



Este artículo constituye una reflexión ensayística del devenir en la relación medicamentos y emociones.

IDEA DE MUJER MODERNA



ARTICULADOR DE LAS LÍNEAS EDITORIALES



EMOCIONES COMO ESTRATEGIA PUBLICITARIA

Reflexionar sobre cómo las emociones formaron parte de la expansión del campo farmacéutico a comienzos del siglo xx en Chile.

OBJETIVO



RELACIÓN ENTRE CAPITALISMO Y EMOCIONES

Selección de anuncios publicitarios que muestran una representación intencionada bajo el criterio de que los anuncios muestren de forma explícita la idea que desarrollamos.



Los anuncios publicitarios en Familia utilizan un ancla emocional como estrategia de legitimación de un campo.

RESULTADOS



LEGITIMACIÓN TIPO SOCIAL CONYUNTURAL RELACIONAL

