

Anche il terrorismo ha le sue strategie di marketing: può sembrare una contraddizione, ma persino i gruppi armati devono puntare sul branding per poter veicolare adeguatamente i proprio messaggi ideologici. Così come i partiti politici o le aziende, i movimenti terroristici scelgono con grande cura il marchio con cui verranno identificati e attraverso il quale rivendicheranno le proprie azioni: è quanto spiega Steven Heller, giornalista americano esperto di graphic design, nella prefazione di «Branding Terror»: (...)

L'articolo:

<http://www.ilsole24ore.com/art/cultura/2013-12-04/iconografia-terrorismo-quando-simbolo-si-trasforma-un-arma-105447.shtml?uuid=ABNBhnh>

Sull'argomento:

<http://www.spaziobk.com/branding-terror/>

<http://www.urbanmagazine.it/Tarticolo1161.html>

<http://www.doppiozero.com/rubriche/15/201310/terrorismo-e-iconoclastia>

<http://espresso.repubblica.it/visioni/cultura/2013/12/09/news/terroristi-col-marchio-di-fabbrica-1.144959>

Il libro:

<http://www.24orecultura.com/art/libri/2013-09-04/branding-terror-112032.php>

Informazione di base:

<http://it.wikipedia.org/wiki/Terrorismo>

<http://en.wikipedia.org/wiki/Terrorism>

<http://fr.wikipedia.org/wiki/Terrorisme>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Terrorismo>

Iconografia del terrorismo - Quando il simbolo si trasforma in un'arma

Scritto da Administrator
