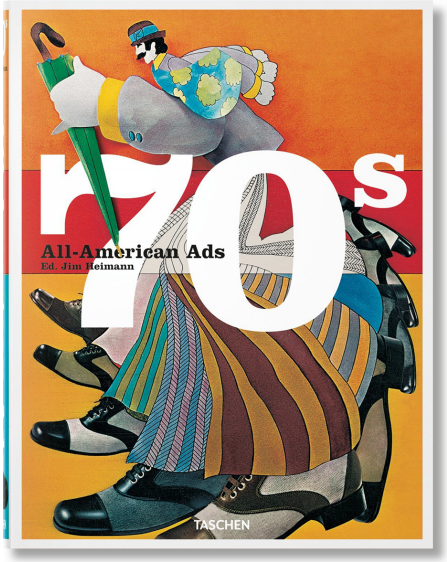

All-American Ads of the 70s

Autor: Steven, Heller
Editor: Jim, Heimann

Taschen
ISBN: 978-3-8365-8860-7 / Tapa dura / 640pp | 196 x 255 cm
Precio: $ 46.500,00

Eclipsados e influidos por la televisión, en Estados Unidos los anuncios impresos de la década de 1970 se alejaron de las formas gráficas atrevidas y de los mensajes sutiles típicos de los sesenta. Los anuncios de los setenta, más literales y directos, buscaban captar la atención de un público acostumbrado a la estridente publicidad de la televisión. Pero no todo estaba perdido. Los anuncios son un signo de los tiempos, y la conciencia racial y ecológica se infiltró en todo, desde los cigarrillos hasta los anuncios de automóviles, para recordar a los estadounidenses que los productos cotidianos propios de la era moderna. En un intento por descubrir la mejor manera de comunicarse con las masas, los especialistas en marketing estudiaron los grupos de público objetivo con furiosa determinación, lo que dio pie a joyas del humor involuntarias como "las hermanas son diferentes de los hermanos", lema utilizado en un producto para el cabello afroamericano. Sin embargo, a finales de la década, la publicidad impresa había empezado a recuperarse y a ganar en originalidad y creatividad a medida que se enfocaba en los públicos objetivo con una presencia cuidadosamente elegida en publicaciones más pequeñas. Este contundente volumen, un estudio fascinante de la difusión de la cultura de masas en una nación post hippie obsesionada con la televisión, ofrece una visión exhaustiva y nostálgica de la publicidad de la década de 1970.

Este contundente volumen, un estudio fascinante de la difusión de la cultura de masas en una nación post hippie obsesionada con la televisión, ofrece una visión exhaustiva y nostálgica de la publicidad de la década de 1970.

Steven, Heller
Copresidente del programa "El diseñador como autor" en el máster de Bellas Artes de la School of Visual Arts, es también el autor de la columna "Visuals" que aparece en The New York Times Book Review y ha escrito más de 120 libros sobre diseño, ilustración y arte satírico.