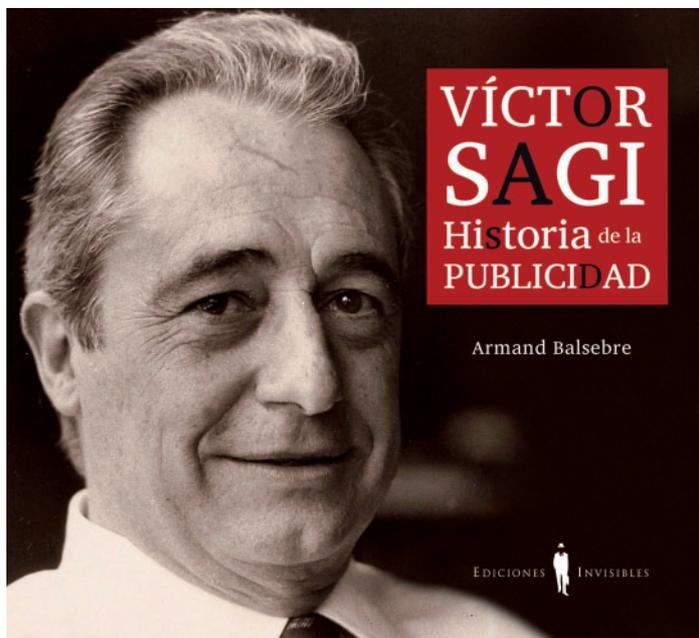


EDICIONES



INVISIBLES



ISBN: 978-84-939106-1-7



9 788493 910617

Págs.: 480

Formato: 24,5 x 22 cm

Encuadernación: tapa dura forrada

Precio sin IVA: 26,92 €

PVP: 28,00 €



ARMAND
BALSEBRE

(1955), catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Autónoma de Barcelona, es autor de *El lenguaje radiofónico* (1994), de los dos volúmenes de *Historia de la radio en España* (2001-2002) y de otras obras relacionadas con la radio, el cine, la televisión y la publicidad. Trabajó como periodista en Radio Barcelona (1974-1986) y ha sido responsable de la adaptación y dirección de distintas obras de radioteatro para la Cadena SER y RNE. Este libro es el resultado de varios años de trabajo de investigación, para llegar a obtener una obra dotada del máximo rigor e interés.

VÍCTOR SAGI HISTORIA DE LA PUBLICIDAD

ARMAND BALSEBRE

La publicidad del siglo XX en España,
vista por uno de sus principales protagonistas.

Víctor Sagi es una de las personas que más ha contribuido a la consolidación de la publicidad en España. Leer su biografía nos permite entender la importancia que tuvo la ciudad de Barcelona en el mapa del sector de la comunicación español, así como la transformación del país en una sociedad de consumo de masas.

El grupo Sagi ocupaba en los años 70 el número 22 en el *ranking* de empresas con sede social en Cataluña, por delante de Danone o Gallina Blanca. Se trataba, pues, de una marca con una gran proyección y negocio. Sin embargo, el libro nos sitúa también ante otros escenarios históricos no menos importantes en la vida de este publicista: el Barça, el desarrollo de TVE, *Diario Femenino*, Cadaqués, el cine prohibido durante el franquismo, y el mundo de la competición deportiva en *rallies* y regatas.

Un documento que sitúa en su justo lugar la trascendencia histórica de Víctor Sagi y nos acerca también de forma rigurosa, con excepcionales documentos gráficos, a la historia social, económica y cultural del siglo XX.

CABE DESTACAR

- Un testimonio único, en primera persona, de la historia de la publicidad y los secretos de las mayores campañas publicitarias del siglo XX, con detalles inéditos sobre el Barça, la política y la alta sociedad del país.
- El libro es el testimonio gráfico de lo que fue la publicidad en España desde los años de la posguerra hasta los años ochenta, con imágenes que reflejan la evolución de la sociedad y de la comunicación.