

## **PARISH MAPS**

### **MAPPE CULTURALI/DI COMUNITA'**

#### ***PERSONE E LUOGHI***

***Gemona, 29 settembre 2006***

## **PERCHE' LE MAPPE**

Inghilterra, inizio anni '80

### **COMMON GROUND e le PARISH MAPS**

**tendenze e bisogni**

Sempre più informazioni sul nostro pianeta,  
**MA DIMINUISCE**  
la conoscenza puntuale dei luoghi



Sempre meno capaci di discutere,  
argomentare,  
far valere le nostre conoscenze  
essere esperti



Sempre meno sicuri nello stabilire dei valori,  
sempre di più condizionati  
da stereotipi e luoghi comuni



## Perdersi e perdere

la ricchezza dei luoghi  
il senso dei legami tra persone e luoghi  
il senso di appartenenza  
la qualità della vita di tutti i giorni

## PARISH MAPS

per documentare, orientarsi,  
esprimere un punto di vista

Un luogo è molto di più che una  
superficie geografica



Una mappa è molto più di un insieme  
di semplici linee sulla carta  
*COME LE LETTERE E I DIARI*  
*RACCONTA LE STORIE UMANE, I PUNTI DI VISTA*



Italia, Piemonte - 2001  
**ECOMUSEI**

*patrimonio locale*

*comunità locale*

*passato, presente, futuro*

*relazioni: tempo, spazio, persone, elementi*

*processo partecipato*

## Strumento per orientarsi e confrontarsi, punto di partenza

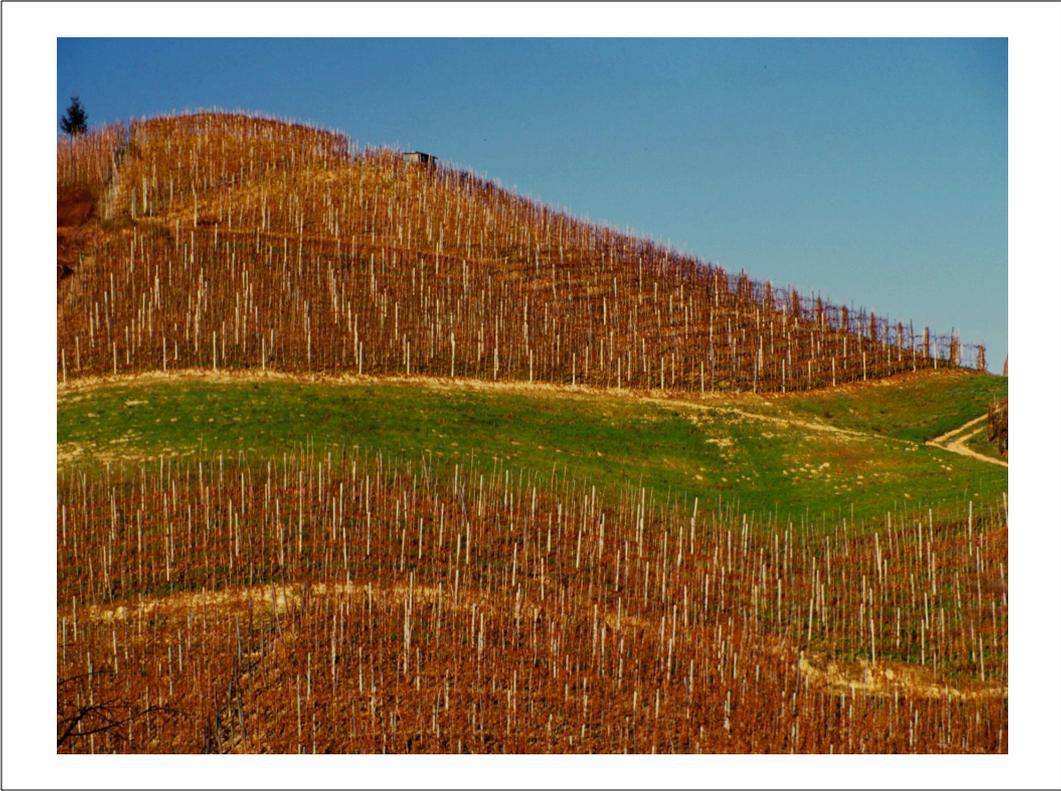


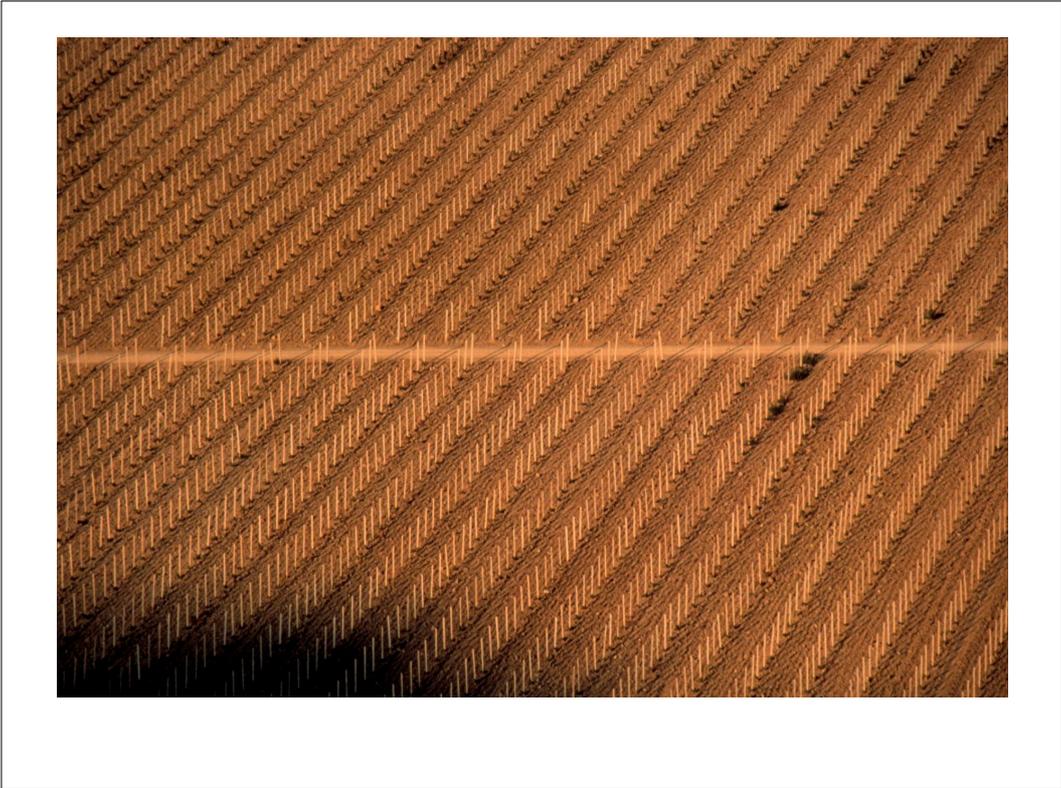
## Regole del gioco

1. riconoscere la propria centralità
2. definire i confini  
(la più piccola arena in cui la vita è vissuta)
3. riconoscere il valore della  
soggettività  
(è la soggettività a rendere ogni mappa unica e speciale)
4. privilegiare la dimensione della  
quotidianità

## Patrimonio locale







## Comunità locale





**BELGIUM**  
*Festive treat*



**UK**  
*Festive treat*



**SWEDEN**  
*Festive treat*

Never underestimate the importance of local knowledge.

Mince pies or rice pudding at Christmas? It's just something you know when you're a local.  
At HSBC, we have banks in more countries than anyone else. And each one is staffed by local people.  
We have offices in 79 countries and territories; Europe, Asia-Pacific, the Americas, the Middle East, and Africa. Being local enables them to offer insights into financial opportunities and create service initiatives that would never occur to an outsider.  
It means our customers get the kind of local knowledge and personal service that you'd expect of a local bank.  
And a level of global knowledge and widely sourced expertise that you wouldn't.

**HSBC**   
The world's local bank

**Il passo più grande è il primo:  
trovare le motivazioni**

**'IL NON METODO'**

**Che cosa rende il proprio luogo  
denso di significati  
e  
diverso dagli altri**

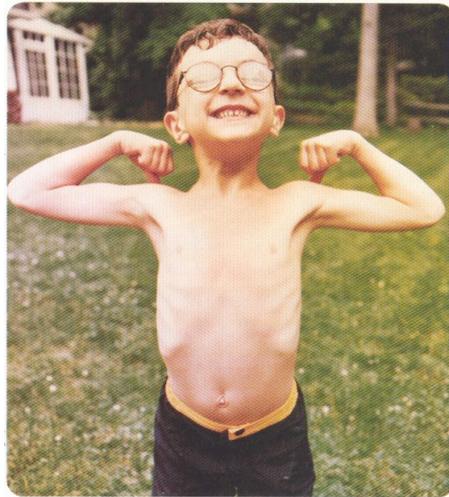
## Darsi tempo

1. il perché della mappa, obiettivi e motivazioni
2. coinvolgimento della comunità locale
3. che cosa cercare
4. definizione del gruppo di lavoro, ruoli, 'persona magica'
5. individuazione del territorio coinvolto

## ... segue

6. collezionare ed archiviare il materiale raccolto
7. quale tecnica di rappresentazione, supporto cartografico (?)
8. scegliere che cosa rappresentare
9. dalla bozza alla realizzazione definitiva
10. presentazione e definizione dei prossimi traguardi

**Sorpresa delle proprie capacità, miglioramento relazioni personali, accrescimento della conoscenza, volontà di fare dell'altro, consapevolezza**



Knowledge is power. Feel free to flex.

***Prendersi cura di qualcuno, di qualcosa, presuppone conoscenza e affetto***

