

(Ebook pdf) Cuando los trabajadores salieron de compras: nuevos consumidores, publicidad y cambio cultural durante el primer peronismo (Historia y Cultura) (Spanish Edition)

Quando los trabajadores salieron de compras: nuevos consumidores, publicidad y cambio cultural durante el primer peronismo (Historia y Cultura) (Spanish Edition)

Natalia Milanesio

*audiobook / *ebooks / Download PDF / ePub / DOC*



DOWNLOAD



READ ONLINE

#2510665 in eBooks 2014-07-08 2014-07-08 File Name: B00LMKBDV2 | File size: 61.Mb

Natalia Milanesio : Cuando los trabajadores salieron de compras: nuevos consumidores, publicidad y cambio cultural durante el primer peronismo (Historia y Cultura) (Spanish Edition) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Cuando los trabajadores salieron de compras: nuevos

consumidores, publicidad y cambio cultural durante el primer peronismo (Historia y Cultura) (Spanish Edition):

Entre 1946 y 1955, el peronismo clausuró el escenario de un cambio sin precedentes en el país: como consecuencia del incremento del salario real y del desarrollo de la industria, amplios sectores de la población comenzaron a participar en espacios y prácticas de consumo que muy raramente habían disfrutado antes. Los trabajadores colmaron grandes tiendas y ciudades turísticas, compraron novedosos artefactos eléctricos y a gas, mejoraron su dieta y su vestuario. Este libro es un estudio del surgimiento del consumidor obrero, una fuerza social que modeló una nueva cultura comercial, transformó relaciones e identidades colectivas y redefinió el rol del estado en tanto mediador entre consumidores y empresas. La participación activa de los sectores de menores ingresos en el mercado impulsó, entre otras transformaciones, un nuevo lenguaje y una nueva estética de la publicidad comercial, contribuyó a cambios en la forma y el contenido de artículos de consumo masivo y provocó la creación de nuevas instituciones gubernamentales. La figura del consumidor obrero generó además profundas tensiones entre las clases media y alta y modificó radicalmente los roles de género. Basada en una enorme variedad de documentos estatales, archivos de empresas y agencias de publicidad, diarios y revistas, estadísticas, literatura, sociología y entrevistas orales, esta obra combina creativamente las metodologías de la historia social y la historia oral con el análisis cultural y de género. El resultado es una investigación original sobre un aspecto desconocido del peronismo y un análisis pionero de la historia del consumo en la Argentina.