

GRUPO CENTROMODA:

[www.centromodaonline.com](http://www.centromodaonline.com)

[www.kulturaurbana.com](http://www.kulturaurbana.com)

[www.newsfashionweek.com](http://www.newsfashionweek.com)

KULTURA URBANA

[www.kulturaurbana.com](http://www.kulturaurbana.com)



- [Home](#)
- [Arte](#)
- [Cine/TV](#)
- [Clubs](#)
- [Conciertos](#)
- [Discos](#)
- [Gadgets](#)
- [General](#)
- [Internet](#)
- [Libros/Comics](#)
- [Moda](#)
- [Música](#)
- [Shopping](#)
- [Tendencias](#)
- [Videojuegos](#)
- [Videos](#)
- Archivo
  - [Diciembre 2007](#)
  - [Noviembre 2007](#)
  - [Octubre 2007](#)
  - [Septiembre 2007](#)
  - [Agosto 2007](#)
  - [Julio 2007](#)
  - [Junio 2007](#)
  - [Mayo 2007](#)
  - [Archivo KU 2004-07](#)

STAFF

Links

- [CentroModa Magazine](#)
- [NewsFashionWeek.com](#)

Buscar:

Buscar

## Preview | Spring - Summer 2009

["DE LA MISERIA HUMANA EN EL MEDIO PUBLICITARIO" Como el mundo se muere por nuestro modo de vida](#)

by Pepi Bauló

19 / Diciembre / 2007

A la publicidad no le faltan ni detractores ni apologistas. Tampoco le falta quien dice que a él ni fu ni fa. Esto último me resulta un poco difícil de creer porque no sé cómo se puede permanecer indiferente a una invasión sensorial tan grande.



Puede que no veas la televisión, que no oigas la radio y que sólo leas publicaciones alternativas sin anuncios impresas en papel reciclado, donde no cobran los que escriben y quienes las leen pagan un plus para mantenerlas. Pero ¿a caso te vendas los ojos para no ver las vallas, los luminosos ni los carteles de la calle? ¿Cuándo viajas en metro cierras los ojos aunque notes que te roban la cartera? ¿Borras la marca de tu móvil a punta de navaja? ¿No has abierto jamás tu buzón o quemas los sobres y el encabezado de tus facturas? ¿Arrancas de un bocado las etiquetas de tu ropa? ¿Compras marcas blancas en supermercados sin nombre?

Amigos, yo creo humildemente que aunque sea para ignorar sus mensajes hay que tener en cuenta a la publicidad. Y lo creo no sólo porque llevo muchísimos años ganándome la vida en una agencia de ídem. Os lo confieso casi sin rubor porque es la verdad y porque si voy hablar de publicidad es idiota no confesarlo. También os diré que detesto el 75% de publicidad que veo y que tampoco me gusta el 100% de la que hago yo. Y además soy adicta a leer y escuchar todo lo que se escribe y se dice sobre ella, en especial las críticas. Llegados a este punto, ya me siento más legitimada a recomendaros la lectura de esta semana: "De la miseria humana en el medio publicitario" del

ESTE  
ESPACIO  
ES  
PARA  
TI



[LA LISTA Acabando el año](#)  
["DE LA MISERIA HUMANA EN EL MEDIO PUBLICITARIO" Como el mundo se muere por nuestro modo de vida](#)  
[HAPPY TREE FRIENDS \(tan\) dulce navidad](#)  
[EL GADGET DE LA SEM.](#)  
[Reproductor mp3 inspirado](#)  
[LEGO: Santa, ya lo sabes](#)

1 DÍA  
1 HOTEL  
25 DISEÑADORES

15 de diciembre de 2007

[www.changingroom.org](http://www.changingroom.org)

Grupo Marcuse (Editorial Melusina). No os voy a engañar, es un libro muy bien escrito (que asienta sus bases en las corrientes del pensamiento Situacionista), muy francés y muy radical. Un aviso desde ya para capitalistas convencidos y orgullosos de serlo: abstenerse de su lectura.



Para empezar sus autores se quejan de cómo el público desconoce los entresijos de esta actividad que nos aboca al consumismo descerebrado y a un patrón de vida suicida. Ello es debido, según su opinión, a que los medios de comunicación que deberían informarnos no pueden morder la mano de quien les da de comer. Entre los múltiples crímenes de los que se acusa a la publicidad está el engaño y la estafa permanentes, la idiotización y despersonalización del individuo, el fomento de enfermedades (la crítica a los grandes grupos médicos y a los laboratorios es absoluta). En resumen: manipulación al máximo nivel.

Los del Grupo Marcuse desenmascaran el mito de "publicidad igual a información" para el consumidor puesto que opinan que la publicidad es laudatoria y no crítica y que, además, existen oscuros pactos de deliberada desinformación promovidos por grandes marcas, empresas multinacionales y hasta gobiernos.

En este libro, que puede gustar o no, pero que está bien documentado, entre otros referentes se cita a Braudillard cuando dice que "no se consume nunca el objeto en sí mismo" sino lo que representa, el ideal al que supuestamente nos acerca. Y eso nos embarca en un proceso tan grotesco como infinito, pues los publicistas saben bien que todo individuo que vive en sociedad anhela acceder a un status superior.

La nueva dimensión del mundo capitalista es el espectáculo. Y los publicistas, flamantes e infames nuevos sacerdotes de la nueva religión, crean espectáculo en cada nueva campaña para prometeros la consecución de todos nuestros sueños. Y un hombre sin sueños es incapaz de rebelarse. Chim-pum. Así se cierra la loca espiral del consumismo feroz.

Esta lectura os pondrá, pues, los pelos como escarpas con tanta eficacia como la mejor peli de terror y, tal vez, la reacción inmediata del lector sea pensar que es exagerado y que "yo no me dejo influir por la publicidad de una manera tan bestia". Opino que no está de más leer este libro, revisar nuestro patrón de conducta respecto a este tema y actuar como nos dicte el cuerpo. Pero eso sí, ahora un poco más críticos que antes, lo cual nunca está de más. Y si la publicidad no puede sobrevivir a eso y es tan mala como la pintan... que el cielo la juzgue y San Risto Mejide se la bendiga.

[Enviar a un amigo](#)

Clasificado en: [Libros/Comics](#) |

2 Respuestas

cecilia

[Diciembre 20th, 2007 - 5:02](#)

Muy interesante el artículo, voy a leer este libro!

Aunque debo reconocer que soy un poco reacia en general a leer libros sobre publicidad, es que la miseria humana en el mundo publicitario es tan evidente para mí que no creo que me cuenten nada nuevo, o tal vez eso espero... Otra publicista confesada, a la que a pesar de la miseria humana, le gusta mucho su trabajo.

maxi roca

[Diciembre 20th, 2007 - 6:23](#)

estoy contigo, pepi! hoy en día, si no sales en la tele, no existes! estamos inmersos en la era de la publicidad y la comunicacion (aunque, opto por llamarla la idiotizacion e incomunicacion) no nos proponen...nos ordenan, enseñan...en fin; no pintan bien las cosas..no¿?

Comentar esta noticia

<input type="text"/>	Nombre (requerido)
<input type="text"/>	E-Mail (no se publica) (requerido)
<input type="text"/>	Website

[LA PELÍCULA DE LA SEM](#)  
[Deseo, peligro: Agentes provocadores](#)  
[VICENÇ MUSTARÓS](#)  
[Disertaciones varias sobre que pudo ser y no fue](#)  
[LA LISTA](#) La búsqueda de mejor  
[CHANGING ROOM / EDI](#)  
[FRÍO](#) Nueva cita este sáb  
"ROTTEN: NO IRISH, NO BLACKS, NO DOGS" La autobiografía autorizada c  
Johnny Rotten, cantante c  
Sex Pistols  
[LA PELÍCULA DE LA SEM](#)  
Arma fatal: Dos policías rebeldes en la campaña "FREAKS IN LOVE", DE SERGIO CÓRDOBA [Llué está mojada, la carretera](#)  
[LA LISTA](#) Seguimos busc al mejor  
[JAN IU MÁS](#) La nueva sa: masculina  
[CLOVERFIELD](#) Belive the [EL GADGET DE LA SEM](#), Super Mini Apple style MF  
[Players: Bonitos y baratos](#)  
[AIR Y AU REVOIR SIMOI](#)  
[Sinfonías electrónicas en Razzmatazz](#)  
[LA PELÍCULA DE LA SEM](#)  
Diario de una niñera: [Escor de la lucha de clases](#)  
[YMCK](#) Magical 8 bit tour: ¡ molan los pixels  
[LA LISTA](#) Porque nosotros valemos también  
"RETORNO 201", DE [GUILLERMO ARIAGA](#) L calle, un libro

[maxi roca](#): estoy contigo, hoy en día, si no sales en tele, no existes! estamos inmersos en la era de la...  
[cecilia](#): Muy interesante el artículo, voy a leer este lit Aunque debo reconocer q un poco reacia en genera  
[maxi roca](#): bueno; personalmente, opino que hablar del movimiento pur una hipocresia. el origen c  
[marco](#): sois unos cracks.. email  
amarco\_2006@hotmail.cc estudie diseño de moda e milán durante un año...  
[chikazo](#): Barcelona no s n el trato q s da a la Moda;) una verguernza lo q stá pasando! Y pienso, q lo q.  
[DFC](#): Cuando me entere c noticia hace un mes qued shock, pero ahora con est entrevista se aclaran muc  
[Juan Andrés](#): Las grandes miserias de alguna peque editorial: Lean, lean,...  
[http://pedrovillar.blogspot](#).  
[Tania](#): Lo de Barcelona y moda no tiene nombre. Ci la política entra por la pue moda sale por la...  
[Raul Lopez](#): Hola, es muy interesante que se realice proyectos de este tipo del