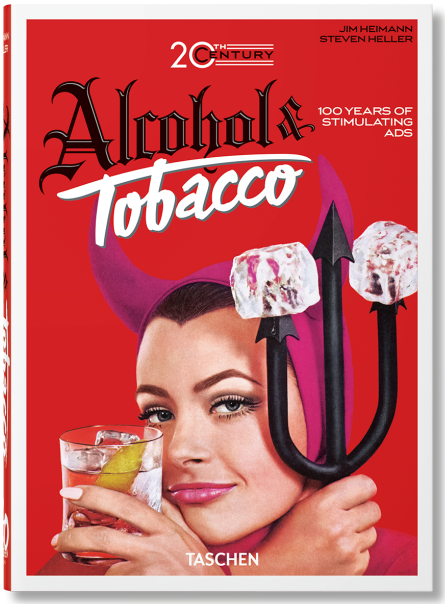

Jim, Heimann
El antropólogo cultural e historiador del diseño gráfico Jim Heimann es editor ejecutivo de TASCHEN America y autor de numerosos libros sobre arquitectura, cultura popular y la historia de la Costa Oeste, Los Ángeles y Hollywood. Su inigualable colección privada ha sido exhibida en museos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

20th Century Alcohol & Tobacco

Autor: Jim, Heimann

Taschen
ISBN: 978-3-8365-9371-7 / Tapa dura c/sobrecubierta / 464pp | 156 x 217 cm
Precio: $ 39.500,00

Un siglo de tragos y cigarrillos Las campañas publicitarias estadounidenses animando a entregarse a vicios deliciosos Vicios o virtudes: el alcohol y el tabaco proporcionaron a los publicistas productos con los que darse grandes festines visuales. En este espectacular compendio de anuncios exploramos cómo la representación de estos productos se movía entre la elegancia y la excentricidad, y descubrimos cómo los fabricantes sedujeron a sus clientes durante todo el siglo XX para que bebieran y fumaran.
Las tendencias del mundo de las bebidas alcohólicas y el tabaco de cada época se reflejan de manera exuberante página tras página con imágenes de marca integradas en la cultura popular estadounidense con tal efectividad que cualquiera podría identificar iconos como el Hombre Marlboro o Spuds MacKenzie, figuras tan familiares que podrían aparecer en anuncios sin el propio producto. Otros publicistas adoptaron enfoques ingeniosos y subliminales para vender sus productos, cuya efectividad confirmó la exitosa campaña de Absolut. Incluso los médicos contribuyeron a una propaganda perversa, asegurando que fumar podía calmar los nervios y aliviar el dolor de garganta y que el licor era un elixir capaz de proporcionar el éxito social.
Tanto si saborea estas delicias visuales como si disfruta a caladas o sorbos de estos placeres prohibidos, le encantará esta exploración de un capítulo de la historia de la publicidad indudablemente vibrante y, en ocasiones, controvertido.

Vicios o virtudes: el alcohol y el tabaco proporcionaron a los publicistas productos con los que darse grandes festines visuales. En este espectacular compendio de anuncios exploramos cómo la representación de estos productos se movía entre la elegancia y la excentricidad, y descubrimos cómo los fabricantes sedujeron a sus clientes durante todo el siglo XX para que bebieran y fumaran.