

Idee progettuali per la fase intermedia (con i rappresentanti della popolazione)

Studio strategico del Bellinzone

6. febbraio 2013

5 idee progettuali o temi che potrebbero essere sviluppate con i rappresentanti della popolazione (forse i sindaci) nella fase intermedia

Rispetto il passato

- (1) WALK THROUGH THE HISTORY - COLLECTIVE CARTOGRAPHY
- (2) PROGETTO COLLABORATIVO DEL PASSATO

Rispetto il presente

- (3) FIND EMPTY SPACES
- (4) SNAPSHOT DELLO SPAZIO PUBBLICO
- (5) WORKSHOP “Cosa faresti se potessi fare un intervento a Bellinzona?”

Note:

Attractiveness is a question of ‘taste’ therefore not quantifiable.

Design contributes in the way that it asks the ‘way of living’ in the future, ‘what problems might lie ahead’.

The question what connects us to the surrounding is crucial and vary person to person. We have to understand the human experience in a place. There is a link between form and feeling. Consequently, there is a need for objects.

Studio strategico del Bellinzonese

6. febbraio 2013

Titolo	WALK THROUGH THE HISTORY - COLLECTIVE CARTOGRAPHY
Descrizione:	<p>Rilevo della MEMORIA DI INFANZIA via interviste con i membri del workshop oppure (nel caso ideale) con persone di vari età e formazione viventi a Bellinzona.</p> <p>Questa esperienza di ogni giorno viene trasformato in una immagine (scattato da un fotografo professionale) e viene collocato in una mappa territoriale. La esperienza individuale va riportato su scale territoriale.</p> <p>Ci sono magari posti "che non ci sono più", ma ri-fotografando il contesto fisico vengono ritracciati ed elevati.</p> <p>Creazione di un'istoria che passa diverse generazioni e che dovrebbe sottolineare che certe storie sono sempre in continuazione.</p>
In quale modo suggerite di approcciare la discussione con gli interlocutori	Intervista rispetto la loro memoria personale, la loro vita di bambino. Incentivo di aver "documentato" il loro posto da parte di un professionista.
Su che cosa agisce (variabili, soggetti, stili di vita ecc.)?	Qualità di vita. Senso di comunità.
Cosa andrebbe a migliorare (viabilità, qualità di vita, capitale sociale, capitale umano, relazioni con le imprese ecc.)?	1° Capitale umano 2° qualità di vita
Per la popolazione intera o un determinato gruppo?	Popolazione intera
Quanto l'idea è fattibile (dal punto di vista economico, sociale e ambientale)?	Progetto di comunicazione. Necessità di un giornalista, fotografo, editore.
Quali potrebbero essere le conseguenze per il Bellinzonese?	Conoscenza dei posti più "amati" e "importanti" per la vita quotidiana. Individuale cosa sono le cose che ci legano davvero ad un posto. La visualizzazione di posti di meno "rappresentativi" su tutto il territorio sposta il focus dai monumenti storici, come castello etc. ai posti di vera evocazione personale per il Bellinzonese. Ora sono meno presente nelle discussioni. Sarebbe un'apertura mentale per un approccio di pianificazione più territoriale.
L'idea potrebbe trovare il consenso di tutti (comuni, persone)? Perché?	La memoria della infanzia nessuno mette in dubbio. Privo di preferenze economici etc. Lavora con gli emozioni che ogni uno ha. Il passato spesso recita spesso solo memorie positivi e da importanza ai relazioni tra la gente e attività, in conseguenza alla qualità di vita.
Quali altre idee/progetti anche attualmente esistenti si legano a questa?	---

Studio strategico del Bellinzonese

6. febbraio 2013

Titolo	PROGETTO COLLABORATIVO DEL PASSATO
<p>Descrizione:</p>	<p>Documentazione di come si ha fatto il set-up di un progetto collaborativo nel passato, dando voce agli iniziatori e collaboratori. Rilevo della MEMORIA DI PRODUZIONE via interviste con gente direttamente coinvolti, e.g. <i>cinema nel castello</i> (http://www.castellinaria.ch/), <i>coro</i>, <i>amici di teatro</i>,...</p> <p>Rilevando difficoltà ed opportunità nel Bellinzonese.</p> <p>Dando voce che iniziative collaborative sono possibile.</p> <p>Spunto per nuove iniziative.</p> <p>Questa esperienza potrebbe essere trasformato in documento di promozione territoriale.</p>
<p>In quale modo suggerite di approcciare la discussione con gli interlocutori</p>	<p>Intervista rispetto la loro memoria personale, quale iniziative loro stimano di più. Incentivo di aver "documentato" la loro preferenza professionalmente.</p>
<p>Su che cosa agisce (variabili, soggetti, stili di vita ecc.)?</p>	<p>Qualità di vita. Senso di comunità.</p>
<p>Cosa andrebbe a migliorare (viabilità, qualità di vita, capitale sociale, capitale umano, relazioni con le imprese ecc.)?</p>	<p>1° Capitale umano 2° qualità di vita</p>
<p>Per la popolazione intera o un determinato gruppo?</p>	<p>Popolazione intera</p>
<p>Quanto l'idea è fattibile (dal punto di vista economico, sociale e ambientale)?</p>	<p>Progetto di comunicazione. Necessità di un giornalista, fotografo, editore.</p>
<p>Quali potrebbero essere le conseguenze per il Bellinzonese?</p>	<p>Conoscenza dei iniziative "importanti" per la vita quotidiana, le azioni che ci legano davvero ad un posto e ci danno orgoglio. I successi sono meno presente nelle discussioni, ma danno fiducia in un futuro. Rivalutando essi potrebbe dare supporto anche per quelli che sono ora in un stato critico.</p>
<p>L'idea potrebbe trovare il consenso di tutti (comuni, persone)? Perché?</p>	<p>Lavora con la memoria è privo di preferenze economici etc. Lavora con gli emozioni che ogni uno ha. Il passato spesso recita spesso solo memorie positivi e da importanza ai relazioni tra la gente e attività, in conseguenza alla qualità di vita.</p>
<p>Quali altre idee/progetti anche attualmente esistenti si legano a questa?</p>	<p>---</p>

Studio strategico del Bellinzonese

6. febbraio 2013

Titolo	"FIND EMPTY SPACES"
Descrizione:	<p>Campagna che richiede a tutti di annunciare posti vuoti, abbandonati, trascurati o non-usati. Possono essere anche posti che sono solo contemporaneamente liberi. Interni sia esterni.</p> <p>Questi posti vengono fotografati da un fotografo professionale, mappati in una cartografia territoriale ed valutati. Così si crea una visione di posti di possibili futuri interventi.</p> <p>Coinvolge la comunità, da voce a loro percezione. Incentivo per una maggior partecipazione potrebbe essere che si può fare una proposta di ri-uso o uso che verrà valutato dalla amministrazione pubblica e sostenuto.</p> <p>La iniziativa dovrebbe essere accompagnata da giornali quotidiani, web, social media e contatti diretti con gente di una vocazione specifica (preti, direttori,....) che non avranno il tempo o la opportunità di esprimere la loro opinione con le nuove media.</p> <p>Dando spazio che iniziative collaborative sono possibile.</p> <p>Spunto per nuove iniziative.</p> <p>Questa esperienza potrebbe essere trasformato in documento di promozione territoriale.</p>
In quale modo suggerite di approcciare la discussione con gli interlocutori	<p>Intervista, media.</p> <p>Incentivo di poter esprimere la loro visione personale, la loro creatività.</p>
Su che cosa agisce (variabili, soggetti, stili di vita ecc.)?	<p>Soggetti fisici. Ambiente.</p>
Cosa andrebbe a migliorare (viabilità, qualità di vita, capitale sociale, capitale umano, relazioni con le imprese ecc.)?	<p>1° Capitale umano 2° qualità di vita</p>
Per la popolazione intera o un determinato gruppo?	<p>Popolazione intera</p>
Quanto l'idea è fattibile (dal punto di vista economico, sociale e ambientale)?	<p>Progetto di comunicazione. Necessità di un giornalista, fotografo, editore, ricercatore.</p>
Quali potrebbero essere le conseguenze per il Bellinzonese?	<p>Conoscenza dei posti di potenzialità e di obbligare la gente di ri-vedere il loro ambiente più consciamente. La visualizzazione di posti di meno "rappresentativi" su tutto il territorio sposta il focus dai monumenti storici, come castello etc. e che possono essere complementari per i progetti di importanza turistica. Ora sono meno presente nelle discussioni. Sarebbe un apertura mentale per un approccio di pianificazione più territoriale.</p>
L'idea potrebbe trovare il consenso di tutti (comuni, persone)? Perché?	<p>Lavora con "creatività collettiva". Nessuno è escluso.</p>
Quali altre idee/progetti anche attualmente esistenti si legano a questa?	<p>Si lega ai discorsi di trovare un posto adeguato per il IRB.</p>

Studio strategico del Bellinzonese

6. febbraio 2013

Titolo	SNAPSHOT DELLO SPAZIO PUBBLICO
Descrizione:	<p>Campagna che richiede a tutti di annunciare posti dove passano quotidianamente. I posti di "vedono" da vero. Non è il castello dove si va ogni giorno, almeno non tutti, ma ci sono posti come la autostrada, la rotonda, il asilo, Rileva il spazio collettivo del Bellinzonese, dove è veramente.</p> <p>Questi posti vengono fotografati da un fotografo professionale, mappati in una cartografia territoriale ed valutati.</p> <p>Coinvolge la comunità, da voce a loro percezione. Incentivo per una maggior partecipazione potrebbe essere che si può fare una proposta di riqualificazione che viene valutato dalla amministrazione pubblica e sostenuto.</p> <p>La iniziativa dovrebbe essere accompagnato da giornali quotidiani, web, social media e contatti diretti con gente di una vocazione specifica (preti, direttori,.....) che non avranno il tempo o la opportunità di esprimere la loro opinione con le nuove media.</p> <p>Dando spazio che iniziative collaborative sono possibile.</p> <p>Spunto per nuove iniziative.</p> <p>Questa esperienza potrebbe essere trasformato in documento di promozione territoriale.</p>
In quale modo suggerite di approcciare la discussione con gli interlocutori	<p>Interviste. Media.</p> <p>Incentivo di poter esprimere la loro visione personale, la loro creatività.</p> <p>Base per una discussione produttiva durante i workshop.</p>
Su che cosa agisce (variabili, soggetti, stili di vita ecc.)?	<p>Soggetti fisici. Ambiente.</p>
Cosa andrebbe a migliorare (viabilità, qualità di vita, capitale sociale, capitale umano, relazioni con le imprese ecc.)?	<p>1° Capitale umano</p> <p>2° qualità di vita</p>
Per la popolazione intera o un determinato gruppo?	<p>Popolazione intera</p>
Quanto l'idea è fattibile (dal punto di vista economico, sociale e ambientale)?	<p>Progetto di comunicazione. Necessità di un giornalista, fotografo, editore, ricercatore.</p>
Quali potrebbero essere le conseguenze per il Bellinzonese?	<p>Conoscenza dei posti di potenzialità e di obbligare la gente di ri-vedere il loro ambiente più consciamente. La visualizzazione di posti di meno "rappresentativi" su tutto il territorio sposta il focus dai monumenti storici, come castello etc. e che possono essere complementari per i progetti di importanza turistica. Ora sono meno presente nelle discussioni. Sarebbe un apertura mentale per un approccio di pianificazione più territoriale.</p>
L'idea potrebbe trovare il consenso di tutti (comuni, persone)? Perché?	<p>Lavora con "creatività collettiva". Nessuno è escluso.</p>
Quali altre idee/progetti anche attualmente esistenti si legano a questa?	<p>Referenza: Spura (New York, USA) http://buscada.com/project/visualizing-spura/</p>

Studio strategico del Bellinzonese

6. febbraio 2013

Titolo	WORKSHOP “Cosa faresti se potessi fare un intervento a Bellinzona?”
Descrizione:	<p>Due workshop con architetti e local stakeholders.</p> <p>Architetti sono chiesti di rispondere alla domanda “Cosa faresti se potessi fare un intervento a Bellinzona?”.</p> <p>Primo workshop: I risultati architettonici vengono presentati e discussi con i stakeholders. In conseguenza vengono modificati durante il workshop.</p> <p>Secondo workshop selezione di un o due progetti rispetto la emozionalità, la fattibilità e potenzialità di realizzazione.</p> <p>Potrebbe essere anche un progetto piccolo che mette in evidenza una particolarità di Bellinzona, e.g. una pianta rara, un uccello E che riesce connettere diversa gente su un piano emozionale</p> <p>Creazione di oggetto che riesce accompagnare i futuri visioni.</p> <p>Spunto per nuove iniziative.</p> <p>Questa esperienza potrebbe essere trasformato in documento di promozione territoriale.</p>
In quale modo suggerite di approcciare la discussione con gli interlocutori	<p>Due workshop con architetti e studenti di architettura.</p> <p>Incentivo di poter esprimere la loro visione personale, la loro creatività.</p> <p>Base per una discussione produttiva durante i workshop.</p>
Su che cosa agisce (variabili, soggetti, stili di vita ecc.)?	<p>Soggetti fisici. Ambiente.</p>
Cosa andrebbe a migliorare (viabilità, qualità di vita, capitale sociale, capitale umano, relazioni con le imprese ecc.)?	<p>1° Capitale umano</p> <p>2° qualità di vita</p>
Per la popolazione intera o un determinato gruppo?	<p>Popolazione intera</p>
Quanto l'idea è fattibile (dal punto di vista economico, sociale e ambientale)?	<p>Progetto di comunicazione. Necessità di project management, moderatore, editore....</p>
Quali potrebbero essere le conseguenze per il Bellinzonese?	<p>Conoscenza dei posti di potenzialità e di obbligare la gente di ri-vedere il loro ambiente più consciamente. La visualizzazione di posti di meno “rappresentativi” su tutto il territorio (perche architetti tendono di voler risolvere problemi invece di solo “beautificare”) sposta il focus dai monumenti storici, come castello etc. e che possono essere complementari per i progetti di importanza turistica. Ora sono meno presente nelle discussioni. Sarebbe un apertura mentale per un approccio di pianificazione più territoriale.</p>
L'idea potrebbe trovare il consenso di tutti (comuni, persone)? Perché?	<p>Lavora con tutti.</p>
Quali altre idee/progetti anche attualmente esistenti si legano a questa?	<p>----</p>
Tempi	<p>1-2 mesi preparazione 1° workshop, WS, 1-2 mesi revisione, WS</p>

Idee progettuali per la fase intermedia (con i rappresentanti della popolazione)

Studio strategico del Bellinzone

6. febbraio 2013

OPTIONS

- (6) **RE-FOTOGRAFARE IMMAGINE STORICHE** quali??? Importanza del processo selectivo
- (7) **IMMIGRATION – WHAT WOULD YOU PUT IN YOUR LUGGAGE** – things, people, places that mean something to you (ref. Wismar 2004/05 “An die Schwestern von Carl Moegln”)
- (8) **BREAKFAST MEETINGS CULTURALMONEYMAKERS** interviste – con proposte per collaborazioni, set-up (focused match-making between 2-3 creative companies of diverse sectors), tanti relazioni
- (9) **MIRCO CREDIT SYSTEM** – per futuri progetti di sviluppo, espressione artistica...Partecipativo, graduale coinvolgimento della comunità, strumento rilevazione delle esigenze, integrazione pubblico/privato, responsabilizzazione degli attori e degli enti coinvolti rispetto agli interventi da realizzare , promuovere il spirito imprenditoriale – banca dati/micro credito (rapporto p. 25 stimoli per imprenditori) importanza che il cantone finanzia parzialmente, evita di litigare, piattaforma per relazioni sociali
<https://www.kickstarter.com/discover?browse=recommended>
- (10) **VISUAL VISION** : Scrittura di uno o due scenari 2050 (creazione di intervista fittiva con photo montaggi) basato su

CULTUREPRENEURS STUDY (MONEYMAKER); Questionnaire for a publisher

1. What would be **the perfect place** for a publisher?
2. What are you dependent on your business activity?
3. What is your radius of activity? Physically or businesslike?
4. Who you discuss with? Friends, wife, colleagues, neighbors, strangers
5. Do you return always to the same places (cities, bars, museums)
6. If so, why? Because you lack time, or because they are closed, or you like the routine/the known?
7. Where do they find your future publications? Fairs, biennale, NYC it is all about business, newspaper columns, surveys, coffee breaks, bars, incidents
8. How orientated is your research pattern?
9. How do you judge competence in any field?
10. Do you move forward regarding what the market might ask?
11. Could you budget your time?
12. How do you inform yourself about the book market and business opportunities?
13. How fast do you produce a book?
14. How much time do you need to find a new author?
15. How do you sleep?
How many people do you meet a day?
16. How many people do cross your office daily?
17. How often do you have an opinion exchange (phone, email, letter, ...) per day?
18. Do you know how much of your city's culture is subsidized?
19. Has it change during the last years?
20. Do you have contact with cultural institutions (e.g. Goethe Institute)?

possible occupation to interview:

Film production
Craft and design industries (fashion, fine jewelry, furniture)
Architecture
Design (visual communication, brand, ...)
Software and new media
book market