**Claim beauty!**

*press release*

*‘Claim beauty!’* (‘reclama bellezza!’) è un progetto di comunicazione artistico-culturale, che utilizza i meccanismi del marketing per veicolare l’idea che la bellezza sia un elemento fondamentale del nostro equilibrio personale, e che costituisca un *alimento* fondamentale per la crescita individuale e sociale.
Ispirato in particolare all’azione di Shepard Fairey (*'Obey'*), sia per la sua vocazione all'impegno *civile*, sia per l’uso dell’arte grafica, e più in generale all’immaginario della pop art, *‘Claim beauty!’* si declina attraverso una serie di poster che mettono insieme un frammento (più o meno simbolico, più o meno riconoscibile) di una città del mondo, per significare appunto l'universalità del *messaggio*, a cui si sovrappone un particolare di una famosa opera d'arte.
La composizione è completata da una doppia scritta, che si ripete su tutta la serie: *'Rebel!'* e *'claim beauty!'*, rispettivamente assimilabili al *claim* ed al *payoff* della comunicazione pubblicitaria, che costituiscono la *chiamata all'azione* attraverso la quale si intende stimolare l’osservatore.

Ogni poster\* tiene insieme i due elementi costitutivi in base a considerazioni prevalentemente grafiche, di *armonia visuale*; ma in alcuni casi si aggiunge un ulteriore livello di senso. Ad esempio, nel poster n° 2, New York, l'immagine di sfondo inquadra il *charging bull* di Arturo Di Modica a Wall street, mentre in sovrapposizione c'è il *Ratto d'Europa* di Martin de Vos: oltre l'assonanza visiva (toro/toro) c'è quella di significato (l'Europa rapita dal toro / il toro *simbolo* della finanza USA). Oppure nel n° 4, Mumbay, c’è la sovrapposizione dell'estasi sensuale della Santa Teresa del Bernini alla *Porta dell'India*, cioè uno dei paesi più intrisi di spiritualità. O, ancora, nel n° 6, Cochabamba c’è il *Cristo morto* del Mantegna per alludere all'immagine del cadavere del *Che* assassinato dai militari boliviani...

Tutta la serie è firmata come *raster pop art*; laddove *raster* fa riferimento alla tecnica grafica utilizzata, che consiste appunto nella visibilità estremizzata del raster di stampa tipografica.
La serie di poster è più ampia di quelli già disponibili per l’acquisto, che ad oggi sono 6 (Naples, New York, Berlin, Mumbay, Paris, Beijing); sono già pronti, ed andranno in distribuzione via via fino a Natale, Cochabamba, Shangai, Barcelona, Havana, London, a cui seguiranno Vienna, Madrid, Marsiglia, Boston, Cairo, Los Angeles, Algeri...
Tutti i poster, sono disponibili in 5 diversi formati, incorniciati e non, e sono acquistabili sul sito <https://rasterpopart.threadless.com/>
Esiste anche una pagina [Facebook](https://www.facebook.com/Raster-pop-art-113346987240128/), attraverso la quale si può rimanere aggiornati sulle nuove uscite.

\**(sono disponibili anche le t-shirt, sia uomo che donna)*