

1. Record Nr.	UNINA9910807911103321
Titolo	Cosas Que el Dinero Puede Comprar : Del Eslogan al Poema // Luis Bague Quilez (editor)
Pubbl/distr/stampa	Madrid : , : Iberoamericana : , : Vervuert, , [2018] ©2018
ISBN	3-95487-639-6
Descrizione fisica	1 recurso en linea (431 paginas) : ilustraciones
Collana	Casa De la Riqueza : Estudios de la Cultura en Espana ; ; Volume 42
Disciplina	860.931
Soggetti	Spanish poetry - 20th century - History and criticism Advertising in literature Advertising copy - Spain Persuasion (Rhetoric) Slogans - Spain
Lingua di pubblicazione	Spagnolo
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.
Nota di contenuto	Front matter -- Índice -- Introducción: la décima musa / Bagué Quílez, Luis -- Tiempos modernos: Propaganda y consignas -- Agitación, propaganda y compromiso en la poesía de Rafael Alberti (1931-1935) / Ángel García, Miguel -- Federico García Lorca en Harlem / Llera, José Antonio -- Del entusiasmo al desengaño: marcas y signos de modernidad en Pedro Salinas / Díez de Revenga, Francisco Javier -- Las ambivalencias del estereotipo en la poesía social del 50 / Le Bigot, Claude -- La musa publicitaria: Entre el verso y el eslogan -- El alma en el tenderete: concordancias y fuga de tres poetas del 68 (Manuel Vázquez Montalbán, Antonio Martínez Sarrión y Aníbal Núñez) / Prieto de Paula, Ángel L. -- "Isla Tortuga en venta": el desenmascaramiento de la publicidad en la generación de 1968 / Barragán, José Pablo -- Poesía y publicidad en Ana Rossetti: una lectura desde la ironía desmitificadora / Bianchi, Marina -- ¿Del eslogan al poema? Modulaciones discursivas del compromiso posmoderno / Iravedra, Araceli -- Negroni / California: teselas publicitarias en Aurora Luque y Juan Antonio González Iglesias / Cárdenas, Jesús Ponce -- Poesía®: marcas registradas y estrategias discursivas en la lírica reciente / Bagué

Quílez, Luis / Rodríguez Rosique, Susana -- La construcción del espacio publicitario: tres calas en la poesía española contemporánea / Gruía, Ioana -- Volvemos en 5 minutos: Técnicas de persuasión -- Retórica textovisual y persuasión publicitaria en la poesía española actual / Mora, Vicente Luis -- Eslogan, estribillo y epifonema. Qué poesía vendemos / Atienza, Ángel Luis Luján -- Televisión, publicidad y poesía: la imagen en el mercado global / Abril, Juan Carlos -- La poesía cotidiana del bodegón: de la visualidad barroca a la publicidad / Martos Pérez, María Dolores -- Signos urgentes: tecnologías de la persuasión en la canción de autor española / Romano, Marcela / Riva, Sabrina -- Sobre los autores

Sommario/riassunto

Este volumen demuestra que la poesía española del último siglo no ha dejado de dialogar con la publicidad mediática, la propaganda política y las divisas cívicas. Las contribuciones del libro, al proponerse replantear las vinculaciones históricas entre el eslogan y el poema, reflejan la creación, la recepción y la manipulación de emblemas comerciales y consignas ideológicas por parte de autores pertenecientes a distintas promociones líricas, desde la generación del 27 hasta la actualidad.
