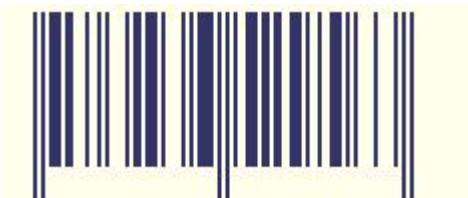
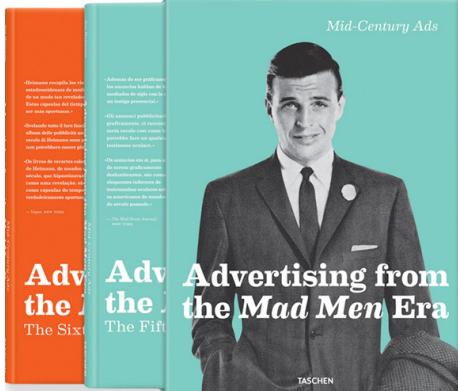


**riverside**  
*agency*



#### **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.

## **Mid-century Ads: Advertising from the Mad Men Era**

Autor: Steven, Heller

Industria de la publicidad

Taschen

ISBN: 978-3-8365-2956-3 / Tapa dura c/estuche / 720pp | 240 x 336 cm

Precio: \$ 105.000,00

Lo moderno vende

La publicidad gráfica estadounidense en las décadas de 1950 y 1960

Esta colección de libros, seleccionada a partir de miles de imágenes, ofrece lo mejor de la publicidad gráfica estadounidense en la época de la "gran idea". En el apogeo del consumismo norteamericano, las revistas se vieron inundadas de ingeniosas campañas que vendían de todo, desde fajas a pistolas. Estos optimistas indicadores pintan una imagen fascinante del colorido capitalismo que dominó el espíritu de las décadas de 1950 y 1960, mientras la preocupación por la guerra fría daba paso al despreocupado ambiente de tragos y cigarrillos de la era de los mad men. También se incluye un amplio abanico de campañas publicitarias significativas de ambas décadas que brinda una visión reveladora del espíritu de esos tiempos. Estos anuncios, rebosantes de colores frescos y vibrantes, han sido masterizados digitalmente para que luzcan tan brillantes y relucientes como el día en que aparecieron por primera vez en los quioscos de revistas.

Esta colección de libros, seleccionada a partir de miles de imágenes, ofrece lo mejor de la publicidad gráfica estadounidense en la época de la "gran idea". En el apogeo del consumismo norteamericano, las revistas se vieron inundadas de ingeniosas campañas