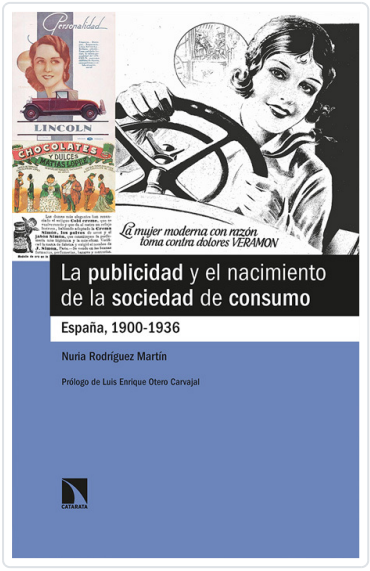
LA PUBLICIDAD Y EL NACIMIENTO DE LA SOCIEDAD DE CONSUMO



RODRÍGUEZ MARTÍN, NURIA

SINOPSIS

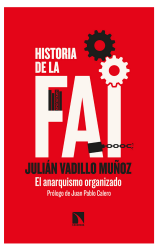
La publicidad, estrechamente ligada a la sociedad de consumo, es uno de los fenómenos culturales más significativos de la actualidad. Desde su nacimiento ha constituido un fiel reflejo de las transformaciones sociales, a la vez que contribuye a modelar nuevos estereotipos y roles sociales y nuevos valores y aspiraciones colectivos a través de sus mensajes e imágenes. Así, este libro aborda el fenómeno publicitario desde una perspectiva histórica, centrándose en el estudio de la publicidad presente en periódicos y revistas editados en España entre 1900 y 1936 y mostrando en detalle la contribución de los anuncios a la modernidad urbana y a las transformaciones sociales y culturales que tuvieron lugar en nuestro país a lo largo del primer tercio del siglo XX. No es posible entender la emergencia y primeros pasos de la sociedad del ocio y el consumo en España sin prestar una atención pormenorizada a estos anuncios publicitarios, los cuales son una exaltación y una celebración de la Modernidad y de la nueva sociedad de masas. Como nos muestra Nuria Rodríguez Martín en este detallado análisis, la vida moderna, el hombre y la mujer modernos, son los protagonistas de los eslóganes y mensajes publicitarios de esos años, que contribuyeron a modernizar España a través de sus imágenes....

Editorial	CATARATA
Materia	Historia social y cultural
Colección	Mayor
EAN	9788413522661
Status	Normal
Encuadernación	Bolsillo tapa blanda
Páginas	176
Tamaño	2200x1400x0 mm.
Peso	250
Precio (Imp. inc.)	16,00€

Títulos relacionados



BREVE DICCIONARIO DE FEMINISMO
COBO BEDIA, ROSA / RANEA TRIVIÑO, BEATRIZ



HISTORIA DE LA FAI
VADILLO MUÑOZ, JULIÁN



¿PARA QUÉ SERVIMOS LOS POLITÓLOGOS?
VALLÈS I CASADEVALL, JOSEP MARIA



PENSAMIENTO CRÍTICO LATINOAMERICANO SOBRE DESARROLLO
OJEDA MEDINA, TAHINA / VILLARREAL VILLAMAR, MARÍA