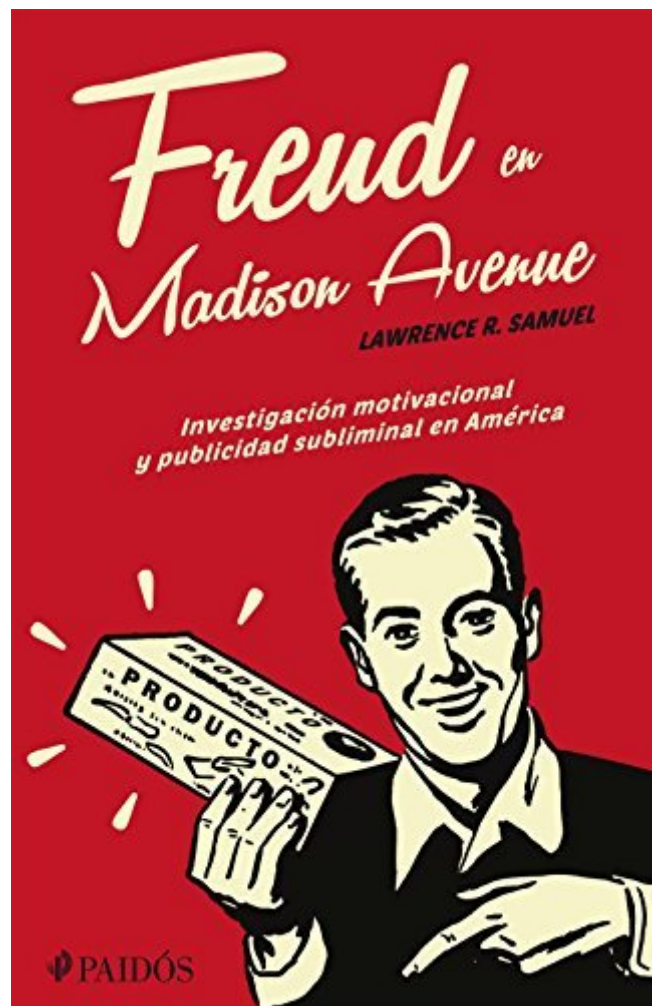


Freud en Madison Avenue: Investigación motivacional y publicidad subliminal en América



Fecha de publicación: 23 junio, 2015

Editor: Paidos México

Autor: Samuel Lawrence

Longitud de impresión: 291

Idioma: Español

PDF

A mediados del siglo xx, muchos ejecutivos de marketing intentaron responder esta pregunta recurriendo a las teorías de Sigmund Freud. El psicoanálisis freudiano se convirtió, así, en la herramienta más poderosa del publicista, al prometer sondear el inconsciente de los compradores para tener acceso a los deseos ocultos tras las decisiones de compra. Centrándose en la fascinante vida de los brillantes hombres y mujeres que llevaron las teorías y las prácticas psicoanalíticas desde Europa hasta Madison Avenue, Lawrence R. Samuel relata cómo los publicistas transformaron la cultura estadounidense de la posguerra. Paul Lazarsfeld, Herta Herzog, James Vicary, Alfred Politz, Pierre Martineau, y el padre de la investigación motivacional, el psicólogo austriaco Ernest Dichter, adaptaron técnicas

sociológicas, antropológicas y psicológicas para orientar a sus clientes sobre la mejor manera de promover sus bienes de consumo. Algunas herramientas que introdujeron estos investigadores motivacionales, tales como los grupos de enfoque, todavía se utilizan en la actualidad.

<http://yep.pm/6Xm8sk4i5/CYzFKOR3b.pdf.rar>