

CI SONO MA NON SI VEDONO: *Reimagining* Bari

PROJECT WORK

L'unico vero pianeta alieno è la Terra.

James Graham Ballard

Il 30 ottobre 1938, alla vigilia di Halloween, un giovanissimo Orson Welles annunciava dalle antenne della CBS l'invasione degli alieni negli Stati Uniti d'America.

La burla, diventata leggendaria e oggi etichettata in modo anacronistico come la prima fake news della storia, era in realtà uno sceneggiato radiofonico intitolato *La Guerra dei mondi*, ispirato all'omonimo romanzo di fantascienza di Herbert George Wells e adattato per l'occasione da Howard Koch.

Alcune indagini avrebbero dimostrato che, per un pubblico complessivo di 6 milioni di persone (su 130 milioni di abitanti negli Stati Uniti all'epoca), solo un milione al massimo sarebbe stata tratta in inganno, e immaginando per lo più un attacco dei tedeschi o a un disastro naturale.

In ogni caso le reazioni di panico sarebbero state molto rare, mentre il più delle volte le persone telefonavano alle autorità o ai giornali per chiedere informazioni.

L'alone mitico che sin dall'inizio ha avvolto l'episodio, è dovuto probabilmente ad altri fattori, inerenti al mondo della **comunicazione** e al suo **impatto sulla società**: i giornali si sarebbero scagliati sulla notizia, amplificandola a dismisura, e ciò avrebbe finito per dare corpo alla crescente preoccupazione, di natura quasi distopica, nei confronti della radio, astro nascente della galassia massmediatica.

Nel frattempo l'invasione degli alieni è diventato un luogo comune, in particolare nella produzione cinematografica di fantascienza. Il film *Arrival* diretto da Denis Villeneuve (2016) è interessante perché centrato proprio sul **problema della comunicazione.**

Un giorno, in diversi luoghi della Terra, atterrano dodici misteriose navi extraterrestri. La linguista Louise Banks è selezionata per stabilire un contatto con gli alieni. L'esercito statunitense ha fretta di sapere da dove vengono e soprattutto se le loro intenzioni siano pacifiche o no. I tentativi di "traduzione" della lingua aliena si rivelano però un clamoroso fiasco. Incalzata dal colonnello Weber, che esige risultati immediati, la linguista ribatte che, **in taluni casi, può essere più facile riapprendere insieme un linguaggio "comune", partendo dall'abici, piuttosto che ostinarsi a tradurre da una lingua all'altra** (da quella straniera alla nostra).

Insomma, quando due lingue sono radicalmente estranee, la via più lunga e laboriosa potrebbe essere in realtà la più efficace e quindi, alla fine, la più rapida.

Questo significa che per comunicare con gli alieni bisogna disimparare la propria lingua, diventando in qualche modo estranei a se stessi e cominciando a considerarsi un po' come degli alieni. **Solo azzerando o sospendendo quello che ci fa sentire a casa nostra, a partire dal nostro linguaggio, è possibile stabilire quel rapporto di reciprocità necessario affinché si crei un clima cooperativo, e si possa costruire un mondo inedito e comune (inedito perché comune).**

In conclusione, il “dono” degli alieni sarebbe di farci sentire stranieri a casa nostra, di **rimettere in discussione le nostre abitudini consolidate**, obbligandoci a **“reiventare” il mondo**, come dei bambini che balbettano il loro abicì.

Il nostro project work, **un laboratorio urbano**, non intende insistere sulle reazioni di curiosità o di panico provocate dalla notizia dell’invasione aliena, ma piuttosto sullo shock dell’estraneità da essa innescato, con i suoi inaspettati effetti di “verità”, e il cui vissuto può diventare **volano per inediti percorsi “creativi”, sia personali sia collettivi**.

La città è invasa dagli alieni,
che però sembrano essere invisibili:
non si vedono le loro figure,
non si trovano le navicelle
da cui sono sbarcati.

La logica è sempre quella del *what if*: e se fossero sbarcati gli alieni? che cosa faremmo? Solo che questa ipotesi, invece di suggerire la domanda “come sono fatti gli alieni? dove si trovano?”, ne pone un’altra: “che cosa succederebbe se guardassimo con gli occhi di un alieno? come ci apparirebbero le cose, se osservate attraverso uno sguardo estraneo, diverso, ‘rinnovato’?”.

La ricerca di queste ineffabili presenze trasformerà i partecipanti al laboratorio in strani detective: l’**inchiesta urbana** si focalizzerà sugli effetti che l’inchiesta stessa sarà in grado di produrre su chi la svolge e sui luoghi in cui è condotta. Passiamo così **da una postura “rappresentativa” a una postura “riflessiva”**: gli alieni funzioneranno come una sorta di specchio mediante il quale, uscendo da noi stessi, potremo osservarci in modo diverso. In altri termini la ricerca dei senza volto finirà per dare un volto a “noi”, facendoci indossare una particolare

maschera” (ricordiamo che il termine latino *persona* significava originariamente “maschera teatrale”), capace di rivelare il nostro essere al mondo nel momento stesso in cui lo rimette in discussione e lo interroga.

Grazie alla maschera di ricercatori degli alieni invisibili, saremo costretti ad **abbandonare le nostre identità abituali o “statutarie”, che spesso ci rendono invisibili a noi stessi e agli altri, spingendoci paradossalmente a uscire dall'ombra**: come se fosse la prima volta, saremo condotti a **manifestarci**, a **incarnarci** e ad **agire**, muovendoci in un territorio che in questo modo, sotto i nostri passi, non cesserà di **riscoprirsi**, di **reinventarsi**.

E se fossimo noi gli alieni?
Quelli che “ci sono ma non si vedono”?
E se l’invisibilità fosse la condizione abituale
dalla quale potremmo provare ad affrancarci
per venire al mondo come bambini?

Laboratorio di co-progettazione e ricerca

Partecipanti: studenti del 2° Anno di Graphic Design & Comunicazione

Coordinatori: Giuseppe Santoro, Pierangelo Di Vittorio (ideatori del progetto)

Partendo dalla città attuale per lavorare alla
restituzione di nuovo, o ritrovato, significato.
Dei luoghi, delle relazioni.



Macro Output_

- Documentazione video del processo di ricerca e indagine.
- Definizione di un progetto/sistema d'identità (glifi) e comunicazione.
- Mappatura dello spazio urbano (comprese le eventuali superfici non antropiche – dove non si riscontrano più tracce umane) per la restituzione alla città (ai cittadini e ai fruitori) di un inedito lavoro di censimento e valorizzazione del patrimonio culturale.

Obiettivi_

- Ampliamento degli orizzonti culturali.
- Educazione alla comprensione.
- Ricerca di valori comuni.
- Arricchimento reciproco.
- Formazione del cittadino “del mondo”.
- Preparazione alla vita professionale.



**Qui da IDEAcademy
sentiamo forte il senso
di responsabilità
nell'istruzione del design,
ambito che ha sempre dato
un contributo sensibile
ai grandi passaggi storici
e culturali, influenzando
quelli sociali e politici.**

**IDEAcademy è un pensiero, un metodo, uno strumento
per progettare il futuro del design.**

Percorsi formativi innovativi in continuo aggiornamento, in linea con le nuove tendenze del design.
Un'articolata offerta formativa che guarda al territorio ma con un occhio all'intero territorio nazionale e all'estero.

Corsi Biennali e Triennali Post Diploma

Rivolti a chi, dopo aver conseguito il diploma di scuola secondaria superiore, desidera diventare un professionista del design.
I percorsi IDEAcademy assicurano le competenze necessarie per diventare giovani professionisti autonomi e competitivi

**Studiare e formarsi in un'Accademia
in **costante connessione** con le aziende
e con il **mondo del lavoro**
significa prepararsi a lavorare
in una società moderna.**



Sede Legale Via Ottavio Serena, 14/A - 70126 Bari

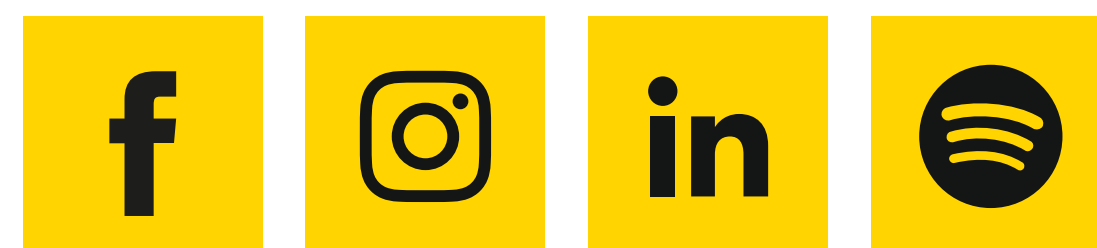
Sede Operativa Via Melo, 229 - 70100 Bari

Telephone 080 9184510

Mobile (+39) 328 0152283

E-mail info@ideacademy.it

P.Iva / C.F. 06951970729



WWW.IDEACADEMY.IT

