

Frammenti d'Autore

25 Manifesti in b/n in formato universale (B4) diffusi in spazi pubblici.

Conoscete Angie Becker? No, no davvero.

Tuttavia l'ultima campagna pubblicitaria della APG (Società generale di pubblicità svizzera). Dimostrava drammaticamente che l'aumento del grado di notorietà era strettamente correlato ad una campagna di affissioni pubblicitarie. Angie Becker era specialmente in un momento la svizzera più conosciuta. Dal 10 Agosto 1999 il passante o la passante incontrava Roberto de Luca a Thun su 25 manifesti.

Si nota immediatamente senza la veste tipografica ed in b/n nelle chiassose e variopinte Selve di Thun. Le radiografie delle parti di uno scheletro rendono anonima l'identità di un individuo negli Spazi cittadini dove si confonde la sfera pubblica e quella privata.

Nella Galleria Wilfried von Gunten nel pieno centro della città di Thun viene mostrato questo progetto, dove si possono trovare le ubicazioni dei manifesti e un video.

Roberto de Luca con „Frammenti d'autore“ non cerca pubblicità nella creazione di una figura umana ideale. I suoi manifesti non invitano né al consumo, né diffondono un messaggio pubblicitario diretto. Conferiscono all'aspetto pubblicitario una altra funzione: „Frammenti d'autore“ Tra gli spazi urbani si preoccupa di perseguire la bellezza e la perfezione senza alcun intento commerciale.

Le sue proprietà non solo sono un valido strumento commerciale ma anche caratteristiche e valori delle „Belle Arti“ che tradizionalmente sono presenti in un Museo. Staccati dal loro contesto d'origine, i quadri radiografici ottengono delle proprietà medicinali attraverso. So delle qualità pittoriche: Forme organiche si ritrovano l'un l'altra in morbidi passaggi e di fronte Zone ricche di contrasto determinandone la composizione dell'insieme. Il vantaggio per la natura e E la scelta del taglio attraverso l'opera dell'artista sono determinanti. Roberto de Luca analizza i Frammenti corporali pezzo per pezzo, in serie e in ordine sparso in uno spazio pubblico dove alternati la pubblicità, i graffiti e la segnaletica stradale determinano il campo visivo. Cio' che normalmente serve come mezzo diagnostico, induce i profani ad una più accurata riflessione : L'idea manifesto delle parti interne di una persona costituisce la grande forma pubblicitaria non conosciuta.

Claire Schnyder Lüdi, Storica dell'Arte.