

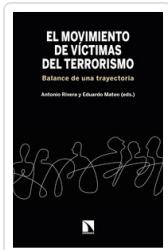
PUBLICIDAD Y EL NACIMIENTO DE SOCIEDAD DE CONSUMO, LA

M. ALONSO
LIBROS

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

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. ...

Títulos relacionadosDESARMAR LA MASCULINIDAD
RANEA, BEATRIZETA. DEL CESE
DEL TERRORISMO
A LA DISOLUCION
AIZPEOLEA, LUIS R.UNA JUVENTUD
EN TIEMPOS DE
DICTADURA
AA.VV.MOVIMIENTO DE
VICTIMAS DEL
TERRORISMO
RIVERA /MATEO