

Un evento a Mantova...sul tetto!

Portare l'idea di un social network dal mondo virtuale a quello reale sembra essere una follia, eppure è accaduto nell'ambito della manifestazione Mantova Creativa – una quattro giorni di arte, design, fotografia, architettura, musica, danza e teatro ospitata in svariate location della città lombarda.

A realizzare Pensiero Bucato -questo il nome dell'iniziativa- è stato lo staff di Copiaincolla pubblicità, un'agenzia di pubblicità di Mantova tradizionalmente poco convenzionale, come testimonia anche la sede ospitante l'evento: la Terrazza delle Stelle, riaperta al pubblico per l'occasione dopo la chiusura, qualche anno fa, dell'Hotel San Lorenzo.

Coerentemente con quanto affermato sulla piattaforma web di Mantovacreativa (www.mantovacreativa.it) "Territorio, creatività, mondo dell'impresa e giovani talenti sono gli attori protagonisti dell'Evento" i vulcanici creativi di Copiaincolla si sono inventati un social network reale, o come preferiscono definirlo loro "un social washwork. .Washwork perché qui i pensieri non vanno pubblicati con una connessione a internet ma, più semplicemente, vanno scritti su una t-shirt bianca e stesi su un filo con un paio di mollette, tutto negli spazi di una delle più alte e belle terrazze del centro storico della città"

L'idea è mutuata dalla presenza sempre più massiccia dei social network nella società moderna ed è un tentativo di riprodurre nella realtà ciò che in ogni istante la maggioranza delle persone fa su twitter e facebook.

Nello specifico Pensiero Bucato offriva alle persone la possibilità di avere una maglietta bianca, disegnarla e colorarla con una propria idea, stenderla in terrazza, e scegliere una t-shirt che gli utenti precedenti avevano già personalizzato per portarsela via, esattamente come ciascuno

di noi fa sulle bacheche dei propri amici di Facebook, ma il tutto in una delle più belle terrazze del centro storico di Mantova.

Per l'iniziativa sono stati infatti usati centinaia i metri di corda sui quali sono state stese le oltre 2.000 magliette. Incredibile a dirsi l'evento ha realizzato il sold-out e questo è la conferma che la popolazione ha bisogno sempre più di strumenti che mettano in contatto e di sentirsi protagonista, sia l'ambientazione virtuale o reale!