

2 (2019)

1

The Diversity of Geographies
A plurality of approaches and research themes
in a complex world

Edited by
Giacomo Zanolin

EDITORIAL

I *Quaderni di Geografia* e la varietà delle geografie 7
Giacomo Zanolin

GEOGRAPHICAL APPROACHES

Politica e deforestazione in Kenya: i risultati 15
della Commissione Ndung'u nella regione del South West Mau
Stefania Albertazzi - Valerio Bini

Pianificare la mobilità urbana attraverso la cooperazione internazionale: 27
l'esperienza del piano urbano della mobilità sostenibile di Herat
Mario Tartaglia

I grecanici dell'Aspromonte: identità culturale, tradizioni e turismo 41
Monica Morazzoni - Giovanna Giulia Zavettieri

Interconnessioni geografiche. Il dossier di candidatura di Matera, 67
Capitale Europea della Cultura 2019
Rachele Piras

Il nomade digitale tra radicamento e sguardo cosmopolita 79
Valerio Pisanu

INTERDISCIPLINARY PERSPECTIVES

Actors of financialization in the German housing system <i>Marco Copercini</i>	95
---	----

BOOK REVIEWS

M.C. Pedrazzini e M. Verna (a cura di), <i>Paris, un lieu commun</i> (2018) <i>Dino Gavinelli</i>	109
---	-----

Il nomade digitale tra radicamento e sguardo cosmopolita

Valerio Pisanu

DOI: <https://dx.doi.org/10.7358/gn-2019-001-pisa>

ABSTRACT

Could digital nomads be considered as bearers of new forms of territoriality? The contribution want try to find an answer. The profile of youtubers or social media influencers, new workers of the globalization era, can't escape a careful geographical anaysis based on the reading of the territorial representations and conveyed by their work and attitude. Starting from them is possible to reason about an inedited form of territoriality that, without claims of completeness, could open new study scenarios.

Keywords: digital nomads; territory; identity; rooting; cosmopolitanism.

Parole chiave: nomadi digitali; territorio; identità; radicamento; cosmopolitismo.

1. INTRODUZIONE

La storia dell'umanità è sempre stata caratterizzata dalla mobilità, dallo spostamento di persone e idee, come testimonia un'ampia diffusione di etnie, lingue e culture su scala planetaria. Non a caso il nuovo paradigma della modernità (Sheller and Urry 2006) enfatizza il concetto di mobilità piuttosto che assumere la stabilità e la sedentarietà come stato naturale delle cose. La direzione dei flussi migratori e le condizioni che li alimentano stanno tuttavia mutando con il dilagare di nuovi processi globalizzanti (Santos 2016), portatori di inediti significati socio-culturali destinati a ridisegnare sul lungo periodo la mappa etnografica del mondo. La diffusione delle comunicazioni e delle tecnologie informatiche sta portan-

do ad una inesorabile ‘morte dello spazio’ (Ilardi 2007), laddove i processi di delocalizzazione delle imprese e lo sviluppo di reti di produzione e di scambio appaiono sempre meno condizionate dalle distanze geografiche.

Venendo meno i confini, le distinzioni e le contraddizioni culturali, occorrono dunque nuovi modi di pensare e interpretare la società cosmopolita (Beck 2003) in cui viviamo. La stessa idea di identità, in qualunque accezione essa si esprima, non può trascendere dai dettami della rete e dallo sviluppo di molteplici stili di vita transnazionali. Sempre più spesso si tende a parlare, in questo senso, di perdita di identità, come testimonia buona parte della letteratura che di essa si occupa, la quale ne enfatizza la negazione, la molteplicità o persino l’inesistenza (Paba 1998). Ed è opinione diffusa considerare la globalizzazione come il male assoluto al quale imputare gran parte delle colpe.

Qualcuno storcerà il naso, ma le cose non starebbero proprio così. Lungi dal volerla apologizzare, in questa sede è certamente più opportuno soffermarsi su possibili modi di vivere e pensare la globalizzazione che trascendano il piano puramente etico-politico. Un ‘cosmopolitismo metodologico’ si potrebbe dire, prendendo in prestito le parole del sociologo tedesco Ulrich Beck (2003), che annienti, o quantomeno porti a rivalutare, le vincolanti dicotomie dentro/fuori, nazionale/internazionale, noi/altri, verso una concettualizzazione della dimensione sociale del tipo ‘sia ... sia’ (*ibid.*).

Con l’avvento delle nuove tecnologie e il perfezionamento dei *social network* e delle comunicazioni di massa, nuove figure professionali animano il mercato globale del lavoro. In questo grande calderone emergono i nomadi digitali, che lavorano da remoto, con i loro tempi, ‘sia qui sia lì’¹. Volendone dare una definizione un po’ romanzata il nomade digitale viaggia per il mondo con l’essenziale, armato di computer portatile e smartphone, lavorando nei *coffee shop* o magari in spiagge tropicali, sorseggiando un cocktail e spostandosi da una destinazione all’altra, spuntando sempre nuovi paesi dalla propria lista di posti da vedere almeno una volta nella vita.

Ma il profilo di un nomade digitale non può sfuggire ad un’attenta analisi geografica, in quanto si potrebbe considerare portatore di nuove forme abitative segnate paradossalmente dalla perdita di uno spazio stanziale in cui tessere le trame della propria esistenza. Professioni come lo

¹ L’identità di tali soggetti nomadi sta assumendo sempre più le sembianze di un composito intreccio di appartenenze collegate tra loro secondo lo schema della rete, tanto che risulta difficile valutarle sulla base di un preciso inquadramento topico.

youtuber, l'influencer, il social media manager, il fotografo, il grafico, il blogger e tutte quelle che hanno bisogno solo di un computer ed una connessione internet per poter esistere, diffonderebbero infatti il riflesso dell'appartenenza identitaria alla società globalizzata. Obiettivo del contributo sarà quello di far emergere, qualora ci sia, un'idea di territorialità (Turco 2010) soggiacente, che si traduce in modi peculiari di concepire, produrre, organizzare e vivere il proprio spazio. Ragionando in termini geografici si proveranno dunque a definire i modi attraverso i quali i nomadi digitali plasmano i luoghi e gli orizzonti della loro quotidianità, soffermandosi sulla coscienza identitaria veicolata "dall'immateralità dell'immaginazione pubblica alimentata dai media" (Turco 2018, 267).

2. L'IDENTIKIT DEL NOMADE DIGITALE

Nel 1997 Tsugio Makimoto e David Manners, rispettivamente ingegnere ed esperto di tecnologie, pubblicavano *Digital Nomads*, nel quale si definivano i tratti salienti della figura del nomade digitale. Da subito si pose in chiaro la necessità di due sole cose: una connessione ad internet e la libertà di viaggiare per il mondo portandosi 'l'ufficio dietro', lavorando da ogni angolo del pianeta. Sarebbe sbagliato però considerare quella del nomade digitale come una comune professione, caratterizzata esclusivamente in senso atopico: sarebbe più opportuno considerarla come uno stile di vita nel quale l'idea di mobilità si fa prerogativa di una (ri)costruzione identitaria, antitetica rispetto ai valori della sedentarietà, della stabilità, dell'accumulo e di una lineare progressione della carriera.

Se vent'anni fa si trattava di una possibilità per pochi, principalmente sviluppatori e imprenditori della fiorente industria tecnologica, oggi le professionalità digitali sono le più disparate: youtuber, consulente, scrittore, blogger, fumettista, designer, influencer, esperto di social media e tutto ciò che richieda, oltre ad una connessione internet e la libertà di viaggiare, una buona dose di creatività e spirito d'iniziativa. È importante sottolineare che il fenomeno del nomadismo digitale non è più solo appannaggio dei paesi del capitalismo avanzato, ma si diffonde a livello globale negli angoli più remoti del pianeta, facilitato dal proliferare di spazi di lavoro in condivisione e dai ridotti costi della vita nelle in alcune località meno gettonate dal turismo *mainstream*. Ciò permette a questa generazione di *freelancer* e imprenditori di incontrarsi anche fisicamente su un territorio, rendendo maggiormente proficuo collaborare e scambiare competenze.

Networking è indubbiamente la parola che descrive in modo più che pertinente questo stile di vita delocalizzato, che per molti aspetti è anche profondamente individualista: la solitudine, il senso di isolamento o perdita dell'io sono infatti due grossi limiti con cui fare i conti. Benché le esperienze dei nomadi digitali abbiano come orizzonte comune l'intero pianeta, la maggior parte delle loro relazioni, sia personali che professionali, avviene prevalentemente attraverso piattaforme digitali. Dalla necessità di affiancare al digitale anche la presenza fisica sorgono quindi nuove forme di sociabilità e comunità, che passano attraverso reti di *co-working* o strutture di *co-living*. Queste servono a minimizzare le difficoltà di trovare alloggio con contratti a breve e medio termine e favoriscono la convivenza con persone affini grazie alla possibilità di condividere le spese per il sostentamento in loco, oltre che i comuni interessi.

Le nuove pratiche abitative e di socialità del nomade digitale, potrebbero avere un valore intrinseco molto forte anche per quanto concerne le pratiche discorsive che investono e modellano simbolicamente un territorio (Turco 2010), laddove ci si soffermi sulle “relazioni affettive con i luoghi che lo guidano nelle scelte e nelle pratiche attraverso le quali questi produce e organizza gli spazi” (Tanca 2016, 67): si pensi allo sviluppo di app e siti web come nomadlist.com (Fig. 1), i quali aiutano a geo-localizzare i suddetti spazi e valutarli secondo diversi parametri come costo e qualità della vita, meteo, sicurezza, divertimento, ecc. Il tutto si traduce spesso in un'opportunità interessante sotto il profilo turistico, pur con alcune differenze rispetto al marketing sfrenato che spinge verso le mete più convenzionali. Con i loro flussi, i nomadi digitali creerebbero nuove ‘geografie esistenziali’ (Turco 2018) che veicolano nuove opportunità per la promozione e il marketing territoriale: ne è un validissimo esempio, tra i tanti, l'iniziativa PandoraHub², che rivitalizza villaggi rurali poveri demograficamente come quelli della Catalogna, trasformandoli in contesti di *co-living* per lo sviluppo di start up locali e internazionali (Fig. 2).

Tali opportunità risulterebbero valide e stimolanti per quelle realtà topiche poco conosciute e non investite dai canali turistici tradizionali. Tenendo conto dell'indotto economico diretto, così come della positiva iniezione di innovazione e competenze portate dai nomadi digitali, si potrebbero qui definire alcuni punti che sottendano un inedito agire territoriale, frutto di una sinergia tra gli attori al fine di realizzare un progetto comune: una plurima (ri)costruzione identitaria che suggerisca l'idea di ‘nuovo territorio’, o quantomeno un nuovo uso dello stesso.

² Si rimanda al sito www.pandorahub.co.

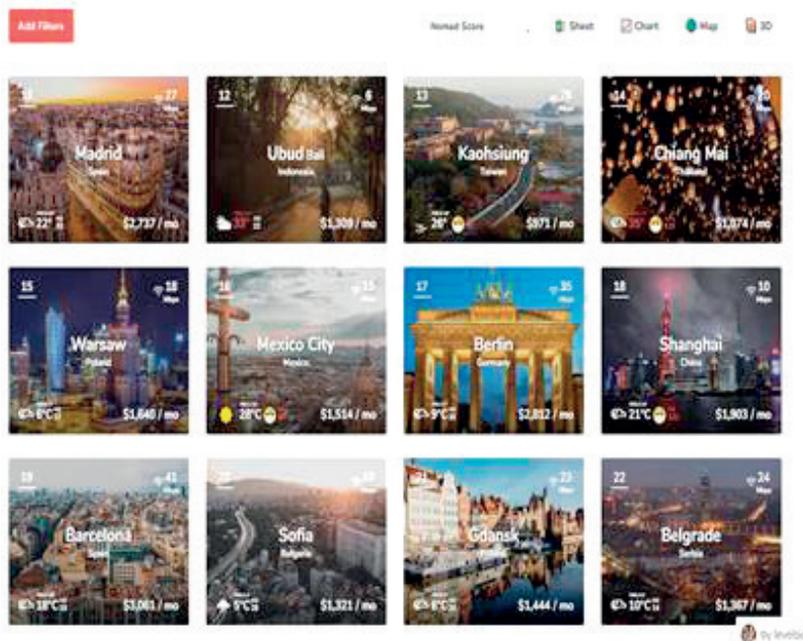


Figura 1. – Alcune località valutate con gli occhi dei nomadi digitali.
Fonte: www.nomadlist.com.



Figura 2. – Nomadi digitali impegnati nello sviluppo di start up per PandoraHub, Costa Brava (Catalogna).
Fonte: www.pandorahub.co.

3. TERRITORIALITÀ A PORTATA DI CLICK

Il nomadismo così inteso “riflette ed alimenta una cognizione della territorialità declinata sul piano della funzionalità e, non meno, su quello dell’emozionalità” (Turco 2018, 11). Un professionista freelancer in grado di creare una narrazione intorno ad un territorio, plasmandolo attraverso molteplici significazioni semantiche che alimentano il piano dei sentimenti, delle passioni e delle emozioni, rendendole fruibili alla comunità nomade e ai followers, alle persone che vogliono leggerle, guardarle e coglierle “la topia, il senso dei luoghi, la loro bellezza, la loro praticabilità in ogni angolo possibile di questo pianeta” (Turco 2018, 12). Egli esprime al contempo “un profilo non parziale, né limitato, tanto meno obbligato e deterministico, dell’insediamento umano, ispirato da una visione localizzativa di tipo ubiquitario [...] operante ed a matrice collettiva” (*ibid.*) e, contestualmente, la propria condizione di ‘homo geographicus’ (Sack 1997).

Si pensi, tra i tanti esempi, alle “Maldive di Milano”, trovata social dello youtuber Capedit³: il caso del torrente della Val Verzasca, ad un’ora da Milano e 45 minuti da Varese, ad oggi tra le mete turistiche più in voga d’Italia, dimostra quanto i social e il web siano diventati una variabile cruciale nel marketing turistico nella promozione di un ‘brand territoriale’ (Giovanardi 2015). Centinaia di visualizzazioni e condivisioni del solo video originale, ripreso anche da altri social network e articoli di giornale: il risultato è che la Val Verzasca risulta sempre invasa dai turisti. A dimostrazione dell’atto performativo del territorio che sottende la ‘simulazione di territorialità’ (Tanca 2019) di uno youtuber, basti pensare che durante il week end, dal lago di Vogorno, dove ci sono le enormi dighe di Verzasca che alimentano anche il Lago Maggiore, è praticamente impossibile trovare parcheggio e si assiste ad una netta proliferazione dei servizi commerciali. Non si può negare come le *community online* di questo tipo e soprattutto l’immaginario territoriale che vi si lega, siano un mercato su cui si potrebbe e dovrebbe lavorare per migliorare la visibilità e la fruibilità delle destinazioni turistiche. E allo stesso sarebbe auspicabile una geografia che studi questo tipo di territorialità, verificandone e dimostrandone la capacità reificante che la regge (Turco 2010). Lo spazio e il territorio del nomade digitale diventerebbero in questo senso quelli immaginati e costruiti virtualmente o, per meglio dire, la loro ‘simulazione’, da non confondersi con quella che si potrebbe definire come ‘territorialità convenzionale’.

³ Si rimanda al sito <https://youtu.be/PZj38CihLOU>.

Essi contribuirebbero così a restituire un'immagine, una rappresentazione basata sulle proiezioni semantiche che reggono inedite 'marche' (Aru e Tanca 2013) del territorio che 'rappresentano'. Entra in scena il potere performativo insito nei discorsi intorno ai luoghi dei loro itinerari, documenti preziosi e imprescindibili da cui estrapolare utili indizi sulle prassi attraverso le quali i nuovi nomadi, figli del web e avvezzi al *networking*, rappresentando e simbolizzando un'idea di territorio e di territorialità, rappresentano e simbolizzano anche se stessi, collettivamente ed individualmente.

Fa ulteriore chiarezza Angelo Turco:

La territorialità diventa così una costruzione narrativa: una rappresentazione del mondo nella quale gli individui e gli attori collettivi letteralmente 'conquistano' il loro statuto identitario. In effetti, essi condividono il sentimento di contribuire tutti insieme all'elaborazione e all'esecuzione di un progetto di vita comune, di cui il territorio è la condizione e, al medesimo tempo, il prodotto. Se nel suo insieme la messa in discorso permette l'elaborazione riflessiva della territorialità nonché la sua comunicazione sia interpersonale sia intergenerazionale, il racconto, dal canto suo, riveste la funzione specifica di grande narrazione, un dispositivo che non solo dice qualcosa su uno stato di fatto, ma altresì sulla regola da seguire in presenza di quello stesso stato. Il modello narrativo si dispiega sia sul piano della descrizione sia su quello della norma d'azione. Il senso del territorio e, dunque, la territorialità, oscillano così tra memoria e progetto: autentiche risorse comunicative che, spesso strutturate e percepite in forma paesistica, sono sentite come ricchezza pubblica e collettiva e, al tempo stesso, vissute come valori intimi e personali dall'uomo-abitante.⁴

La pratica dell'abitare acquisirebbe dunque nuovi significati che sottendono rapporti di multi-appartenenza ed una perdita dei forti legami identitari con un territorio ritenuto 'proprio'. In un mondo dai confini sempre più liquidi (Bauman 2000) il nomade digitale fa propria la pratica 'dell'abitare itinerante' (Crosta 2007), contribuendo massivamente alla diaspora del multiculturalismo e alla costruzione di nuovi territori, nel quale va a dispiegarsi il pluralismo identitario che contraddistingue le città globali (Sassen 1997). I nuovi 'abitanti itineranti' non hanno né uno spazio unitario e univoco entro il quale riconoscersi, né uno spazio costruito e condiviso, secondo logiche di organizzazione autoreferenziale e autopoietica, con gli abitanti stanziali delle città e dei luoghi in cui ri-

⁴ Testo completo all'indirizzo [http://www.treccani.it/enciclopedia/territorio-e-territorialita_\(Enciclopedia-Italiana\)](http://www.treccani.it/enciclopedia/territorio-e-territorialita_(Enciclopedia-Italiana)).

siedono. Essi abitano e usano un territorio da intendersi certamente come costruito sociale ma risultante dalla somma dell'appartenenza plurale e dell'immaginario che vi si lega empiricamente, rendendo più che mai veritiero l'assunto secondo il quale, in altre parole, 'il territorio è l'uso che se ne fa' (Crosta 2010), che si trasmette, in questo caso, come 'memoria digitale' e, al contempo, come progetto.

La stessa nozione di itinerario esprime d'altronde l'idea di un percorso, i cui luoghi e territori diventano ripercorribili con un semplice click grazie allo sguardo cosmopolita e al lascito immaginifico del nomade digitale. Questa inedita modalità dell'abitare si collocherebbe dunque al centro della complessa mutualità e reciprocità di reti e territori, in un'ottica transcalare che amalgama dimensione locale e globale, ricombinando gli aspetti di ciascuna delle due in una nuova struttura sociale e territoriale che ne sia la sintesi. E da tale sintesi è utile ripartire nell'analisi di ciò che maggiormente interessa in questa sede, vale a dire la dialettica esistente tra rapporti d'identità e alterità, tra radicamento e cosmopolitismo.

L'ingresso in un territorio 'altro' comporta infatti una moltitudine di ritualità, quali l'attraversamento, fisico o simbolico, di una soglia, il varco, scandito nel tempo e nello spazio, di un limite (Cuttitta 2012; Ponzi e Gentili 2012). Il nomade digitale, armato solo di computer, smartphone e foto/video camera "non è più quello che era quando viveva a casa sua, e non è ancora quello che vorrebbe essere" (Dal Lago 2004, 13-18). La sua appartenenza diventa consustanziale di "nuove corrispondenze logiche tra le cose dello spazio, le parole [usate] per nominarle e le immagini mentali che su di esse [proietta]" (Boeri 2011, 59).

4. 'SIA QUI SIA LÌ': RADICARE IL COSMOPOLITISMO

Una concezione della territorialità come quella proposta dispiegherebbe una moltitudine di referenze, reali o immaginarie, le quali generano e consolidano inedite polisemie degli spazi vissuti. Contestualmente prenderebbe corpo un certo senso di 'topophilia' (Tuan 1974), l'intima connessione fra l'ambiente fisico e le emozioni, i sentimenti e i valori estetici che il nomade condivide online. Ciò dimostrerebbe altresì la fluidità e l'intersoggettività della nozione di territorio, spesso basata su di una coscienza identitaria situazionale e da definire caso per caso.

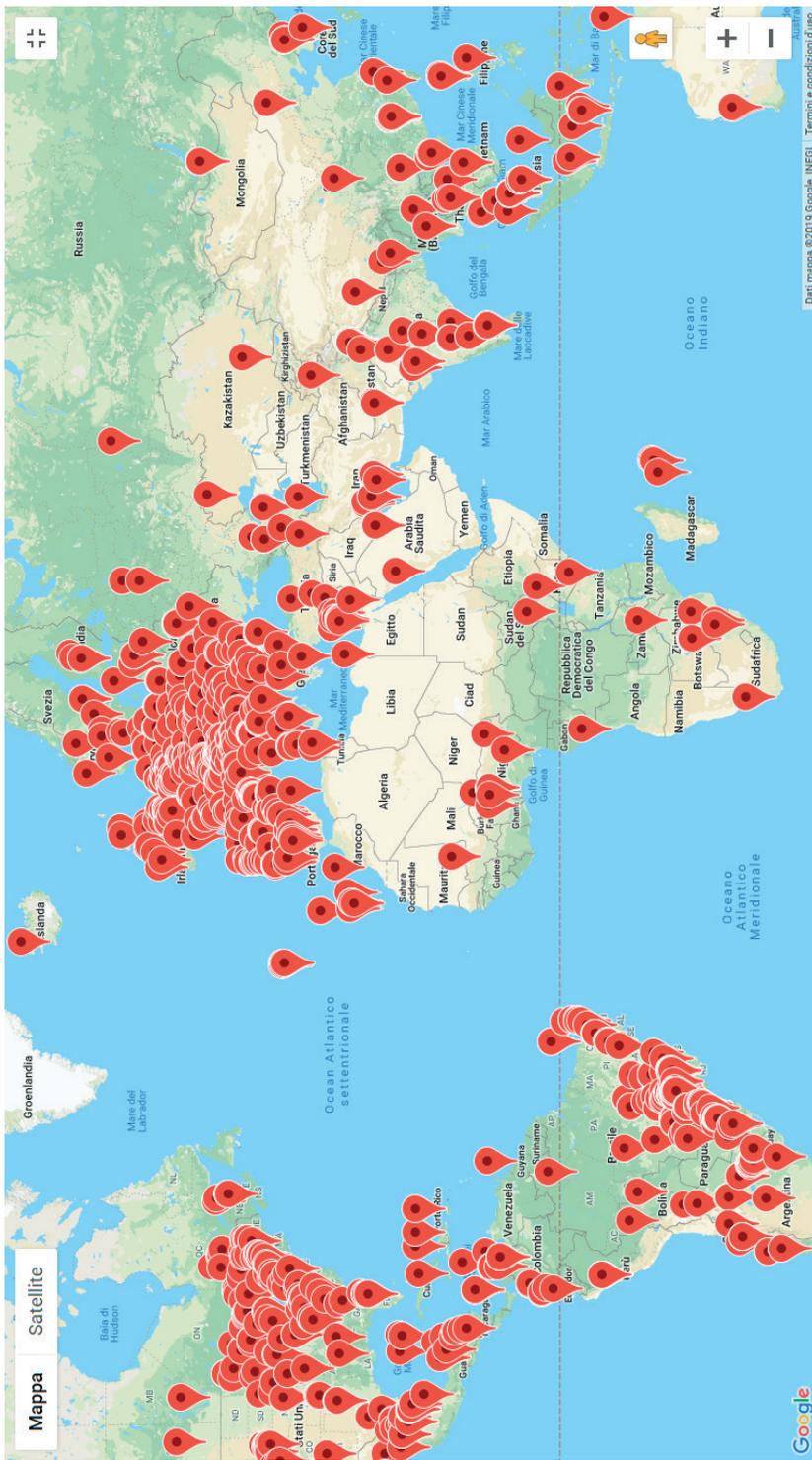


Figura 3. – Mappatura del global cowriting.
 Fonte: www.cowritingmap.org

La si potrebbe definire ‘identità circolatoria’ (Tarrus 2001) se ciò non implicasse la preponderanza di una sociabilità prettamente virtuale, astratta, che prescinde la prossimità dei rapporti di compresenza *face to face* con le società locali ed una vaga idea di radicamento e/o stanzialità. I nomadi digitali, in veste di ‘abitanti itineranti’, in torto a quanti ne sottolineano l’invisibilità topica, rientrano invece a pieno titolo nel novero degli *space users*, attori di prim’ordine nella costruzione/simulazione di territori e valore aggiunto nella valorizzazione e promozione degli stessi:

non tenuti in conto dalle statistiche, non riconosciuti come soggetti politici attivi in tutti i posti dove, per il fatto di viverci, sarebbero interessati ad esserlo, gli abitanti itineranti sono viceversa molto spesso i protagonisti della vita economica e sociale delle località che frequentano [prima ancora di quelle dove ufficialmente risiedono]. (Crosta 2007, 77)

Essi sono individui capaci di essere qui e lì al contempo, transmigranti, abitanti itineranti che partecipano attivamente e complessivamente alle immagini dei luoghi, generando “nuovi contesti di contatto (fisici e dell’immaterialità), non ancora molto esplorati, che pure esplicitano la globalità ordinaria dell’interrelazione minuta che assume il fenomeno” (Cattedra e Memoli 2013, 90). Questi contesti potrebbero dunque essere spazi privilegiati in cui rintracciare gli insiemi di appartenenze topiche e professionali cui si sceglie di identificarsi, pur mantenendo un proprio background socio-culturale. In un certo senso “ogni individuo mantiene una certa distanza nei confronti dell’altro al fine di non perdere la propria specificità ma, al contempo, è messo in condizione di promuovere scambi e incontri tra diverse culture” (Marengo 2007, 57).

Così la coscienza identitaria globale di tali soggetti nomadi si radicherebbe negli ‘interstizi’ interagenti (Gasparini 2009), pur soggiogata dalle dinamiche cosmopolite insite nella stessa mappa del *global coworking* (Fig. 3).

5. CONCLUSIONI

Il tipo di territorialità analizzata in questo contributo si articolerà in funzione della prossimità con gli altri, indifferentemente fisica e virtuale, del coinvolgimento e della progettualità più o meno espliciti, dell’intersoggettività e del multiculturalismo. Essa non rappresenta uno spazio neu-

tro, stabile e dai caratteri immutabili, quanto una forma di eterotopia che sottende un'incessante dialettica tra identità e differenze, tra prossimità e lontananza, una convergenza trasversale tra sguardi ed emozionalità differenti. Pare evidente che non si tratta del tipo di territorialità convenzionalmente intesa, ma di una territorialità che si nutre del senso del 'tra' che "riesce a dire il mondo umano nella sua umanità, nella prossimità dell'altro [e che] disegna altrimenti le geografie dell'umano" (Riva 2013, 161).

L'umano diviene dunque una condizione universale che va colta dietro alle differenze e il suo luogo di vita risulta essere "una regione di confine, che collega e che separa allo stesso tempo" (Waldenfels 2008, 131). Ed è nel mezzo di questa dualità concettuale di essere umano e di senso di appartenenza ai luoghi della propria esistenza che il nomade digitale si colloca, tra radicamento e 'sguardo cosmopolita' (Beck 2005). Egli si connatura ad un'idea di cultura antropocentrica capace di produrre differenziazione e coscienze identitarie plurime che suggeriscano al contempo un'appartenenza italiana, europea, mondiale, globale.

Lo stesso territorio itinerante e cosmopolita sul quale il nomade digitale posa il suo sguardo, strutturandolo simbolicamente, prima che materialmente, rendendone un'immagine, incarnerebbe il concetto di un complesso ecosistema contraddistinto da interrelazioni connotative, 'sia dentro sia fuori' i suoi stessi confini. Come ogni geografia, quella del nomadismo digitale così inteso, si compone di territori affettivi densi che funzionano come delle vere e proprie manifestazioni di identità territoriale, 'mappe mentali' del peculiare itinerario che la disegna.

Potrebbe essere questo il modo attraverso il quale l'agire territoriale di questi 'soggetti mobili 2.0' produce dunque territorio e tutta una serie di inedite dinamiche intrinseche alla complessità stessa della globalizzazione? La domanda non può trovare né semplice né ovvia risposta. Ciò che qui ci importa è che, costringendoci a ripensare i modi di conoscere il mondo del futuro, la geografia diventa l'ingrediente fondamentale per comprendere le contraddizioni di questo modo di 'stare sulla terra' e i peculiari risvolti territoriali che esso incarnerebbe. Il lavoro del geografo potrebbe vertere in questo senso verso l'analisi delle 'simulazioni territoriali' (Tanca 2019) promosse dalle suddette figure professionali oggetto di studio, specificandone le specificità, gli obiettivi, i destinatari a cui si rivolgono, le informazioni che puntano a divulgare e i modi utilizzati. Certamente sarebbe auspicabile una 'ricerca sul campo', con l'impiego di interviste e/o osservazione partecipante, vedendo e valutando i luoghi studiati con i loro stessi occhi, ma in un mondo globalizzato come il no-

stro, caratterizzato dalla delocalizzazione delle professionalità, dalla ‘morte dello spazio’ (Ilardi 2007), sarebbe difficile rinvenire un’oggettività di base nella lettura del fenomeno.

Di sicuro è bello pensare che, in fondo, ai nomadi digitali basti sentirsi “quelli che girano il mondo, lavorando ovunque, grazie a Internet”⁵.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Aru, S., e M. Tanca. 2013. “Migrare a Cagliari. Spazi linguistici e marche territoriali nel centro storico”. In *Lingue migranti e nuovi paesaggi*, a cura di M.V. Calvi, I. Bajini, e M. Bonomi. Milano: LED Edizioni.
- Bauman, Z. 2000. *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Beck, U. 2003. *La società cosmopolita. Prospettive dell'epoca postnazionale*. Bologna: il Mulino.
- 2005. *Lo sguardo cosmopolita*. Cambridge: Polity Press.
- Boeri, S. 2011. *L'anticità*. Roma - Bari: Laterza.
- Cattedra, R., e M. Memoli. 2013. “Spazi di ‘nuova Italia’. Situazioni cosmopolite e forme di eterotopia”. In *Percorsi migratori della contemporaneità. Forme, pratiche e territori*, a cura di S. Aru, A. Corsale, e M. Tanca. Cagliari: CUEC.
- Crosta, P.L. 2007. “L’abitare itinerante come ‘pratica dell’abitare’ che costituisce territori e costituisce popolazioni. Politicità delle pratiche”. In *I territori della città in trasformazione. Tattiche e percorsi di ricerca*, cura di A. Balducci e V. Fedeli. Milano: FrancoAngeli.
- 2010. *Pratiche: il territorio è l'uso che se ne fa*. Milano: FrancoAngeli.
- Cuttitta, P. 2012. *Lo spettacolo del confine. Lampedusa tra produzione e messa in scena della frontiera*. Milano - Udine: Mimesis.
- Dal Lago, A. 2004. “Prefazione”. In *Lo stivale meticcio. L’immigrazione in Italia oggi*, a cura di T. Barrocci e S. Liberti. Roma: Carocci.
- Gasparini, G. 2009. *La vita quotidiana. Interstizi e piccole cose*. Assisi: Cittadella.
- Giovanardi, M. 2015. “A Multi-Scalar Approach to Place Branding: The 150th Anniversary of Italian Unification in Turin”. *European Planning Studies* 23 (3): 597-615.
- Ilardi, M. 2007. *Il tramonto dei non luoghi. Fronti e frontiere dello spazio metropolitano*. Roma: Meltemi.
- Makimoto, T., e D. Manners. 1997. *Digital Nomad*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Marengo, M. 2007. *Geografie dell’intercultura*. Pisa: Pacini.

⁵ Si rimanda al sito www.nomadigitali.it.

- Paba, G. 1998. *Luoghi comuni. La città come laboratorio di progetti collettivi*. Milano: FrancoAngeli.
- Ponzi, M., e D. Gentili, a cura di. 2012. *Soglie. Per una nuova teoria dello spazio*. Milano - Udine: Mimesis.
- Riva, F. 2013. “Il nuovo altro. Geografie dell’umano”. In *Percorsi migratori della contemporaneità. Forme, pratiche e territori*, a cura di S. Aru, A. Corsale, e M. Tanca. Cagliari: CUEC.
- Sack, R.D. 1997. *Homo Geographicus: A Framework for Action, Awareness, and Moral Concern*. Baltimora: Johns Hopkins University Press.
- Santos, M. 2016. *Per una nuova globalizzazione. Dal pensiero unico alla coscienza universale*. Salerno: Arcoiris.
- Sassen, S. 1997. *Le città globali: New York, Londra, Tokyo*. Torino: UTET.
- 2010. *La città nell’economia globale*. Bologna: il Mulino.
- Sheller, M., e J. Urry. 2006. *The New Mobilities Paradigm: Environment and Planning*. London - New York: Routledge.
- Tanca, M. 2016. “Geografia e canzoni. La provincia, l’altrove, la geografia in Paolo Conte”. In *La musica come geografia. Suoni, luoghi e territori*, a cura di E. Dell’Agnese e M. Tabusi. Roma: SGI.
- 2019. *Geografia e Fiction. Opera, film, canzone, fumetto*. Milano: FrancoAngeli.
- Tarrius, A. 2001. “Au-delà des États-Nation. Des sociétés de migrants”. *Revue européenne de migrations internationales. Débats contemporains* 17 (2): 37-61.
- Tuan, Y.F. 1974. *Topophilia: A Study of Environmental Perceptions, Attitudes, and Values*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Turco, A. 2010. *Configurazioni della territorialità*. Milano: FrancoAngeli.
- Turco, A., e L. Camara, a cura di. 2018. *Immaginari migratori*. Milano: FrancoAngeli.
- Waldenfels, B. 2008. *Fenomenologia dell’estraneo*. Milano: Raffaello Cortina.