

**Título del libro:**

PERSUADIDOS

Qué educa la publicidad y qué educar para evitarlo

Autor: Pau Misser Vilaseca (pau@misser.org)**Género:** Ensayo sobre publicidad y educación.**Páginas:** 288**Público:**

Educadores, desde familias a profesionales de la enseñanza.

El texto se ha escrito buscando un lenguaje sencillo para que pueda ser entendido por el público en general, sin necesidad de dominar los conceptos publicitarios, psicológicos o educativos.

Tema:

El texto trata sobre la explotación de la psicología humana hecha por la publicidad y qué se puede educar para minimizar esta influencia perjudicial.

Sinopsis:

Vivimos acosados por una publicidad cada vez más sofisticada, más sutil y más poderosa. Su labor es engancharnos a las pantallas y persuadirnos para que la economía, basada en el crecimiento perpetuo, siga funcionando.

Este libro es un análisis en profundidad del porqué de las distintas publicidades, cuáles son las ideas que sutilmente nos imponen, cómo estas perjudican al desarrollo psicológico y qué podemos educar para minimizar su influencia.

Resumen:

El manuscrito consta de 4 partes:

La 1ª parte (Publicidad) define qué es la publicidad y su relación con la economía industrial. Se describen los principales cambios de la economía y las publicidades que se crean para hacerlas funcionar. El objetivo es conocer el origen de las diferentes publicidades y crear una clasificación de estas según aquello que promocionan.

La 2ª parte (Consecuencias) vincula las diferentes publicidades, descritas en los capítulos anteriores, con las consecuencias que considero más relevantes. Se busca ganar conciencia sobre cómo la explotación de la mente humana hecha por la publicidad, tiene ciertas consecuencias a nivel personal, la intención es definir los problemas para poder afrontarlos.

La 3ª parte (Desarrollo) muestra las necesidades humanas del desarrollo de las que se aprovechan las diferentes publicidades, se explica por qué las sutiles ideologías que impone la publicidad no nos permiten cubrir estas necesidades, al mismo tiempo se ofrece una alternativa y una dirección educativa para favorecer el desarrollo y minimizar la influencia publicitaria.

La 4ª parte (Educación) empieza, al igual que se hizo en la 1ª parte con la publicidad, definiendo qué entiendo por educación, a continuación se desvela que esta es también una forma de persuasión y finalmente, se sugieren formas educativas que puedan ser útiles para minimizar la influencia publicitaria, pero que sobre todo lo sean para favorecer el desarrollo humano.

Venta:

Es un libro que no está a la venta, no tiene editorial ni distribuidora. Se está difundiendo de mano en mano pretendiendo que las personas que lo reciben, una vez consultado, lo den a otros a quienes pueda interesarles. Lo que se busca con esta forma de distribución es que el libro no se convierta en un objeto de consumo y que las ideas que contiene puedan divulgarse de una forma humana.