

# EL CULTURAL

15-21 de junio de 2006

www.elcultural.es

L E T R A S

BOLSILLO



**DE LA MISERIA HUMANA EN EL MEDIO...** *Grupo Marcuse. Melusina. 206 págs, 12 e.*

EN otoño de 2003 se produjo en Francia, sobre todo en el metro de París, una reacción espontánea y virulenta contra la publicidad. Se arrancaron carteles y se desfiguró con pintadas el sentido de muchos anuncios. Los autores de este libro, agrupados y camuflados bajo el apellido de Marcuse, filósofo francfortiano e inspirador de las revueltas estudiantiles de los años sesenta, han escrito un curioso texto contra la publicidad. Aunque el tono de estos jóvenes es belicoso contra la publicidad y el mundo económico que la sustenta, muchas de sus afirmaciones están cargadas de razón. Se señala en *De la miseria humana en el medio publicitario* que el discurso publicitario se ha ido hipertrofiando hasta invadir aspectos insospechados de la vida social y política. Lo que hace unos años era información de los productos que la industria quería vender es ahora algo que roza la propaganda. La publicidad se ha agazapado hasta invadirlo todo. Por eso este texto juvenil resulta tan refrescante y oportuno. **B.**

**SARABIA**