

**PRIMERAS JORNADAS NACIONALES DE HISTORIA SOCIAL**  
**30, 31 de mayo y 1 de junio del 2007**  
**La Falda - Córdoba**

**OSPITAL María Silvia** (sospital@vianetworks.net.ar, sospital@unq.edu.ar)

**“Publicidad gráfica e historia social. Posibilidades de una fuente”**

**Resumen**

La ponencia pretende avanzar en el análisis de la publicidad gráfica como posible fuente para las investigaciones en Historia Social. La exploración intenta estudiar, a partir de la selección de productos de consumo diario y de otros que pueden ser incluidos en la categoría de “productos de lujo”, la acción de la propaganda gráfica ejerciendo su influencia sobre un público determinado, en el sentido de convertir o modificar sus hábitos de consumo. Para ello se procura enmarcar las imágenes en publicidad en su relación con elementos de un imaginario colectivo: héroes, pasado heroico, vida rural idealizada, valores familiares. Además se plantean vinculaciones con elementos asociados a una vida lujosa, “buen gusto”, vacaciones, pertenencia a grupos sociales aristocráticos.

Los objetivos propuestos buscan establecer relaciones entre valores y objetos, averiguando si se pueden detectar continuidades y cambios en los contenidos de la propaganda, individualizando épocas y estableciendo comparaciones.

El trabajo se centra en el estudio de las publicidades de vinos, aparecidas en dos publicaciones diferentes, dirigida una a un público urbano y de alto poder adquisitivo y otra a sectores rurales medios, durante el período histórico 1920 a 1950.