



Advertising in the 'Noticiero Extremeño' during 1924-1926 [

Ediciones Complutense,
2023-09-12

[info:eu-repo/semantics/article](https://repositorio.semanticscholar.org/urn:info:eu-repo/semantics/article)

[info:eu-repo/semantics/publishedVersion](https://repositorio.semanticscholar.org/urn:info:eu-repo/semantics/publishedVersion)

Artículo revisado por pares

Analítica

The purpose of this publication is to analyse the advertising that was published in the newspaper entitled 'Noticiero Extremeño' ('News from Extremadura') in the triennium 1924-1926. For it, starting from a historical contextualization of the journal that is under study, the published advertisements are examined and different analysis are made, following quantitative and qualitative methodology. This way, a chronological study is developed for months; topographic, in order to know the localities where the advertisements are located; of sizes, to analyse the dimensions of the advertisements; graphic, to discern whether the advertising has graphic components or only textual elements; and a study of entities, to verify the advertising companies and their content. Lastly, it is done an interpretative analysis of the results, which intends to make explicit, on the one hand, the historical and social context, and on the other, the advertising typology in demand. All of it is presented annually and, in order to catch a glimpse of the evolution of advertising, jointly

The purpose of this publication is to analyse the advertising that was published in the newspaper entitled 'Noticiero Extremeño' ('News from Extremadura') in the triennium 1924-1926. For it, starting from a historical contextualization of the journal that is under study, the published advertisements are examined and different analysis are made, following quantitative and qualitative methodology. This way, a chronological study is developed for months; topographic, in order to know the localities where the advertisements are located; of sizes, to analyse the dimensions of the advertisements; graphic, to discern whether the advertising has graphic components or only textual elements; and a study of entities, to verify the advertising companies and their content. Lastly, it is done an interpretative analysis of the results, which intends to make explicit, on the one hand, the historical and social context, and on the other, the advertising typology in demand. All of it is presented annually and, in order to catch a glimpse of the evolution of advertising, jointly

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMzQ5NTA1MDM>

Título: Advertising in the 'Noticiero Extremeño' during 1924-1926 electronic resource]

Editorial: Ediciones Complutense 2023-09-12

Tipo Audiovisual: análisis documental en publicidad publicidad en prensa prensa de Extremadura prensa histórica

Variantes del título: La publicidad en el 'Noticiero Extremeño' durante 1924-1926

Documento fuente: Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias; Vol. 16 No. 2 (2022); 35-59

Nota general: application/pdf

Restricciones de acceso: Open access content. Open access content star

Condiciones de uso y reproducción: Derechos de autor 2023 Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias

Lengua: Spanish

Enlace a fuente de información: Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias; Vol. 16 No. 2 (2022); 35-59 Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias; Vol. 16 Núm. 2 (2022); 35-59 1989-5143 1887-8598

Otras relaciones: <https://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/view/81007/4564456566855> /*ref*/Castillo, J. José (1978). Propietarios muy pobres. Planteamientos básicos para la Confederación Nacional Católico Agraria (1917-1942). Agricultura y sociedad, 6, p. 71-176 Cintas Gilabert, Manuel (2016). Historia de la Real Sociedad Económica Extremeña de Amigos del País En C. Araya Iglesias y M.A. Naranjo Sanguino. (Coords), Real Sociedad Económica Extremeña de Amigos del País de Badajoz 1816-2016 (p. 53-63). Badajoz: Real Sociedad Extremeña de Amigos del País. Checa, A. (2007). Historia de la publicidad. La Coruña: Netbiblo Desvois, J.M. (1977). La prensa en España (1900 - 1931). Madrid: Siglo Veintiuno El Noticiero Extremeño. Biblioteca Virtual de Prensa Histórica. Recuperado de <https://prensahistorica.mcu.es/es/consulta/registro.do?id=1545> (Consulta: 07/02 /2022) Feijoo Fernández, B. y Fernández Vázquez, J. (2014). La publicidad impresa de principios del siglo XX: Análisis de los anuncios publicados en La Voz de Galicia de 1900 a 1920. Historia y comunicación social, 19 (1), 53 - 66. Fernández Clemente, E. (1982). La Dictadura de Primo de Rivera y la Prensa. En Metodología de la historia de la prensa española (p. 187-232). Madrid: Siglo Veintiuno. Fernández Poyatos, M. D. (2006). Orígenes y evolución de la actividad publicitaria. Alicante: Universidad de Alicante. Disponible en: <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/11191> [Consulta: 7/02/2022) Galliot Marcel (1955). La publicité à Travers les âges. Paris: Éditions Hommes et Techniques García Ruescas, F. (1971). Historia de la publicidad en España. Madrid: Editora Nacional Hernández Guerrero, J. (2011). La publicidad y las ciencias humanas: análisis pluridisciplinar de anuncios publicados en periódicos y revistas españoles del siglo XX y comienzos del XXI (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid. Melón Jiménez, Miguel Ángel (2016). Las Sociedades Económicas de Amigos del País. En C. Araya Iglesias y M.A. Naranjo Sanguino. (Coords), Real Sociedad Económica Extremeña de Amigos del País de Bad

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es