

image not found or type unknown



La historia del mundo con los trozos más codiciados

Fecha de publicación:
24/02/2011

Fernando Garcés Blázquez

Sello Editorial:
Editorial Ariel

Contacto de prensa

Nombre: Laura Fabregat

Teléfono: 934928947

Email:
lfabregat@planeta.es

Nombre: Laia Barreda
Vicent

Teléfono: 93 492 8308

Email:
laia.barreda@planeta.es

Nombre: Erica Aspas

Teléfono: 934928752

Email:
easpas@planeta.es

La cronología habitual de la Historia se concentra en reyes y reinas, fechas de batallas, grandes Tratados...pero hay otra Historia por contar, una Historia mucho más "codiciada"... *La historia del mundo con los trozos más codiciados* es un paseo ameno y original por los siglos a través de los productos -las marcas- que mejor han representado los deseos y aspiraciones de una época; un mundo mucho más antiguo y complejo de lo que parece a simple vista.

Siempre ha existido un grupo de productos más codiciados que el resto. La historia comienza cuando el hombre deja señales de su paso y esas señales suelen ser estos productos objeto de codicia: los vasos rituales de la prehistoria, la seda de China el incienso de Arabia, la púrpura de Tiro, el mármol de Cárara, la manzana de Apple... La historia de las marcas nos permite reconstruir el pasado y a nosotros entender el presente. Muchos de estos "trozos" siguen formando parte de nuestro imaginario cultural porque las verdaderas marcas nunca desaparecen del todo.

¿Cuál es la primera marca dejada por un ser humano?

¿Es el Stradivarius la marca de violín más cara?

¿Es casualidad que el agua de Colonia comenzará a venderse en la ciudad alemana de Colonia?

¿Qué relación hay entre una empresa de neumáticos y la guía de restaurantes más selecta del mundo?

¿Quién ha sido el hombre más rico de la historia?

¿Por qué la primera tarjeta de crédito se llama "Club de comida" (Dinners Club)?

¿Cómo llegó a convertirse Tiffany en el mejor lugar para desayunar?

image not found or type unknown



Fernando Garcés Blázquez

Licenciado en Arqueología e Historia Antigua (UB), formado en Pedagogía Waldorf y Máster PNL. Es Profesor en IdEC, Escuela Elisava y Universitat Pompeu Fabra, donde imparte cursos sobre la aplicación de la historia, la mitología y la PNL al branding. Desde su consultoría Aequam, asesora sobre atención al cliente, trabajo en equipo y visualización de valores de marca.

Colabora habitualmente en revistas de viajes e historia. Como coautor, ha escrito los libros *Faraón y Tópicos de España*. Como autor, *Me llamo... Cristóbal Colón*, *Historia del mundo sin los trozos aburridos*, *Historia del mundo con los trozos más codiciados* e *Historia de España sin los trozos aburridos*.