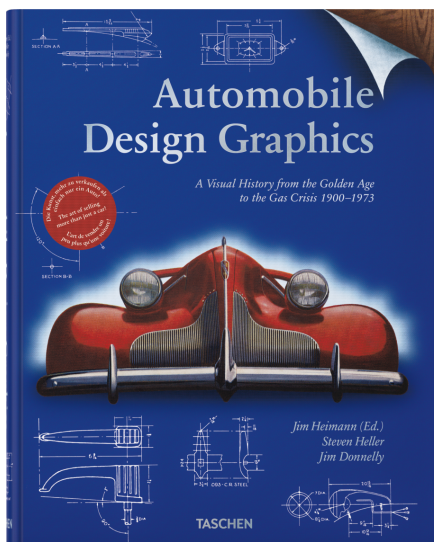




riverside
agency

Automobile Design Graphics

Autor: Jim, Heimann

Varia (VA)

Diseño de productos

Taschen

ISBN: 978-3-8228-5371-9 / Rustica c/sobrecubierta / 368pp | 250 x 317 cm

Precio: \$ 95.000,00



Jim, Heimann

El antropólogo cultural e historiador del diseño gráfico Jim Heimann es editor ejecutivo de TASCHEN America y autor de numerosos libros sobre arquitectura, cultura popular y la historia de la Costa Oeste, Los Ángeles y Hollywood. Su inigualable colección privada ha sido exhibida en museos de todo el mundo y en decenas de libros.

En el apogeo del automóvil, vender coches era una tarea compleja. La promoción de una de las adquisiciones más importantes en la vida de la gente era un proceso de marketing riguroso en el que no sólo tenía cabida la publicidad tradicional sino también un producto crucial que alababa las virtudes de los automóviles: el folleto comercial. A menudo de tamaño descomunal y elaborados con esmero, incluyendo incluso transparencias con muestras de telas y pinturas, los pasquines antiguos sólo se encontraban en concesionarios y ferias especializadas, por lo que, convertidos ya en objetos vintage, son hoy auténticas piezas de coleccionista.

A menudo grandes olvidados en la historia del diseño y la automoción, estos folletos reflejan una imagen sorprendentemente lúcida de los gustos, el consumismo y los hábitos comerciales desde la aparición del automóvil. "Automobile Design Graphics" presenta por vez primera un compendio exhaustivo de este género de la publicidad colateral. Desde los de las marcas menos conocidas para el gran público (Tucker, Ajax y Columbia) hasta los de las más emblemáticas (General Motors, Ford y Chrysler), esta historia visual única reúne más de 500 reproducciones de estos catálogos excepcionales, objeto de coleccionistas. No sólo se presentan algunos de los mejores coches vendidos a lo largo de ocho décadas, sino también algunos de los mejores ejemplos de ilustración y diseño gráfico del siglo XX.

Incorpora, además, diferentes tipos de literatura automotriz, como los elaborados manuales de los concesionarios y los ensayos del historiador de cultura y automóviles, Jim Donnelly, y del prestigioso historiador de diseño Steven Heller. Evidencia de un tiempo pasado en el que los coches eran, sencillamente, la materia de la que estaban hechos los sueños, este libro es una antología destinada al disfrute visual e informativo no sólo de los entusiastas de las cuatro ruedas, sino también para los amantes del diseño y los aficionados a la cultura pop.

En el apogeo del automóvil, el folleto comercial para vender

coches era un producto crucial. A menudo de tamaño descomunal y elaborados con esmero, sólo se encontraban en concesionarios y ferias especializadas, por lo que, convertidos ya en objetos vintage, son hoy auténticas piezas de coleccionista. Esta historia visual única reúne más de 500 reproducciones de estos catálogos excepcionales, objeto de coleccionistas. No sólo se presentan algunos de los mejores coches vendidos a lo largo de ocho décadas, sino también algunos de los mejores ejemplos de ilustración y diseño gráfico del siglo XX. Este libro es una antología destinada al disfrute visual e informativo no sólo de los entusiastas de las cuatro ruedas, sino también para los amantes del diseño y los aficionados a la cultura pop.