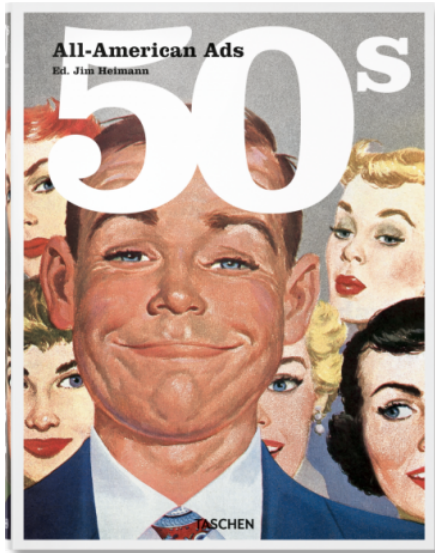




riverside
agency

All-American Ads of the 50s

Autor: Jim, Heimann

Midi (Ml)

Taschen

ISBN: 978-3-8365-5132-8 / Tapa dura c/estuche / Opp | 196 x 255 cm

Precio: \$ 76.000,00



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.

Eran los años en los que el macartismo se adueñaba de EE. UU., los años de la entronización del capitalismo: la América blanca se regodeaba entonces en una sensación de orgullo y seguridad que encontraba su reflejo en los anuncios publicitarios. Las empresas de la década de 1950 difundían a sabiendas información incorrecta y promocionaban cualquier producto con absoluta despreocupación, desde vacaciones en Las Vegas para turistas deseosos de presenciar la detonación de bombas atómicas hasta cigarrillos como remedio saludable para la melancolía; en este último anuncio, un bebé afirmaba que su madre se sentía mejor tras fumarse un Marlboro. Desde «la mejor lavadora automática del mundo» al Cadillac que «abre nuevas perspectivas», en este libro encontrará una abigarrada colección de anuncios que publicitan todo cuanto era posible poner a la venta. A propósito: «¿Se ha dado cuenta de cuántos de sus vecinos usan muebles Herman Miller últimamente?» Ojalá tuviera usted la posibilidad de viajar en el tiempo y comprar unas cuantas sillas para su colección?

Una abigarrada colección de anuncios de la década de 1950 de los artículos más variados, desde unas vacaciones en Las Vegas hasta cigarrillos para levantar el ánimo. Estos anuncios variopintos no son una mera exposición de productos y campañas de antaño, sino un recuerdo evocador de la vida estadounidense en los años del macartismo, cuando el capitalismo lo era todo.