Título:

Autor:

Editorial:

Tema:

Sinopsis

Precio: $313.00

Año: 2006

Edición: 2ª

ISBN: 9788437619194

La aparición de la fotografía en la publicidad enlaza con el espíritu de la vanguardia, es decir, con aquellos artistas que querían retratar la vida moderna, las ciudades, las máquinas, las fábricas, en definitiva su presente; pero además permitió que algunos de estos artistas hiciesen coincidir su medio de vida con sus intereses estéticos. Como señalaba Truman Capote hablando de Beaton, muchos de estos fotógrafos deben sus mejores obras precisamente a las imposiciones de la fotografía comercial.

Este libro presenta la fotografía publicitaria desde diversos puntos de vista: la evolución, la descripción y el análisis, y además señala como la creación de la imagen publicitaria moderna es fruto del trabajo que los fotógrafos y diseñadores de vanguardia produjeron en el campo comercial, así como que la vigente imagen publicitaria se encuentra codificada según los códigos establecidos ya en el arte del Renacimiento.