

MANUAL PRÁCTICO
PARA ELIMINAR
LA PUBLICIDAD
DE TU VIDA

MOLESTAR.ORG

MANUAL PRÁCTICO
PARA ELIMINAR
LA PUBLICIDAD
DE TU VIDA

MOLESTAR.ORG

LA REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL DE ESTE FANZINE ES LIBRE, APROVECHA Y DIFUNDELO.

SI TE HAN QUEDADO DUDAS PUEDES ESCRIBIR A:
NOSGUSTA@MOLESTAR.ORG

FANZINE HECHO CON PAPEL ECOLÓGICO, FOTOCOPIA Y SERIGRAFÍA DE GUERRILLA.

HEMOS HECHO UNA TIPOGRAFÍA EXPRESAMENTE PARA ESTE FANZINE, SI LA QUIERES DESCARGAR ESTÁ EN:
[HTTP://WWW.MOLESTAR.ORG/2013/07/13/FUENTE-ESTIRADA/](http://www.molestar.org/2013/07/13/fuente-estirada/)

HECHO EN CABRANES, ASTURIAS, EXPAIN.

SALUD Y ANARQUIA DE COLORES...



LA REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL DE ESTE FANZINE ES LIBRE, APROVECHA Y DIFUNDELO.

SI TE HAN QUEDADO DUDAS PUEDES ESCRIBIR A:
NOSGUSTA@MOLESTAR.ORG

FANZINE HECHO CON PAPEL ECOLÓGICO, FOTOCOPIA Y SERIGRAFÍA DE GUERRILLA.

HEMOS HECHO UNA TIPOGRAFÍA EXPRESAMENTE PARA ESTE FANZINE, SI LA QUIERES DESCARGAR ESTÁ EN:
[HTTP://WWW.MOLESTAR.ORG/2013/07/13/FUENTE-ESTIRADA/](http://www.molestar.org/2013/07/13/fuente-estirada/)

HECHO EN CABRANES, ASTURIAS, EXPAIN.

SALUD Y ANARQUIA DE COLORES...



LA PUBLICIDAD ES
UNA FORMA DE COMUNICACIÓN COMERCIAL QUE INTENTA
INCREMENTAR EL CONSUMO DE UN PRODUCTO O SERVICIO.

EL CONSUMISMO

ES EL EJE CENTRAL DEL CAPITALISMO Y LA PUBLICIDAD SU
ARMA PERSUASORA. SU EXCESO EN EL ESPACIO PÚBLICO
PROMUEVE UN CONSUMO EXAGERADO E IRREFLEXIVO Y
CONTAMINA CON RUIDO VISUAL.

SE CALCULA QUE ESTAMOS EXPUESTOS
APROXIMADAMENTE A UNOS

3000

IMPACTOS PUBLICITARIOS DIARIOS

LA PUBLICIDAD ES
UNA FORMA DE COMUNICACIÓN COMERCIAL QUE INTENTA
INCREMENTAR EL CONSUMO DE UN PRODUCTO O SERVICIO.

EL CONSUMISMO

ES EL EJE CENTRAL DEL CAPITALISMO Y LA PUBLICIDAD SU
ARMA PERSUASORA. SU EXCESO EN EL ESPACIO PÚBLICO
PROMUEVE UN CONSUMO EXAGERADO E IRREFLEXIVO Y
CONTAMINA CON RUIDO VISUAL.

SE CALCULA QUE ESTAMOS EXPUESTOS
APROXIMADAMENTE A UNOS

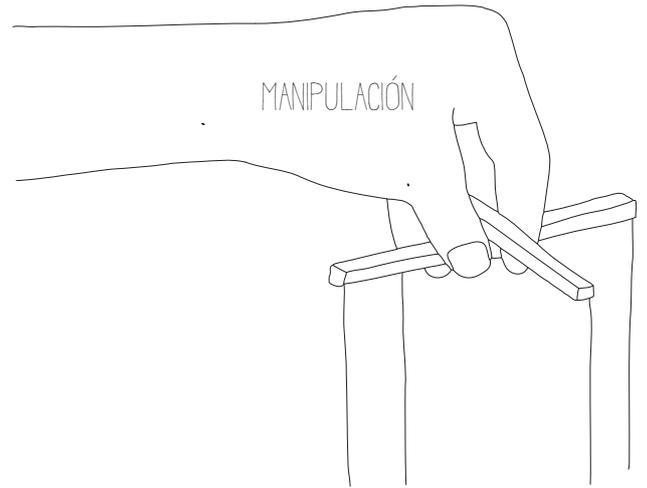
3000

IMPACTOS PUBLICITARIOS DIARIOS

LA PUBLICIDAD TIENE DOS OBJETIVOS

INFORMAR ↔ INCLINAR LA BALANZA
MOTIVACIONAL DEL
SUJETO

↓
INTENTA PRODUCIR UNA REACCIÓN
ALTERADA EN EL COMPORTAMIENTO



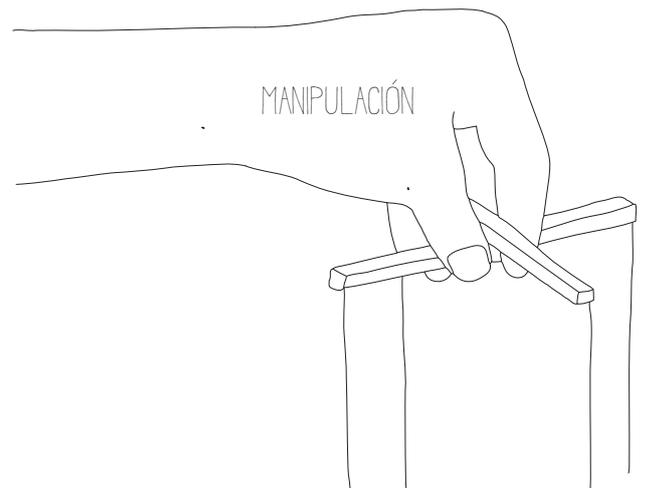
UN REGALITO PARA
TAPAR LA MARCA DEL ORDENADOR,
O LO QUE SE TE OCURRA...



LA PUBLICIDAD TIENE DOS OBJETIVOS

INFORMAR ↔ INCLINAR LA BALANZA
MOTIVACIONAL DEL
SUJETO

↓
INTENTA PRODUCIR UNA REACCIÓN
ALTERADA EN EL COMPORTAMIENTO



UN REGALITO PARA
TAPAR LA MARCA DEL ORDENADOR,
O LO QUE SE TE OCURRA...



EL PROPOSITO DE LA PUBLICIDAD

ESTIMULAR EL AMOR POR LAS
MARCAS Y DEFINIR ESTILOS DE VIDA



NOS INCITA A CREAR UNA IDEA
CONTRARIA A NUESTRA REALIDAD



UN PAR DE RECOMENDACIONES:

DOCUMENTAL "THE CENTURY OF SELF"
SOBRE LA MANIPULACIÓN DEL INCONSCIENTE, DESDE FREUD
HASTA LA ACTUALIDAD. SOBRE EL USO QUE LAS GRANDES
CORPORACIONES HAN HECHO DE LA PSICOLOGÍA PARA
CONTROLAR A LAS MASAS.

PRIMERA PARTE: [HTTP://TINYURL.COM/MVS6WAF](http://tinyurl.com/mvs6waf)
SEGUNDA PARTE: [HTTP://TINYURL.COM/MLJZOCs](http://tinyurl.com/mljzocs)
TERCERA PARTE: [HTTP://TINYURL.COM/KMU4KPN](http://tinyurl.com/kmu4kpn)
CUARTA PARTE: [HTTP://TINYURL.COM/K9V7P4G](http://tinyurl.com/k9v7p4g)

LIBRO "NO LOGO: EL PODER DE LAS MARCAS"
DE NAOMI KLEIN
UN ENSAYO QUE TRATA DE ANALIZAR LA INFLUENCIA DE LAS
MARCAS EN LA SOCIEDAD ACTUAL.

SE PUEDE DESCARGAR EN [HTTP://TINYURL.COM/K8L2VKA](http://tinyurl.com/k8l2vka)

EL PROPOSITO DE LA PUBLICIDAD

ESTIMULAR EL AMOR POR LAS
MARCAS Y DEFINIR ESTILOS DE VIDA



NOS INCITA A CREAR UNA IDEA
CONTRARIA A NUESTRA REALIDAD



UN PAR DE RECOMENDACIONES:

DOCUMENTAL "THE CENTURY OF SELF"
SOBRE LA MANIPULACIÓN DEL INCONSCIENTE, DESDE FREUD
HASTA LA ACTUALIDAD. SOBRE EL USO QUE LAS GRANDES
CORPORACIONES HAN HECHO DE LA PSICOLOGÍA PARA
CONTROLAR A LAS MASAS.

PRIMERA PARTE: [HTTP://TINYURL.COM/MVS6WAF](http://tinyurl.com/mvs6waf)
SEGUNDA PARTE: [HTTP://TINYURL.COM/MLJZOCs](http://tinyurl.com/mljzocs)
TERCERA PARTE: [HTTP://TINYURL.COM/KMU4KPN](http://tinyurl.com/kmu4kpn)
CUARTA PARTE: [HTTP://TINYURL.COM/K9V7P4G](http://tinyurl.com/k9v7p4g)

LIBRO "NO LOGO: EL PODER DE LAS MARCAS"
DE NAOMI KLEIN
UN ENSAYO QUE TRATA DE ANALIZAR LA INFLUENCIA DE LAS
MARCAS EN LA SOCIEDAD ACTUAL.

SE PUEDE DESCARGAR EN [HTTP://TINYURL.COM/K8L2VKA](http://tinyurl.com/k8l2vka)

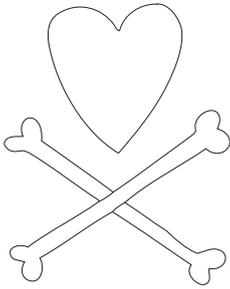
CONCLUSIÓN

TODAS LAS PERSONAS SE ENCUENTRAN EXPUESTAS A LOS EFECTOS DE LA PUBLICIDAD.

POR ELLO TENEMOS LA RESPONSABILIDAD DE PROMOVER UNA ACTITUD CRÍTICA SOBRE ELLA, YA QUE PROPONE ROLES ESTEREOTIPADOS, ESTILOS DE VIDA ALEJADOS DE LA REALIDAD Y UN CONSUMO INNECESARIO.

RESUMIENDO, SIEMPRE NOS DICEN:
"CONSIGUE LA FELICIDAD..."

...PERO LA FELICIDAD NO SE PUEDE COMPRAR.



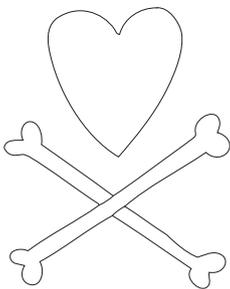
CONCLUSIÓN

TODAS LAS PERSONAS SE ENCUENTRAN EXPUESTAS A LOS EFECTOS DE LA PUBLICIDAD.

POR ELLO TENEMOS LA RESPONSABILIDAD DE PROMOVER UNA ACTITUD CRÍTICA SOBRE ELLA, YA QUE PROPONE ROLES ESTEREOTIPADOS, ESTILOS DE VIDA ALEJADOS DE LA REALIDAD Y UN CONSUMO INNECESARIO.

RESUMIENDO, SIEMPRE NOS DICEN:
"CONSIGUE LA FELICIDAD..."

...PERO LA FELICIDAD NO SE PUEDE COMPRAR.



¿CÓMO NOS VENDEN SUS PRODUCTOS?

EL ESLOGAN O LEMA PUBLICITARIO SE USA EN UN CONTEXTO COMERCIAL O POLÍTICO COMO PARTE DE UNA PROPAGANDA Y CON LA INTENCIÓN DE RESUMIR Y REPRESENTAR LAS VENTAJAS DE UN PRODUCTO O IDEA.

ESTÁ CLARO QUE SIEMPRE MAQUILLAN LA VERDAD EN SUS LEMAS, PERO HAY UNA TÉCNICA PARA SABER REALMENTE LO QUE HAY DETRAS DE UN ANUNCIO:



¿CÓMO NOS VENDEN SUS PRODUCTOS?

EL ESLOGAN O LEMA PUBLICITARIO SE USA EN UN CONTEXTO COMERCIAL O POLÍTICO COMO PARTE DE UNA PROPAGANDA Y CON LA INTENCIÓN DE RESUMIR Y REPRESENTAR LAS VENTAJAS DE UN PRODUCTO O IDEA.

ESTÁ CLARO QUE SIEMPRE MAQUILLAN LA VERDAD EN SUS LEMAS, PERO HAY UNA TÉCNICA PARA SABER REALMENTE LO QUE HAY DETRAS DE UN ANUNCIO:



UN PAR DE EJEMPLOS...

* "TE DAMOS MÁS POR MENOS" →

TE OFRECEMOS MENOS
PERO MÁS CARO

* "CUIDAMOS EL MEDIO AMBIENTE" →

NOS ESTÁN DICIENDO QUE
LO ESTÁN ESTROPEANDO



UN PAR DE EJEMPLOS...

* "TE DAMOS MÁS POR MENOS" →

TE OFRECEMOS MENOS
PERO MÁS CARO

* "CUIDAMOS EL MEDIO AMBIENTE" →

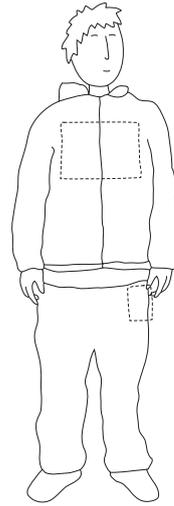
NOS ESTÁN DICIENDO QUE
LO ESTÁN ESTROPEANDO



ROPA Y COMPLEMENTOS

LA GENTE PAGA POR LLEVAR MARCAS EN LA ROPA
CONVIERTIENDOSE EN PERSONAS ANUNCIO.

SI UNA PERSONA NORMAL LLEVA ALREDEDOR LOS 400 CM2
DE ESPACIO DE MARCAS EN LA ROPA Y LA PUBLICIDAD EN EL
ESPACIO PÚBLICO SE PAGA A 0,079 EUROS POR CM2 AL DÍA,
ESA PERSONA TENDRÍA QUE COBRAR 31,76 EUROS AL DÍA, ES
DECIR 952,8 EUROS AL MES.



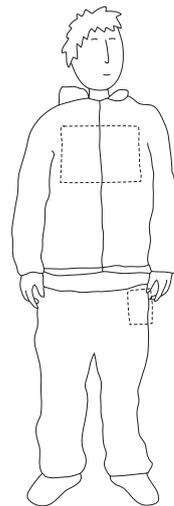
TÉCNICA DEL DEBRANDING:
ELIMINA O TAPA LAS MARCAS, PARA
CONVERTIR LOS PRODUCTOS EN
GENÉRICOS PARA PODER USARLOS
ACORDE A NUESTROS PRINCIPIOS
ANTI-PUBLICITARIOS.

DESCOSER, ARRANCAR, VOLTEAR, PONER
PEGATINAS, CHAPAS, PARCHES...
SON TÉCNICAS PARA INVISIBILIZAR LAS MARCAS.

ROPA Y COMPLEMENTOS

LA GENTE PAGA POR LLEVAR MARCAS EN LA ROPA
CONVIERTIENDOSE EN PERSONAS ANUNCIO.

SI UNA PERSONA NORMAL LLEVA ALREDEDOR LOS 400 CM2
DE ESPACIO DE MARCAS EN LA ROPA Y LA PUBLICIDAD EN EL
ESPACIO PÚBLICO SE PAGA A 0,079 EUROS POR CM2 AL DÍA,
ESA PERSONA TENDRÍA QUE COBRAR 31,76 EUROS AL DÍA, ES
DECIR 952,8 EUROS AL MES.



TÉCNICA DEL DEBRANDING:
ELIMINA O TAPA LAS MARCAS, PARA
CONVERTIR LOS PRODUCTOS EN
GENÉRICOS PARA PODER USARLOS
ACORDE A NUESTROS PRINCIPIOS
ANTI-PUBLICITARIOS.

DESCOSER, ARRANCAR, VOLTEAR, PONER
PEGATINAS, CHAPAS, PARCHES...
SON TÉCNICAS PARA INVISIBILIZAR LAS MARCAS.

ESPACIO PÚBLICO

"LA CIUDAD HA REGRESADO AL BARROQUISMO, DONDE EL HORROR AL VACUÍ PROVOCADO POR LA SOBRESATURACIÓN DE ANUNCIOS PROVOCA SU INUTILIDAD..."

OTL AICHER

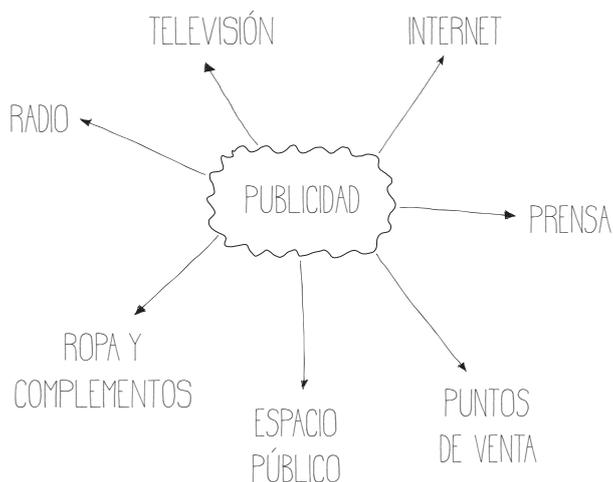


TÉCNICA DEL IGNORING:
CUANDO TE PILLES MIRANDO UN ANUNCIO, APARTA
LA MIRADA INMEDIATAMENTE

ACTÍVATE: APRÓPIATE DE LOS ESPACIOS PUBLICITARIOS CON
TUS MENSAJES, QUITA LA PUBLICIDAD QUE PUEDES Y
TIRALA A LA BASURA, BORRA MARCAS Y ANUNCIOS.

BUENO, AHORA QUE SABEMOS MÁS O MENOS CÓMO FUNCIONA
LA PUBLICIDAD, VAMOS A ANALIZAR DÓNDE LA ENCONTRAMOS
Y QUÉ PODEMOS HACER PARA QUE NO NOS AFECTE.

PRINCIPALMENTE LA ENCONTRAMOS EN:



ESPACIO PÚBLICO

"LA CIUDAD HA REGRESADO AL BARROQUISMO, DONDE EL HORROR AL VACUÍ PROVOCADO POR LA SOBRESATURACIÓN DE ANUNCIOS PROVOCA SU INUTILIDAD..."

OTL AICHER

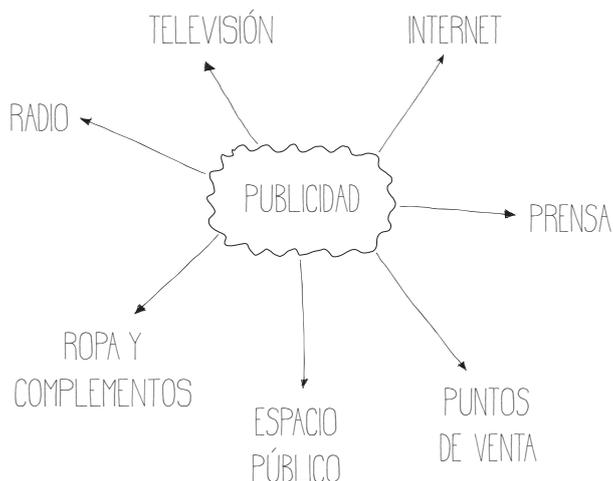


TÉCNICA DEL IGNORING:
CUANDO TE PILLES MIRANDO UN ANUNCIO, APARTA
LA MIRADA INMEDIATAMENTE

ACTÍVATE: APRÓPIATE DE LOS ESPACIOS PUBLICITARIOS CON
TUS MENSAJES, QUITA LA PUBLICIDAD QUE PUEDES Y
TIRALA A LA BASURA, BORRA MARCAS Y ANUNCIOS.

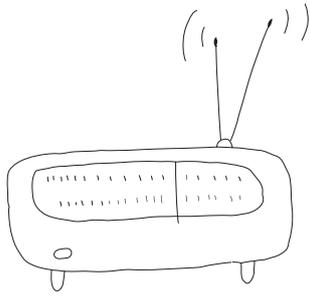
BUENO, AHORA QUE SABEMOS MÁS O MENOS CÓMO FUNCIONA
LA PUBLICIDAD, VAMOS A ANALIZAR DÓNDE LA ENCONTRAMOS
Y QUÉ PODEMOS HACER PARA QUE NO NOS AFECTE.

PRINCIPALMENTE LA ENCONTRAMOS EN:



RADIO

LA MAYORÍA DE RADIOS NO PARAN DE LANZAR MENSAJES PUBLICITARIOS SOBRE TODO BASADOS EN LA REPETICIÓN.



ESCUCHA RADIOS LIBRES O QUE SEPAS QUE NO EMITEN PUBLICIDAD

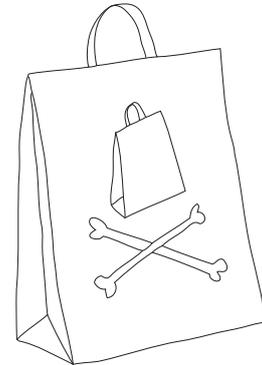
UN DIRECTORIO DE RADIOS LIBRES:

[HTTP://ALABARRICADAS.ORG/NOTICIAS/NODE/4344](http://alabarricadas.org/noticias/node/4344)

LAS RADIOS NACIONALES NO TIENEN PUBLICIDAD

PUNTOS DE VENTA

EN NINGÚN OTRO SITIO COMO LAS TIENDAS, SUPERMERCADOS Y CENTROS COMERCIALES NOS PODEMOS SENTIR MÁS INVADIDOS POR LAS MARCAS Y SUS MENSAJES.

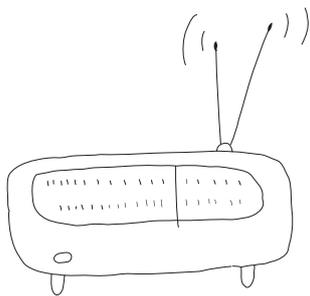


INTENTA NO COMPRAR EN GRANDES SUPERFICIES O SUPERMERCADOS, MEJOR DIRECTAMENTE DEL PRODUCTOR

LLEVA UNA BOLSA SIN MARCAS O DISEÑALAS TU

RADIO

LA MAYORÍA DE RADIOS NO PARAN DE LANZAR MENSAJES PUBLICITARIOS SOBRE TODO BASADOS EN LA REPETICIÓN.



ESCUCHA RADIOS LIBRES O QUE SEPAS QUE NO EMITEN PUBLICIDAD

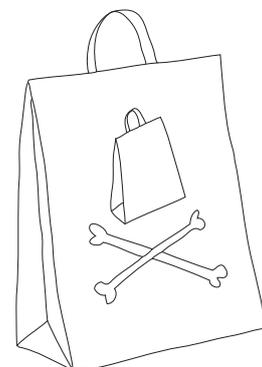
UN DIRECTORIO DE RADIOS LIBRES:

[HTTP://ALABARRICADAS.ORG/NOTICIAS/NODE/4344](http://alabarricadas.org/noticias/node/4344)

LAS RADIOS NACIONALES NO TIENEN PUBLICIDAD

PUNTOS DE VENTA

EN NINGÚN OTRO SITIO COMO LAS TIENDAS, SUPERMERCADOS Y CENTROS COMERCIALES NOS PODEMOS SENTIR MÁS INVADIDOS POR LAS MARCAS Y SUS MENSAJES.

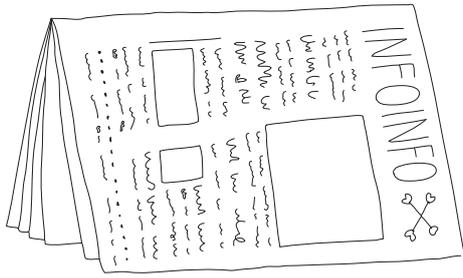


INTENTA NO COMPRAR EN GRANDES SUPERFICIES O SUPERMERCADOS, MEJOR DIRECTAMENTE DEL PRODUCTOR

LLEVA UNA BOLSA SIN MARCAS O DISEÑALAS TU

PRENSA

SU MISIÓN PRINCIPAL ES LA DE VENDER
AUDIENCIAS A LOS ANUNCIANTES.



LEE PRENSA ALTERNATIVA.
SI LEES MASSMEDIA, HAZLO POR INTERNET CON
ADBLOCKPLUS INSTALADO

ALGUNOS MEDIOS ALTERNATIVOS:

[HTTP://DIAGONALPERIODICO.NET](http://diagonalperiodico.net)

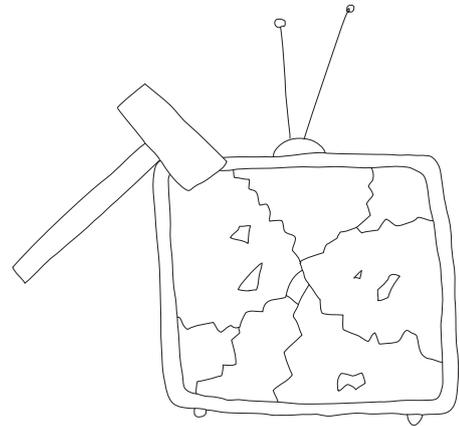
[HTTP://LAHAINE.ORG/](http://lahaine.org/)

[HTTP://SETMANARIDIRECTA.INFO](http://setmanaridirecta.info) (CATALÁN)

TELEVISIÓN

LA SATURACIÓN PUBLICITARIA IMPIDE EL NORMAL DISFRUTE DE
CUALQUIER PROGRAMA (SI EXISTE ALGUN PROGRAMA
DISFRUTABLE CLARO...)

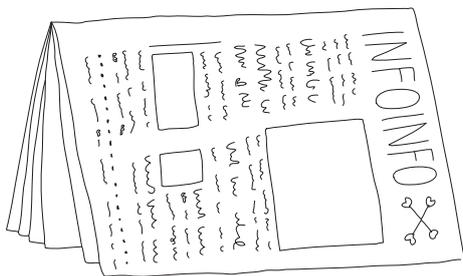
LA LEY AUDIOVISUAL PERMITE 29 MINUTOS
DE ANUNCIOS CADA HORA.



DESAZTE DE ELLA

PRENSA

SU MISIÓN PRINCIPAL ES LA DE VENDER
AUDIENCIAS A LOS ANUNCIANTES.



LEE PRENSA ALTERNATIVA.
SI LEES MASSMEDIA, HAZLO POR INTERNET CON
ADBLOCKPLUS INSTALADO

ALGUNOS MEDIOS ALTERNATIVOS:

[HTTP://DIAGONALPERIODICO.NET](http://diagonalperiodico.net)

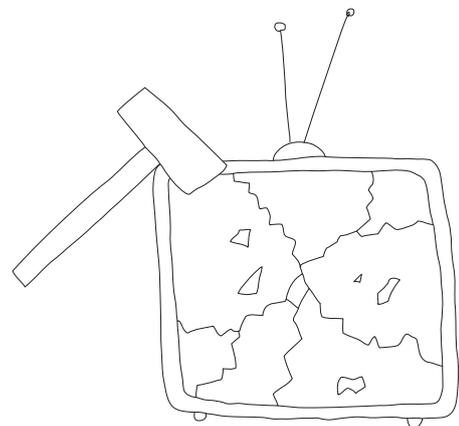
[HTTP://LAHAINE.ORG/](http://lahaine.org/)

[HTTP://SETMANARIDIRECTA.INFO](http://setmanaridirecta.info) (CATALÁN)

TELEVISIÓN

LA SATURACIÓN PUBLICITARIA IMPIDE EL NORMAL DISFRUTE DE
CUALQUIER PROGRAMA (SI EXISTE ALGUN PROGRAMA
DISFRUTABLE CLARO...)

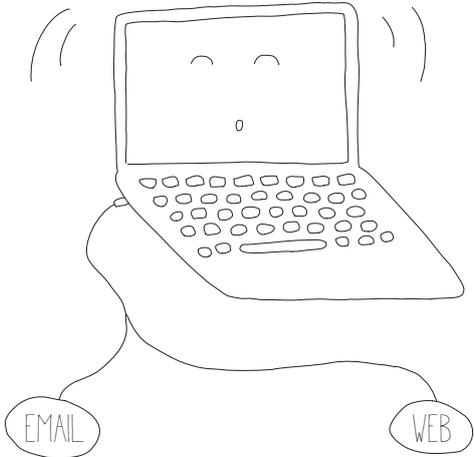
LA LEY AUDIOVISUAL PERMITE 29 MINUTOS
DE ANUNCIOS CADA HORA.



DESAZTE DE ELLA

INTERNET

LA PUBLICIDAD ONLINE SUPERA A LA PUBLICIDAD TRADICIONAL (PRENSA, RADIO Y TELEVISIÓN)



USA CLIENTES DE CORREO CON BUEN FILTRO DE SPAM

NO USES NAVEGADORES QUE VIENEN POR DEFECTO

IGNORA LOS MENSAJES QUE NO SABES DE QUIEN SON

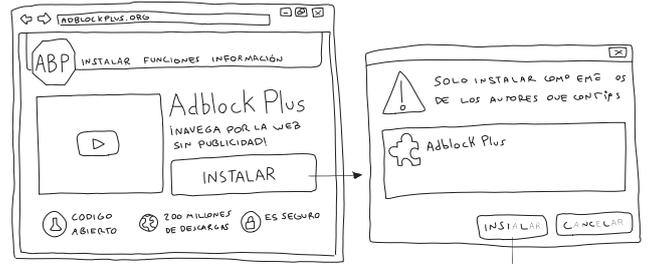
INSTALA UN BLOQUEADOR DE PUBLICIDAD

MUY IMPORTANTE:

INSTÁLATE UN BLOQUEADOR DE PUBLICIDAD

[HTTP://ADBLOCKPLUS.ORG](http://adblockplus.org)

ADBLOCK PLUS BLOQUEA POR DEFECTO TODOS LOS ANUNCIOS MOLESTOS EN LA WEB, Y ES GRATIS.

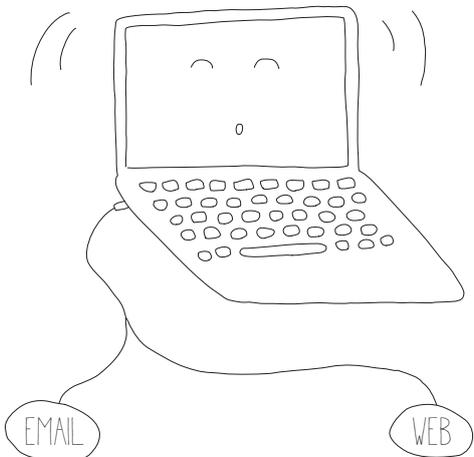


LISTO

SE PUDE INSATALAR EN FIREFOX, CHROME, OPERA Y EN MÓVILES ANDROID

INTERNET

LA PUBLICIDAD ONLINE SUPERA A LA PUBLICIDAD TRADICIONAL (PRENSA, RADIO Y TELEVISIÓN)



USA CLIENTES DE CORREO CON BUEN FILTRO DE SPAM

NO USES NAVEGADORES QUE VIENEN POR DEFECTO

IGNORA LOS MENSAJES QUE NO SABES DE QUIEN SON

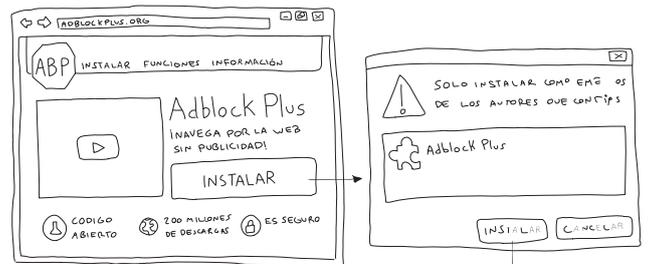
INSTALA UN BLOQUEADOR DE PUBLICIDAD

MUY IMPORTANTE:

INSTÁLATE UN BLOQUEADOR DE PUBLICIDAD

[HTTP://ADBLOCKPLUS.ORG](http://adblockplus.org)

ADBLOCK PLUS BLOQUEA POR DEFECTO TODOS LOS ANUNCIOS MOLESTOS EN LA WEB, Y ES GRATIS.



LISTO

SE PUDE INSATALAR EN FIREFOX, CHROME, OPERA Y EN MÓVILES ANDROID