

SPORT & STREET

COLLEZIONI

#37

A/W 2005/06 PREVIEW

\\ (FEAR OF) THE DARK

\\ INSECT, THE NEW HYBRIDS
\\ PLYMOUTH SURF UNIVERSITY
\\ YOUNG CONSUMER'S BEHAVIOUR:
THE MALE ACTING OUTS

\\ AUTHORITARIANISM IN FASHION,
A COME BACK?
\\ SKICROSS, HARD AND PURE
\\ MICHAEL DEVILAQUA

\\ LA DÊTE HUMAINE
\\ PARKOURS, THE NEW FAITH



English/Italian text

euro 26,00-euro 36,00 (E)-euro 41,00

(D)-euro 45,00 (F)

Isbn 1124-2949 sped. A. P.

45% Art. 2, comma 20/B L. 662/96 Mo. tassa pagata

www.collezionionline.com

INTERRUPTED PROGRAMMES

a forest: fashion with a message
a forest: la moda come messaggio

by Andrea Malavolti



Take a minute's break to think about the part that TV plays in your life. This is what the Portuguese brand "a forest" invites us to do with its "tv off" collection for autumn/winter 2005/06. Not a brand, strictly speaking, but a cultural project which has set itself the aim of using design and fashion to spread ideas. In the new, 100% knitwear collection, symbols and words are used to provide unique reference to the small screen and its enormous potential for conditioning minds. According to "a forest" our minds need to be wiped clean of a clutter which includes zapping, distorted news, misleading advertising and a frenetic broadcasting pace which no longer has time for pauses and silence... A continual bombardment of chatter, sounds and images, 24 hours a day, without a break; which clashes with an implicit nostalgia for the "old days" of TV, when the end of a day's broadcasting was actually marked by close-down. "a forest" collections can be found in Lisbon, Porto, New York, Barcelona, Athens, Treviso, Madrid and Amsterdam.

Ferriamoci un attimo e riflettiamo sul ruolo che la TV ha avendo sulle nostre vite. È questo l'invito contenuto in "tv off", la collezione autunno-inverno 2005/06 del brand portoghese "a forest". Che non è un marchio in se stesso, ma un progetto culturale che si pone l'obiettivo di veicolare idee attraverso l'arte, il design e la moda. Nella nuova collezione, completamente in maglia, simboli e parole costituiscono un unico riferimento al piccolo schermo e alla sua enorme capacità di condizionare le menti. Menti che andrebbero ripulite, secondo "a forest" dalla cultura dello zapping, dalle notizie distorte, dalle pubblicità ingannevoli, dai frenetici ritmi televisivi in cui non esistono più pause e silenzi... Un bombardamento continuo di chiacchiere, suoni e immagini che dura 24 ore al giorno, senza soluzione di continuità; e al quale si contrappone l'implicita nostalgia per la TV "di una volta" quando dopo la sigla di chiusura effettivamente le trasmissioni cessavano. Le collezioni "a forest" si trovano a Lisbona, Porto, New York, Barcellona, Atene, Treviso, Madrid e Amsterdam.

www.aforest-design.com