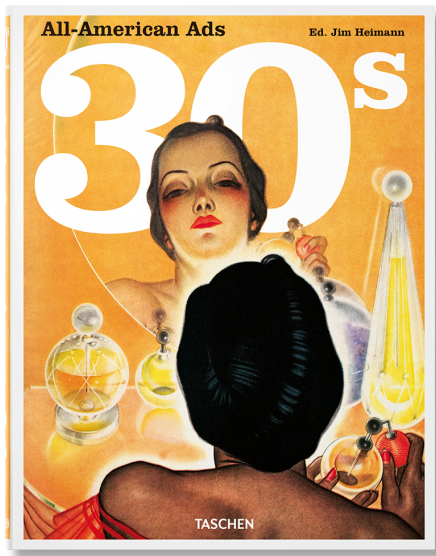




riverside
agency

All-American Ads of the 30s

Autor: Jim, Heimann

Taschen

ISBN: 978-3-8365-8866-9 / Tapa dura / 640pp | 196 x 255 cm

Precio: \$ 100.900,00



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.

Pasen, vean? ¡y compren! Los anuncios que prometían prosperidad, incluso en tiempos difíciles. Asómese (o mejor, adéntrese a ritmo de jazz) en el deslumbrante mundo de la publicidad estadounidense de la década de 1930, donde el atrevimiento de las promesas, el diseño sofisticado y algo más que un toque de ilusión mantuvieron al país soñando durante la Gran Depresión. Mientras los cinturones se apretaban, la creatividad se disparaba: las páginas de las revistas de lujo rebosaban de anuncios alegres y coloridos que vendían cualquier cosa, desde cremas de belleza hasta vacaciones en Hawái, todo envuelto en un aire de optimismo que desafiaba los tiempos difíciles. A principios de la década, la estética elegante y modernista del diseño vanguardista europeo revolucionó la industria publicitaria y propició la aparición de anuncios estilizados, simbólicos e incluso abstractos que priorizaban lo visual sobre las palabras. Pero a medida que la realidad se imponía, los publicistas adoptaron un enfoque más agresivo, con titulares audaces, grandes promesas y propuestas prácticas que conectaran con una nación que luchaba por salir adelante. La ironía y la sutileza no tenían cabida cuando la gente necesitaba soluciones prácticas, y así comenzó la era dorada del marketing persuasivo y directo. Este conjunto de imágenes revela el optimismo incansable de las campañas publicitarias de la década de 1930, que mostraban la vida en Estados Unidos como próspera y despreocupada, donde un futuro mejor estaba a apenas una compra de distancia y Lucky Strikes ayudaba a las estrellas de Hollywood a meterse en sus papeles en el plató de rodaje. Ya fuera para un bolígrafo Shaeffer, un sedán Buick o un frigorífico Frigidaire del 35, estos anuncios tranquilizaban a la gente trabajadora asegurándoles que la prosperidad estaba a la vuelta de la esquina. Una vívida cápsula del tiempo del consumismo de la época de la Depresión, con más de 800 anuncios antiguos que revelan cómo Madison Avenue no solo vendía productos, sino también esperanza, glamur y el gran sueño americano.

Era el mejor y el peor de los tiempos. El fin de la Ley Seca disparó

las ventas de alcohol, pero la Gran Depresión y la amenaza de guerra persistían. El comercio prosperó con anuncios de textos ingeniosos e imágenes creativas que impulsaban los nuevos lujos asequibles: los grandes almacenes, las revistas de cine o los suelos de linóleo modernos?.