

FIRMA INVITADA

La desnudez no vende



**Clemente
Ferrer
Roselló**

La publicidad se limita, desde su lugar natural al otro lado del espejo, a ser altavoz y pregonero de lo que sucede en la sociedad, mediante el empleo de técnicas y estrategias persuasivas. No obstante, debemos reconocer que la publicidad tiene asignaturas pendientes.

Centrémonos esta vez en el caso del ser humano. La publicidad no trata bien a la persona. En esto estaremos todos de acuerdo. La exhibe como reclamo sexual que degrada a la mujer y también al hombre. Una marca italiana sigue provocando el debate con sus anuncios. Uno de los retratos más polémicos fue el representado por cinco varones, uno tapado y otros medio vestidos y uno desnudo, tumbado en el pavimento al que otros curiosean con morbo.

También una mayorista de viajes ha emprendido una campaña en la que se exhibe una mujer luciendo unos pródigos pechos y en lema que garantiza: "Lo único que tenemos pequeño es el precio". También se han recibido miles de quejas de esta promoción publicitaria, que degrada, hasta los topes, a la mujer. "El pudor inventó el vestido para gozar más de la desnudez", afirmó Carlo Dosis.