

Real Ads: quando la pubblicità cambia corpo, cambia anche il nostro sguardo

Sabato 19 settembre il Closing Party di Real Ads negli spazi di ContestaRockHair Testaccio. Il progetto ideato da Matteo Sinopoli e Giulia Magaldi, con le fotografie di Edward Ralph, rilegge in chiave queer i codici della pubblicità contemporanea, interrogando stereotipi e modelli di rappresentazione.

Quanto c'è di naturale nelle immagini che consideriamo normali?

Probabilmente molto meno di quanto siamo abituati a pensare. La storia dell'arte lo racconta da secoli: le immagini non si limitano a rappresentare una società, ma contribuiscono a costruirne modelli, valori e immaginario. Cambiano i linguaggi e i destinatari, ma resta intatta la loro capacità di orientare il nostro sguardo.

È da questa riflessione che prende le mosse *Real Ads*, il progetto ideato da **Matteo Sinopoli e Giulia Magaldi**, con le fotografie di **Edward Ralph**, ospitato negli spazi di **ContestaRockHair Testaccio** a Roma e prossimo alla chiusura con il **Closing Party di sabato 19 settembre**.

Il progetto reinterpreta in chiave queer alcune campagne pubblicitarie internazionali, ribaltandone i codici visivi per riflettere sugli stereotipi e sui ruoli patriarcali ancora presenti nella comunicazione contemporanea e sulla possibilità di costruire una rappresentazione più autentica e inclusiva.

L'operazione parte da un linguaggio immediatamente riconoscibile, quello dell'advertising: la grammatica visiva resta familiare, mentre cambiano i protagonisti, i corpi e le identità rappresentate. È proprio in questo scarto che *Real Ads* trova la sua efficacia, mostrando quanto ciò che siamo abituati a percepire come "normale" sia spesso il risultato della reiterazione di modelli culturali sedimentati nel tempo.

Non si tratta, dunque, soltanto di rendere visibile la diversità, ma di interrogarsi su **chi siamo abituati a vedere nelle immagini che ci circondano e in quali ruoli**. Una questione che riguarda direttamente anche la responsabilità di chi quelle immagini le costruisce.

«Il compito dei creativi non può limitarsi a generare ritorni economici, ma deve essere una narrazione della società che cambia.»

È il principio da cui muovono Sinopoli e Magaldi e, in poche parole, anche la chiave di lettura dell'intero progetto: l'immagine come spazio nel quale registrare, ma anche accompagnare, le trasformazioni della società.

A ospitare *Real Ads* è **ContestaRockHair Testaccio**, parte del network fondato nel 1996 da **Alessandro Santopaulo e Massimo Bianco**. Nato come progetto italiano dall'anima rock e sperimentale, ContestaRockHair è oggi una realtà internazionale con **14 saloni in due continenti**, tra Roma, Firenze, Milano, New York e Miami. Alla ricerca nell'hairstyling ha affiancato negli anni iniziative creative e campagne di utilità sociale, facendo della contaminazione tra linguaggi una componente della propria identità.

Una vocazione che rende coerente l'incontro con *Real Ads*: fotografia e riflessione sull'identità escono dai luoghi tradizionalmente deputati all'arte per entrare in uno spazio quotidiano dedicato,

esso stesso, all'immagine e alla sua trasformazione.

Il progetto romano si conclude **sabato 19 settembre 2026**, a partire dalle **ore 18.30**, con il **Closing Party di Real Ads** negli spazi di ContestaRockHair Testaccio. La serata sarà accompagnata dal **DJ set di Peter Blackfish**, con mostra, drinks e food. **Ingresso gratuito.**

INFO

REAL ADS – CLOSING PARTY

Sabato 19 settembre 2026 | ore 18.30

ContestaRockHair Testaccio

Piazza di Santa Maria Liberatrice 46, Roma

DJ set: Peter Blackfish

Mostra, drinks & food

Ingresso gratuito

A cura di: Matteo Sinopoli e Giulia Magaldi

Fotografie: Edward Ralph

Contatti stampa

Matteo Sinopoli – sinopolimatteo7@gmail.com

Giulia Magaldi – giulia.magaldi@gmail.com

Edward Ralph – edward-ralph@hotmail.com

Ilaria Giacobbi