

Testimonianza sul progetto MappiNA

Formez  PA



Questo materiale didattico è stato realizzato da Formez PA nel *Progetto PerformancePA*, Ambito A Linea 1, in convenzione con il Dipartimento della Funzione Pubblica, organismo intermedio del Programma Operativo Nazionale Governance e Azioni di Sistema (PON GAS), Asse E Capacità istituzionale. Il PON GAS è cofinanziato dal Fondo Sociale Europeo ed è a titolarità del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

L'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Condividi allo stesso modo 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Autore: Ilaria Vitiello

Creatore: Formez PA

Diritti: Dipartimento della Funzione Pubblica

Data: Ottobre 2015

Testimonianza sul progetto MappiNA

Offrire modi alternativi di conoscere e trasformare le città attraverso il contributo dei suoi abitanti. Ritrovare un senso di comunità promuovendo la collaborazione tra i cittadini nel riscoprire le origini, apprezzare le particolarità e cogliere le trasformazioni urbane e culturali della città nella quale vivono. Nata a Napoli, "MappiNa" è una piattaforma di comunicazione urbana e collaborative-mapping realizzata con il contributo critico e collettivo alle immagini stereotipate della città. Letture aperte, plurime, variabili, immaginarie, a più voci che intercettano le varietà dei linguaggi con cui si esprime la città.

MappiNa si costruisce georeferenziando le pratiche che si vedono nei luoghi e i suoni che si ascoltano in città, i luoghi abbandonati da esplorare e le idee di riuso o di attraversamento della città da sperimentare. MappiNa affianca la partecipazione online Open Labs, iniziative di attraversamento della città e di sperimentazione dello sguardo e dell'ascolto, di collaborative-mapping istantaneo e azioni di riuso temporaneo che catalizzano la creatività dispersa attraverso nuovi immaginari urbani. Abbiamo chiesto di raccontare questa esperienza a Ilaria Vitellio CEO di MappiNa. Ilaria si occupa da diversi anni di strumenti di governo del territorio, di politiche urbane e territoriali.

Come si caratterizza MappiNA? Quali sono stati i rapporti con le istituzioni territoriali? E come si integra con i social network?

MappiNa si fonda sulla volontaria partecipazione dei cittadini alla costruzione di mappe alternative delle città. Ognuno può costruire le mappe caricando immagini, video, audio e testi e si fonda, in linea di massima, sulla partecipazione online e offline. Online noi sollecitiamo tutti gli abitanti a raccontare una città diversa anche facendo delle call. Per esempio a Napoli è passato questo artista che si chiama CLET, Anacleto Abraham, che utilizza i cartelli stradali per ridisegnarli. Noi abbiamo chiesto ai cittadini di andare a cercare questi cartelli, georeferenziarli sulla piattaforma e abbiamo avuto un enorme successo: nel giro di pochissime ore siamo riusciti a costruire la mappa di CLET a Napoli. Questo lo facciamo online attraverso soprattutto l'utilizzo dei social network, Facebook e Twitter, e poi invece il progetto prevede uno sviluppo offline perché, tra le mappe che noi realizziamo, ci sono quelle degli spazi e degli immobili abbandonati.

Abbiamo già in essere delle relazioni soprattutto con il Comune di Napoli, ma quando

attiveremo laboratori sugli spazi, logicamente queste relazioni si faranno molto più fertili. In base ai dati pubblicati in Amministrazione Trasparente in open data anche, sul patrimonio del Comune di Napoli noi andremo a selezionare degli immobili non utilizzati del patrimonio immobiliare su cui esploreremo quelle che noi definiamo pratiche di re-immaginazione dello spazio, che sono iniziative offline che non hanno a che fare con l'occupazione, come dire, dello spazio, ma con l'occupazione temporanea volta a attivare dinamiche di partecipazione per la costruzione di un possibile riuso anche temporaneo di quello spazio.

Come si è strutturata la campagna di crowdfunding?

Ad aprile 2015 abbiamo lanciato una campagna di crowdfunding sulla piattaforma WeDo di Telecom che ci ha accolto. Il goal da raggiungere in 90 giorni era 30.000 euro, ne abbiamo raccolti 44.700, con una diffusione molto estesa dei nostri sostenitori che non sono solo, anzi lo sono in piccolissima percentuale, quelli che noi definiamo i nostri mappers, ossia quelli che caricano contenuti su MappiNa, ma sono soprattutto quelli che seguono il progetto da anni. MappiNa qua compie, a Smart City Exhibition il suo compleanno, perché 3 anni fa, nel 2013, l'abbiamo presentata per la prima volta e adesso ogni anno ritorniamo a presentarne l'avanzamento.

Come è nata questa esperienza di partecipazione dal basso?

La partecipazione dal basso è un atto volontario alla costruzione, singolarmente come cittadini, di una mappa collettiva in cui ognuno contribuisce col proprio sguardo, col proprio udito, con la propria capacità di ripresa della città, alla costruzione di una mappa che però è una mappa collettiva di un racconto diverso della città che non è quello dell'immagine stereotipata. E' partito da Napoli che soffre moltissimo di un'immagine altamente stereotipata nei circuiti internazionali; questa volontà poi si è diffusa a Roma, a Milano, a Venezia, cioè la volontà, una voglia dei cittadini di raccontare la propria città ma con il proprio sguardo.

Quali sono stati gli usi e le funzioni dei social network nel progetto?

Tra le tecnologie noi utilizziamo moltissimo Facebook e Twitter. Logicamente richiedono due linguaggi completamente diversi anche con obiettivi molto diversi perché Facebook, avendo anche due popoli molto diversi, lo utilizziamo molto per lanciare le call, mentre Twitter, soprattutto da quando ha utilizzato la possibilità di poter immettere immagini, lo usiamo per restituire ciò che viene immesso su MappiNa. Per cui, lanciamo moltissimo su Facebook le idee "Stiamo costruendo questa mappa.." o piuttosto "Stiamo per fare questa cosa...". Sul

crowdfunding è stato utilizzato moltissimo Facebook e anche logicamente Twitter, però sapendo che abbiamo a che fare su Twitter con un popolo molto diverso da Facebook, con due linguaggi completamente diversi, obiettivi diversi, obiettivi di diffusione e di partecipazione diversi, perché su Twitter è molto più semplice diffondere una notizia, su Facebook è più facile convogliare le persone a fare delle cose.