

PUBLICIDAD Y EL NACIMIENTO DE SOCIEDAD DE CONSUMO, LA

RODRIGUEZ, 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	ENSAYO
Colección	CATARATA MAYOR
EAN	9788413522661
Status	Disponible
Páginas	176
Tamaño	140x220x16 mm.
Peso	246
Precio (Imp. inc.)	16,00€
Fecha de lanzamiento	09/06/2021

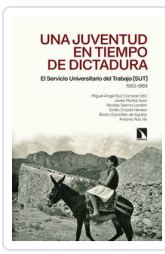
Títulos relacionados



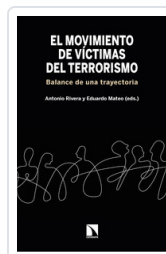
DESARMAR LA MASCULINIDAD
RANEA, BEATRIZ



ETA. DEL CESE DEL TERRORISMO A LA DISOLUCIÓN
AIZPEOLEA, LUIS R.



UNA JUVENTUD EN TIEMPOS DE DICTADURA
AA.VV.



MOVIMIENTO DE VÍCTIMAS DEL TERRORISMO
RIVERA / MATEO