

Le immagini che si trovano in questo catalogo testimoniano di un lavoro di ricerca che, partendo da un incontro tra il mondo della didattica e quello di un mercato attento e curioso al nuovo, si è sviluppato verso inusuali prospettive d'indagine all'interno di quello che oggi definiamo più in generale "il mondo della comunicazione". Gli studenti del Dipartimento di Fotografia dell'Istituto Europeo di Design di Roma hanno lavorato su una diversa interpretazione di alcuni degli oggetti di design della collezione ALESSI, rielaborandoli attraverso una lettura visiva che li allontana dall'immagine pubblicitaria consueta che, troppo attenta all'esaltazione dell'originalità del loro disegno, tende forse a relegarli in un mondo formalmente perfetto ma troppo lontano da quello che abitiamo tutti i giorni. Questi oggetti di uso comune sono stati guardati nel loro momento di interazione con il quotidiano, seguendo diversi filoni tematici che ne hanno messo in luce ora la loro adattabilità ad altre funzioni, ora la loro straordinaria possibilità di stimolare l'ideazione di altre immagini; sino ad essere considerati dei pretesti per un gioco dove i ruoli si potessero scambiare, dove non dovessimo essere più noi a guardarli risplendere da dietro le trasparenze di una scintillante vetrina, ma loro a guardarci dall'immane confusione di una cucina un pò disfatta, come straordinarie emergenze di un panorama conosciuto.

Questa ricerca è nata da un'idea di Antonio Barrella, fotografo e docente dell'Istituto Europeo di Design di Roma che ha coordinato gli studenti nello sviluppo delle tematiche e nella realizzazione delle immagini, e Riccardo Cardarelli, titolare dell'omonimo spazio commerciale, che da anni opera a Roma promuovendo iniziative che tendono ad avvicinare un nuovo pubblico alla fruizione culturale, attraverso l'uso del "negozio" come "galleria" d'eventi, dove l'incontro tra il pubblico e l'esposizione possa avvenire in maniera meno codificata e più rispondente ad un contemporaneo sentire. Per avvicinare anche l'occasionale passante alla visione degli oggetti di design intesi non solo, e non più, come semplice merce da comprare in occasioni particolari o importanti, ma come nuovi stimoli alla comprensione delle diversificate forme con le quali si esprime la sensibilità contemporanea.

L. R.