



20TH CENTURY CLASSIC CARS

Desde el primer automotor fabricado en serie por Henry Ford en 1908 y la combinación de diseños que presentan a través de su historia, los automóviles se convierten en una manera directa de observar muchos de los comportamientos comerciales y tendencias de cada una de las épocas que han marcado un referente en el desarrollo industrial y tecnológico en la humanidad. Bajo esta premisa *20TH Century Classic Cars* se centra en la historia visual del diseño automotor analizada mediante una clasificación de más de 400 anuncios publicitarios provenientes de la colección del editor de este mismo libro, Jim Heimann. El estudio condensado en esta publicación permite ver como la industria y especialmente la industria del sector automovilístico ha encontrado en la publicidad su reflejo más cercano, no sólo porque el automóvil fue considerado un símbolo de estatus o una constante innovación tecnológica, sino porque su influencia en las distintas sociedades hace que sea un elemento característico de las mismas.

Autor: Phil Patton, Jim Heimann, Editorial Taschen, Colonia, Alemania, 2009. 480 pp.
 Precio \$ 129.000. Suscriptores \$ 116.100