

DOMENICA

DOMENICA 19 MAGGIO 1996

Il Sole
24 ORE

PAGINA 25 - N. 135

— IN FERNET —

«**I**n principio era il prodotto» è il titolo di una mostra che ha debuttato giovedì scorso alla Galleria Aam-Architettura arte moderna in via Castelfidardo 9 a Milano e, contemporaneamente, anche su Internet (Url: <http://www.vol.it/procteregiovani>), dove la rassegna sarà aperta ai cybervisitatori per un anno.

Scopo dell'iniziativa, che fa parte di un progetto articolato su più piani — un libro, in concorso, una mostra e il sito Internet — dedicato ai giovani dallo sponsor Procter & Gamble in collaborazione con l'Istituto europeo del design, è offrire un'occasione di visibilità alle nuove generazioni di artisti. Con l'augurio che da questo palcoscenico telematico possano scaturire opportunità di lavoro in un futuro (si spera) non lontano.

Futuri pittori, architetti e stilisti in erba si sono ispirati e misurati con la realtà dei prodotti di uso quotidiano, da scaffale di supermarket. Pannolini, detersivi, cosmetici e medicine di tanti marchi famosi sono stati reinterpretati in 200 opere — di cui 40 scelte per l'esposizione da duemila personaggi della cultura, dello spettacolo, del giornalismo e della comunicazione — dagli aspiranti artisti attraverso nuovi codici artistici, curiosi e divertenti. E soprattutto lontani — dicono gli organizzatori — delle figure consuete e un po' edulcorate della pubblicità. (Rosanna Santonocito
Rsan@iol.it)