

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.