

Ionuț Costea (Cluj-Napoca, Universitatea Babeș-Bolyai): *Cultură urbană și reclamă în Clujul interbelic*

Prezentarea își propune să urmărească relația dintre cultura publicitară (tipologia reclamelor, morfologia și conținutul lor, caracteristicile discursului publicitar) și dezvoltarea urbană a Clujului în perioada dintre cele două războaie mondiale. Gradul de industrializare, cultura consumului, cultura divertismentului au marcat structurarea vieții cotidiene din urbea someșană reflectată de conținutul și forma discursului publicitar. Analiza culturii publicitare, ca spectru al culturii urbane, din Cluj are ca izvoare publicistica vremii. În acest sens, prezentarea accentuează modalitățile în care reclama poate fi asumată de istoric ca sursă primară.