



DESIGN E INTERCULTURA A TORINO

Iniziativa culturale promossa dall'Istituto d'Arte Applicata e Design-Torino in collaborazione con il Network per lo Sviluppo della Comunicazione Sociale in Piemonte

QUANDO

Sabato 11 Giugno dalle ore 15.00 alle ore 19.30.

DOVE

A Torino, presso una selezione di esercizi commerciali in Via Pietro Micca, Via Bertola, Via Barbaroux, Via dei Mercanti, Via Santa Teresa e Via San Tommaso.

PERCHE'

Perché Torino, la città del design per eccellenza, è "sempre in movimento". Perché i giovani sono naturalmente immersi in una realtà in divenire, con un atteggiamento spontaneo e non diffidente, curioso e non ostile, costruttivo e non di chiusura; perché per loro il bisogno di comprendere è più forte qualsiasi luogo comune.

COSA

Sabato 11 Giugno 2005, dalle ore 15.00 alle ore 19.30, circa 30 negozi del centro ospiteranno 60 testimonial d'eccezione: **gli studenti dell'Istituto d'Arte Applicata e Design Torino**, che avranno il compito di realizzare, direttamente dalle vetrine appositamente allestite, tavole grafiche aventi come tema l'**intercultura**. Il pubblico potrà così osservare da vicino gli studenti al lavoro e comprendere meglio come nasce e si sviluppa la loro vena creativa, quali sono le metodologie di studio applicate e con che strumenti, manuali e virtuali, verranno realizzati gli elaborati. Sarà inoltre possibile conversare con i ragazzi e le ragazze intenti a concepire immagini evocative di quella che ormai viene considerata "la nuova cultura", mentre i commercianti allietteranno le soste del pubblico di passaggio con piccoli rinfreschi ispirati alla cucina multietnica. Il tema dell'intercultura, che in questo caso specifico troverà la propria espressione multifaccettata attraverso gli elaborati dei giovani designers, verrà sviscerato e interpretato affrontando coraggiosamente la giungla dei luoghi comuni e delle interpretazioni personali per provare ad approdare sani e salvi all'*head line* del tema che recita "Ce ne siamo accorti?". Prima di giungere baldanzosi ad esprimere la propria creatività nelle sfolgoranti vetrine dei negozi torinesi, gli studenti hanno però partecipato a lezioni e incontri atti a far comprendere loro la delicatezza del tema, affrontato ampiamente dai rappresentanti del Network per lo Sviluppo della Comunicazione Sociale in Piemonte.

Saranno valutate iniziative collaterali, coerenti rispetto al tema generale, per conferire ulteriore visibilità all'evento.

IN CONCLUSIONE

I lavori realizzati faranno parte di una mostra pubblica conclusiva più ampia e articolata che si terrà a Settembre (date e location da definirsi).

REFERENTI

Per l'Istituto d'Arte Applicata e Design – Torino, V. Pietro Micca 15 – Laura Milani – direttore
Tel. 011.548868

Per la Regione Piemonte, P.zza Castello 165 – Riccardo Lombardo – coordinatore settore comunicazione
Tel. 011.4324836





L'INTERCULTURA

Tema dell'anno scelto dal Network per lo Sviluppo della Comunicazione Sociale in Piemonte

NOTA INTRODUTTIVA

Il fenomeno dei migranti nel nostro Paese, in particolare in una realtà come quella piemontese, sta assumendo contorni diversi rispetto al passato. Dal problema di gestire l'emergenza (attraverso la solidarietà e l'assistenza) si è passati alla necessità di dare risposta alla richiesta di partecipazione, di assunzione di un ruolo attivo rapportato al reale contributo fornito alla società. I migranti chiedono di partecipare alla vita del paese che li ospita senza essere costretti a dimenticare o rinnegare la propria cultura. Chiedono che parole come "cittadinanza" e "intercultura" sostituiscano termini quali "accettazione" e "multicultura". Un passaggio delicato che allarma chi vorrebbe ritornare alla società monoculturale nella quale vivevamo fino a pochi decenni fa.

OBIETTIVI

Migliorare l'interazione tra cittadini italiani e immigrati, contribuendo ad abbattere la barriera di diffidenza e di paura ancora esistente in alcune fasce della popolazione. Ricordare che capire sia le esigenze sia il valore di questi nuovi cittadini è utile a tutti (credere che si possano fermare i flussi migratori è un atteggiamento antistorico). Favorire una più corretta percezione dei migranti da parte degli italiani, valorizzando la ricchezza delle diverse culture e tradizioni e sottolineando vantaggi della pluralità culturale. Combattere gli stereotipi e i pregiudizi sul tema promuovendo il concetto di uguaglianza (in particolare quando si parla di diritti civili).

L'APPROCCIO STRATEGICO

La campagna lavorerà sugli aspetti positivi dell'intercultura con l'obiettivo di rassicurare e tranquillizzare chi teme la presenza dei migranti con un ruolo e un "peso" maggiori del passato. Attraverso esempi concreti si ricorderà come convivenza e contaminazione rappresentano già oggi una realtà. Si potrà partire, per esempio, dall'atteggiamento di spontanea apertura dei più piccoli – abituati nella scuola a convivere con bambini di altri Paesi – per proporre di vedere con occhi diversi chi non è uguale a noi per lingua, religione, colore della pelle, cultura. Si potrà inoltre far riflettere sul fatto che la presenza di migranti è un fenomeno "naturale", in linea con l'evoluzione della nostra società. In sintesi: - considerando la complessità del tema, scegliere un tono semplice ("umile") evitando di proporre messaggi dal tono "risolutivo" e di utilizzare un approccio "buonista" - combattere gli stereotipi utilizzando casi reali, "spaccati di vita", parole e volti di chi è già una risorsa sociale.

GLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

Il Network intende prendere in considerazione canali alternativi (i nuovi orientamenti della comunicazione esortano ad utilizzare strumenti vicini alle attività quotidiane della gente) pur tenendo presente la necessità di prevedere anche i media tradizionali.

A titolo esempio:

- un evento di forte impatto
- una mostra fotografica
- una pubblicazione collegata alla mostra
- un'azione congiunta con il mondo dei giornalisti (rubriche dedicate)
- un reality, una fiction, un cortometraggio etc.
- affissioni particolari (paline fermate autobus, stazioni e treni etc.)
- iniziative in bar, pub, sale d'attesa di medici e/o ospedali, uffici postali etc.
- azioni scuole e università
- etc.

Da verificare la possibilità di essere presenti in eventi, convegni, manifestazioni programmate da altri soggetti e l'opportunità di stabilire alleanze con organizzazioni attive sul tema (MAMRE, Fieri, Centro Interculturale, Alma Terra etc.)

