato il prodotto sarà compreso tra i diciotto e i ventidue anni. Questo perché è l'età dove si vuole sperimentare, uscire dalla protezione dei genitori, fare di testa propria e quindi provare una certa indipendenza. Spesso però non si è organizzati a questo tipo di evenienza e ci si ritrova del tutto impreparati ad affrontare determinate condizioni. Data la giovane età del consumatore ho deciso di adeguare il linguaggio, in modo da rendere la lettura della guida/manuale piacevole e leggera, utilizzando al contempo l'ironia per descrivere le situazioni più grottesche che possono capitare in queste circostanze.



Ricerca

Alla base della ricerca sottendono domande che riguardano la possibilità di miglioramento dell'esperienza del festival open-air. La ricerca è declinata su un'analisi dello stato dell'arte, e quindi su ciò che già esiste in questo ambito sia dal punto di vista della letteratura che dei prodotti realizzati. Il risultato di questa analisi viene anche sintetizzato e rappresentato da una *timeline* cronologica dei festival che hanno fatto la storia della musica. Inoltre, tramite indagini di tipo quantitativo e qualitativo, quindi attraverso un questionario e delle interviste mirate, la ricerca si propone di raccogliere informazioni e testimonianze da persone che sono già state o intendono andare a un festival open-air. L'analisi dei dati raccolti nella ricerca consentiranno una progettazione consapevole di alcuni specifici prodotti.

Domanda e ipotesi di ricerca

La prima volta che si frequenta un festival open-air ci si ritrova un po' smarriti per quanto riguarda la componente organizzativa, ed in particolare l'equipaggiamento e l'organizzazione. Si posticipa tutto all'ultimo momento, per poi arrivare al festival e ritrovarsi impreparati a situazioni che non erano state previste, spesso a causa di accessori che si rivelerebbero utili, ma a cui non si era assolutamente pensato durante la fase di preparazione. Questo perché il novellino non sa come comportarsi e la preparazione del bagaglio viene svolta con l'intuito, a meno che non ci siano amici che hanno già partecipato ad un evento del genere e che possano quindi consigliare cosa portare. Quel poco che si può trovare in internet e in versione cartacea, a mio parere, non soddisfa completamente l'utente. Partendo quindi da un'esigenza personale, data da episodi vissuti in prima persona, qui nasce la mia domanda: È possibile migliorare l'esperienza del neo frequentatore di festival open-air? E se sì, come? Attraverso quali informazioni? Con quali forme di comunicazione? Con quale strumento di comunicazione?

L'ipotesi che si vuole andare a verificare, grazie anche alla ricerca, è se un artefatto visivo, come potrebbe essere una guida o un manuale, che fornisca una descrizione del contesto e offra informazioni, suggerimenti e avvertimenti possa favorire una frequentazione organizzata e allo stesso tempo positiva dell'open-air.

Per gli appassionati di musica, l'estate è il periodo dei festival musicali. Ai giorni nostri i festival dedicati alla musica sono molteplici, proposti in quasi tutto il mondo, con una varietà di generi musicali non indifferente.

Solitamente durano dai tre ai cinque giorni, e rappresentano una sorta di celebrazione della musica.

Durante i festival vengono offerte delle attività che si differenziano tra loro: possono esserci attività dedite all'intrattenimento, performance artistiche, aree di ristoro e, ovviamente, i concerti.

I festival sono collocati in grandi spiazzi all'aperto, da qui il termine open-air, in grado di ospitare grosse quantità di persone.



Woodstock 1969

Secondo l'enciclopedia online Treccani: "I festival musicali sono per lo più manifestazioni che anno dopo anno ospitano esecuzioni di indiscusso rilievo e della medesima tipologia. Ci sono poi festival che puntano soprattutto sulla eccellenza delle esecuzioni o sulla presentazione di giovani artisti o sulla istituzione di una gara fra partecipanti. [...]"

(Enciclopedia online Treccani).

Il termine festival nel suo significato più moderno è stato usato per la prima volta in Inghilterra durante il diciottesimo secolo.

(Encyclopaedia Britannica).

Essi, secondo Falassi (1987), sono definiti nella prospettiva classica culturale-antropologica come "un tempo di celebrazione sacro o profano, caratterizzato da ricorrenze particolari". I festival celebrano i valori della comunità, le ideologie, l'identità e la continuità. (Falassi, 1987)

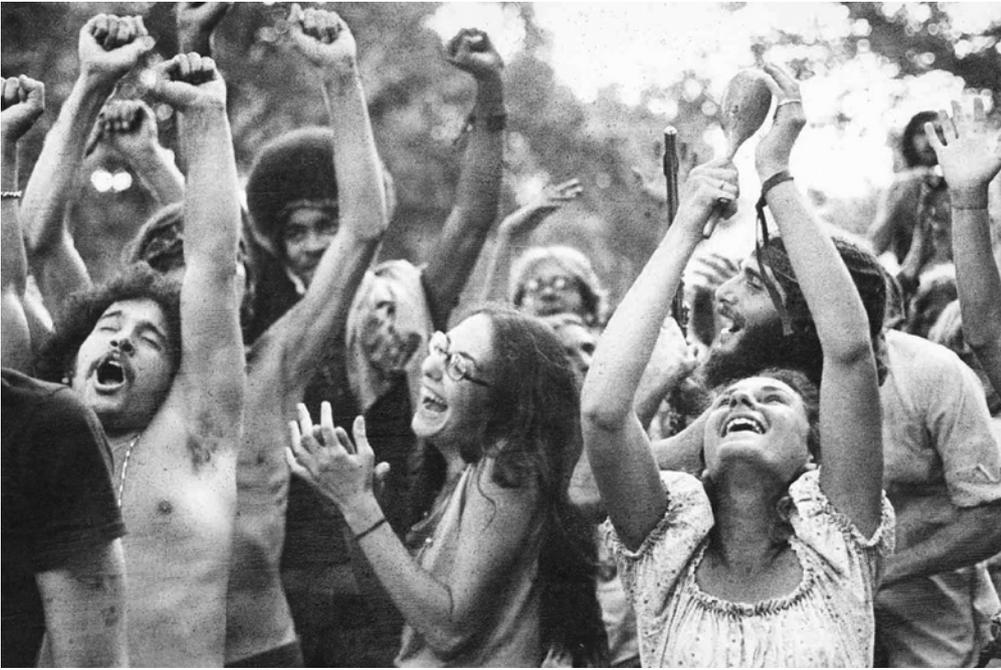
I festival musicali condividono molte caratteristiche con altri eventi ricreativi, tra cui carnevali, spettacoli, sfilate, teatro, eventi sportivi e fiere. (Sharpe, 2008)

Va comunque osservato che non sono una novità storica; tutto, infatti, ha avuto inizio già nell'antica Grecia, dove i Giochi pirici e olimpici erano accompagnati da performance artistiche, di danza e di canto dal vivo, le quali erano intese come delle competizioni che precedevano la parte atletica dei Giochi (Encyclopaedia Britannica). Questi giochi pirici erano i predecessori dei festival musicali open-air come li intendiamo noi ora. Grazie a una costante evoluzione (PR Newswire, 2013), dalla loro fondazione ufficiale avvenuta intorno al 1960 sono passati da piccole feste hippie a eventi di dimensioni gigantesche svolti durante i weekend, con *line-up* – scalette musicali – che cambiano notevolmente. Questo ha portato ad un aumento clamoroso della vendita di biglietti e quindi della affluenza. (PR Newswire, 2013)

Durante gli anni sessanta e settanta si sono tenuti molti dei rock festival più famosi della storia. Il termine rock festival indica una serie di performance musicali di diversi musicisti, che spesso si svolgono in più giorni. Alcuni di questi festival sono eventi singoli, mentre altri hanno ricorrenze annuali. I rock festival nascono in America e derivano da quelli di musica jazz di *Newport* e di *Monterey*, nati alla fine degli anni cinquanta. Data la diffusione in quegli anni della musica folk il *Newport Festival* decide di aggiungere questa componente, dando vita ad altre feste popolari in tutto il paese. (Encyclopaedia Britannica) Occasionalmente, infatti, un festival può concentrarsi su un genere particolare (ad esempio, folk, metal, musica dal mondo), ma il tentativo di molti organizzatori e associazioni è quello di mettere insieme una *line-up* con generi diversi per presentare una vasta gamma di tendenze musicali famose nel mondo. Da qui il termine "generalista". E proprio il *Monterey Pop Festival 1967*, è stato il primo grande rock festival, ma la sua logistica, i costi e il fallimento commerciale ha dissuaso altri promotori americani a realizzare eventi simili, fino a *Woodstock – Music and Art Fair* – tenutosi a *Bethel* nel 1969. (Encyclopaedia Britannica)

Il concetto di rock festival si diffuse rapidamente, assumendo un'identità propria e attirando l'attenzione dei media da ogni parte del mondo. Durante i primi anni di vita, molti dei momenti della musica e della cultura pop erano strettamente legati ai festival musicali e quindi proprio ai rock festival, e, grazie anche alla rivoluzione giovanile che era in corso in quegli anni, diventarono parte della storia, lasciando importanti pietre miliari socio-culturali al loro passaggio. È proprio questo il periodo in cui nasce la generazione di Woodstock. (Wikipedia)

Il festival open-air cerca, senza il successo sperato, di ricreare e far rivivere l'emozione degli anni sessanta senza però riuscire a mantenere la magia dell'originale. Le probabilità, quindi, di riavere una Woodstock sono molto scarse...



Woodstock 1969 – il bus *Furthur* dei *Merry Pranksters*

Brandizzazione del festival open-air

Negli ultimi anni sono stati realizzati sempre più festival open-air sponsorizzati completamente da un solo brand, dal quale il festival prende il nome. Uno dei più famosi sia in Italia sia in Europa è l'Heineken Jammin' Festival. Noto per le sue location (dal 1998 al 2006 all'Autodromo di Imola e dal 2007 al Parco San Giuliano di Mestre fino al 2012 tenuto alla Fiera di Rho a Milano), l'Heineken Jammin' Festival è conosciuto anche per il tipico mal tempo, che colpisce il festival quasi ogni anno: da nubifragi a trombe d'aria che hanno causato, oltre a una quantità notevole di disagi, anche dei feriti.

Tra i tanti gruppi famosi che hanno suonato al festival durante gli anni passati, oltre al sempre presente Vasco, ci sono i Metallica, gli Iron Maiden, Marilyn Manson, Blur, Oasis, Rage Against The Machine, Chemical Brothers, Red Hot Chili Peppers, Garbage, Bon Jovi, The Cure, Massive Attack, Green Day, Rem, Depeche Mode, The Police, Aerosmith e Pearl Jam.

Questo fenomeno di "brandizzazione" dei festival open-air crea un'identità visiva totalmente incentrata alla marca: la birra venduta all'interno del festival è Heineken e ogni singolo gadget ne prende il nome e il colore caratteristico.

A differenza dei festival in generale, che solitamente sono sostenuti da più sponsor, questi "brandizzati", ne hanno uno, il quale diventa l'evento.

Ma Heineken non è il solo, anche Virgin "V Festival", Coca Cola e Win For Life per i festival in Belgio.



Logo ufficiale



Attrazioni legate al brand - vaporizzatori



Vista aerea –
Parco San Giuliano, Venezia



Palco visto dall'alto – Tendine per
ripararsi dal sole

La storia dell'Heineken Jammin Festival: 13 anni di grande musica live, 2011,
<http://jamminfestival.fansblog.it/2011/05/31/la-storia-dellheineken-jammin-festival-13-anni-di-grande-musica-live>

Quelli che... il cinema, Heineken Jammin' Festival: nove anni di storia, 2006,
http://www.quellicheilcinema.com/speciali_detail.php?ptrspeciali=333



1954

The Newport Jazz Festival

Si tratta del primo festival annuale di musica jazz in America, nella contea di *Newport*, Rhode Island. La manifestazione quell'anno ha portato più di 11'000 persone nella località turistica dell'*East Coast* per partecipare a spettacoli dal vivo. Nel corso degli anni il festival si trasferisce a New York, per poi tornare nel 1981 a Rhode Island, dove si svolge ancora ogni anno. Sul suo palco hanno suonato icone musicali come *Billie Holiday*, *Louis Armstrong*, *Ella Fitzgerald* e *Miles Davis*.

A HISTORY OF MUSIC FESTIVALS

Individuare le origini di questi eventi dipende in gran parte dalla definizione di "festival musicale" che ognuno ha, in questo caso si tratta di una breve cronologia dei festival musicali più popolari, tratta dal sito internet www.buzzsugar.com, che hanno fatto la storia con le migliori performance sui palchi di tutto il mondo. (Laura Marie Meyers, 2014)

1959

The Newport Folk Festival

Fondato da *George Wein*, il *Newport Folk Festival* è noto per aver portato grandi stelle folk come *Joan Baez* e *Bob Dylan* alla ribalta nazionale. Comunemente legato al revival blues degli anni sessanta, il festival ha presentato *Johnny Cash* e gli *Howlin' Wolf* durante quel periodo, aggiungendo poi la musica reggae, rock e artisti indie negli anni ottanta e novanta.

musicali come *Mick Jagger* e *Paul McCartney* – ha convenuto che tutti gli artisti sarebbero stati trattati allo stesso modo: con viaggi in prima classe e sistemazioni lussuose.

Il festival ha presentato alcuni dei più grandi nomi del settore: *Otis Redding*, *The Who*, *Simon & Garfunkel*, *The Mamas and the Papas*, *Grateful Dead*, *Janis Joplin* e *Jimi Hendrix*.



1967

The Monterey International Pop Festival

Il *Monterey International Pop Festival* è conosciuto come il grande esordio del festival musicale di genere rock. Tenutosi presso il *Monterey County Fairgrounds* a Monterey, California, l'evento della durata di tre giorni è stato organizzato in sole sei settimane. Nella speranza di creare una scaletta con una varietà di generi dell'epoca passata, presente e futura, il Consiglio di amministrazione – che includeva icone

1969

Woodstock

Tenutosi a Bethel, New York, il festival di *Woodstock*, della durata di tre giorni, ha presentato trentadue artisti tra cui *Grateful Dead*, *Canned Heat*, *The Who*, *Jimi Hendrix* e *Janis Joplin*. Anche se gli organizzatori avevano previsto un'affluenza di circa 50'000 persone, sono stati venduti 200'000 biglietti e si sono presentate oltre 500'000 persone, costringendoli a rimuovere le recinzioni e a trasformare il festival in un evento gratuito. È conosciuto come il festival più famoso di tutti i tempi, lasciando nelle menti di tutto il mondo un ideale di amore libero.

1970

Isle of Wight Festival

Situato sull'isola di Wight in Inghilterra, il festival originale ha avuto luogo nel 1968. L'evento è cresciuto rapidamente negli anni successivi, presentando grandi nomi come *Bob Dylan*, *The Who*, *Jimi Hendrix*, *Chicago*, *The Doors* e *Joni Mitchell*. Dopo il famoso festival del 1970, il Parlamento dovette approvare una licenza per i raduni che riunivano più di 5'000 persone. Nel 2002 il festival ritorna – questa volta a *Seaclose Park* di *Newport*, UK – e negli ultimi dieci anni ha portato sul proprio palco artisti come *David Bowie*, *Paul McCartney*, *The Rolling Stones* e *Coldplay*.



1971

Glastonbury Festival

Originariamente chiamato *Pilton Festival*, la prima manifestazione ha avuto luogo nel 1970 nei pressi di *Pilton*, Inghilterra. È diventato noto come *Glastonbury Festival* soltanto nella seconda edizione, nel 1971. Il *Glastonbury* è noto per incorporare diversi tipi di arte: danza, poesia, teatro e altro ancora. Nel giro di poche ore i biglietti per il festival si esauriscono, nel 2011 il festival – con *Beyoncé* ed i *Coldplay* come *headliners* – ha superato il record di ascoltatori per la *BBC*.

1991

Lollapalooza

Il cantante della band *Jane's Addiction*, *Perry Farrell*, ha pianificato il festival *Lollapalooza* come tappa finale del tour della sua band. Il primo tour nel 1991 ha presentato prevalentemente musica alternativa rock con la varietà di altri generi, con artisti del calibro di *Ice T* e *Nine Inch Nails*. Il festival ha funzionato fino al 1997, tornando nel 2003, senza riscuotere molto successo, così nel 2005, *Farrell* decise di cedere i diritti e trasferirlo al *Grant Park* di Chicago.



1999

Coachella Music Festival

Tenutosi nella *Coachella Valley* nel deserto della California, il primo festival ha avuto luogo nel 1999, attirando circa 10'000 persone in due giorni, con una scaletta che comprendeva artisti come *Beck*, *Jurassic 5* e *Rage Against the Machine*.

Nel 2012 il festival fece il tutto esaurito in poche ore, presentando grandi nomi come: *Radiohead*, *The Black Keys*, *Dr. Dre* e *Snopp Dogg* – oltre a una proiezione/ologramma di *Tupac* – e apparizioni a sorpresa di *Eminem*, *Rihanna*, *Usher* e altri.

2002

Bonnaroo

Il festival d'arte e musica *Bonnaroo* di Manchester, Tennessee, si svolge per la prima volta nel 2002 nell'arco di quattro giorni, incentrandosi soprattutto su musica folk rock – e senza fare alcuna pubblicità, era tutto esaurito in due settimane – presentando artisti come *Ben Harper*, *John Butler Trio* e *Norah Jones*.

Fin dalla sua nascita, è stato considerato il festival più rispettoso dell'ambiente.

Come per le performance musicali, il *Bonnaroo* si è evoluto in un grande evento con una serie di artisti, più un "villaggio d'intrattenimento" che comprende cinema, teatro e altro.

Austin City Limits

Prende il nome dalla serie di concerti *PBS (Public Broadcasting Service)*, *Austin City Limits* è un festival musicale della durata di tre giorni che è entrato in scena per la prima volta nel 2002. Lo show musicale-televisivo era originariamente caratterizzato dalla musica country e folk da artisti provenienti dal Texas, evolvendosi per includere più generi musicali. Il festival ha seguito lo stesso esempio.

La *line-up* del 2002 comprendeva artisti come: *Ryan Adams*, *Shawn Colvin*, *Los Lobos* e *Patty Griffin*. Quanto più grande e popolare è diventato il festival, quanto più grandi nomi ad esempio anche i *The White Stripes* e i *Dave Matthews* hanno fatto la loro apparizione sul palco. Nel 2013, gli *headliner* erano i *Depeche Mode*, *The Cure*, *Muse*, *Kings of Leon* e i *Vampire Weekend*.

Caso Studio: Woodstock

Storia

Il 15 agosto 1969, in una cittadina dello stato di New York, più di 400'000 giovani si ritrovarono a celebrare assieme a quello che sarebbe diventato il simbolo indelebile della cultura hippie: Woodstock. (Assante, 2009)

Un festival open-air che ha cambiato il significato di musica, e che ha fondato delle basi solide per l'evoluzione di tutte le celebrazioni musicali. Con il solo obiettivo di convivere in pace e amore, questi giovani rivoluzionari hanno posto i loro sogni di libertà e i loro ideali prima di qualsiasi altra cosa, e dopo aver creato un sistema nuovo di pensiero, l'hanno messo in pratica in maniera egregia.

Gli anni sessanta sono stati la grande svolta della rivoluzione giovanile, un potente segno di cambiamento, volontà di trasgredire dai limiti imposti dalla società corrotta e manipolatrice, che impediva lo sviluppo dell'individuo. La California, era vista come una "terra promessa" da questi giovani, vista come una fonte inesauribile di feste. Questo è il clima, dove nasce l'idea del concerto come massima espressione assoluta, il principio di Woodstock.

Il festival durò quasi quattro giorni, fino alla mattina del 18, malgrado dovesse finire il 17 agosto. Sul palco si esibirono trentadue gruppi e musicisti, fra i quali l'indimenticabile *Jimi Hendrix*. Fu un susseguirsi di canzoni rock psichedelico, e fra droghe – molto in uso nella cultura hippie – e amore, questi giovani diedero una grandissima lezione al mondo intero, che li stava osservando, aspettando solo un loro passo falso.



Woodstock 1969



Woodstock 1969 – Biglietti per le tre giornate

A prova di questo disappunto da parte del resto delle persone troviamo una dichiarazione di *Barnard Collier*, reporter del New York Times che si trovava a Woodstock: "Ogni caporedattore del giornale, compreso il direttore *James Reston*, insisteva perché scrivessi pezzi che descrivessero la catastrofe di Woodstock. Era difficile convincerli che, al contrario, in quella situazione la cosa straordinaria era la cooperazione, la gentilezza, l'educazione, la pazienza di così tanti ragazzi in condizioni così difficili. Mi rifiutai di scrivere finché non mi avessero lasciato la libertà di scrivere quello che vedevo, la mia convinzione che quel raduno fosse realmente fatto di pace e di amore, non le opinioni preconcepite di qualche caporedattore seduto a Manhattan." (Assante, 2009)

Ma come nasce?

La ditta Woodstock Ventures viene fondata da quattro giovani ragazzi: *Michael Lang*, *John P. Roberts*, *Joel Rosenman* e *Artie Kornfeld*, con lo specifico scopo di creare un evento grandioso, che potesse rivelarsi anche una fonte di guadagno. Non si sa esattamente come andarono le cose, si sa però che il loro obiettivo comune era quello di creare "il più grande festival musicale realizzato al mondo".

"Volevamo creare un evento che fosse innanzitutto pacifico – ha ricordato Lang –, un raduno che fosse a misura d'uomo, che fosse in grado di dare alla gente almeno quello che si aspettava, se non qualcosa di più. Dove tutti fossero trattati con rispetto e dove tutti potessero avere l'opportunità di vivere una grande esperienza insieme agli altri. Noi avremmo fornito il mezzo per questo raduno delle tribù. E sostanzialmente penso che ci siamo riusciti." (Assante, 2009)

Lavorarono per ben tre mesi a Wallkill, nello stato di New York, in un parco industriale, abbastanza grande da poter contenere le 50'000 persone che si aspettavano. A poche settimane prima dell'evento la comunità locale iniziò a manifestare tutto il suo disappunto, fino al punto in cui i quattro furono costretti a trovarsi un'altra location: Bethel.



Woodstock 1969 – Costruzione del palco

Nessuno degli organizzatori avrebbe mai pensato di una tale affluenza di persone, per questo i disagi che si crearono furono numerosi.

Ma cosa può rappresentare un festival di tali dimensioni? Inizialmente, in modo un po' superficiale, verrebbe da rispondere che non è stato altro che un pretesto per fare festa e drogarsi. Ma per avere un'idea più interessante bisogna ricordare un fatto storico: la guerra che gli Stati Uniti stavano facendo in Vietnam. Contestualizzando l'evento si percepisce l'immensità dell'open-air, e il contrasto che crea con il clima sociale. Gli "adulti" si uccidevano a vicenda, e questi giovani non erano d'accordo. Loro non volevano la guerra, non volevano morti, non volevano uccidere degli altri ragazzi solo per un capriccio politico. E dimostrarono la loro superiorità con un comportamento difficilmente ritrovabile in folle di persone, dove il singolo scompare, investito dalla massa. Ma a Woodstock non fu così. Il singolo era il protagonista. Al singolo, con i suoi principi e le sue convinzioni, non venne chiesto di morire per un'idea un po' dubbia di libertà, come accadeva ai giovani arruolati. Il singolo prendeva importanza, veniva ridata lui la dignità.

Le testimonianze arrivateci garantiscono che tutto si svolse in armonia con l'idea hippie, però vi morirono due persone. Una per overdose, e l'altra fu investita da un trattore, siccome campeggiava in un prato non dedito all'open-air.



Robert Altman, Protesta contro la guerra, San Francisco 1969

Con Woodstock la leggenda spesso interferisce con la realtà, e spesso di questo evento si vuole ricordare solo la grandiosità dei concerti e dell'affluenza di persone che ha portato, ma non i disagi che ci sono stati.

Problemi con i permessi:

- Ad un mese dalla data prevista, la cittadina di Wallkill vietò ufficialmente il festival, cinque giorni dopo riuscirono a trovare un terreno a Bethel abbastanza grande da poter soddisfare le loro esigenze.
- Per tranquillizzare gli abitanti della zona dichiararono che il festival non avrebbe attirato più di 50'000, nonostante questo ci furono delle proteste, i cittadini di Bethel non erano felici, arrivando addirittura a fare causa alla Woodstock Ventures esponendo la scarsità di strutture sanitarie, ordini di sospensione dei lavori, mai resi operativi.
- I permessi furono concessi, apparvero nuovi annunci sui giornali con data e luogo cambiati, il nome e lo slogan "Tre giorni di pace e musica" furono mantenuti.

Concerto gratuito:

- Il concerto diventò gratuito la sera prima di iniziare: "A decidere che il festival era diventato gratuito non furono gli organizzatori, ma l'evolversi della situazione. Lang si limitò a dare l'annuncio sul palco" e ancora "era come rendere ufficiale quello che era ovvio a tutti" (Ernesto Assante, 2009).

Scarsità di cibo:

- Anche il cibo fu un problema serio. Il venerdì pomeriggio le scorte di cibo erano terminate, per avere un hot dog la fila era di un'ora. I chioschi iniziarono a regalare le proprie scorte di cibo, come faceva la *free kitchen* fuori dal festival. La cittadina di Bethel fu molto collaborativa, e anche i residenti aiutarono gli organizzatori.

La folla:

- Gli artisti erano intimoriti da quel mare di folla e molti degli atti che sono stati suonati durante il festival non sono stati registrati o sono andati persi a causa delle intemperie o dei problemi tecnici sul luogo, saltando per intero delle performance. L'unico modo per far arrivare gli artisti in scena era con il trasporto tramite elicottero.

Servizi igienici:

- Come si può immaginare l'utilizzo dei servizi igienici era un disastro. Il numero di partecipanti era otto volte maggiore rispetto alle stime degli organizzatori, e i Toi Toi erano inutilizzabili.

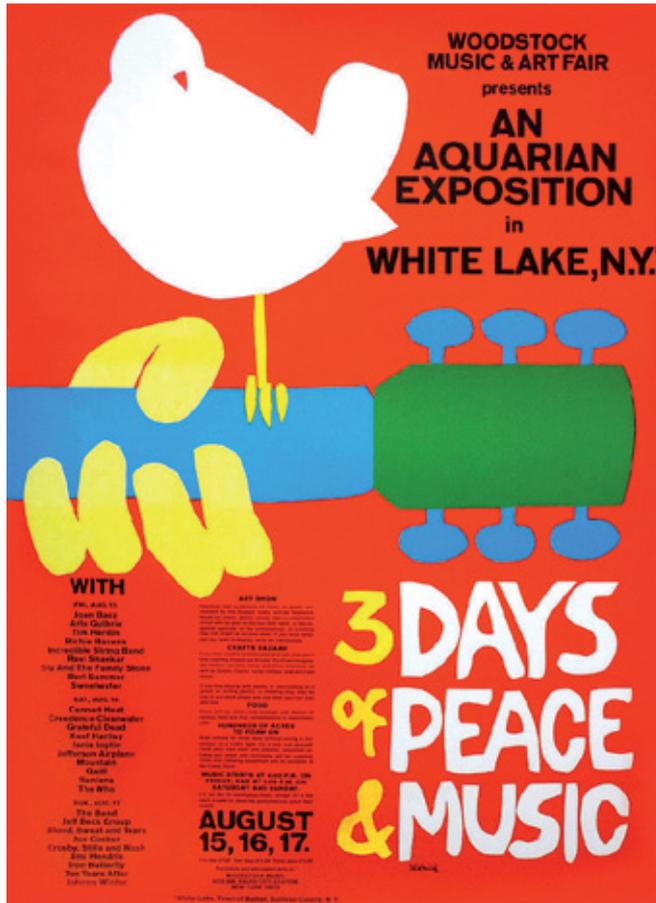
Intemperie:

- Come ad ogni festival open-air che si rispetti piove, e il fango invase la zona di Bethel.

Woodstock 1969 – Disagi



Per quanto non possa fare miracoli una semplice guida, sicuramente avrebbe facilitato, anche a Woodstock, la riuscita dell'open-air. È tuttavia ammirevole vedere i retroscena, con i disagi capitati, e pensare alla pacificità con cui si svolse. Molto probabilmente non ricapiterà mai più un caso simile a Woodstock, perciò l'analizzarlo in relazione al pensiero hippie è assolutamente essenziale: è, anzi, la chiave di analisi.



Poster ufficiale del festival, con la celebre colomba appoggiata al manico di una chitarra elettrica.

Arnold Skolnick, che disegnò il simbolo: "Nei disegni originali la colomba era appollaiata su un flauto. Quando mi arrivò lo slogan – Tre giorni di pace e musica – tolsi di mezzo il flauto e misi la colomba a sedere su una chitarra". (Assante, 2009)

Per maggiori approfondimenti sull'argomento Woodstock:

- Michael Lang, *Woodstock*, Arcana, Roma, 2012
- *Woodstock: tre giorni di pace, amore e musica* (Woodstock, USA 1970, col., 228'), regia di Michael Wadleigh

Analisi

Utilizzando i termini di ricerca "festival musicale" o "open-air" la documentazione letteraria reperibile può essere considerata più che sufficiente. Non possiamo dire lo stesso quando le ricerche diventano più specifiche, specialmente se effettuate in italiano. Per quanto riguarda un manuale di sopravvivenza, o comunque e una guida per come affrontare i festival open-air e cosa portarvi, non esiste materiale stampato ufficiale.

Ricorrendo alla rete, invece, e digitando parole chiave come "*what to bring to a festival*" o meglio "*festival survival guide*" si possono trovare una quantità infinita di collegamenti a siti, soprattutto a blog, che prescindere da dove questi sono stati, suggeriscono e consigliano cosa portare durante le varie manifestazioni. Anche *YouTube* offre il suo contributo visivo, con un'interessante quantità di video offerti dagli utenti, i cosiddetti *videobloggers*.

Ma contando sul fattore fortuna, il festival al quale si è interessati avrà un proprio sito web ufficiale, con una sezione dedicata al regolamento, dove può essere presente una mini guida, con consigli e ammonimenti. È evidente la mancanza di una guida di carattere generale, meno specifica ma che inglobi tutto il mondo dell'open-air.

Qui di seguito una lista siti reperibili sul web, dai quali si può attingere per prepararsi al meglio.



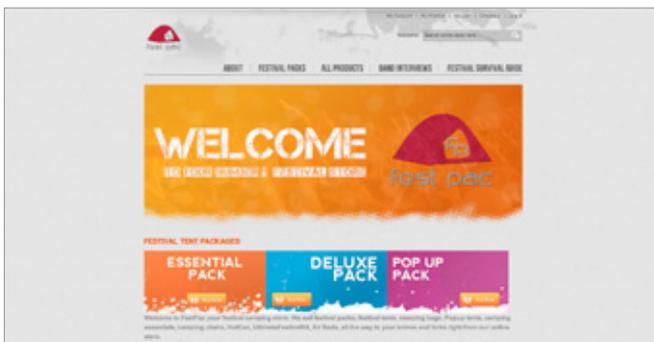
<http://www.festivalsurvivalguide.com>

1. Festival Survival Guide

Questo sito web offre una quantità di aiuti e suggerimenti che superano ogni altro blog in circolazione. I post più popolari all'interno del sito variano da una lista essenziale per preparare il bagaglio, a post più specifici – ad esempio come sopravvivere a un festival piovoso o come sopravvivere a un open-air in particolare –, fino a consigli per il campeggio e per la salute. L'archivio è suddiviso in post più popolari, negli ultimi trenta pubblicati, per mese o per soggetto trattato.

Il sito mette anche a disposizione una guida/*checklist* di cosa portare con sé, a disposizione dell'utente dopo la registrazione alla *newsletter*.

Personalmente ritengo che questo sito sia una fonte perfetta per tutti coloro che vogliono partecipare al festival, siano essi novizi o veterani, in quanto esso offra consigli e trucchi per rendere la propria esperienza del festival open-air alla pari di un evento indimenticabile.



<http://www.festpac.co.uk>

2. FestPac

Oltre ad essere un negozio online dove si può trovare tutto il necessario per il campeggio – dalle tende al cibo in scatola, tutto a prezzi molto bassi – anch'esso offre una breve guida introduttiva per i novellini, basata su suggerimenti e consigli che riguardano cosa aspettarsi durante il festival e una lista del bagaglio essenziale.

La guida copre anche i seguenti argomenti: dove collocare la tenda, come incontrare nuove persone e come assicurarsi la propria incolumità mentre ci si diverte.



<http://www.festivalplanet.com>

3. Festival Planet

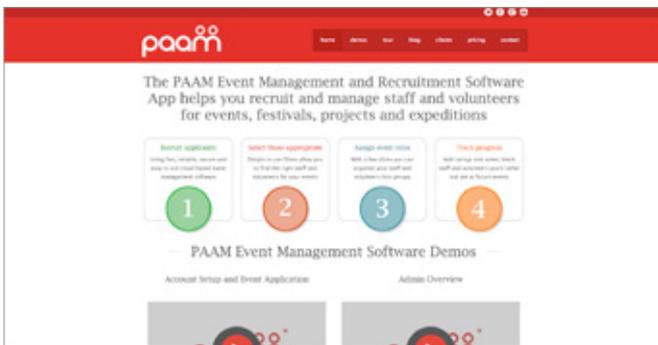
Consigliato da *FestPac*, il sito web *Festival Planet* raggruppa, attraverso un calendario interattivo, una lista dei migliori open-air che si svolgono da giugno a settembre. Gli open-air possono essere ricercati in ordine alfabetico, per date, luogo, in base alla line-up. *Festival Planet* offre anche la possibilità di aggiungere nuovi festival che non sono ancora stati inseriti all'interno del calendario e di comprare i biglietti direttamente dal loro sito web. A disposizione dell'utente vi è anche una sezione dedicata alle guide, che spazia dall'essenziale per la stagione dei festival, a come arrivare a un festival e come scegliere la propria tenda, fino alla "nostra amata" *checklist*, cioè cosa portare e cosa non portare.



<http://www.drinkaware.ie>

4. Drinkaware.ie

Drinkaware.ie è un sito web irlandese che ha come obiettivo la promozione dell'uso responsabile dell'alcol a trecentosessanta gradi, che si tratti di un evento casereccio o un festival open-air. Tra le loro pubblicazioni, che variano dallo sport alle vacanze, si può trovare anche una guida di sopravvivenza al festival.



<http://www.paamapplication.co.uk>

5. The PAAM Blog

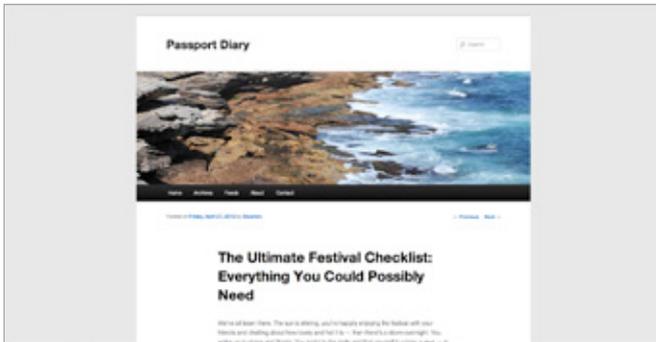
The PAAM Blog è l'unico blog incentrato totalmente sulla struttura del festival open-air, sia nella gestione sia alla partecipazione. All'interno del sito web sono presenti novità riguardanti i festival ed eventi, guide, anteprime e recensioni.



<http://www.fuse.tv/2013/04/coachella-2013-festival-guide>

6. Coachella Survival Guide

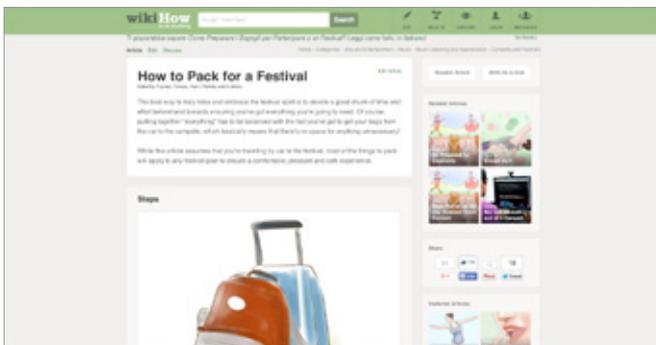
Questo articolo sul sito *Fuse* è dedicato soprattutto a chi è interessato a partecipare al festival *Coachella* che si tiene in Nevada ogni anno. Esso offre informazioni su come recarsi al luogo del festival, dove pernottare, come vestirsi, cosa portare e soprattutto come divertirsi. Per essere un post dedicato a un festival specifico è molto completo, e i suggerimenti possono essere applicati anche agli altri festival.



<http://www.passportdiary.com/features/ultimate-festival-checklist>

7. Passport Diary

A mio parere questo è uno dei blog migliori, si presenta bene e fornisce un "menu" veloce con collegamenti alle categorie sottostanti, dove in ogni argomento viene descritto il motivo per il quale bisogna portare un determinato oggetto.



<http://www.wikihow.com/Pack-for-a-Festival>

8. How to pack for a Festival

Questo articolo del sito *WikiHow.com* spiega all'utente come ciò che non è strettamente necessario risulti superfluo all'interno dell'esperienza del festival e quindi di limitarsi a portare con sé solo cose pratiche e utili. Il sito web, suddiviso in dodici passi accompagnati da illustrazioni a parer mio di qualità discutibile, guida l'utente alla preparazione della partecipazione al festival open-air attraverso utili consigli.



http://www.huffingtonpost.com/2014/04/11/music-festivals-struggles_n_5069746.html

9. 23 real struggles of going to a Music Festival

Questo articolo tratto da *Huffpost Entertainment* illustra le principali difficoltà che possono essere riscontrate durante la partecipazione a un festival open-air. Il tutto viene riassunto in 23 problemi o situazioni di rilevanza maggiore, descritte dall'autore in un modo abbastanza amichevole e buffo.



<http://blog.bluecornerstore.co.uk/the-one-and-only-ultimate-music-festival-checklist-youll-need-this-summer>

10. Blue Corner Store

Il modo in cui le informazioni vengono comunicate in questo articolo del sito web *Blue Corner Store* sono relativamente divertenti e ironiche: esse infatti prendendo quasi in giro, in modo non cattivo, chi sta leggendo. All'interno dell'articolo sono presenti due liste: ciò che si dovrebbe portare con sé come minimo, e una lista del materiale non strettamente necessario, lasciando così la scelta al singolo utente.

Tabella riassuntiva dei contenuti

	Mezzi di trasporto	Vestiti	Toeletta	Campeggio	Cibo e bere
Festival Survival Guide	1	1	1	1	1
FestPac		1	1	1	
Festival Planet	1	1	1	1	
Drinkaware	1	1	1	1	1
PAAM Blog	1	1	1	1	1
Coachella Survival Guide	1	1		1	
Passport Diary	1	1	1	1	
How to pack		1	1		1
23 struggles	1	1	1	1	1
Blue Corner Store		1	1	1	

Conclusioni

Ognuna di queste fonti fornisce il suo inventario di oggetti essenziali da portare con sé durante i festival open-air. Si può notare come certi oggetti vengano citati in ogni sito ed altri no. Questo perché ogni festival musicale è diverso, ma al tempo stesso simile, e ogni persona ha la propria "top ten" di articoli. Quando si prepara lo zaino bisogna sempre ricordarsi che si sogna il sole ma ci si prepara per la pioggia.

I dieci siti che ho analizzato in precedenza sono tutti molto qualificati per una persona che non è mai stata a un festival open-air e che vorrebbe andarci. In generale per tutti il linguaggio utilizzato è diretto, semplice e amichevole. Alcuni siti offrono più informazioni, altri meno, ma per una persona davvero interessata al tema basta cercare un po' per essere abbastanza preparata alle singole occasioni.

Prevenzione	Oggetti personali	Checklist	Cosa non portare	Consigli	TOT
1	1	1		1	9
1	1	1		1	7
	1		1	1	7
1	1	1	1	1	10
1	1			1	8
	1	1		1	6
	1	1		1	7
	1			1	5
1	1			1	8
	1	1	1	1	7

Guide di sopravvivenza al festival open-air

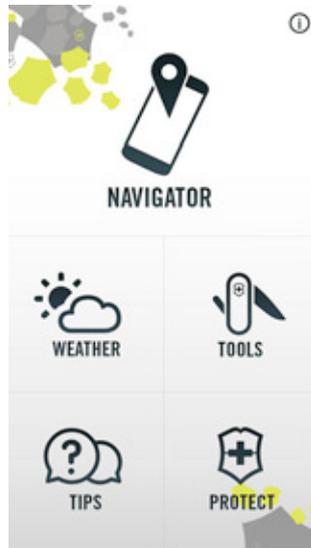
Tra i siti da me elencati precedentemente si possono trovare due tipi di guida al festival open-air:

Oltre ai siti e blog presenti sul web possiamo trovare anche: un libro/diario di una blogger tedesca chiamatosi "40 Festivals in 40 Wochen", un'applicazione per smartphone firmata Victorinox e un manuale idealizzato da Migros, che comprende 100 suggerimenti per godersi appieno l'estate.

Christine Neder è una blogger tedesca, ideatrice di "40 Festivals in 40 Wochen".

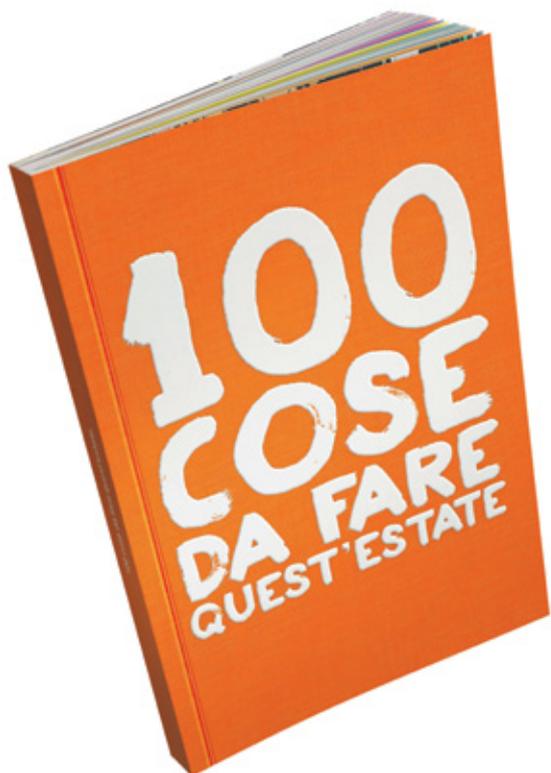
Nel 2012 la blogger ha partecipato a quaranta festival open-air in quaranta settimane, pubblicando articoli sul suo blog, e ricavandone in fine una guida/diario ai festival per l'estate del 2013, "40 Festivals in 40 Wochen", dove ha raccolto le sue avventure e disavventure.



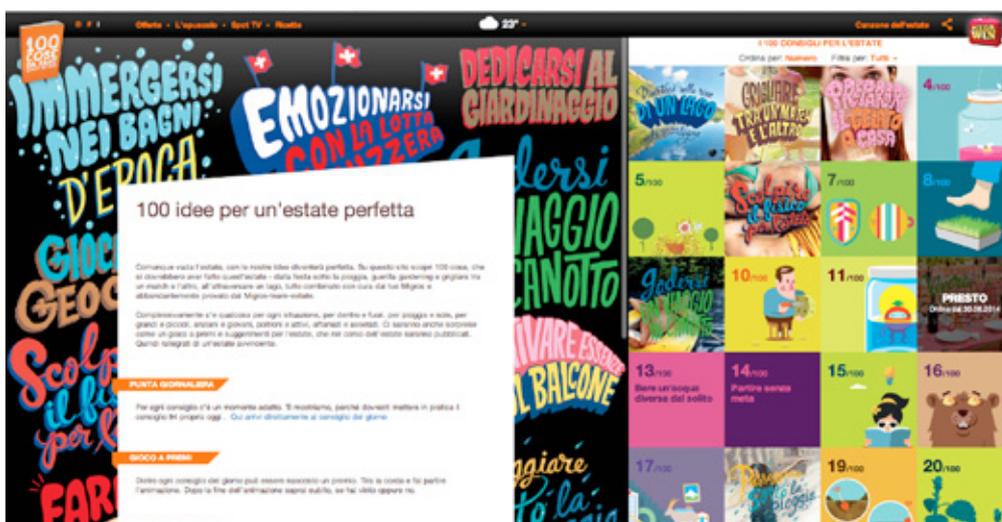


Victorinox, nel maggio del 2013, ha realizzato l'unica e più recente applicazione per l'amante del festival open-air. Come il coltello svizzero, essenziale per le attività all'aperto, "Festival Ready" è il compagno eccellente per la stagione dei festival open-air, offre strumenti utili e innovativi che aiutano a soddisfare tutte le esigenze riguardo al festival: si possono trovare i propri amici, localizzare il campeggio segnato in precedenza, creare checklist per il bagaglio, messaggistica istantanea, bollettini meteorologici in continuo aggiornamento, e utilizzare la mitica torcia. Quest'applicazione è disponibile per il download soltanto nello store inglese.





Migros ha realizzato per l'estate del 2014 un manuale che s'intitola "100 cose da fare quest'estate", il quale contiene cento attività e suggerimenti che garantiscono svago e divertimento in modo da non annoiarsi mai durante la stagione estiva. Questo vademecum per l'estate propone attività ricreative di ogni genere, che si possono svolgere sia all'esterno che all'interno, con il sole o con la pioggia, ed è adatto a tutte le età. Esso sembra essere incentrato sulla riscoperta della propria nazione al cittadino svizzero, con molte sezioni dedicate al viaggiare, alle tradizioni e alle escursioni in montagna. Il libretto fornisce anche ricette, lavoretti manuali, e vuole, a mio parere, risvegliare la creatività e la fantasia repressa in ognuno di noi, suggerendo come ultimo consiglio di stilare la propria bucket list. All'utente il manuale appare fresco, allegro e colorato, con una copertina arancione che richiama il logo Migros. Esso, inoltre, ha una grafica piacevole all'occhio e racchiude in sé illustrazioni digitali, infografica, fotografia e piccoli accessori come tatuaggi o semi da piantare. Oltre al manuale esiste anche il sito web www.100dinge.migros.ch/it che accompagna e completa il progetto di Migros. Sul sito si possono trovare tutti e 100 i consigli della versione stampata, le offerte di prodotti scontati di Migros, gli spot TV, e un'ampia varietà di ricette fresche e sane. Viene anche offerta la possibilità di partecipare a concorsi giornalieri.



Migros, 100 idee per un'estate perfetta, www.100dinge.migros.ch/it

Riguardo alla guida in formato cartaceo, questa è suddivisa in tre colonne per la parte che riguarda l'indice, mentre il resto è impaginato su due colonne. Spesso sulla pagina sinistra è presente la fotografia con il titolo illustrato che riguarda il testo della pagina accanto. A dipendenza dell'attività proposta, questa può occupare da quattro a una pagina, se non addirittura mezza. I colori utilizzati all'interno delle pagine servono a differenziare i diversi temi ma non si riferiscono a una determinata categoria.



Identità visiva dei festival open-air

Ogni festival ha una propria identità visiva, e questo dipende molto anche dal genere musicale che questo offre. Esistono dei festival che prediligono un genere musicale ad un altro, questo fa sì che gli organizzatori debbano rispondere in modo coerente alle aspettative del loro pubblico, anche e soprattutto a livello grafico (metal e folk difficilmente condivideranno un festival open air, e altrettanto difficile sarebbe trovare uno stratagemma grafico che accontenti tutti e due).

Malgrado queste difficoltà tecniche sempre più festival cercano di attirare più spettatori possibili, variando di molto il programma offerto loro. E proprio dalla grafica "mista" di questi festival che cercherò di trarre ispirazione.

Qui di seguito ho analizzato alcuni flyer attuali.



Wacken Open Air

Quest'anno è il 25esimo anniversario del festival di Wacken, quindi il suo volantino non può essere che "celebrativo", mantenendo il classico aspetto tetro. Al centro il celebre teschio bovino, con l'immane corona d'alloro. I colori utilizzati sono il nero, l'oro e il bianco.

Sotto troviamo un fiocco con le date dell'evento, e due fari che puntano verso gli angoli. Tutti gli elementi del flyer si trovano all'interno di una cornice oro. In alto sono indicati gli sponsor mentre in basso si possono trovare le informazioni generali del festival. Il font utilizzato è tozzo e ha le terminazioni a forma di cuneo, molto imponente ed eccentrico.

Il flyer ha un'aspetto consumato e sporco. Il volantino di Wacken è sostanzialmente lo stesso da molti anni, si rinnova soltanto l'impaginato e qualche particolare.



Summer Breeze

Una cosa che accomuna i flyer di musica metal è proprio questo senso di lercio e logoro, l'utilizzo di teschi indemoniati o non umani, l'oscuro e il malvagio. Qui i colori utilizzati sono il nero, il blu, il bianco e il rosso. La prima metà del volantino serve per mostrare gli sponsor, i tre teschi posti al centro di un cerchio con all'interno delle frecce, subito sotto ci sono le date dell'evento e il luogo. La seconda metà del volantino è riservata alle band che suoneranno, utilizzano il logo di ogni singola band per le più importanti mentre le band minori condividono un font lapidario latino simile a quello di Wacken.



Greenfield

Anche il volantino di Greenfield è sostanzialmente lo stesso da dieci anni, a carattere musicale rock/pop, metal e world/folk/jazz, questo si ispira al luogo dove l'evento viene svolto, quindi uno sfondo di alpi svizzere, cielo blu e molto verde. Il logo sembra una scritta a pennello e sul volantino è presente una texture simile a una pennellata. Per la tipografia viene usato un carattere bastone abbastanza spesso provvisto di ombra esterna per facilitarne la lettura. I nomi delle band vengono alternati dai colori bianco e giallo, i primi sono gli headliner delle giornate. Sul fondo della pagina si trovano gli sponsor principali e quelli minori, con anche le date e il luogo dell'evento.



Isle of Wight Festival

Il festival dell'isola di Wight offre diversi generi musicali, con una predominanza di musica rock/pop. Il volantino si rifà molto agli anni 70, mantenendo l'aspetto hippie del periodo di nascita del festival. I colori principali sono il rosa per i particolari e l'azzurro come colore di base, con delle onde in filigrana/trasparenza. Lo stile del volantino si può definire "liberty" sia per i font utilizzati sia per gli elementi decorativi. Il flyer è molto eccentrico, soprattutto per le illustrazioni alla base che rappresentano Poseidone con a fianco due unicorni. In alto c'è il titolo e le date dell'evento.



Paradiso Festival

L'identità visiva per questo tipo di eventi si rifà sempre a qualcosa che deve ancora venire "la terra di domani" e "il paradiso", con uno stile fiabesco e mistico. È legato molto alla natura, infatti viene rappresentata un'isola fluttuante con molta fauna, farfalle e mongolfiere. Lo sfondo è un cielo con delle nuvole, stelle che brillano, bolle di sapone, raggi solari. È una composizione molto fiabesca e colorata. Il flyer è strutturato come tutti gli altri: sponsor, logo del festival, date, elenco di artisti e altre informazioni.



Electric Forest Festival

Anche qui si può vedere il legame alla natura e alle fiabe, la composizione del flyer è standard, la prima metà è dedicata al logo, luogo e data del festival e gli artisti più importanti. Nella seconda metà gli artisti meno noti e le informazioni generali. Sullo sfondo è presente una foresta con un alce sulla sinistra, sulla destra troviamo un gufo meccanico. Possiamo vedere l'accostamento di natura ed elettronica, musicale o tecnologica.



Tomorrowland Festival

Questo volantino è graficamente molto basic, essendo uno dei festival di musica elettronica più famosi al mondo, esse può permettersi di essere. Lo sfondo è composto da una foto del pubblico desaturata e colorata di beige, retinata che si sfuma a un cielo azzurro. Il logo di Tomorrowland riconduce alle fiabe e al mistero, e i grafici utilizzano un occhio onnipotente per il logo. Il resto del flyer è occupato dagli artisti che si esibiscono, usando i loghi originali. Il tutto incorniciato da un elemento fiabesco.

HipHop/R'n'B



Openair Frauenfeld

L'illustrazione che prende tutto lo spazio del volantino è molto creativa e accattivante. I colori principali sono il nero, il bianco e il giallo. I testi sono posizionati sulla destra all'interno di riquadri. I font utilizzati fanno parte della categoria bastoni ed egiziani, molto imponenti. Si potrebbe definire un flyer ispirato alla street art. Sotto i testi si intravedono delle texture e dei rettangoli colorati.



Summer Jam Festival

Un volantino quadrato, elegante, ordinato, e con il colore di fondo oro. Il logo grande in alto alla pagina, gli artisti e le informazioni varie. Sullo sfondo si intravede una città urbana e un triangolo sovrasta tutta la pagina.

World/Folk/Jazz



Womad UK

Qui si può vedere molto la musica dal mondo. I colori molto saturi (verde scuro per lo sfondo, giallo, verde chiaro, arancione, azzurro, rosso per i triangoli) le illustrazioni e anche la tipografia richiamano l'umano, le persone comuni. Il font, come se fosse battuto a macchina da un altro sapore al volantino e i triangoli che contengono le illustrazioni creano un disegno variopinto sulla pagina.



Newport Folk Festival

L'identità visiva di questo volantino imita molto lo stile marinairesco, questo perché il festival si svolge proprio in un porto. Vengono utilizzati solo il bianco per le scritte e il nero con una texture per lo sfondo. Per distinguere le categorie dei testi possiamo vedere dei filetti. Gli artisti sono separati da delle stelle, che vengono di seguito riprese nel marchio. Il marchio rappresenta un gabbiano che trasporta una chitarra, e ricorda molto il manifesto di Woodstock, il quale aveva la colomba della pace sul manico della chitarra.

Conclusioni

Per i festival che esistono da qualche tempo, e che quindi hanno una sorta di tradizione da rispettare, si nota che l'identità visiva non tiene più tanto conto dei generi musicali che il festival offre, ma cerca di ricondurre lo spettatore all'evento originale, mantenendo uno stile visivo retrò. Questo aspetto già visto in precedenza per quanto riguarda l'aspetto grafico del festival dell'isola di Wight.

A differenza dei festival che si susseguono negli anni, i festival di nuova generazione, ossia quelli nati da pochi anni, non hanno una tradizione da seguire e di conseguenza l'aspetto grafico s'incentra maggiormente sull'attrarre il pubblico: la musica in questo caso ha un dialogo forte e influenza molto l'identità visiva del festival.

In questo contesto l'aspetto innovativo non è mai mancato. Durante gli anni c'è comunque stata una volontà di rinnovamento dell'identità visiva del festival: durante questi periodi l'aspetto grafico si è evoluto insieme al festival e forse alla moda del momento. Per quanto riguarda i festival di genere musicale misto questa evoluzione e voglia di cambiamento sono notevoli, non essendo essi definiti da un genere musicale unico. Ciò che rimane invariato negli anni è il logo, che si adatta alle esigenze del periodo cambiando lievemente, prevalentemente nella forma o nel colore.

Nella pagina seguente è possibile vedere un'evoluzione del manifesto-scaletta musicale del festival Rock Werchter: dai giorni nostri agli anni '80.

Designer famosi

In questo capitolo sono presenti delle brevi biografie di grafici e artisti famosi, accompagnate da degli estratti dei loro lavori di forte rilevanza, che hanno avuto a che fare con il mondo della musica. Tra i loro lavori spicca la produzione di copertine di dischi e manifesti per festival.

Günther Kieser

Kieser nasce nel 1930 a Kronberg vicino a Francoforte/M. Dal 1946 al 1949 studia presso la *Werkkunstschule* a Offenbach, dal 1949 lavora come libero professionista, più precisamente come grafico. Alla fine degli anni quaranta incontra e conosce Horts Lippmann, uno dei primi fondatori di agenzie di concerti jazz in Germania, per il quale ha disegnato per molti anni sia manifesti e che copertine di dischi. Tra il 1952 e il 1962 fonda un atelier con Hans Michel, con il quale ha registrato il marchio "M+K". Nel 1956 diventa membro del *Deutscher Werkbund*, e, in seguito, anche della *Alliance Graphique Internationale* (AGI). Dal 1981 al 1992 è stato docente di Comunicazione Visiva presso la *Bergischen Universität Gesamthochschule Wuppertal*.

Nel corso degli anni Kieser ha creato manifesti fotografici combinando disegni e collage di oggetti fantasiosi tridimensionali, che egli fa costruire specificatamente per i suoi manifesti.

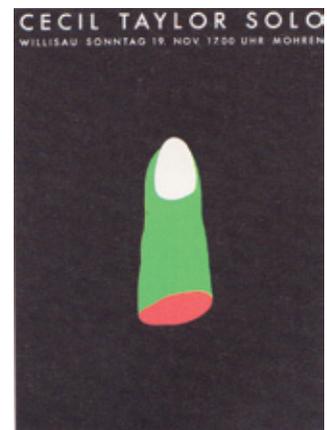
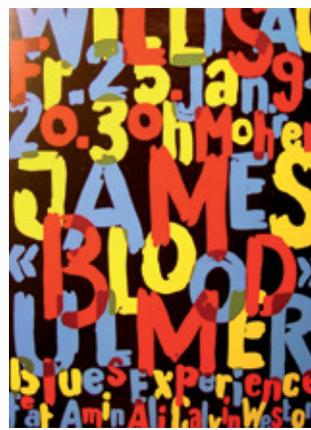
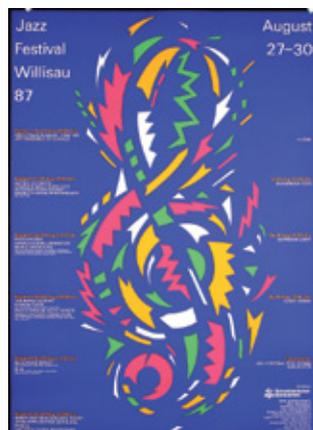
I manifesti di Günther Kieser sono diventati parte integrante della nuova scena musicale e della sua cultura visiva. I manifesti trattano temi attuali, di eventi contemporanei, con una prospettiva critica-politica.

I lavori di Kieser sono stati ampiamente pubblicati in opuscoli, copertine di album, ma anche all'interno di mostre, come ad esempio nel *Frankfurter Museum für Kunsthandwerk*, nel *Museum of Modern Art* di New York e in sale espositive di tutto il mondo, come a Berlino, a Berna, in Messico, Polonia e Cina.



Niklaus Troxler

Troxler nasce nel 1947 a Willisau, in Svizzera. Tra il 1963 e il 1967 segue un apprendistato come tipografo, mentre dal 1967 al 1971 studia *graphic design* alla *Schule für Gestaltung* di Lucerna. Nel 1972 lavora come art director presso la *Hollenstein Création* di Parigi sino al 1973, quando fonda il suo studio grafico a Willisau. Dal 1966 ha iniziato a organizzare i concerti jazz di Willisau e dal 1975 ha fondato l'omonimo festival. Ha organizzato il festival fino al 2009, passando il testimone a suo nipote, Arno Troxler. I lavori di Troxler - in particolare i suoi manifesti di concerti e le copertine di dischi - hanno vinto numerosi e importanti premi internazionali. I suoi manifesti si trovano nelle collezioni più rinomate in tutto il mondo, tra cui il *Museum of Modern Art* di New York. Troxler è membro dell'*Alliance Graphique Internationale* dal 1989 ed è stato insegnante presso la *Stuttgart State Academy of Art and Design* di Stoccarda dal 1998 al 2013.



Milton Glaser

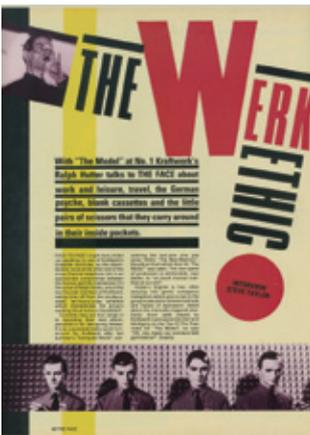
Per molti, Milton Glaser è l'incarnazione del *graphic designer* americano della seconda metà di questo secolo. La sua presenza e l'impatto internazionale che ha avuto sulla professione del grafico sono formidabili. Immensamente creativo e articolato, è un uomo moderno-rinascimentale – uno dei rari illustratori-designer intellettuali che porta una comprensione profonda di un pensiero concettuale, combinato con una ricchezza di linguaggi visivi diversi, al suo lavoro individualista di grande inventiva –. Nato nel 1929, Milton Glaser ha studiato presso la *High School of Music and Art* e la *Cooper Union Art School* di New York e, tramite una borsa di studio, all'Accademia di Belle Arti di Bologna. Nel 1954 co-fonda il rivoluzionario *Pushpin Studios*, mentre nel 1968 insieme a Clay Felker fonda *The New York Magazine* e nel 1983 la *WBMG* con Walter Bernard. Durante la sua carriera, Glaser è stato un prolifico creatore di manifesti e stampe. Le sue opere sono apparse in mostre di tutto il mondo e il suo lavoro è nelle collezioni permanenti di molti musei. Glaser è una figura influente sia nel design sia nell'istruzione: ha, infatti, contribuito alla stesura di saggi e rilasciato interviste di design. Tra i numerosi riconoscimenti ottenuti nel corso degli anni, ha anche ricevuto, nel 2004, il *Lifetime Achievement Award*.



Neville Brody

Brody nasce nel 1957 a Londra. Nel 1975 studia all' *Hornsey College of Art* frequentando il corso di Belle Arti, mentre l'anno seguente frequenta il corso di grafica al *London College of Printing*. Si fa conoscere grazie al suo talento creativo come disegnatore di poster per concerti, copertine di album, esibizioni artistiche e musicali di Londra. Diventa art director della rivista *The Face* nel 1981, apportando modifiche all'orientamento artistico dell'immagine e dei font: in particolare innovazioni grafiche in stile punk-ribelle. La rivista sarà nominata negli anni ottanta come manuale di stile da cui trarre ispirazione. Il talento di Brody gli permette di lavorare come art director e grafico per diverse riviste. Ciò gli permette di rinnovare la grafica dei giornali inglesi *The Guardian* e *The Observer*.

Nel 1988 viene pubblicata la prima delle due monografie di Neville Brody - *The Graphic Language of Neville Brody* - che diventa un *best seller* in ambito grafico mondiale. Nel 1989 co-fonda insieme al designer Erick Spiekermann *FontShop*, "fonderia" digitale di font, creando nel 1990 il progetto Fuse. Lo scopo è di valorizzare il mondo della grafica come mezzo di comunicazione, con la creazione di nuovi font e stili, grazie anche allo sfruttamento delle nuove tecnologie digitali. Nel 1994 Brody fonda il *Research Studio* che, sin da subito, diventa il punto di riferimento per chiunque lavori nell'ambito di *graphic design*, attirando anche clienti importanti come la Paramount Pictures, Nike, Disney e altri. La *Research Studios* si occupa di vari settori media, che variano dalla stampa al web, alle locandine di film, al design di ambienti. Nello stesso anno pubblica la sua seconda monografia, che raccoglie i suoi lavori a partire dal 1988. Nel 2006 rinnova l'immagine del *The Times*, sostituendo il Times New Roman con un font ideato per l'occasione: il Times Modern.



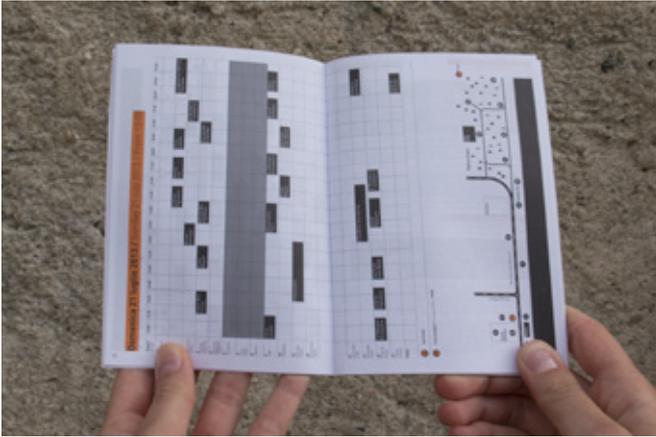
Prodotti editoriali di altro genere

A questo punto dell'analisi, la decisione di analizzare altri prodotti editoriali in formato tascabile - e quindi simili all'idea del mio prodotto finale - è d'obbligo. In quanto il contenuto degli stessi tratta eventi tuttora in corso, si può parlare di attualità e quindi di un'identità visiva presente e costante. Quest'analisi mi sarà utile per capire e per osservare concretamente l'elaborazione, l'impaginazione, l'utilizzo dello spazio e, soprattutto, la dimensione minima del font utilizzato in questi prodotti.



LongLake Buskers Festival – Programma 2013

Una canzone diceva “Lugano bella”. Per me bella soprattutto quando arriva il periodo estivo, ossia quando ci sono tante attività legate alla musica a cui poter partecipare. Il libretto è in formato A6, stampato unicamente con due colori: arancione e nero. L’impaginato è regolare e occupa tutto lo spazio fornito dalla pagina, andando anche ad avvicinarsi molto ai bordi, ad esempio arrivando fino a un paio di millimetri dal taglio. Ad esclusione della copertina, la dimensione del font rimane sempre uguale – 7pt –, variando solo con i pesi che fornisce il carattere. Viene anche fornito lo stesso testo in lingua inglese e, per differenziarlo, è stata utilizzata una graduazione minore di nero. Invece, per differenziare al meglio il nome della band dalla descrizione al giorno in cui essa si sarebbe esibita, anche a causa della disponibilità ridotta dei pesi del font, questi sono stati distinti tramite il colore o l’evidenziazione. Sotto le didascalie si trova la fotografia dell’artista accompagnata dal testo, che in questo caso è una biografia dell’artista ritratto nella foto. All’interno si può inoltre trovare una tabella che indica i luoghi, gli orari, gli artisti, dove e quando essi si esibiranno, e, alla base di tutto, una piccola mappa di orientamento. Il font utilizzato in tutto il libretto qui viene a mancare: la dimensione di 6pt, se non addirittura 5pt per la mappa, e di peso *light* rende difficile la lettura, soprattutto di notte.

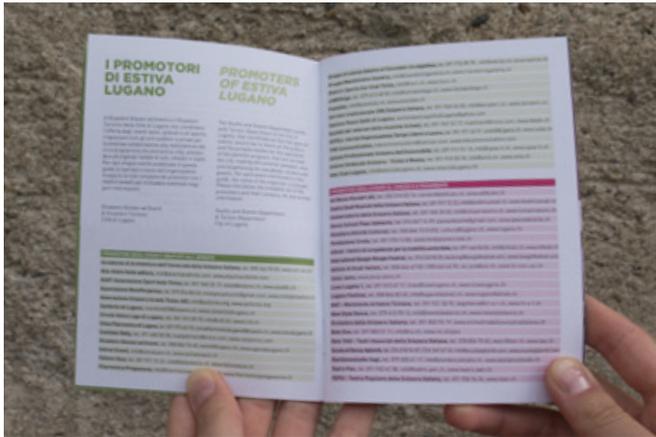




Estiva Lugano – 2012

La copertina del libretto parla già da sola, infatti comprende già la gran parte delle attività e degli eventi gratuiti, illustrate con stili e colori diversi, e applicando un effetto consumato alle tinte piatte. I colori principali utilizzati all'interno del libretto sono il verde, il magenta e il blu, oltre alla quadricromia per le fotografie. Il libretto è perlopiù strutturato in tre colonne, e utilizza dei filetti orizzontali prolungati per far capire chi si esibirà quel giorno. La data viene rappresentata in 11pt. Sotto di essa troviamo l'orario e il luogo tra i 5-6pt light, mentre ancora più in sotto una fotografia e la categoria a cui appartiene. Il titolo dell'evento è di dimensione leggermente maggiore rispetto al resto del testo, ossia 7pt bold. Il testo restante è della stessa dimensione della didascalia – roman – mentre l'inglese si differenzia con un light italic.

All'interno troviamo pure un calendario, il quale differenzia in verde gli eventi all'aperto e in magenta gli eventi al chiuso, e ciò è stato fatto tramite delle evidenziazioni con il colore puro per il titolo, e più chiaro e opaco per gli eventi sottostanti. Per le offerte indoor di Agenda Lugano vengono utilizzate due colonne e il colore magenta, il quale crea una cornice attorno alla pagina.

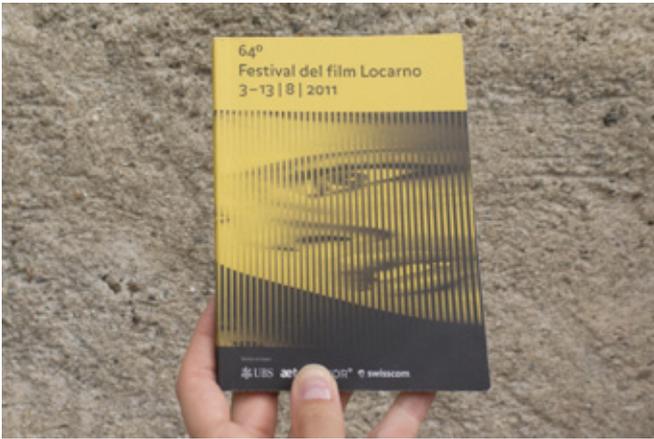




LongLake Festival Lugano – 2012

Il pieghevole di LongLake è diviso in sei pagine, ognuna delle quali possiede un colore differente, poiché rappresenta un evento diverso all'interno del festival: viola, arancione, verde, rosa, giallo e rosso. Il formato è leggermente più alto di un A6, infatti è di 17cm. I colori hanno una tonalità molto opaca e chiara, sono utilizzati anche sulla copertina e il retro del depliant, creano delle fasce di onde del lago, dove nuotano pesci, anatre, ancore e piante acquatiche. Per il programma è stata mantenuta una banda in alto colorata (un colore che si mantiene per tutti gli elementi di quella pagina), dove le onde rispetto al fronte passano al negativo – quindi bianco –, lasciando lo spazio per il testo. La dimensione del titolo è di 20pt mentre il testo è di 9pt, entrambi differenziati da pesi *bold* e *light*.





Festival del film Locarno – 2011

Il programma del Festival del film di Locarno è molto rigoroso e preciso. Anche qui i colori utilizzati sono soltanto il nero e il giallo, ossia i colori principali e caratteristici del festival. Il giallo in questo caso è utilizzato per evidenziare la data e l'ora in alto alla pagina. Il testo è di 6pt *light* e *bold*, mentre i titoli dei film sono di 10 pt, sottolineati da un filetto grigio spesso 1pt. La griglia sottostante è composta da tre colonne, una utilizzata per indicare il luogo e le date, le altre due usate come una sola colonna più larga per il titolo e per le specifiche del film.





House – Eames Collection 2010

Si tratta di un catalogo per mostrare il font

“Eames Century Modern” creato dalla *House Industries*, e ispirato e dedicato a Ray e Charles Eames.

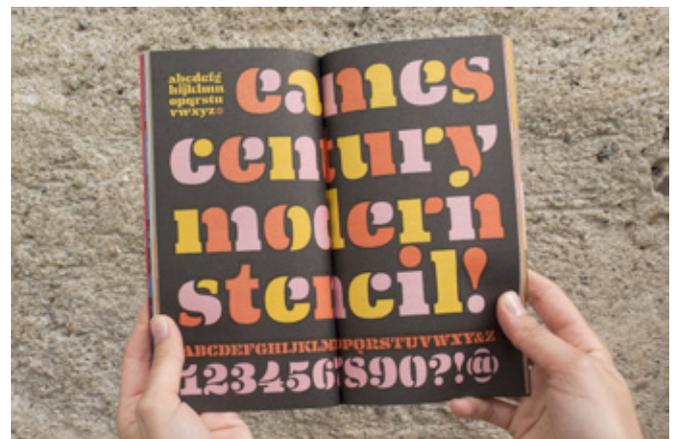
Non si tratta del solito campionario di font, dove generalmente i vari spessori del carattere vengono elencati ed etichettati, ma si basa sullo stile dei coniugi Eames, creando un artefatto unico, illustrativo e giocoso. All'interno dell'impaginato viene mostrato il font nella sua interezza, dalla versione più magra – *thin* – alla più spessa – *black* – per arrivare allo – *stencil* –.

Sembra quasi una specie di gioco dell'oca, dove viene mostrato il contenuto del catalogo.

I font sono rappresentati in due pagine affiancate, che, divise a metà, creano dei quadrati colorati dove al loro interno vi sono delle lettere oppure delle texture/simboli.

Il fatto che non ci sia, all'interno dell'impaginato, una rigosità precisa e strutturale mi fa credere possa essere un'ipotesi d'impaginazione adatta al mio progetto. La tipografia crea giochi e illustrazioni, racchiudendo in sé una texture. Il tutto è molto piatto, le fotografie sono state retinate e virate in bianco e nero. I colori utilizzati sono: rosso, rosa, blu, giallo, nero e bianco (carta). Stampato su carta riciclata, la copertina ha una grammatura più spessa, ossia una brossura.

È sicuramente un tipo di impaginato a carattere esplosivo, dove ogni pagina che viene sfogliata è una sorpresa: è decisamente un prodotto accattivante.



Per non trascurare la parte linguistica, e per far sì che il prodotto sia interessante e piacevole, e non solo attraente da un punto di vista grafico, ho eseguito una ricerca riguardante diverse guide-manuali, con diversi stili linguistici. Visionando le guide presenti in circolazione, si può osservare come queste comunichino prevalentemente in modo serio e descrittivo. Per un target tra i 18 e i 22 anni e, soprattutto, per ragazzi e persone che frequentano i festival, questo tipo di forma di scrittura non è dei migliori. E non è nemmeno ciò che loro chiedono, come si può osservare dai risultati ottenuti dal questionario. Ho dunque deciso d'analizzare sia delle guide che utilizzano un tipo di linguaggio giovanile, sia altre dal linguaggio più serio e formale. Questo mi consente di effettuare un confronto tra i tipi di linguaggio, e di dedurre quale sia più adatto alla mia guida.

2° Manuale delle Giovani Marmotte di Walt Disney

Questo manuale è rivolto a un target molto giovane, dai 7 ai 14 anni. Il linguaggio usato risulta molto semplice, senza parole complicate o specialistiche. Sono presenti molti consigli, suggerimenti, avvertenze, giochi da poter creare/fare, ecc. Il modo in cui si rivolge ai lettori è diretto, infatti è scritto in seconda persona plurale, questo plurale da un senso di unità, in linea con l'idea che si ha delle giovani marmotte: un gruppo di piccoli uniti da giochi e avventure.

“Volete fare il nanetto ballerino nonché equilibrista? No, non dovete seguire diete speciali per “restringervi”! Avete solo bisogno di un complice.”

100 Cose da fare quest'estate di Migros

Il manuale di Migros dà consigli per passare un'estate indimenticabile, in modo da intrattenersi e sopravvivere a questi mesi di vacanza. Scritto per la gran parte con un tono impersonale e in seconda persona plurale – ogni tanto varia alla seconda persona singolare –, esso è anche ironico e divertente. Questo manuale è adatto a un ampio target, così come per tutta la famiglia.

“Diventa architetto paesaggista: senza un diploma, ma con i giusti semi nel posto adatto si può trasformare anche il più squallido spartitraffico nel giardino dell'Eden.”

Guida galattica per gli autostoppisti di Douglas Adams

Libro di narrativa fantascientifica, ironico e divertente, ambientato nello spazio. Sono molto interessanti per il mio artefatto le citazioni che vengono riportate, in corsivo, fra le vicende che colpiscono i personaggi. Queste citazioni, ma possiamo anche chiamarle definizioni, entrano nel testo quando si sta parlando di un tema o di un termine neanche troppo stravagante, ma che nel libro acquista una particolarità tutta sua: l'autore parte da una definizione abbastanza comune del termine e vi deriva delle storielle bizzarre, in linea con lo stile del libro.

“L’asciugamano, dice, è forse l’oggetto più utile che l’autostoppista galattico possa avere. In parte perché è una cosa pratica: ve lo potete avvolgere intorno perché vi tenga caldo quando vi apprestate ad attraversare i freddi satelliti di Jaglan Beta; [...] potete usarlo come vela di una minizattera allorché vi accingete a seguire il lento corso del pigro fiume Falena; potete bagnarlo e usarlo in un combattimento corpo a corpo; [...] e se è ancora abbastanza pulito, per asciugarvi, naturalmente.”

Il peggiore dei casi – Manuale di sopravvivenza di Joshua Piven e David Borgenicht

Ne *Il peggiore dei casi – manuale di sopravvivenza* troviamo consigli per sopravvivere, o almeno provare a farlo, a una quantità incredibile di disgrazie, alcuni esempi: come saltare da un’automobile in movimento, come sfuggire alle api assassine, come fare atterrare un aereo, come eseguire una tracheotomia, e via dicendo. Il tono che viene usato è serio, formale, malgrado i casi siano casi limite, gli autori hanno sviluppato un vero e proprio manuale di sopravvivenza. È scritto in seconda persona plurale, in modo chiaro, adatto ad un target ampio, 20-80 anni.

“Le sabbie mobili non sono altro che sabbia mischiata ad acqua, che le rende simili a un liquido: non è affatto facile uscirne. Se cercate di estrarre un arto da un banco di sabbie mobili, dovete contrastare il vuoto lasciato dietro. Ecco alcuni suggerimenti: [...]”

Vienna dell’Istituto Geografico DeAgostini

La classica guida per visitare una città. Sono presenti diverse informazioni, prevalentemente storiche. Vengono raccontati i monumenti storici, il classico “cosa visitare”, eventi storici accaduti, e le personalità che vi hanno abitato. Il linguaggio utilizzato non ha nulla a che fare con il progetto che ho intenzione di realizzare, dato che manca completamente di ironia.

“Il centro storico di Vienna a differenza di quello di Londra o di Parigi, si può tranquillamente visitare a piedi. La metropolitana (U-Bahn) può servire solo per arrivare in Stephansplatz, per spostarsi lungo il Ring o per raggiungere il Belvedere e Schönbrunn. Gli itinerari consigliati sono abbastanza brevi e quindi alla portata di tutti. Le voci in neretto rimandano alla sezione cosa vedere dalla A alla Z.”

Conclusioni

In conclusione, dopo questa ricerca, posso affermare che il linguaggio che utilizzerò nello scrivere il mio manuale è simile a quello di Guida galattica per gli autostoppisti. Vivace, allegro, frizzante e ironico. L'uso della seconda persona plurale, più volte ritrovato in queste analisi, diviene quasi d'obbligo.

Ecco alcuni estratti di linguaggio all'interno del prodotto finale.

Introduzione generale

"Ogni estate, in tutta Europa, vengono svolti tantissimi festival musicali... ecco a voi la guida che risolverà i vostri dilemmi su cosa portare, dove campeggiare, ... e che vi informerà su tutto ciò che dovete aspettarvi da questi grandi eventi! Questa guida è dedicata ai "novellini"; dunque a coloro che non hanno mai partecipato a un festival open-air."

Introduzione alla sezione

"Questa sezione serve a dare un'idea di cosa portare e cosa non portare a un festival open-air. Si è cercato di limitare gli oggetti all'essenziale, in modo da consigliarvi ciò di cui avrete sicuramente bisogno. In questo modo non avrete un bagaglio troppo pesante da trasportare! Inoltre, campeggiare qualche giorno a un open-air non è come campeggiare tre settimane nella foresta pluviale: il necessario è molto ridotto!"

Testo all'interno del capitolo

"L'igiene prima di tutto (soprattutto per i ragazzi). Ok, state andando a un festival open-air, ci sarà sempre chi puzzerà più di voi, ma una sciacquatina ogni tanto non fa male a nessuno. All'interno del campeggio ci sono tende, servizi igienici, docce e tutto il necessario per spazzolare via il vostro sudiciume e i postumi della sera prima."

Se ne avete la possibilità,
scegliete il campeggio più lontano
dal luogo del festival:
il soundcheck alle 8 del mattino
non è una bella sveglia,
soprattutto dopo essere andati a
dormire poche ore prima.
E state sicuri che anche nel
campeggio più lontano si sentirà.

"one, two"
"ONE, TWO"
"check!"
"CHECK!"

Metodo di ricerca

Oltre alla ricerca dello stato dell'arte, per completare la raccolta d'informazioni che riguardano l'esperienza del festival open-air, è stato deciso di proporre a 100 persone un questionario, ossia una raccolta di dati di tipo quantitativo. Il questionario è suddiviso in due parti: la prima parte è dedicata a chi ha già partecipato a un festival, e la seconda a chi non vi ha mai partecipato, ma ne è interessato. In questo modo le informazioni raccolte saranno atte a capitalizzare le esperienze altrui e trasformarle in citazioni e aneddoti per il progetto finale. Dalle prime risposte al questionario, si deduce che la maggior parte di chi non ha mai frequentato un festival ritiene che una guida/manuale si rivelerebbe utile.

Le domande poste all'interno del questionario sono basate su ciò che saranno i contenuti del progetto finale. È stato realizzato su Google Drive e in seguito pubblicato sulla mia bacheca di Facebook. È stato chiesto, a chi aveva compilato il questionario, di condividerlo a loro volta sulla loro bacheca.

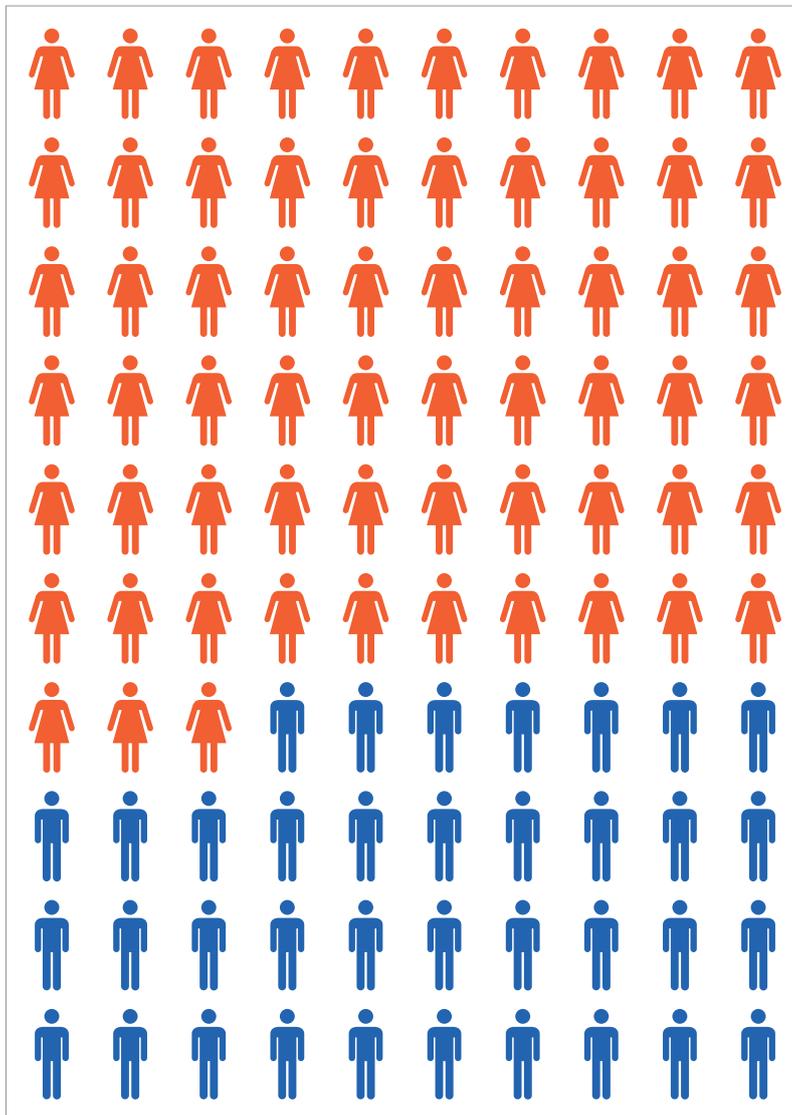
In appendice si può trovare il questionario per intero.

Analisi delle risposte al questionario

Si è deciso di rappresentare le risposte ottenute dai partecipanti al questionario attraverso la tecnica dell'infografica. Alcune di queste saranno destinate a far parte del contenuto della guida – e quindi risulteranno maggiormente illustrate – mentre le restanti, rappresentate in modo più semplice, rimarranno disponibili per un'eventuale consultazione all'interno del dossier.

Le illustrazioni, in formato A6 come il manuale, contengono – se non la domanda posta all'interno del questionario – un titolo, per permettere al lettore di capire l'argomento trattato.

I colori utilizzati sono gli stessi presenti anche all'interno della guida.



Genere

Delle 100 persone che hanno risposto al questionario, il 63% appartiene al sesso femminile, e, di queste, soltanto il 15% non ha mai partecipato a un festival open-air. Il restante 37% dei partecipanti è di sesso maschile, e solo il 6% non ha mai partecipato a un festival.

Per rappresentare il genere maschile e, rispettivamente, quello femminile, ho preso spunto dalla segnaletica dei gabinetti pubblici: arancione scuro per lei, blu scuro per lui. Il risultato ottenuto da questa rappresentazione minimalistica da, sin dalla prima occhiata, un'idea qualitativa dell'insieme.



Età

Come si può vedere la percentuale maggiore di risposta al questionario appartiene alla fascia d'età tra i 21 e i 25 anni. Questo è proprio il periodo dove molti iniziano ad apprezzare i festival, e spesso essi sono già diventati una routine. Nella fascia d'età precedente, così come in quella successiva, la frequentazione al festival diminuisce.



Lingue conosciute

Le lingue conosciute e parlate in questo caso sono: l'italiano al 100%, l'inglese al 92%, il francese al 75%, il tedesco al 60%, lo spagnolo al 20%. Mentre per quanto riguarda le altre lingue l'11% con una maggioranza di portoghese.

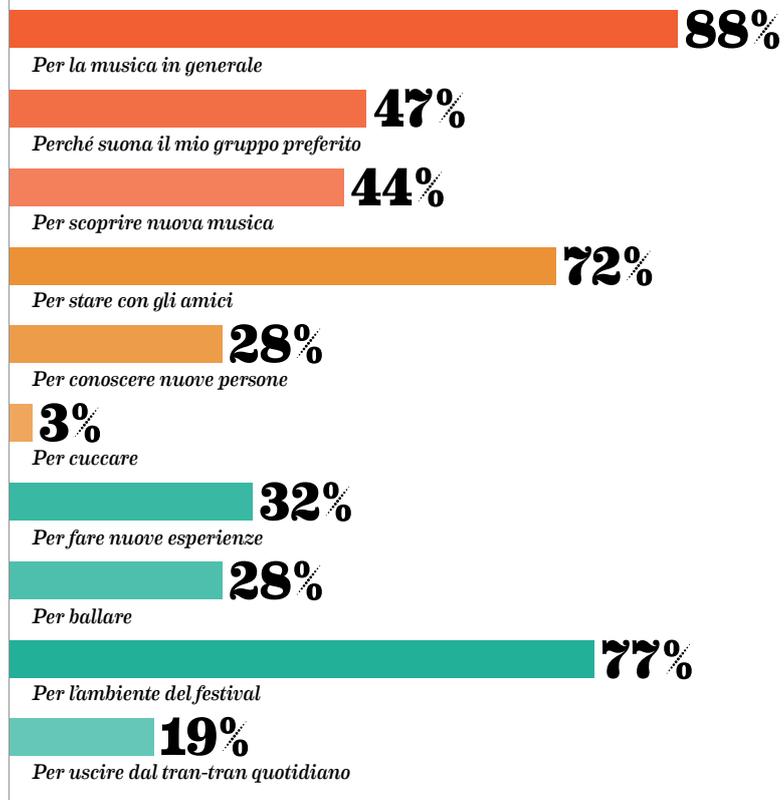
L'infografica è composta da un solo colore: il turchese, uno dei colori principali della guida. La rappresentazione avviene attraverso dei fumetti, di grandezze diverse in base alla percentuale. All'interno dei fumetti ho tradotto la parola "Ciao!" nelle varie lingue, utilizzando font diversi, in modo da rappresentare lo stile visivo dell'idioma. I font utilizzati sono: Bodoni per l'italiano, Gill Sans per l'inglese, Didot per il francese, Trade Gothic per il tedesco, Garamond per lo spagnolo e il Nueva Sdt per il portoghese/altro.



Nazionalità

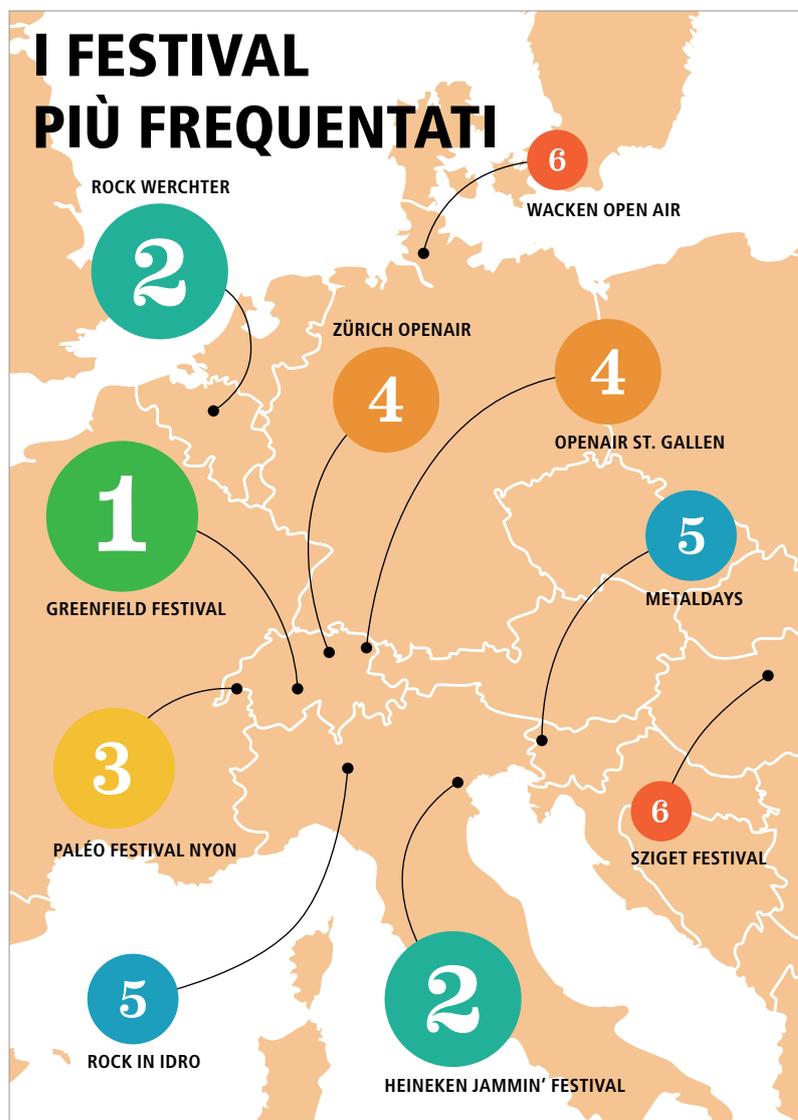
La nazionalità dei partecipanti al questionario è stata rappresentata, nell'infografica, sia attraverso la dimensione del passaporto, sia dalla percentuale effettiva ottenuta: svizzera 82%, italiana 16%, tedesca 2% e altra 2%. La gamma di colori da me scelta, in questo caso, non era abbastanza ampia, quindi, per mantenere il colore del passaporto simile all'originale ho aggiunto tre colori: rosso, borgogna e viola.

PERCHÉ VAI A UN FESTIVAL OPEN-AIR?



Perché vai a un festival open-air?

Alla domanda "Perché vai a un festival open-air?" la maggioranza delle persone ha indicato come motivo principale la musica in generale (89%), e ciò rispetta le mie aspettative. Al secondo posto troviamo il motivo sociale del passare del tempo con gli amici (72%), mentre al terzo posto perché suona il gruppo preferito (63%). L'ambiente che si crea è anche uno dei buoni motivi che attrae anche le persone a frequentare il festival (53%), così come la scoperta di nuova musica (43%).



Hai già partecipato a un festival open-air?
 Se sì, a quali festival open-air hai partecipato?

Mentre il 21 % degli interpellati non è mai stato a un festival open-air, il restante 79% ci è stato e ha partecipato ai seguenti festival (per frequentazione).

Per visualizzare le risposte della domanda, ho deciso di rappresentare le stesse all'interno di una cartina dell'Europa. La frequenza al festival è definita da: dalla gradazione di colore che dal verde va all'arancione scuro, così come dalla dimensione dei cerchi e dal numero assegnato.

Con chi vai o andrai al festival?

99%

Amici

49%

Il mio ragazzo/la mia ragazza

23%

Amici di amici

19%

Compagni di scuola

16%

Conoscenti

9%

Parenti

5%

Da solo

Con chi andrai o con chi vai solitamente al festival open-air?

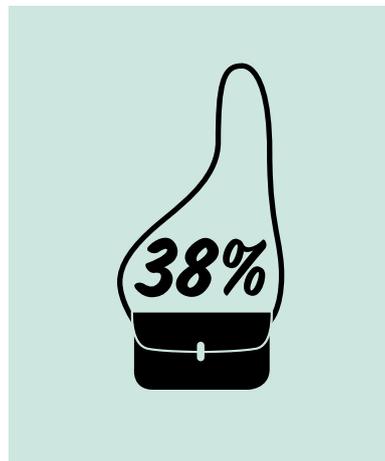
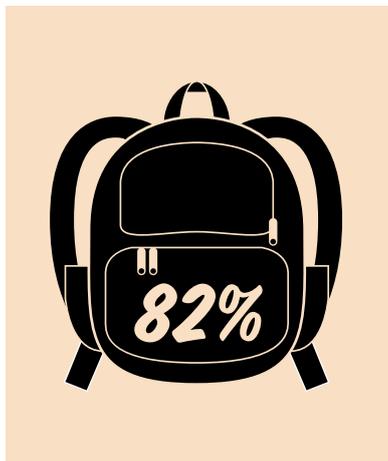
Come si può chiaramente vedere dai dati ottenuti, la partecipazione ai festival con gli amici prevale (99%), seguita dalla partecipazione in coppia (49%).



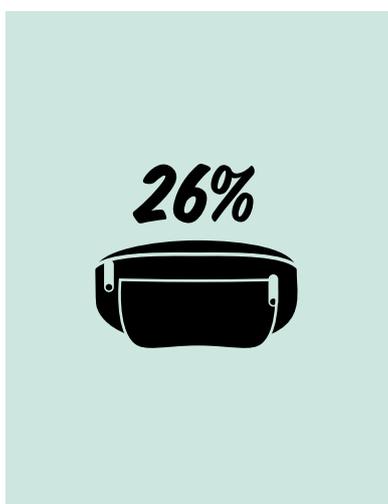
Con quali mezzi di trasporto andrai o vai solitamente agli open-air?

Il mezzo di trasporto che si predilige è l'automobile, comoda per chiunque abbia la patente, con una percentuale del 78%, seguita dal treno (61%), dall'aereo (30%), dai mezzi di trasporto pubblici (8%) e dalla moto (4%).

L'illustrazione mostra il mezzo di trasporto all'interno di un cerchio, e una freccia che contiene la percentuale corrispondente, indirizzata verso il centro della pagina, dove vi è la domanda. La dimensione della freccia rispecchia la percentuale corrispondente. Ogni mezzo di trasporto proviene da punto e da un'angolazione diversi, in modo da accentuare al fatto che i partecipanti provengono da luoghi diversi, ma sono tutti diretti verso lo stesso punto, ossia il festival.



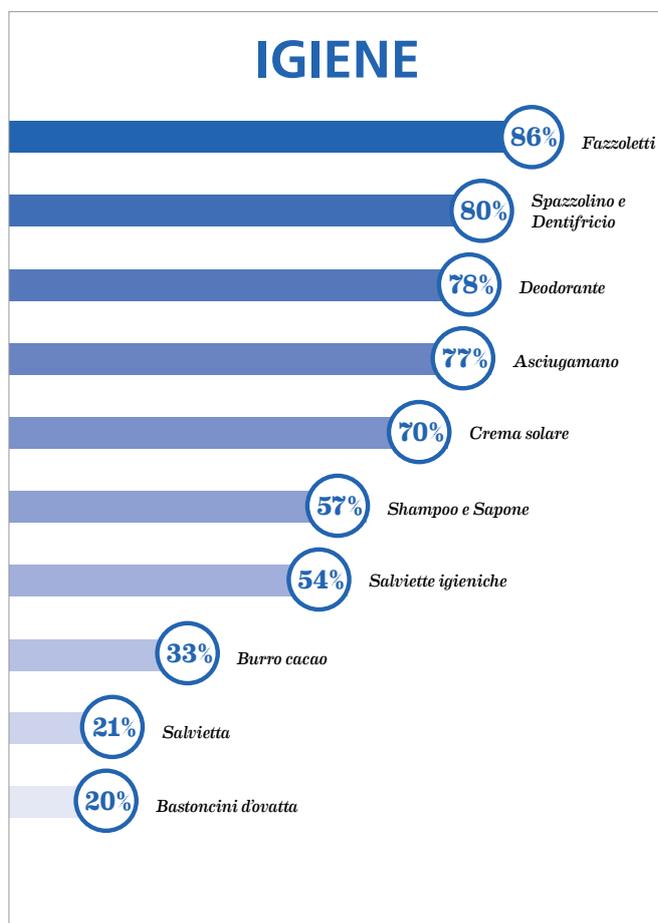
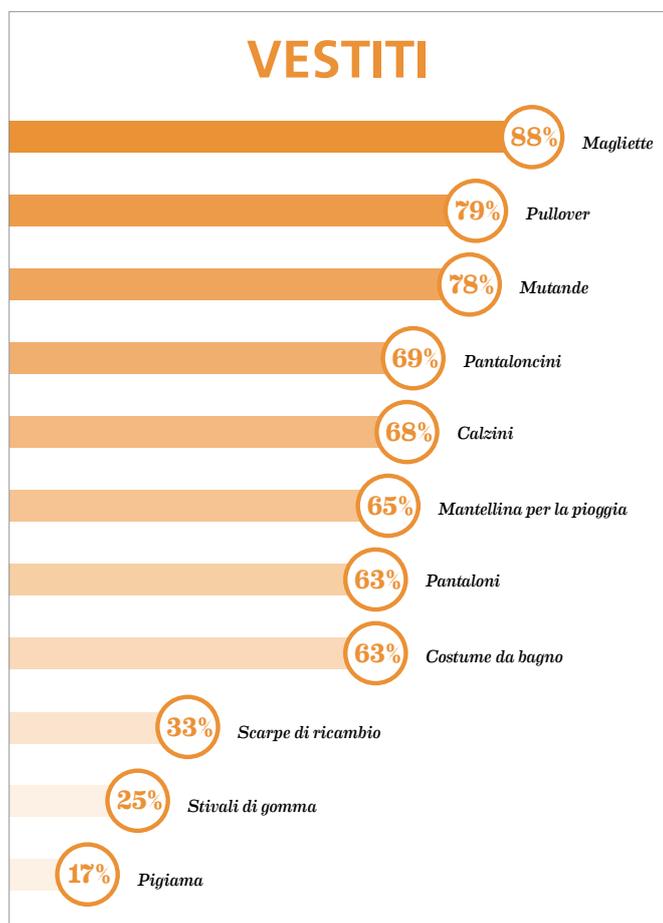
TIPO DI BAGAGLIO USATO



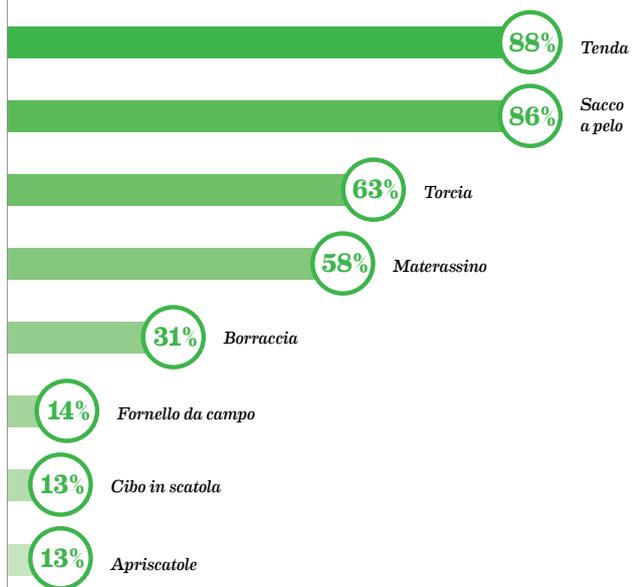
Che tipo di bagaglio userai o usi solitamente?

Lo zaino è il bagaglio più comodo che si può portare a un festival open-air. Esso permette di portare comodamente sulle spalle i propri vestiti e ogni altro oggetto necessario, consentendo allo stesso tempo una grande libertà di movimento. Invece quando si è all'interno del festival, una borsa o un marsupio possono bastare. Poiché i partecipanti al questionario sono in maggioranza donne, la borsa supera il marsupio.

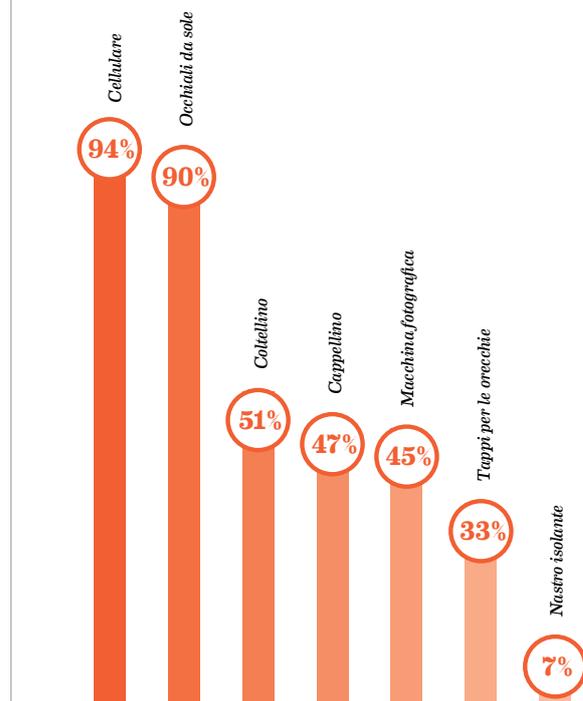
Di seguito delle semplici infografiche che mostrano quali sono gli indumenti e gli oggetti che le persone si portano ai festival open-air. Gli articoli più gettonati sono: il cellulare (94%), gli occhiali da sole (90%), le magliette (88%), la tenda (88%), il sacco a pelo (86%), i fazzoletti (86%), lo spazzolino e dentifricio (80%), i pullover (79%), le mutande (78%) e il deodorante (78%).



CAMPEGGIO



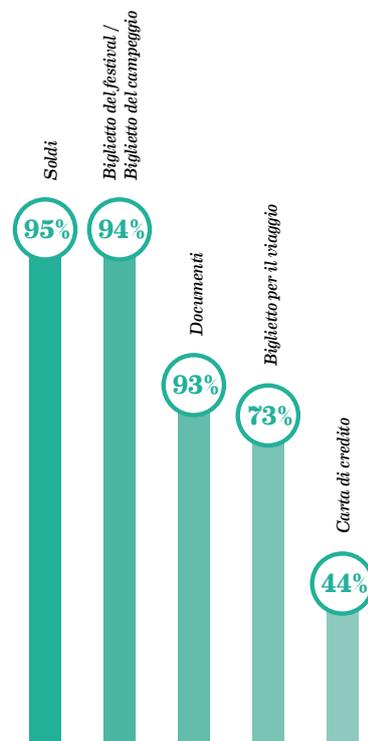
ACCESSORI



ALTRO



IMPORTANTE



Se sei già stato all'open-air, delle cose che hai indicato, quali sono le 5 risultate meno utili?

È possibile che durante il festival non si utilizzi tutto ciò che si è portato appresso.

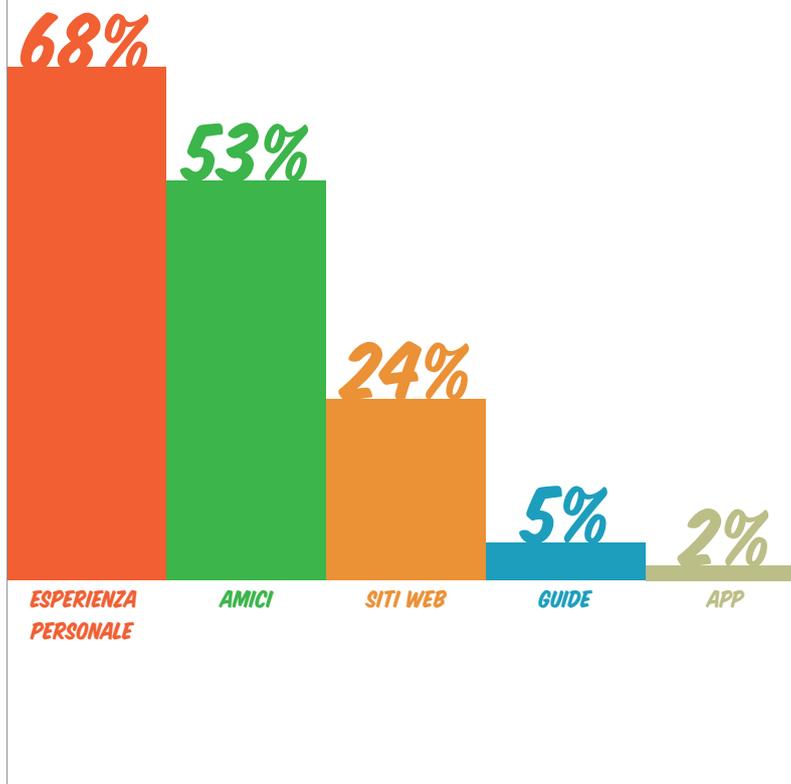
Ecco quindi i 5 elementi più inutili secondo gli interlocutori:

1. Torcia
2. Documenti personali
3. Carta di credito
4. Cappellino
5. Bastoncini d'ovatta

In questo caso sono rimasta abbastanza stupita.

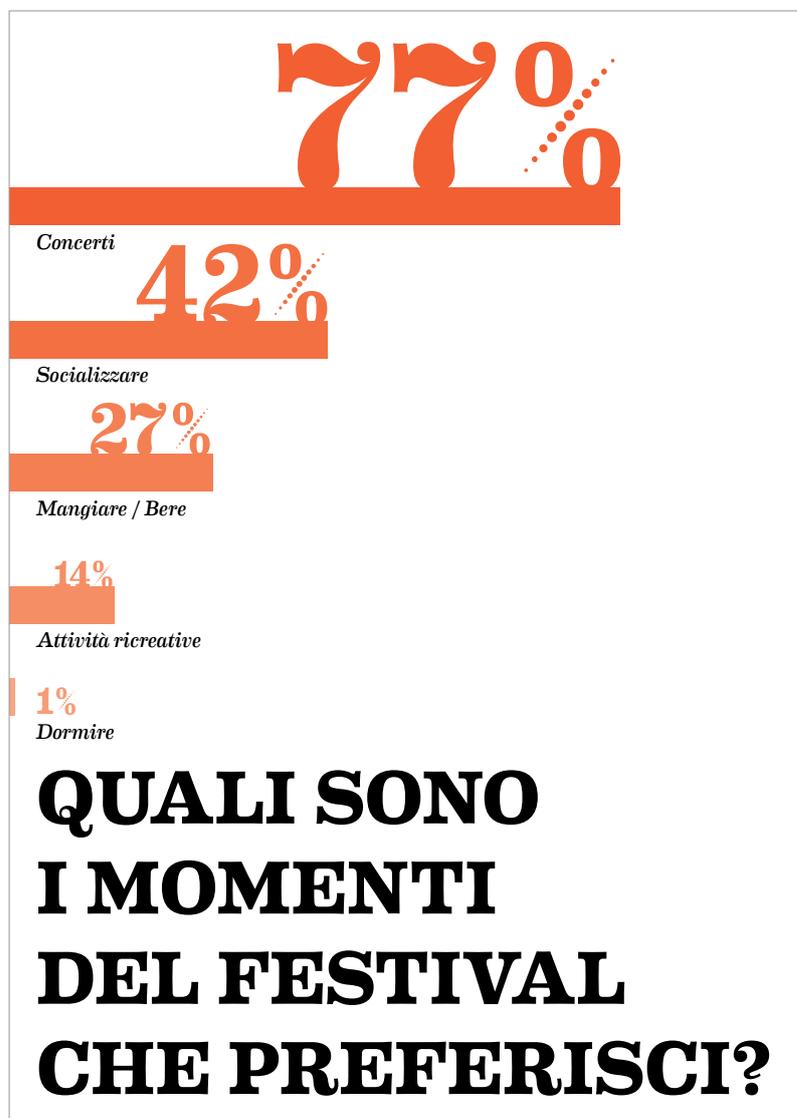
Bastoncini d'ovatta a parte, gli altri oggetti indicati, a parte la torcia, sono a mio parere molto importanti. Anche se non si usano, i documenti personali devono sempre essere sull'uomo – a certi festival il nome del biglietto deve corrispondere a quello sulla carta d'identità, in caso contrario l'accesso viene negato –. La carta di credito è una precauzione, può sempre servire! Mentre per quanto riguarda il capellino, anche se non dovesse esserci il sole può sempre essere utile per ripararsi dalla pioggia.

COME TI SEI INFORMATO SU COSA PORTARE?



Come ti sei informato su cosa portare?

L'esperienza personale la fa da padrone in quest'ambiente. Quando invece non si è mai frequentato un festival, si può sempre ascoltare i consigli dei propri amici che invece hanno già partecipato. Se proprio non si sa niente ci si può affidare a dei siti web.



Se sei già andato all'open-air, quali sono i momenti dell'open-air che preferisci?

I momenti più apprezzati del festival sono di gran lunga i concerti, seguiti dalla socializzazione.

QUALI SONO LE SITUAZIONI MENO PIACEVOLI?

46%

Sporcizia

41%

Aggressività / Molestia / Prepotenza

25%

Folla

15%

Confusione

15%

Abuso di sostanze

10%

Schiamazzi notturni

Se sei già andato all'open-air, quali sono le situazioni dell'open-air meno piacevoli?

Sporcizia e Aggressività sono le situazioni meno amate.

Se sei già andato all'open-air, hai vissuto esperienze poco piacevoli durante il festival?

Dell'80% delle persone che sono già andate a un open-air, solo il 24% ha vissuto esperienze spiacevoli. Al contrario, al 56% delle persone non è mai capitato niente, mentre il restante 20% non ha risposto.

Testimonianze:

- Dover aspettare molto tempo davanti ai ToiToi.
Perdersi nel campeggio.
- La condizione dei servizi igienici (ToiToi).
- I ToiToi peggiori del mondo.
- Difficoltà di trovare un ToiToi pulito e senza fila.
Stanchezza fisica e mentale.
- Febbre e dolori mestruali per vari giorni, con 40 gradi all'ombra e solo un'amaca in cui dormire.
- Ho avuto la fortuna che non mi sia mai successo nulla, ma sicuramente la cosa meno piacevole potrebbe essere incontrare persone moleste e aggressive.
- Dover ripescare le scarpe nel fango visto che si restava incollati; pagare con dei gettoni, di cui puoi riportare solo un determinato numero per riavere i soldi; tutto quello che si compra è troppo caro!
- Rave abusivi vicini all'area campeggio. Se vai ad un festival, perché crearne uno vicino? Fortunati loro che l'assistenza sanitaria li ha soccorsi anche se erano abusivi.
- Straubriachi che vomitano a spruzzo ovunque in giro alla tenda.
- Generatore a benzina dei vicini durante la notte.
- Casino di notte Gente che apriva le tende altrui.
- Freddo e pioggia a giugno.
- Episodi di violenza durante i concerti.
- Mi hanno rubato lo zaino.
- Vomito ovunque, sesso ovunque.
- Furto!
- Risse, sporczia sul suolo
- Ci hanno tagliato la tenda e rubato un po' di cose.
Per fortuna soldi e cose importanti erano con noi.
- Temporal.
- Bitches, sporczia.
- Postumi del giorno dopo (prima della prima birra).

Pensi che potrebbe essere utile una guida/manuale dedicata agli open-air?

Sì 72%

No 28%

Coloro che hanno risposto Sì a questa domanda sono soprattutto persone che non sono mai state a un festival, però si tratta di una grossa maggioranza: 72% sì, contro 28% no.

Testimonianze negative:

- Scontata.
- Non serve.
- È facilmente rovinabile.
- Andare a un open-air non è "rocket science", inoltre l'aspetto che forse richiede (più) organizzazione è quello del campeggio, su cui però c'è già abbastanza letteratura a disposizione.
- Perché sei troppo sbronzo per leggere.
- Perché un vero uomo monta i mobili Ikea senza leggere le istruzioni.
- Vivere l'esperienza come si vuole, abbasso le regole!
- Perché si va ai festival specialmente quando si è giovani e per divertirsi, quindi alla fine ci si adatta a tutto senza farsi troppi problemi.
- È bello l'aspetto di "avventura", di "arrangiarsi"

Contenuti



Suggerimenti su cosa portare con sé



Consigli su come prepararsi/comportarsi



Avvertenze su possibili pericoli



Testimonianze/Racconti



Indicazioni su cosa aspettarsi



Informazioni su cos'è un open-air

Quali dei seguenti contenuti vorresti trovare nella guida?

In generale dalle risposte date sembra che gli interlocutori vogliano avere maggiore sicurezza durante la loro esperienza al festival. In particolare vogliono sapere cosa portare, come comportarsi e prepararsi, e come affrontare i pericoli.

STILE DI SCRITTURA

GIOVANILE 51%

VIVACE 54%

ironico 37%

COLLOQUIALE 36%

SERIO/FORMALE 9%

Quale stile dovrebbe adottare la guida?

Si predilige un linguaggio giovanile, vivace, ironico e colloquiale. Nella rappresentazione ho cercato di mettere in relazione il font con lo stile della scrittura visivamente.

Se sei già stato all'open-air, hai intenzione di andare ancora al festival open-air?

L'80% delle persone che hanno già partecipato a un festival open-air ha intenzione di ritornarci. Il restante 20%, non essendoci mai stato, non ha risposto alla domanda.

Testimonianze:

- Perché è come un campeggio 100 volte moltiplicato alla N più bello.
- Perché non finisci mai di scoprire nuovi artisti e nuova musica. Ogni anno che vado a un festival open-air torno a casa con una montagna di dischi, credo sia questo il bello degli open-air.
- Perché è un'esperienza indimenticabile.
- Perché trovo favoloso l'ambiente quando suona dal vivo qualcuno che sei abituato ad ascoltare da solo in camera, e vivere l'emozione di essere in mezzo a migliaia di persone che cantano quelle canzoni con te. (comunque... non essendo mai stata a campeggiare, vorrei viverlo "tutto", nottata compresa).
- È una delle vacanze migliori in assoluto.
- Buona musica, ambiente ed esperienza di vita.
- Per rivivere le emozioni e le esperienze generate dalla frequentazione di tali eventi collettivi.
- Perché è una vacanza decisamente diversa :D
- Perché è divertente, c'è bella musica, è una bella esperienza, si può conoscere molta gente.
- Per farne uno fuori da un contesto di "lavoro".
- Per la musica e l'ambiente.
- Compagnia
- Mi piace la musica.
- Perché wow!
- Perché è un'esperienza fantastica e perché ogni festival ha le sue particolarità, che lo rendono unico e diverso da altri, in meglio o in peggio, ma comunque sempre ad un livello alto di divertimento.
- Musica e ambiente.
- Perché è un'esperienza fantastica di divertimento puro dove si ha la possibilità di imparare, conoscere, divertirsi e allontana dalla noiosa monotona abitudine di vita di tutti i giorni.
- Il modo migliore per apprezzare la musica!
- Perché se sai come organizzarti al meglio è una bella esperienza.
- È diverso da tutti i concerti, sei per 3 giorni in un'atmosfera unica.
- Perché mi piacciono le feste all'aperto, dove possibilmente ci sia spazio per girare (non amando la folla).
- Belle esperienze. Divertimento. Bella musica. Nuova musica.
- Per l'ambiente che si trova.
- Bei ricordi, esperienza fuori dal comune.
- Why not?
- Perché è un momento da passare in compagnia degli amici con della buona musica di sottofondo.
- Perché spacca.
- Molto divertente, le cose più belle sono stare all'aperto e fare nuove conoscenze.

- Perché è uno tra i modi migliori di unire la musica con l'uscita tra amici/partner
- Perché l'è bell :P
- Divertimento.
- È una bella esperienza di vita.
- Semplicemente perché è un'esperienza particolare, diversa ogni volta. Mi piace andare ai concerti, bell'ambiente.
- Perché:
 - Consentono di scoprire nuovi artisti
 - Sentire la musica dal vivo è diverso
 - Ci si scatena ;)
 - Si socializza
 - È un bell'ambiente (se in mezzo alla natura è ancora meglio)
 - Mi piace fare camping
- Amo gli open-air, la musica, la gente e la festa!
- Perché è sempre una bella esperienza.
- L'open-air permette di staccare dalla società, è come un piccolo mondo in cui ci si sente tutti appartenere ad una grande famiglia. Spesso le persone sono legate dallo stesso amore per la musica e lo stile di vita dell'open air, ciò rende l'atmosfera ancora più magica e piacevole.
- Perché è divertente, si sta in compagnia.
- Perché mi diverto.
- A parte iToiToi è un'esperienza che ti rende partecipe e contemporaneamente spettatore di un evento.
- Mi piacciono.
- Ormai è una routine. Alla fine è sempre divertente ed è un'esperienza che non si trova in un altro modo, per esempio semplicemente uscendo il weekend.
- Perché è un'esperienza unica e ricca di lati positivi.
- Mi piace ascoltare la musica all'aperto.
- Bell'atmosfera.
- È una piacevole esperienza diversa dalle serate serali nei club, indipendentemente dagli artisti che vi suonano.
- Il piacere della musica e dell'atmosfera che si crea!
- Per la musica.
- Perché l'ambiente che si trova in un open-air è unico.
- Perché è un'esperienza unica e divertente.
- Perché mi piace la musica e l'atmosfera dei festival.

Intervista

Spesso, durante questo tipo di eventi, le persone vengono a contatto, volontariamente o meno, con delle sostanze stupefacenti. Ho quindi deciso di parlarne all'interno della guida insieme al tema della sessualità, poiché sono argomenti di rilievo. Guido De Angeli, responsabile di Radix Svizzera Italiana, un'associazione che si occupa di dipendenze, ha collaborato rispondendo a un'intervista. Essa è servita per avere un parere esperto sulla situazione dell'assunzione di stupefacenti, droghe e alcool, in occasioni generali e, soprattutto, durante eventi di dimensioni ridotte, come gli open-air della svizzera italiana.

Eccone alcuni estratti:

"Mettiamo delle tende come zone chill out dove le persone si possono riposare dalla musica ininterrotta 24 ore su 24 anche quando ci sono 40 gradi, e questo serve anche per avere degli spazi all'ombra dove distribuiamo fondamentalmente acqua e frutta gratuitamente. Questo ci permette di dare un'utilità, un servizio alle persone, che viene molto apprezzata e quindi le persone vengono spontaneamente allo stand."

"È un lavoro molto efficace perché condividi la stessa situazione degli altri che vanno al festival, dormi in tenda, si crea una vicinanza."

"Quello che noi facciamo in più è collaborare con la sicurezza e le strutture sanitarie, in grado di gestire delle urgenze sul posto. Assistere le persone che vivono malamente gli effetti delle sostanze, ci possono essere degli attacchi di panico, angoscia, forte disorientamento, cerchiamo di stare vicino alle persone, metterle in una situazione protetta, un po' più calma e cercare di accompagnarle fino alla fine degli effetti."

"Quello che si cerca di fare è di dare messaggi di prudenza, spesso si riscontra durante i festival, nonostante le persone li identificano come una situazione ottimale per consumare, sono una delle situazioni peggiori, perché è facile perdersi, con gli amici per esempio, è facile prendere un'ustione o un colpo di calore, gli stimoli sono infiniti e ininterrotti, e il modo in cui si reagisce a questi stimoli sotto effetti di sostanze è diverso dalla normalità."

"... evitare di fare la prima esperienza durante un festival, perché può essere un contesto difficile, dove non ci si sente sicuri, dove non si parla la stessa lingua."

"essere vicini alle persone"

"L'ironia può banalizzare, è un po' a rischio, però è indispensabile per avvicinarsi alle persone. [...] mantenere questo corretto equilibrio tra essere un po' accattivanti, incuriosire le persone, dimostrare una certa simpatia e ironia, senza far pensare che tutto è lecito, tutto è possibile."

"A me interessa molto il tuo progetto, perché diventa un po' un vademecum. Quello che noi diciamo è anche hai deciso di consumare, allora preparati al consumo, pianifica: quante ore hai intenzione di rimanere sveglio? C'è qualcuno che ti sta accanto? Hai degli amici che non sono completamente fulminati che se hai bisogno ti possono assistere? Tutte queste piccole regolette sono essenziali."

"Una raccomandazione importante che noi diamo e sono in parte rispettate è di rinunciare al consumo di alcool se si consumano altre sostanze. Se si beve alcool di fare attenzione alla questione della disidratazione."

"La maggior parte delle persone che partecipano ai festival, secondo me è per tutti, bisogna organizzare la trasferta, i soldi per poter entrare, pagare il parcheggio, avere la tenda... bisogna prepararsi."

"Dare delle raccomandazioni sulla circolazione: il fatto di non dormire, e poi c'è gente che si mette per strada dopo tre giorni che non dorme, poi magari si fa ancora un tiro di cocaina per concentrarsi... il dormire, il fatto di dire che il festival dura quattro giorni, vai su un giorno prima e vai via il giorno dopo. Queste sono raccomandazioni che secondo me possono essere significative."

"È un tema molto vasto, perché sono dei microcosmi, il festival è un po' il villaggio dei balocchi. E lì come durante un carnevale le regole della vita ordinaria vengono un po' sospese e succedono delle nuove cose. Per stare insieme, sono anche le regole che ci fanno stare assieme, quelle positive che negoziamo in relazione con gli altri."

Possibili applicazioni

La mia idea è di realizzare un manuale tascabile, che possa essere consultato in caso di bisogno direttamente in loco. Il motivo per cui la guida è stata pensata per il formato cartaceo, è per la sua praticità e semplicità nell'uso, inoltre non c'è alcun rischio che la batteria si scarichi, come nel caso di un'App. L'intenzione è quella di comunicare consigli e trucchi, attraverso un linguaggio che a dipendenza della situazione descritta sarà giovanile e ironico. Questo perché generalmente le guide sono scritte con un linguaggio serio e formale, e a un primo riscontro con i risultati del questionario, giovanile e ironico, sono le scelte più selezionate. Per il tema riguardante il consumo di alcool e droghe sarà da valutare questo aspetto, poiché si tratta di un argomento più serio. La forma in cui il manuale viene scritto è fondamentale per poter facilitare l'esperienza del festival open-air.

Il progetto è suddiviso in tre parti:
il "prima"; il "durante" e il "dopo".

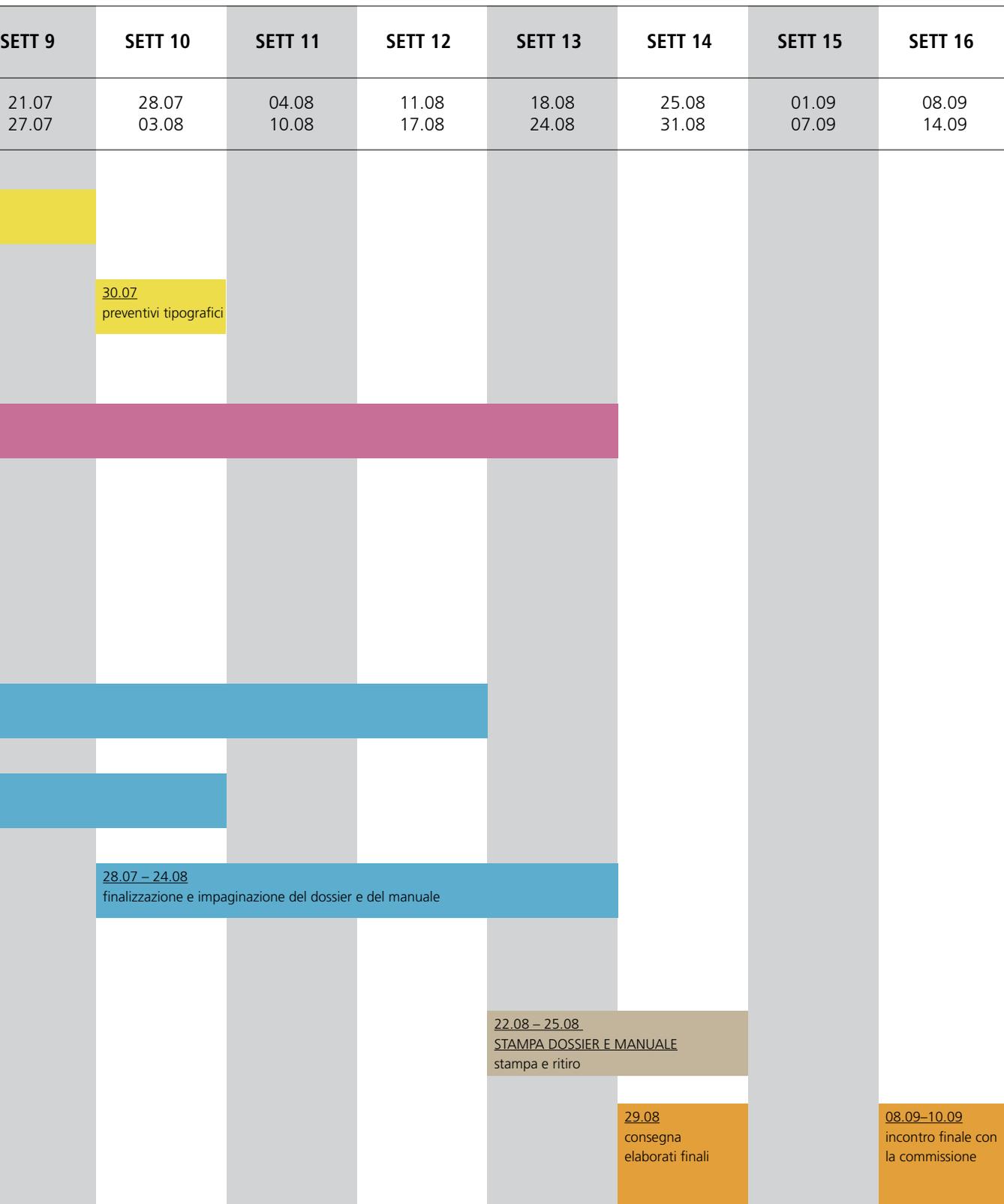
Il "prima" contiene la preparazione/organizzazione dei giorni che precedono il festival, compreso di checklist e fotografie dell'inventario; il "durante" riguarda la logistica, la partecipazione al festival open-air e il campeggio; mentre per il capitolo intitolato "dopo" sono presenti alcune pagine bianche dedicate anche all'utente, in modo che egli possa conservarvi i vari biglietti/braccialetti e possa annotarvi pensieri e pareri personali: le proprie esperienze. Così il manuale stesso diventa un artefatto unico e personale.

L'idea, per il progetto grafico, è di separare queste tre categorie, il "prima"; il "durante" e il "dopo"; con una segnaletica costante in tutto il manuale, in modo tale da rendere il suo contenuto più attrattivo e intuitivo. Le fotografie serviranno ad aprire i capitoli e a illustrare determinate situazioni. I risultati dell'analisi del questionario sono fruibili tramite infografica, ed è rappresentata parzialmente all'interno della guida stessa, attraverso un'illustrazione di tipo digitale.

In futuro il manuale potrebbe essere arricchito e completato da un sito web o da un'applicazione per smartphone.

Tempistica

SETT 1	SETT 2	SETT 3	SETT 4	SETT 5	SETT 6	SETT 7	SETT 8
26.05 01.06	02.06 08.06	09.06 15.06	16.06 22.06	23.06 29.06	30.06 06.07	07.07 13.07	14.07 20.07
26.06 – 06.07 RICERCA lettura fonti bibliografiche, procurarsi il necessario, definizione degli argomenti					17.07 – 21.07 modifiche, aggiunte		
02.06 – 10.08 STESURA DELLA TESI stesura della tesi giorno per giorno							
					30.06 – 02.07 impostazione layout dossier		
				19.06 – REALIZZAZIONE DEL PROGETTO layout progetto, suddivisione categorie			
				25.06 – 24.08 realizzazione schizzi progettuali e infografica			
			17.07 questionario				10.07 – 03.08 definizione dei temi del manuale
					03.07 – 06.07 FREQUENTAZIONE FESTIVAL OPEN-AIR produzione di fotografie		
29.05 inizio ufficiale della tesi di bachelor					02.07 consegna stato intermedio del progetto di tesi	16.07 – 18.07 incontro intermedio con la commissione	



I contenuti della guida sono sostanzialmente suddivisi in tre sezioni: il "prima", il "durante" e il "dopo". Ognuna di queste parti contiene a sua volta dei capitoli. Il "prima" comprende ciò che precede il festival, ovvero la preparazione e l'organizzazione; il "durante" racchiude tutto ciò che si svolge nel corso del festival. Quindi, oltre ad avere dei capitoli generali, si entra nello specifico del campeggio, del festival e della prevenzione. Il "dopo", ovviamente, include ciò che segue il festival, ossia il ritorno a casa e il mantenere vivi i propri ricordi.

La stesura dei contenuti è stata eseguita da me personalmente: ho preso spunto da fatti accaduti a me e ad amici, avvalendomi anche dalle risposte avute dal questionario. Per quanto riguarda la parte sulla prevenzione, mi sono invece affidata a dei flyer informativi che Radix mi ha gentilmente concesso.

PRIMA

indice generale

- indice
 - introduzione
-
- scelta del festival
 - organizzare il viaggio
 - cosa portare?
 - cosa non portare?
 - essenziale
 - vestiti
 - bagaglio
 - igiene
 - cura di sé
 - altro ancora
- checklist (alla fine della guida)

DURANTE

- indice
 - introduzione
-
- differenze linguistiche
 - coupon
 - rifocillarsi
 - tempi di attesa
 - recycling
 - toi toi
 - elettronica
- il campeggio
- il festival
- tabù
- } generale

- il campeggio
- la tenda
 - i vicini
 - programma

- tabù
- alcol
 - droghe
 - sessualità

- il festival
- filmare / fotografare
 - non si vede niente
 - perdersi nella folla
 - meteo

DOPO

- indice
- introduzione
- -il ritorno
- conservare i ricordi
 - scrivere
 - disegnare
 - conservare biglietti / braccialetti ?

Colori

La segnaletica divide in tre colori principali le tre sezioni all'interno della guida: l'arancione per il "prima", il turchese per il "durante" e il beige per il "dopo". Questi tre colori si ritrovano spesso all'interno della guida, e ognuno di essi ha una paletta di tonalità creata da Illustrator – e ciò è utile soprattutto per permettere un maggior numero di possibilità illustrative. Il motivo della scelta di questi colori è il seguente: l'arancione è un colore che richiama all'attenzione, in questo caso l'attenzione alla partenza. Inoltre esso è simile al rosso ma genera in maniera minore la sensazione di "allarme". Il turchese del "durante" richiama il verde del prato (del campeggio e del festival) ed è in contrasto con l'arancione, mentre il beige del "dopo" si ricollega al fango che il partecipante si porta a casa, e inoltre è un colore neutro, adatto al finale dell'avventura.

La segnaletica è quindi rappresentata da frecce che danno una direzione al manuale per il "prima" (<) e il "dopo" (>), mentre il "durante" è rappresentato da una barra verticale a campitura piena. Al bordo pagina destro sono presenti dei segnalibri, i quali richiamano la forma e il colore della sezione in cui ci si trova. Questi segnalibri fungono anche da contenitore per il numero di pagina.



C 5
M 50
Y 90
K 0



C 75
M 5
Y 50
K 0



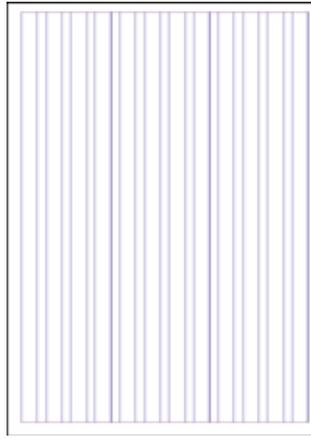
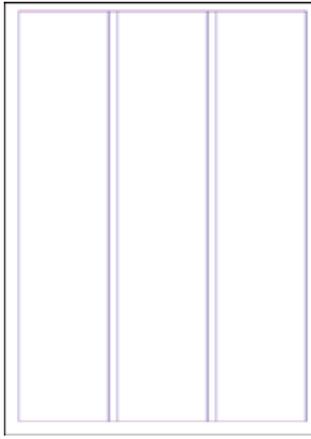
C 20
M 10
Y 50
K 10



Formato/Carta

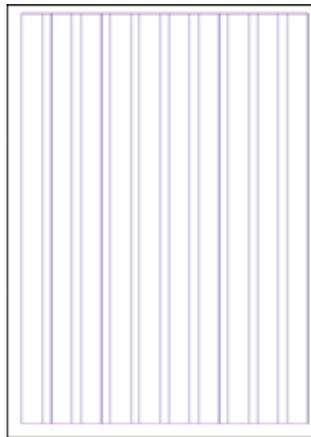
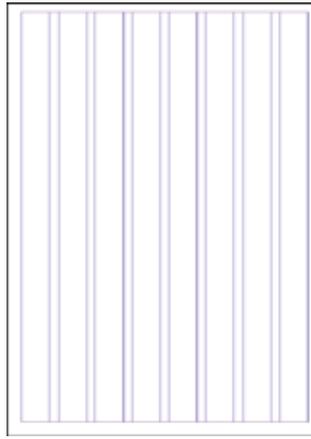
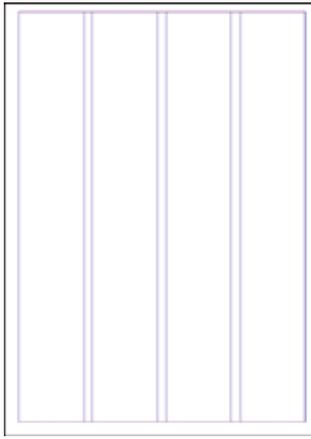
Sin dall'inizio l'idea è stata quella di creare un manuale/guida in formato tascabile, che permette un facile trasporto e utilizzo all'interno del festival stesso. Dopo l'analisi attenta di altri prodotti editoriali, la mia convinzione si è fortificata, e ho deciso di utilizzare il formato A6.

La carta utilizzata è un tipo di carta riciclata, ossia "Rebello 100gr". Questa decisione è stata presa per una questione di leggibilità, infatti non si tratta di una carta totalmente bianca ma leggermente più grigia, che quindi crea meno contrasto per l'occhio, soprattutto se letta al sole. Gli altri motivi che mi hanno guidata verso questa scelta sono l'attenzione all'impatto ambientale e i costi.



Griglia

Con un formato così piccolo la difficoltà sta nel comporre una pagina equilibrata tra spazi bianchi e testo. All'interno del libretto esistono tre tipi di griglia di base per distinguere gli argomenti: da tre, da quattro e da cinque colonne. In caso di necessità queste sono ulteriormente suddivise (3>6>12; 4>8; 5>10>15).



Font

L'aver deciso di utilizzare per la mia guida un formato tascabile, mi ha fatto capire – anche dopo l'analisi di prodotti grafici di formato simile all'A6 – che esso esprime il bisogno di essere leggibile anche a dimensioni ridotte. Il font, per la parte testuale, deve rispondere a delle domande di leggibilità e chiarezza. Dopo alcune prove effettuate su diversi tipi di carattere in scala ridotta, ho deciso infine di utilizzare il Frutiger LT, che risponde egregiamente alle esigenze di chiarezza e leggibilità. La dimensione del font è di 8pt, light. La versione bold del carattere serve per marcare eventuali frasi e sottotitoli all'interno del testo.

Per i capitoli ho invece deciso di utilizzare il font Eames Century Modern. Forse sono stata anche un po' influenzata dall'impaginato in precedenza analizzato, ma trovo che esso si adatti molto bene al tema, poiché ricorda i font utilizzati alla fine degli anni cinquanta-sessanta, e rispecchia quindi la nascita dei festival open-air. Il font in questo caso è di 20pt.

Infine, ho deciso di utilizzare anche la mia calligrafia come aggiunta di suggerimenti e consigli, per introdurre l'ironia. La pagina regolare è quindi animata dalla scrittura a mano. La combinazione di questi tre stili di scrittura crea una contrapposizione tra impaginato serio e impaginato ironico, aumentando così l'empatia con il fruitore.

Aa

Frutiger LT Light 8pt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Aa

Eames Century Modern Book Italic 8pt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Aa

Frutiger LT Black 8pt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Aa

Eames Century Modern Bold 8pt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Alcuni artisti chiedono di non filmare
il loro concerto. Vogliono che vi
gustiate il momento, godendovi lo show
con i vostri occhi e le vostre orecchie.

Fotografia

Le fotografie da me scattate durante la permanenza al festival open-air Rock Werchter in Belgio, mostrano un punto di vista personale – ma allo stesso tempo generale – della partecipazione al festival. Questo avviene perché, nel bene o nel male, viviamo tutti le stesse esperienze.

La fotografia ha un ruolo fondamentale all'interno della guida: essa rende cosciente il lettore di ciò che lo aspetta in modo maggiore rispetto all'infografica, e questo perché rappresenta la realtà effettivamente vissuta.

La fotografia è sempre stata posta sulla pagina sinistra, in modo che se il lettore dovesse sfogliare semplicemente la guida, la fotografia gli fornisca un punto di riferimento, in quanto questa riguarda sempre il capitolo trattato nella pagina accanto.

Eccone alcune:



Illustrazione

All'interno della guida esistono due tipi d'illustrazione: quella effettuata a mano e quella digitale.

L'illustrazione a mano, così come la calligrafia, utilizza la gamma di colori più ampia e rappresenta l'aspetto più ironico della guida, poiché sembra come se, una volta terminato il progetto, qualcuno sia già intervenuto per fare delle aggiunte e degli schizzi.

La parte d'illustrazione digitale e le infografiche rappresentano invece il contenuto concreto della guida.



Copertina

Il titolo della guida – “Tre giorni di fango, musica e Toi Toi” – rispecchia appieno ciò che il partecipante vive andando a un festival open-air, oltre ad essere anche una citazione del festival originale di Woodstock: “Tre giorni di pace e musica”. “Tre giorni” perché è la durata minima di un festival, infatti se i giorni sono meno di tre non si può considerare effettivamente un open-air. Il fango è simbolo di questi eventi, così come i gabinetti chimici e la musica, anche se quest’ultima viene quasi considerata per ultima, quando in realtà è lei la vera attrazione.

L’ironia dal titolo passa all’immagine di copertina. La domanda che mi sono posta è stata: cosa può rappresentare al meglio il festival open-air? Forse i concerti? No. Il fango. La fotografia utilizzata è anche presente all’interno del manuale, così da richiamarne il suo contenuto, così come la freccia che invita a entrare e a guardare l’interno della guida.

Il retro di copertina è dotato di una sguardia con dei tagli per infilare e conservare i braccialetti tagliati.



... e visto che una volta tagliati, i braccialetti, non si sa mai dove metterli, potete infilarli qui!

Cartoline

Per comunicare la presenza della guida nelle librerie e nei luoghi dove può essere acquistata, ho pensato di realizzare delle cartoline che richiamano la copertina della guida. Esse sono della stessa dimensione della guida e utilizzano fotografie già presenti all'interno del prodotto. Il retro delle cartoline è strutturato come le cartoline postali, in modo da offrire anche la possibilità di spedirle via posta o di usarle come biglietto per regalare la guida stessa.

Esse contengono una breve descrizione/introduzione e delle ipotesi di luogo o siti web, dove la guida è reperibile. In tutto si tratta di nove cartoline che richiamano il contenuto della guida senza approfondire, in modo da incuriosire maggiormente il lettore.

Con questo artefatto s'inclde quindi anche uno strumento di promozione della guida stessa, inoltre la possibilità di spedirla in giro per il mondo è un'ulteriore pubblicità a costo zero.



Conclusioni

Come amante della musica ero determinata ad affrontare sin dall'inizio della tesi l'argomento dei festival open-air, poiché si tratta – a mio modesto parere – di un progetto utile e attuale.

Devo inoltre aggiungere che sono soddisfatta del contenuto, sia testuale che visivo, della guida e penso di essere riuscita a ricreare uno stile adatto a una guida per i festival open-air: una guida fresca, giovanile e con del carattere.

Sicuramente per eventuali sviluppi futuri si potrebbe pensare a un'applicazione per smartphone o a un sito web, così da poter scambiare informazioni e punti di vista differenti, che permetterebbero di ottenere più testimonianze, in modo da arricchire ulteriormente la guida.

Se il progetto dovesse effettivamente realizzarsi, il tutto sarebbe da approfondire e da amplificare ulteriormente, e, ovviamente, per essere più efficace sarebbe da tradurre nelle lingue nazionali, poiché i festival in Svizzera si trovano soprattutto oltre Gottardo.

Eventuali partner potrebbero essere Radix – già molto interessata all'argomento –, Infogiovani, il Dicastero Giovani ed Eventi, i siti internet dei festival – con un'opzione scaricabile online – e i siti specifici per la vendita di biglietti per concerti, come ad esempio Ticketcorner.

Ho avuto modo durante l'intervista di presentare il mio progetto ai membri di Radix, i quali si sono dimostrati molto entusiasti a contribuire alla promozione della guida, ma non a partecipare ai costi di stampa. Se invece dovesse interessarsene Infogiovani, essa potrebbe offrire maggiori prestazioni di quanto non possa fare Radix (ad esempio il contributo per la stampa, la promozione e la distribuzione). Questo interesse mi ha ulteriormente confermato l'utilità del prodotto.

Bibliografia

Douglas Adams, *Guida galattica per autostoppisti*, Mondadori, Milano, 2009.

Ernesto Assante, Gino Castaldo, *Il tempo di Woodstock*, Laterza, Roma, 2009.

Sabine Cattaneo, *Nonsolomusica*. L'atmosfera degli open-air e la partecipazione del pubblico: un'esplorazione fotografica, tesi di bachelor in Comunicazione Visiva, relatore Alberto Bianda, SUPSI Lugano, 2011.

Alessandro Falassi, *Time Out of Time: Essays on the Festival*. Albuquerque: University of New Mexico Press, pp. 1-13, 1987.

Michael Wm. Doyle, *Statement on the Historical and Cultural Significance of the 1969 Woodstock Festival Site*, Muncie (IN): Ball State University, 2001.

Carmen Galenschovsky (et. al.), Duccio Biasi, Giovanni Firmian, *Vienna*, Istituto Geografico De Agostini, Novara, 2002.

Donald Getz, *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*. Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2007.

Michael Lang, *Woodstock*, Arcana, Roma, 2012.

Christine Neder, *40 Festivals in 40 Wochen: Von einer, die auszog, das Feiern zu lernen*, Schwarzkopf + Schwarzkopf, Berlino, 2012.

Erin K. Sharpe, *Festivals and Social Change: Intersections of Pleasure and Politics at a Community Music Festival*. *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, 30:3, pp. 217-234, 2008.

Joshua Piven, David Borgenicht, *Il peggiore dei casi. Manuale di sopravvivenza*, Rizzoli, Milano, 2000.

Sitografia

Ursula von Arx, Niklaus Troxler, 2001, <http://folio.nzz.ch/2001/marz/herr-troxler-sind-ihre-plakate-kunst>, (ultimo accesso 18.08.2014).

Neville Brody, <http://www.nevillebrody.altervista.org>, (ultimo accesso 14.08.2014).

Neville Brody, <http://www.nevillebrody.altervista.org/index.php/home/biografia>, (ultimo accesso 14.08.2014).

Danno, www.danno.ch, (ultimo accesso 14.08.2014).

Milton Glaser, <http://www.miltonglaser.com/milton>, (ultimo accesso 14.08.2014).

La storia dell'Heineken Jammin Festival: 13 anni di grande musica live, 2011, <http://jamminfestival.fansblog.it/2011/05/31/la-storia-dellheineken-jammin-festival-13-anni-di-grande-musica-live>, (ultimo accesso 14.08.2014).

Laura M. Meyers, *A History of Music Festival*, 2014, <http://www.buzzsugar.com/History-Music-Festivals-29236553#photo-29236557>, (ultimo accesso 01.07.2014).

Museumsplattform NRW, <http://www.nrw-museum.de/#/mehr/biografien/detailansicht/details/artists//guenther-kieser/jimi-hendrix-experience-592.html>, (ultimo accesso 18.08.2014).

Niklaus Troxler, <http://www.troxlerart.ch>, (ultimo accesso 18.08.2014).

PR Newswire, *The Evolution of Music Festivals*, 2013, <http://www.prnewswire.com/news-releases/the-evolution-of-music-festivals-216555881.html>, (ultimo accesso 01.07.2014).

Quelli che... il cinema, Heineken Jammin' Festival: nove anni di storia, 2006, http://www.quellicheilcinema.com/speciali_detail.php?ptrspeciali=333, (ultimo accesso 14.08.2014)

Voce "festival" in Treccani, <http://www.treccani.it/enciclopedia/festival>, (ultimo accesso 01.07.2014).

Voce "music festival" in Encyclopaedia Britannica, <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/399021/music-festival>, (ultimo accesso 01.07.2014).

Voce "rock festival" in Encyclopaedia Britannica, <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/710034/rock-festival>, (ultimo accesso 01.07.2014).

Voce "rock festival" in Wikipedia, http://en.wikipedia.org/wiki/Rock_festival, (ultimo accesso 01.07.2014).

Voce "Pythian Games" in Encyclopaedia Britannica, <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/485272/Pythian-Games>, (ultimo accesso 01.07.2014).

Monika Weibel, *M per la Magica estate ovvero 100 cose da fare nella prossima stagione estiva*, in Comunicati stampa, 2014, <http://www.migros.ch/it/media/comunicati-stampa/comunicati-stampa-2014/m-per-la-magica-estate-ovvero100-cose.html>, (ultimo accesso 01.07.2014).

Guide

23 real struggles of going to a Music Festival, http://www.huffingtonpost.com/2014/04/11/music-festivals-struggles_n_5069746.html, (ultimo accesso 01.07.2014).

Bless This Stuff, Festival Ready App – Victorinox, <http://www.blessthisstuff.com/stuff/technology/apps/festival-ready-app-by-victorinox>, (ultimo accesso 01.07.2014).

Blue Corner Store, <http://blog.bluecornerstore.co.uk/the-one-and-only-ultimate-music-festival-checklist-youll-need-this-summer>, (ultimo accesso 01.07.2014).

Coachella Survival Guide, <http://www.fuse.tv/2013/04/coachella-2013-festival-guide>, (ultimo accesso 01.07.2014).

Drinkaware.ie, <http://www.drinkaware.ie>, (ultimo accesso 01.07.2014).

FestPac, <http://www.festpac.co.uk>, (ultimo accesso 01.07.2014).

Festival Planet, <http://www.festivalplanet.com>, (ultimo accesso 01.07.2014).

Festival Searcher, <http://www.festivalsearcher.com/festivallists.aspx>, (ultimo accesso 14.07.2014)

Festival Survival Guide, <http://www.festivalsurvivalguide.com>, (ultimo accesso 01.07.2014).

Migros, 100 idee per un'estate perfetta, <http://100dinge.migros.ch/it>, (ultimo accesso 01.07.2014).

The PAAM Blog, <http://www.paamapplication.co.uk/blog/2012/05/17/festival-essentials-list-and-festival-camping-checklist>, (ultimo accesso 01.07.2014).

Passport Diary, <http://www.passportdiary.com/features/ultimate-festival-checklist>, (ultimo accesso 01.07.2014).

Voce "How to pack for a festival" in wikipedi, <http://www.wikihow.com/Pack-for-a-Festival> (ultimo accesso 01.07.2014)

Filmografia

Woodstock: tre giorni di pace, amore e musica (Woodstock, USA 1970, col., 228'), regia di Michael Wadleigh.

Poster

Neville Brody, *The Face Magazine*, 1980.

Neville Brody, *The Face Magazine*, 1982.

Neville Brody, *The Face Magazine*, 1988.

Milton Glaser, *Bob Dylan*, 55.8x83.8cm, Offset, 1966.

Milton Glaser, *Mahalia Jackson Concert Lincoln Center New York*, Security Printing Company, 124x96.1cm, Offset, 1967.

Milton Glaser, *Newport Jazz Festival, Russian Tea Room*, Poster, 1972.

Milton Glaser, *Temple University Music Festival/Institute Philadelphia*, 96.5x59.6cm, Lithograph Poster, 1968.

Gunther Kieser, *American Folk Blues Festival '65*, 84.5x119cm, Offset, 1965.

Gunther Kieser, *Berliner Jazz Tage '68, Jazz! Not war*, Grawo-Drück, Offenbach, 83.7x118.6cm, Offset, 1968.

Gunther Kieser, *Spiritual + Gospel Festival 1966*, 86.5x118.8cm, Offset, 1966.

Niklaus Troxler, *Willisau Jazz Festival*, Silkscreen, 89x127cm, 1987.

Niklaus Troxler, *Willisau Jazz Festival, Bob Stewart, Arthur Blythe*, 89x127cm, 2005.

Niklaus Troxler, *Willisau Jazz Festival, Cecil Taylor*, 89x127cm, 1991.

Niklaus Troxler, *Willisau Jazz Festival, Hermeto Pascoal*, 89x127cm, 1985.

Niklaus Troxler, *Willisau Jazz Festival, James "Blood" Ulmer*, 89x127cm, 1991.

Appendice

Cosa tratta Radix?

Radix è un'associazione che si occupa di prevenzione primaria, quella più universale che riporta a un ampio pubblico, una prevenzione più selettiva invece che è rivolta a persone che sono legate a pratiche di consumo, ma sono occasionali, legate a determinate situazioni di divertimento e poi c'è un'altra situazione cerca di ridurre le conseguenze di consumi su persone che lo fanno più abitualmente. L'obiettivo principale della prevenzione è di evitare che le persone assumino dei comportamenti a rischio, ma è anche vero che fare prevenzione significa anche andare a dare un sostegno, delle opportunità, delle informazioni a delle persone che consumano per evitare che questi consumi diventino un problema.

Tipicamente sull'alcool è più facile questa cosa, perché socialmente è ben integrata e il messaggio fondamentale che si cerca di dare, anche rispetto all'alcool, è legato ad un consumo moderato che non ha conseguenze sulla salute. Quando il consumo diventa eccessivo e regolare poi lì c'è un problema a livello fisico e un rischio di sviluppare una dipendenza con conseguenze sulla persona e sulle persone che gli stanno attorno.

Radix si occupa prevalentemente di prevenzione primaria, con delle attività in diversi contesti: scolastico, comunale e collaboriamo con diverse associazioni che si occupano del tempo libero, associazioni sportive, associazioni che facciano informazione si cerca di sostenere chi è legato al vasto mondo dell'educazione cercando di portare anche il tema dei consumi e delle dipendenze in particolare.

Quindi Radix tratta i campi di alcool e droghe soprattutto?

Soprattutto delle sostanze, poi c'è la questione delle dipendenze senza sostanze: il gioco d'azzardo, l'uso delle nuove tecnologie che oggi è anche un tema importante, quindi ci sono un po' questi temi. Chiaramente quello che si cerca di fare, soprattutto con persone più giovani, è di dire, le dipendenze possono anche nascere da una ricerca di piacere, del divertimento, di modifiche della percezione ma possono essere legate ad una fragilità individuali. Il fatto di non sapere esprimere le proprie emozioni, avere una scarsa autostima, non saper risolvere un conflitto con gli altri, ... andare a rafforzare queste capacità psicosociali è anche un lavoro di prevenzione, anche slegato alle sostanze.

Quando si è confrontati con delle persone a delle feste, che vanno, a volte, anche con l'obiettivo di trovare un contesto per consumare, il messaggio cambia.

Fate anche interventi? Di che tipo?

Sì, visto che il contesto è diverso e le situazioni con cui sei confrontato sono diverse rispetto a quelle della scuola, al campo sportivo, ... abbiamo deciso di dare anche un altro taglio a questo tipo di informazione: tutto quello che è prevenzione secondaria, prevenzione indicata o riduzione dei rischi sono delle cose molto simili, dei concetti molto parentati e rientra sotto il filone danno. ch che è un sito internet, ed è attraverso questi flyer, e comunicazioni che cerchiamo di rivolgerci direttamente ai consumatori. Questo perché una decina di anni fa gli organizzatori di un goa party in Ticino ci hanno chiesto di andare e fare una presenza, una distribuzione, poi io avevo appena incominciato a lavorare e dicevo "è un po' strano" perché so com'erano questi goa e mi meravigliavo in un certo senso che ci fosse quest'attenzione, poi mi sono reso conto in realtà partecipando a questi eventi che c'era un grande interesse da parte dei consumatori, di avere anche un confronto con un professionista. Piano piano allora abbiamo sviluppato un concetto anche per essere presenti durante gli eventi, il modo più sporadico, episodico, volante che è soltanto la distribuzione dei volantini in alcuni bar, nelle discoteche e ogni tanto organizziamo delle azioni, più mirate, nel mondo degli eventi più o meno legali, cerchiamo di seguire la scena perché è importante che anche questo tipo di offerta sia integrata un po' nel mondo che gli accoglie, proprio per essere accettati per far passare dei messaggi che noi consideriamo utili. Il messaggio fondamentale è di dire di fronte alle persone che già consumano che hanno l'intenzione di farlo, non c'è consumo senza rischi: se decidi di consumare informati su quello che è la sostanza, gli effetti, i rischi e le conseguenze a lungo termine e cerca di essere critico,

di non fare come tutti gli altri, di non farlo perché hai sentito di provare un'esperienza, ... dopo chiaramente c'è anche un livello di consulenza individualizzata, dove abbiamo un questionario, che permette di fare la storia dei propri consumi, che ci permette di fare una fotografia della situazione attuale del consumatore, insieme, e avere una discussione su questo tema. Per vedere se c'è una ragione se la persona esprime la volontà di voler fare un cambiamento e di sostenerla e sostenere anche le precauzioni. Mettere in discussione le pratiche che sono un po' eccessivamente a rischio e sono problematiche e andare a dare delle buone abitudini: stare una volta all'anno per un mese senza l'uso di questa sostanza. Strutturare delle convinzioni, perché poi ci sono un sacco di miti, leggende, luoghi comuni, talvolta non molto fedeli alla realtà, nel bene e nel male, diciamo che suscita molta emozione, quindi per forza si accompagnano dei pregiudizi a carattere morale: i consumatori che tendono a valorizzare eccessivamente quello che sono gli effetti delle sostanze, e chi non le consuma l'apprensione, la condanna "ti rovini la vita, muori". Quando poi vai alle feste ti rendi conto che ci sono tanti consumatori che non muoiono, anzi una minoranza delle persone sviluppa un problema legato alle sostanze e che spesso questi consumi sono legati a delle situazioni. Sono legati a una stagionalità, durante l'estate si consuma di più che durante l'inverno, ad eccezione il capodanno, diventano degli eventi un po' particolari e sono legati anche a delle fasce d'età, è una questione e talvolta un problema che riguarda i giovani a partire dai sedici anni fino ai trentacinque anni.

Queste persone durante gli eventi vengono a chiedere se la sostanza di cui sono in possesso è buona o cattiva?

Una misura molto attrattiva di prevenzione secondaria è quella del drug checking, è un laboratorio, in Svizzera ci sono diverse tecniche di analisi, una molto interessante è il laboratorio del farmacista cantonale di Berna che si sposta durante gli eventi con un laboratorio chimico, e io consumatore posso consegnare la mia polverina o pasticca per chiedere di fare un'analisi. Io quando consegno il campione, cominciano una serie di domande: dove l'hai comprata; la zona; per cosa te l'hanno venduta (cocaina, anfetamina, ecstasy...) perché non sempre quello che viene spacciato per una sostanza poi contiene i principi attivi giusti. Vengono fatte domande con il prezzo, per esempio, quanto l'hai pagata; era una persona che conoscevi o mai vista. Domande che aiutano ad inquadrare la situazione.

Si prende il campione, se ne preleva una parte che serve per fare l'analisi e nel frattempo il consumatore va con un operatore o un *peer educator*, per svolgere questo questionario di cui ti parlavo prima. Adesso come adesso il *drug checking* è possibile e autorizzato unicamente a Zurigo, a Berna e a Basilea dove sono state fatte delle azioni. Il problema è che sono degli operatori sociali che vanno anche a toccare il fatto delle sostanze illegali e non c'è nessuna tutela da quel punto di vista. Quindi bisogna, a livello cantonale, perché sono i cantoni responsabili delle politiche di prevenzione e di cura per quanto riguarda le dipendenze, trovare un consenso per impiantare questo tipo di misura. È molto controverso perché dopo questo lavoro di consulenza, dopo l'analisi che dura circa 20-30 minuti, il consumatore riceve indietro l'analisi della sostanza che lui ha consegnato.

La questione non si pone più su consumare o no ma, come consumare, e questo è l'aspetto eticamente più delicato.

Sul sito www.danno.ch, nella sezione *drug checking*, tu hai a che fare con delle sostanze sintetiche.

Il problema è che il consumatore non può valutare la composizione, quindi non conosci i principi attivi. Qui c'è un database con i risultati delle pastiglie di ecstasy, vengono pubblicate le pastiglie con un'elevata concentrazione di MDMA, che è il principio attivo dell'ecstasy, vengono pubblicate allerte per quanto riguarda le pastiglie spacciate per ecstasy ma che non contengono MDMA ma altri principi attivi, o vengono pubblicate delle sostanze che non hanno niente a che vedere. Questo database lo usiamo con un touch screen durante le nostre azioni, per dire attenzione, guardate che quando avete a che fare con queste sostanze, c'è una grandissima variabilità delle composizioni ed è molto difficile valutare la cosa. Per ogni specifica sostanza viene fatta una valutazione dei rischi, se la composizione è di MDMA e caffeina, se c'è la caffeina c'è una maggiore disidratazione, quindi è importante bere in modo abbondante, prendere una boccata d'aria fresca, evitare che la temperatura del corpo salga perché ci potrebbero essere delle conseguenze per la salute. E stessa cosa lo facciamo per la cocaina e per l'anfetamina, anche qui diamo delle tendenze su quelli che sono i prodotti di taglio attesi e inattesi. Questo è

un tipo di “come ci presentiamo” di fatto, siamo un po’ matti, perché se no con i matti non ci si parla, detta in modo assolutamente positivo, senza giudizi. L’idea è proprio di evitare tutti i tipi di giudizi, anche sul consumo, di non farne una questione morale. Noi diciamo alle persone che vengono: qui c’è il database, possiamo andare a vedere se la troviamo, anche se ha lo stesso colore, lo stesso logo, le stesse dimensioni, io non ti garantisco il contenuto è quello perché sono laboratori clandestini, quindi questa è un’indicazione.

Sei tu responsabile delle scelte che vuoi fare o non vuoi fare.

A seconda della situazione, non tutti i contesti sono caratterizzati dalla stessa tipologia di consumo e non tutte le occasioni e a seconda delle situazioni le persone scelgono anche la sostanza più adeguata che può essere soltanto l’alcool.

Per facilitare la comunicazione tra generazioni, prevenzione dei giovani, quello che facciamo è annualmente organizziamo una formazione di *peer educator*, per fare queste azioni bisogna conoscere anche un po’ le sostanze, i rischi, senza drammatizzare ma senza nemmeno banalizzare quelli che potrebbero essere i pericoli e bisogna saper aver a che fare con le persone. Quindi ogni anno cerchiamo di formare un gruppo di *peer educator* che con noi professionisti, ci affiancano durante l’azione. Questa cosa facilita il contatto, perché sono persone che conoscono la materia, che hanno avuto anche loro delle esperienze, che però hanno un altro sguardo a riguardo. Sono coetanei, ed è una comunicazione orizzontale come il fratello maggiore che ti sta vicino.

Operate nel contesto degli open-air?

Durante un festival, per esempio, un open-air, noi siamo più presenti a eventi di musica elettronica, questo non vuol dire che ad altri tipi di open-air non ci sia uso di sostanze, anzi. Ci sono anche lì i rischi. Per esempio il comitato organizzatori del Paléo Festival, incarica una SUPSI di ogni anno, sviluppare con gli studenti i concetti di prevenzione con uno stand, con attività interattive e funziona. Noi cosa facciamo, mettiamo delle tende come zone chill out dove le persone si possono riposare dalla musica ininterrotta 24 ore su 24 anche quando ci sono 40 gradi, e questo serve anche per avere degli spazi all’ombra dove distribuiamo fondamentalmente acqua e frutta gratuitamente. Questo ci permette di dare un’utilità, un servizio alle persone, che viene molto apprezzata e quindi le persone vengono spontaneamente allo stand, noi non andiamo a cercare le persone. A differenza degli operatori di strada che si muovono sul territorio, noi abbiamo uno stand con la nostra visibilità un po’ carina e attrattiva e la gente arriva. Chiaramente di open-air grossi in Ticino non ce n’è.

Bisognerebbe quindi guardare più in generale sulla Svizzera?

Ogni volta io mi sento frustrato perché, le persone che incontro al Livingroom piuttosto che da un’altra parte, mi dicevano: “sarebbe bello che veniste anche in svizzera interna quando ci sono le altre feste” quindi io chiamo il mio collega di Berna e gli dico: “guarda che si potrebbe far qualcosa” lui mi dice “il mio capo dice che se siamo insieme si può fare”. Ma questa è un’altra idea e questo progetto che si chiama *safer dance swiss* dove noi collaboriamo per questi festival, in modo da poter offrire le informazioni e consulenza nelle tre lingue nazionali e soprattutto di uscire dai nostri rispettivi cantoni.

Collaborate con l’evento?

Collaboriamo con le strutture locali, di prevenzione, sull’informazione della salute sessuale, proprio per cercare di ancorare questo tipo di offerte nei diversi cantoni. È un lavoro molto efficace perché condividi la stessa situazione degli altri che vanno al festival, dormi in tenda, si crea una vicinanza. Quello che è il lavoro comincia prima di un festival, nel senso che si prende contatto con gli organizzatori per cercare di attuare quelle misure strutturali, di prevenzione e le misure comportamentali. Noi facciamo gli interventi sulle misure comportamentali, perché cerchiamo di influenzare il comportamento delle persone.

Mentre le misure strutturali riguardano più il quadro generale. Il divieto di vendere alcool ai minori di diciotto anni, tipicamente è una misura strutturale, come vietare la vendita di alcool

dopo un certo orario e il consumo di stupefacenti. Su un'open-air lo decliniamo soprattutto su quali sono gli aspetti tecnici: diffusione del suono, disposizione dei tappi per le orecchie, raggi laser, e poi tutti gli aspetti di sicurezza. C'è un servizio d'ordine, che attitudine hai rispetto al consumo di sostanze anche illegali, come si comportano le persone al bar, quando una persona è già ubriaca se chiede ancora da bere, la disponibilità dei wc, pulizia, noi verificiamo un po' tutti questi aspetti organizzativi con l'organizzatore che diventa una forma di consulenza. Quello che noi facciamo in più è collaborare con la sicurezza e le strutture sanitarie, in grado di gestire delle urgenze sul posto. Assistere le persone che vivono malamente gli effetti delle sostanze, ci possono essere degli attacchi di panico, angoscia, forte disorientamento, cerchiamo di stare vicino alle persone, metterle in una situazione protetta, un po' più calma e cercare di accompagnarle fino alla fine degli effetti. Questo perché gli effetti sono destinati a finire ed è importante integrare il vissuto che sia positivo o negativo dell'esperienza, per prenderne atto, coscienza, e non mettere tutto sotto al tappeto, proprio per essere più consapevoli e coscienti su quello che si ha vissuto. Sotto effetti non è uno dei momenti migliori fare una valutazione psico-sanitaria, quindi in alcune situazioni lavoriamo a stretto contatto con i sanitari.

Con quale scopo operate e quali sono i risultati?

Lo scopo è prima di tutto la sensibilizzazione dell'informazione, noi non siamo lì a fare controllo, non abbiamo nessuna influenza sulle decisioni di consumo delle persone, che avranno già deciso alcuni giorni prima di venire al festival. Però è anche vero che le persone vengono a chiederci delle informazioni d'uso molto pratico: "Ieri sera ci siamo fatti dei funghi allucinogeni, oggi ci siamo procurati anche del LSD, cosa potrebbe succedere?". Quello che si cerca di fare è di dare messaggi di prudenza, spesso si riscontra durante i festival, nonostante le persone li identificano come una situazione ottimale per consumare, sono una delle situazioni peggiori, perché è facile perdersi, con gli amici per esempio, è facile prendere un'ustione o un colpo di calore, gli stimoli sono infiniti e ininterrotti, e il modo in cui si reagisce a questi stimoli sotto effetti di sostanze è diverso dalla normalità. Se una persona si diverte perché vede le forme delle persone che si modificano, una persona può avere una crisi di panico forte che può avere anche conseguenze a lungo termine. Una raccomandazione è di pensarci bene, evitare di fare la prima esperienza durante un festival, perché può essere un contesto difficile, dove non ci si sente sicuri, dove non si parla la stessa lingua. L'obiettivo è fondamentalmente essere vicini alle persone, non evitare che le persone stiano male, perché ogni tanto parte qualche ambulanza o elicottero, ma rendere il più possibile consapevole le persone di quello che sono i rischi legati alla composizione delle sostanze, ai mix pericolosi e di porre assistenza e garantire acqua potabile a disposizione.

Esiste quindi una collaborazione con l'evento che ospita il festival?

Quando svolgiamo delle azioni qua in Ticino, abbiamo un mandato da parte del cantone, e le nostre azioni sono finanziate. Per quanto riguarda i festival, in ragione delle spese, c'è una buona dose d'idealismo, di militanza anche da parte dei professionisti. Effettivamente ci sono dei costi importanti per le trasferte, oltre alla possibilità di installare il nostro materiale, lo stand, chiediamo anche una partecipazione finanziaria. Bisogna negoziare perché non è mai facile la relazione con gli organizzatori e gerenti delle discoteche. Quello che chiediamo sempre è una collaborazione, nel senso che loro hanno un guadagno nella misura in cui mettono in atto una misura per cercare di migliorare il clima dell'evento, prestazioni in più anche di comfort a chi partecipa, e noi abbiamo bisogno di loro per poter entrare in contatto fondamentalmente con le persone che vogliamo incontrare. C'è una sorta di strumentalizzazione reciproca, interessante. Non sempre si riesce ad avere le tariffe, gli accessi, ci sono degli organizzatori che ci avvisano un anno e mezzo prima di un evento, ci dicono che hanno già un budget da mettervi a disposizione e altre volte dove siamo noi a dire "guardate che ci sono delle persone che sono state al festival gli anni scorsi che ci hanno segnalato che sarebbe interessante", e questi ci mandano a quel paese perché si gestiscono loro le cose. Tra i due estremi c'è una varietà di situazioni.

Mi chiedevo se potrebbe essere utile la guida per quello che voi fate, il linguaggio ironico è adatto a questo tipo di tema? Sia prevenzione alcool e droga, partendo da un'introduzione seria e poi andare sull'ironia?

Noi abbiamo delle cartoline che vanno sull'ironico. È delicata la questione, nel senso che veramente bisogna fare esperienza anche dei tentativi e dopo confrontarsi con altre persone. L'ironia può banalizzare, è un po' a rischio, però è indispensabile per avvicinarsi alle persone. La delicatezza nell'ambito della riduzione del danno o dalla prevenzione secondaria è proprio quella di mantenere questo corretto equilibrio tra essere un po' accattivanti, incuriosire le persone, dimostrare una certa simpatia e ironia, senza far pensare che tutto è lecito, tutto è possibile. Ci possono essere delle raccomandazioni, ma gli effetti delle sostanze non dipendono interamente dal dosaggio o dalla purezza della sostanza, ma dallo stato d'animo, dalle esperienze passate, dal contesto in cui mi trovo, dall'influenza degli effetti. È una questione complessa, quello che si deve cercare di evitare è di ridurre e di banalizzare la complessità che c'è dietro e ricordare sempre che ognuno è diverso dall'altro. Già solo con l'alcool ci sono persone che dopo una birra sono completamente sbronze e stanno male. E con le sostanze illegali è la stessa cosa. Chi sa in anticipo chi è più vulnerabile a una sostanza? Nessuno.

A me interessa molto il tuo progetto, perché diventa un po' un vademecum. Quello che noi diciamo è anche hai deciso di consumare, allora preparati al consumo, pianifica: quante ore hai intenzione di rimanere sveglio? C'è qualcuno che ti sta accanto? Hai degli amici che non sono completamente fulminati che se hai bisogno ti possono assistere? Tutte queste piccole regolette sono essenziali.

Tra la popolazione i consumatori di sostanze illegali sono una minoranza, all'interno di questa minoranza c'è una minoranza di persone che lo fa in modo continuato, regolare con delle forme di abuso se non dipendenza. Sono delle persone che effettivamente possiamo incontrare durante le feste e un po' grazie al questionario, uno degli obiettivi è anche di riorientare le persone verso delle strutture d'aiuto, dove c'è una richiesta e motivazione, altrimenti non serve a niente. Una cosa interessante è che noi spesso incontriamo le solite persone in diverse situazioni ed effettivamente tutte queste persone che vengono da noi non hanno mai una richiesta di aiuto, perché non c'è un bisogno, non vengono vissuti danni o non si è tanto consapevoli delle conseguenze che si possono avere. Una cosa tipica è: io fumo canapa tutti i giorni, non ha alcuna influenza sul mio stile di vita, però quando non fumano sono più irascibili, più irritabili. Rendere consapevoli le persone di questi cambiamenti sui comportamenti a rischio, di farlo in modo continuo è importante. Delle persone che incontriamo più volte e che chiedono una valutazione perché c'è qualcosa che non funziona più tanto bene, un sentimento negativo, sensi di colpa, fanno fatica a convivere, vogliono un colloquio con l'ufficio. Fare terapia non è sinonimo di disintossicazione e astinenza totale, un incontro con un professionista è di cercare un obiettivo di ridurre il consumo, maggiormente controllato, anche se quando si sviluppa il paradigma della dipendenza il comportamento è talmente interiorizzato che si sanno benissimo che ci sono delle conseguenze negative, ma si va avanti lo stesso. Qui c'è un intervento più serio, più deciso. Fondamentalmente l'orientamento o il facilitare la presa a carico o anche le persone che poi manifestano un problema è un obiettivo delle nostre azioni.

Riguardo all'alcool?

L'alcool è la droga ricreativa numero uno, sull'alcool abbiamo degli altri strumenti, altre applicazioni e chiaramente fa da sottofondo a tutti i consumi. Una raccomandazione importante che noi diamo e sono in parte rispettate è di rinunciare al consumo di alcool se si consumano altre sostanze. Se si beve alcool di fare attenzione alla questione della disidratazione. Cerchiamo sempre di dare informazioni oggettive, cercare di essere il più onesti possibile perché molto spesso il consumatore ne sa più di noi e hanno anche questo delirio di onniscienza, di conoscenza perché le informazioni sulle sostanze passano soprattutto tra i consumatori, passaparola.

Sono più le persone che hanno già una dipendenza a consumare droghe o alcool che si presentano da voi o anche l'individuo che vuole fare quell'esperienza mistica una volta?

Tra la minoranza delle persone che fanno uso di sostanze, una minoranza a problemi, quelli che noi vediamo sono chi va a fare festa, e questi sono una fetta ancora più ristretta. È cambiato il livello di consumo a livello sociale è sempre più una questione relegata agli spazi privati.

Dipende molto anche da dove ci si trova giusto?

Esatto. Noi le sfruttiamo le feste, sono un'occasione, perché sappiamo che lì, non tutti ma qualcuno lo becchiamo di quelli che ci interessano a noi. Le persone che hanno già problemi di dipendenza forse non le vediamo già più ai festival, però allo stand abbiamo sia consumatori problematici, che vengono e sono più diffidenti come i ragazzini tra i sedici e diciotto anni che hanno appena comprato qualcosa nel parcheggio del festival e non sanno bene come fare, chiedono effettivamente delle informazioni. Abbiamo un pubblico abbastanza eterogeneo soprattutto di maschi che consumano un po' di più che le donne, per quanto riguarda l'alcool non ci sono più grosse differenze sulle quantità. Maschi tra i sedici e i trentacinque anni e sono tutte persone ben integrate, studiano, hanno un lavoro, famiglia, che non hanno grossi problemi per la maggior parte. Poi ci sono dei ragazzi in assistenza che hanno abbandonato gli studi che consumano come disperati tutti i giorni. La maggior parte delle persone che partecipano ai festival, secondo me è per tutti, bisogna organizzare la trasferta, i soldi per poter entrare, pagare il parcheggio, avere la tenda... bisogna prepararsi.

Infatti il principio della mia tesi è aiutare chi non ci è mai stato, senza imporre delle regole ma dando consigli che messi per via ironica possono anche divertire...

Un altro tema è la salute sessuale, distribuire preservativi e averli a portata di mano così che le persone lo usino, anche per un incontro occasionale, festival ecc... le sostanze, le inibizioni che provocano sull'atto sessuale. E un altro tema che sembra banale sono le coppie che scoppiano durante i festival, litigi tra coppie: tu guardi la ragazza, tu hai consumato quella sostanza, tu mi avevi detto che... è ora di andare io sono stanca voglio andare a dormire...

Sono tutte cose che bisogna negoziare prima, mettersi d'accordo con delle regolette. Rispetto alle relazioni sessuali, se prendi delle sostanze con l'obiettivo di aumentare le prestazioni, prima di prenderle mettiti d'accordo con il tuo partner di cosa è lecito e cosa no, di quello che è tabù e di quello che invece è ok. Sono decisioni da prendere prima.

A un festival ci sono sempre delle regole da rispettare, c'è la legge statale, ci sono i posti di blocco, controlli di polizia, l'atteggiamento che bisogna avere nei confronti della polizia, hai in tasca dell'erba, hai in tasca delle pillole: dire "buongiorno" a questa persona che tu vedi come avversario, aiuta a calmare la situazione. Ti hanno beccato, se lo trovano non puoi più fare niente. Dare delle raccomandazioni sulla circolazione: il fatto di non dormire, e poi c'è gente che si mette per strada dopo tre giorni che non dorme, poi magari si fa ancora un tiro di cocaina per concentrarsi... il dormire, il fatto di dire che il festival dura quattro giorni, vai su un giorno prima e vai via il giorno dopo. Queste sono raccomandazioni che secondo me possono essere significative.

È un tema molto vasto, perché sono dei microcosmi, il festival è un po' il villaggio dei balocchi. E lì come durante un carnevale le regole della vita ordinaria vengono un po' sospese e succedono delle nuove cose. Per stare insieme, sono anche le regole che ci fanno stare assieme, quelle positive che negoziamo in relazione con gli altri.

Tornando sulla sessualità secondo te è un tema importante? Perché c'è gente che va ai festival solo per la musica, altri che comprano solo il biglietto del campeggio e che vogliono cuccare.

Al Paléo, da ragazzino mi ricordo che c'era gente che non veniva neanche ai concerti, rimaneva soltanto al campeggio, dove c'era movimento, succedevano cose o ne provocavano.

Quindi sì, c'è anche quell'aspetto lì che è presente. Distribuiamo un sacco di preservativi poi effettivamente quanto vengano usati in quella situazione lì non è dato da sapere, perché effettivamente tu hai caldo, è notte, si balla, si sta in giro... non so dirti quanto sia praticato.

SUPSI

LIBERATORIA

AUTORIZZAZIONE DI DIFFUSIONE E DI UTILIZZAZIONE DELLE
INTERVISTE/RIPRODUZIONI/PRODUZIONI/FOTO RILASCIATA A SUPSI – SCUOLA UNIVERSITARIA
PROFESSIONALE DELLA SVIZZERA ITALIANA (IN SEGUITO SUPSI)

IL/LA SOTTOSCRITTO/A (COGNOME E NOME)

Guido De Angeli

DOMICILIATO/A (INDIRIZZO)

CHIASSO

Il presente documento regola la cessione alla SUPSI dei diritti sulle immagini/interventi/foto fornite alla SUPSI, rispettivamente riprese dalla SUPSI, nell'ambito di interviste/riproduzioni/produzioni/set fotografici.

La persona di cui sopra cede alla SUPSI, senza alcuna restrizione e senza limite, né di tempo, né di luogo, e senza retribuzione alcuna, tutti i diritti derivanti dalla sua collaborazione con la SUPSI.

Segnatamente sono ceduti i diritti d'autore e i diritti connessi, i diritti di immagine, i diritti di proprietà e ogni altro diritto, in modo che la SUPSI sia l'unica ed esclusiva titolare dei diritti sulla produzione, sulla diffusione e utilizzazione.

La persona di cui sopra autorizza SUPSI a diffondere ed utilizzare, a propria discrezione, tutte o una parte delle dichiarazioni e/o delle immagini, complessivamente o separatamente, dell'intervista/ riproduzione/ produzione/ set fotografico registrata/ripresa durante tutta la formazione alla SUPSI.

In particolare:

- autorizza SUPSI ad utilizzare le immagini - a propria discrezione ma puramente a scopo didattico e/o per valorizzare la propria immagine - su **materiali stampati prodotti dalla scuola**, per eventi gestiti da SUPSI o da terze persone o Enti da questa autorizzati, sui **social network e i siti internet di SUPSI o di terze persone o Enti da questa autorizzati**, e su qualsiasi altro supporto didattico e/o promozionale, senza alcuna restrizione.
- autorizza SUPSI a diffondere tutta o una parte dell'intervista, utilizzando tutti i mezzi medial, nessuno escluso, conosciuti o che verranno approntati in futuro, in qualsiasi forma (compresi quelli su domanda, con o senza download), a propria discrezione ma puramente a scopo didattico e/o per valorizzare la propria immagine all'interno di eventi gestiti da SUPSI o da terze persone o Enti da questa autorizzati, come anche i social network e i siti internet di SUPSI o di terze persone o Enti da questa autorizzati, senza alcuna restrizione di territorio né di durata e di passaggi.

Sarà cura della SUPSI informare debitamente il cessionario ogni volta in cui l'intervista, o una parte di essa, verrà diffusa o fatta diffondere, utilizzando i mezzi radiotelevisivi.

Letto e approvato:

LUOGO E DATA

Luarno, 14 giugno 2014

FIRMA (per un minore firma del rappresentante legale)

Guido De Angeli

Questionario

Sesso

- Maschile
- Femminile

Età (in anni)

Lingue conosciute (sono possibili più risposte)

- Italiano
- Inglese
- Francese
- Tedesco
- Spagnolo
- Altro (specificare)

Nazionalità (specificare)

Perché vai a un festival open-air? (sono possibili più risposte)

- Per la musica in generale
- Perché suona il mio gruppo preferito
- Per scoprire nuova musica
- Per stare con gli amici
- Per conoscere nuove persone
- Per cuccare
- Per fare nuove esperienze
- Per ballare
- Per l'ambiente del festival
- Per uscire dal tran-tran quotidiano
- Altro (specificare)

Hai già partecipato a un festival open-air?

- Sì
- No

Se sì, a quali festival open-air hai partecipato? (elencare gli ultimi tre)

- 1.
- 2.
- 3.

Con chi andrai o con vai solitamente al festival open-air?

(sono possibili più risposte)

- Amici
- Parenti
- Il mio ragazzo/la mia ragazza
- Conoscenti
- Compagni di scuola
- Amici di amici
- Da solo
- Altro (specificare)

Con quali mezzi di trasporto andrai o vai solitamente agli open-air?

(sono possibili più risposte)

- Automobile
- Treno
- Aereo
- Battello
- Bicicletta
- Moto
- Autostop
- Altro (specificare)

Che tipo di bagaglio userai o usi solitamente?

(sono possibili più risposte)

- Zaino
- Sacca
- Valigia
- Trolley
- Borsa
- Marsupio
- Altro (specificare)

Che cosa ti porterai o ti porti solitamente al festival open-air?

(sono possibili più risposte)

VESTITI:

- Magliette
- Pantaloni
- Pantaloncini
- Pullover/Giacchettino
- Mutande
- Costume da bagno
- Calzini
- Mantellina per la pioggia
- Stivali di gomma
- Scarpe di ricambio
- Pigiama
- Altro (specificare)

TOILETTA:

- Salviettine igieniche
- Crema solare
- Burro cacao
- Fazzoletti
- Spazzolino, dentifricio
- Bastoncini d'ovatta
- Asciugamano
- Salvietta
- Deodorante
- Shampoo
- Sapone
- Altro (specificare)

CAMPEGGIO:

- Tenda
- Sacco a pelo
- Materassino
- Borraccia
- Pila
- Fornello da campo
- Cibo in scatola
- Apriscatole
- Altro (specificare)

ACCESSORI:

- Coltellino
- Tappi per le orecchie
- Occhiali da sole
- Cappellino
- Macchina fotografica
- Cellulare

- Nastro isolante
- Altro (specificare)

ALTRO:

- Kit pronto soccorso
- Antiallergici
- Medicamenti mirati
- Repellente per insetti
- Profilattici
- Assorbenti
- Altro (specificare)

IMPORTANTE:

- Documenti
- Soldi
- Carta di credito
- Biglietto festival/campeggio
- Biglietto per il viaggio
- Altro (specificare)

Se sei già andato all'open air, delle cose che hai indicato, quali sono le 5 risultate meno utili? (elencare di seguito)

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Come ti sei informato su cosa portare?

(sono possibili più risposte)

- Siti web
- Amici
- Esperienza personale
- App
- Guide
- Altro (specificare)

Se sei già andato all'open air, quali sono i momenti dell'open-air che preferisci? (sono possibili più risposte)

- Concerti
- Socializzare
- Mangiare
- Dormire
- Attività ricreative
- Altro (specificare)

Se sei già andato all'open air, quali sono le situazioni dell'open-air meno piacevoli? (sono possibili più risposte)

- Folla
- Confusione
- Schiamazzi notturni
- Aggressività/molestia/prepotenza
- Sporczia
- Abuso di sostanze
- Altro (specificare)

Se sei già andato all'open air, hai vissuto esperienze poco piacevoli durante il festival?

- Sì
- No

Quali? (Breve descrizione)

Pensi che potrebbe essere utile una guida/manuale dedicata agli open-air?

- Sì
- No

Quali dei seguenti contenuti vorresti trovare nella guida?

(sono possibili più risposte)

- Informazioni su cos'è un open air
- Suggerimenti su cosa portare con sé
- Indicazioni su cosa aspettarsi
- Consigli su come prepararsi/comportarsi
- Avvertenze su possibili pericoli
- Testimonianze/Racconti
- Altro (specificare)

Quale stile dovrebbe adottare la guida? (sono possibili più risposte)

- Serio/Formale
- Ironico
- Colloquiale
- Vivace
- Giovanile
- Altro (specificare)

Se sei già andato all'open air, hai intenzione di andare ancora a un festival open-air?

- Sì
- No

Perché? (Breve descrizione)

Tre giorni di fango, musica e Toi Toi.

Festival Open-Air

Manuale di sopravvivenza per giovani inesperti

SUPSI – DACD

Bachelor in Comunicazione Visiva

Progetto di Eleonora Zorzi

Relatori: Alberto Bianda, Luca Morici

Font: Univers LT

Carta: Rebello blauer Engel FSC®,

Recycling, matt, ISO Weisse 90, 100g/m2

Stampa e rilegatura: LaBuonaStampa, Lugano

© 2014 testi, illustrazioni e fotografie: Eleonora Zorzi

