

Busque, compare y, si encuentra un libro mejor, ¡cómprelo!

Autor Sergio Rodríguez
domingo, 25 de abril de 2010

Busque, compare y, si encuentra un libro mejor, ¡cómprelo! Los anuncios que se quedaron en nuestra memoria.

Con este sugerente título salió a la venta el pasado 18 de septiembre en toda España el primer libro de publicidad escrito por Sergio Rodríguez, autor de lahistoriadelapublicidad.com. Además, editado por una editorial de primer nivel internacional como Electa, de la prestigiosa Random House Mondadori.

Sus páginas llevan a un curioso e interesante recorrido por los anuncios más célebres de la historia de la publicidad española. Un libro emotivo y sorprendente, pensado para un público muy amplio, con una selección que no dejará indiferente a nadie. Un libro con un diseño muy visual, moderno y atractivo.

Los hemos oído tantas veces que han pasado a formar parte de nuestra historia íntima y colectiva. ¿Quién no se acuerda del anuncio del detergente Colón con el que juega el título de este libro, o de Rodolfo Langostino con su famoso "lleváme a casa" de Pescanova, o del repetidísimo jingle de ColaCao: "yo soy aquel negrito..." Dividido por décadas, cada inicio de capítulo va acompañado de una pequeña introducción sobre la situación socioeconómica de la época y un breve análisis de la situación que atravesaba la publicidad española, para a continuación hacer un animado repaso de los anuncios más destacados de la década a través de imágenes, ilustraciones, fotografías y eslóganes que seguro todos recordaremos. El resultado es un atractivo libro sobre la historia de la publicidad española que hará aflorar todos aquellos pegadizos eslóganes y comentadísimas imágenes que forman parte de nuestro imaginario colectivo, y también del personal, porque, al primo de Zumosol", al "algodón que no engaña", al "¿Es nuevo? No, lavado con Perlán", seguro que se asocia un momento, un lugar, un recuerdo. Además, el prólogo del libro viene bajo la firma de Agustín Medina, autor de campañas tan emblemáticas como la de "Aprende a amar la tónica" (Schweppes) o la "tacita a tacita" de café Monky con Carmen Maura.

Para más información, puedes ponerte en contacto en info@lahistoriadelapublicidad.com