



Advertising and public memory : social, cultural and historical perspectives on ghost signs /

Schutt, Stefan (1966-),
ed. lit
Kroener, Emile Robert Michel (1978-),
ed. lit
White, Leanne,
ed. lit

Routledge,
2016

Monografía

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMTgxODY5MDU>

Título: Advertising and public memory social, cultural and historical perspectives on ghost signs edited by Stefan Schutt, Sam Roberts and Leanne White

Editorial: New York London Routledge 2016

Descripción física: XII, 324 p. il. 24 cm

Mención de serie: Routledge research in cultural and media studies 88

Bibliografía: Incluye referencias bibliográficas e índice

ISBN: 978-1-138-93468-9 hbk) 978-1-315-67775-0 ebk)

Materia: Rótulos- Aspectos sociales Signs and signboards- Social aspects Memoria colectiva Collective memory

Autores: Schutt, Stefan (1966-), ed. lit Kroener, Emile Robert Michel (1978-), ed. lit White, Leanne, ed. lit

- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es