



TV TURNOFF WEEK (settimana senza televisione), ovvero come smediatizzare l'immaginario non accendendo la televisione per almeno sette giorni. Una proposta che punta l'attenzione sulla strabordante influenza del medium-televisione nel plasmare l'immaginario occidentale.



BUY NOTHING DAY (giornata del non acquisto), recentemente ripresa anche dai movimenti di difesa dei consumatori. Ma se questi ultimi hanno come fine prioritario una protesta contro il carovita, l'iniziativa di Adbusters spinge il suo sguardo critico fino all'iperconsumo di cui più o meno tutti siamo vittime e complici.



RECLAIMING URBAN SPACE (riprendiamoci lo spazio urbano), a fianco di Greenpeace, Adbusters è attiva sulla questione ambientale promuovendo una «spetrolizzazione» del mondo in modo da rendere nuovamente vivibili, e a misura d'uomo, le città.

RECLAIM THE STREETS (riprendiamoci le strade) è la campagna che ha lanciato in tutto il mondo quelle manifestazioni non autorizzate di protesta urbana note anche come Critical Mass, in cui gruppi compatti di anarco-ciclisti bloccano il traffico automobilistico in difesa del più ecologico dei mezzi di trasporto.

Altri titoli elèuthera su argomenti affini:

Gruppo Marcuse

*Miseria umana della pubblicità
il nostro modo di vivere sta distruggendo il mondo*
144 pp. / ISBN 9788889490150 / € 12,00

Giorgio Triani

*Sedotti e comprati
la pubblicità nella società della comunicazione*
160 pp. / ISBN 88-85060-70-6 / € 12,00

ADBUSTERS MEDIA FOUNDATION

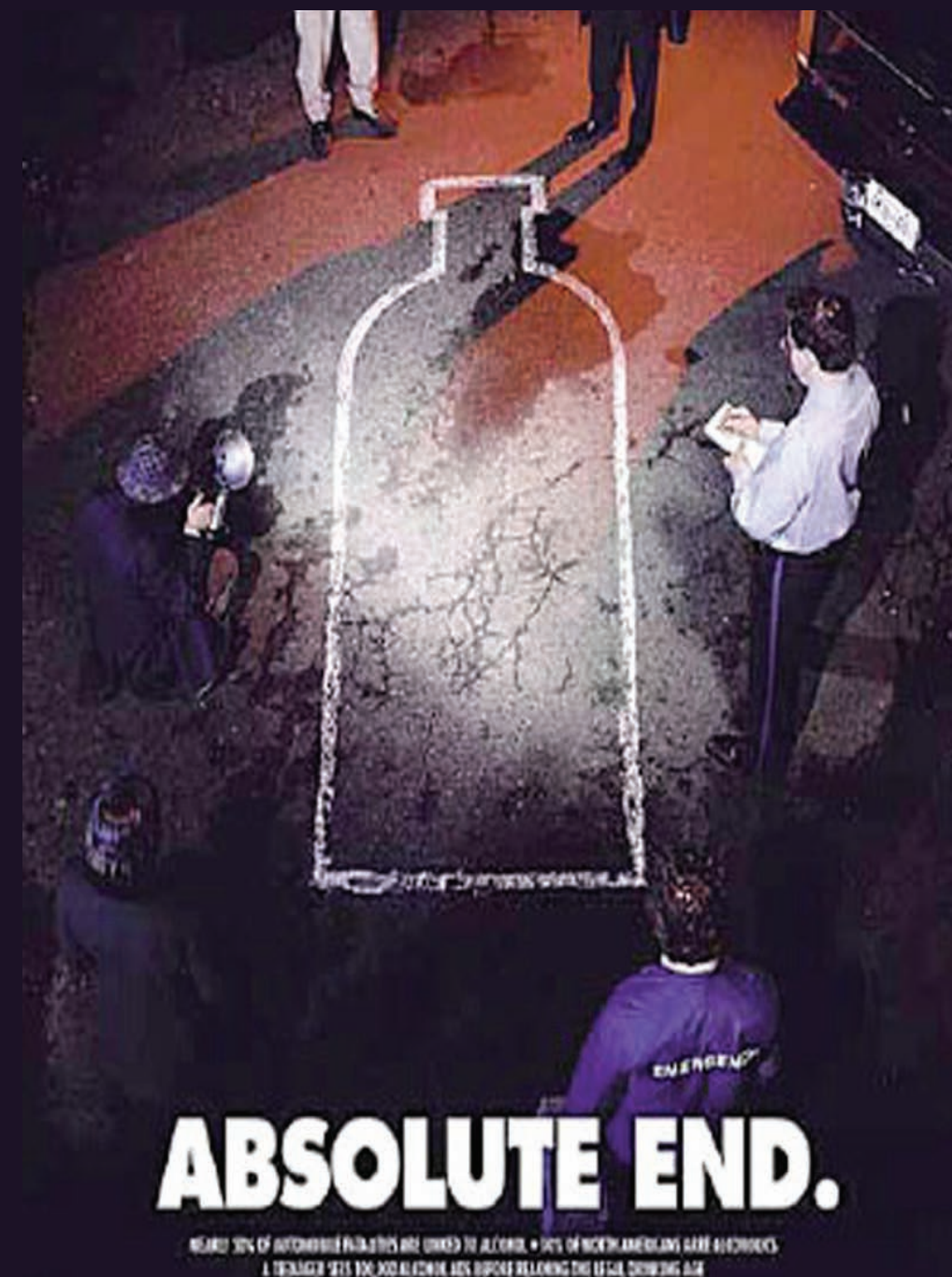
DESIGN ANARCHY

a cura di Kalle Lasn

volume illustrato in quadricromia

didascalie in inglese / pp. 416 / misure 29 x 30,15 cm. / dorso 4,5 cm

€ 48,00 / EAN 9788889490587

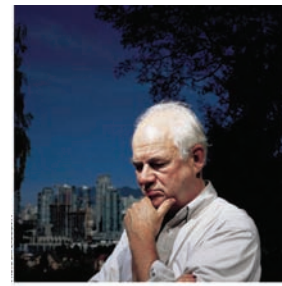


“La pubblicità distrae dalle cose più importanti, martellando su argomenti irrilevanti e portando inconsciamente a percepire come irrilevanti gli argomenti di cui non parla.”

Kurt Vonnegut

Design Anarchy vuol essere un libro-manifesto in grado di raccogliere tutta la potenza espressiva del **sabotaggio culturale** proposto da Adbusters. E lo fa attraverso un **percorso puramente visivo** di grande impatto con cui si ripercorrono le tante campagne anti-pubblicitarie lanciate da Adbusters che, con trovate geniali e spiazzanti, hanno messo a nudo e ridicolizzato il consumo bulimico-compulsivo indotto dal potere della pubblicità e dei monopoli mediatico-culturali. Vengono così abilmente smontati, al di là della loro apparenza glamour e patinata, i valori veicolati in modo più o meno occulto nei messaggi pubblicitari, puntando piuttosto l'attenzione sulle loro ricadute negative a livello sociale, culturale, ambientale.

Design Anarchy si propone dunque come un manuale di guerriglia anti-sistema – feroce ma non violento – fatto di immagini underground e pratiche di rivolta applicate al design e alla costruzione dello spazio urbano, a disposizione di chiunque voglia modificare in modo radicale lo scenario postmoderno.



"We have incredible power, and over the next 10, 20, 30 years, we can play a huge part in solving this crisis that we find ourselves in."
— KALLE LASN

Kalle Lasn, ex pubblicitario che conosce tutti i trucchi e le dinamiche del mestiere, ha fondato quindici anni fa la Adbusters Media Foundation, un'organizzazione ormai nota a livello internazionale per le sue originali campagne anti-pubblicitarie. Autore di *Culture Jam (Manuale di resistenza del consumatore globale)*, ha lanciato nel mondo il *culture jamming*, ovvero lo **stravolgimento, apparentemente ludico ma in realtà radicalmente critico**, dei messaggi pubblicitari abilmente confezionati dai grandi marchi internazionali e dai media, creando un vero e proprio network alternativo di artisti, scrittori, eco-economisti, anarco-filosofi e punk.

