

10

TENDENCIAS

## FOTOGRAFÍA

## LIBRO

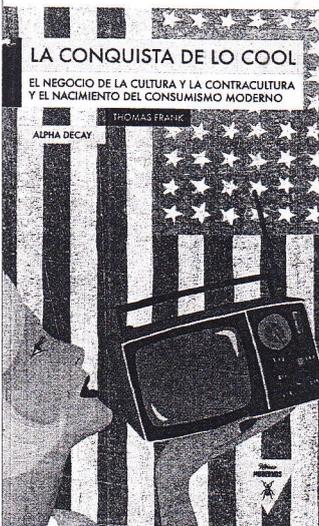
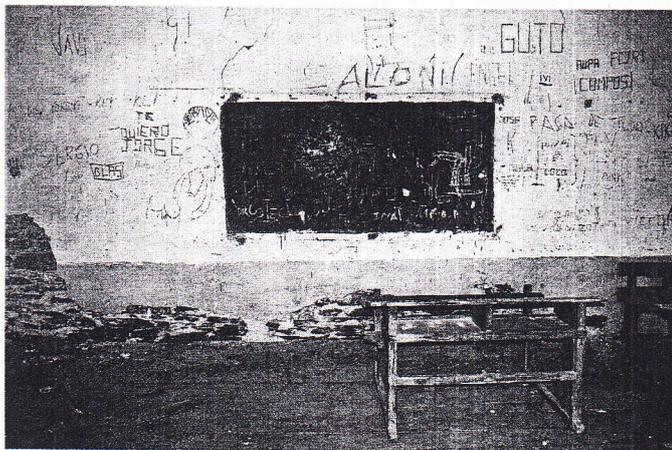
## LA PUBLICIDAD MÁS 'COOL'

Thomas Frank,  
entre el consumismo  
y la contracultura

SARA POLO

Y la revolución llegó en 1967. Desde el principio de la década, los movimientos contra el sistema se popularizaron en los campus de Estados Unidos. La música, la moda, el lenguaje, las drogas... Todos los elementos de la cultura juvenil sirvieron como rebelión contra la seriedad de los años 50, el conformismo, el consumismo pasivo y la uniformidad en la vida y costumbres de la sociedad norteamericana. El hombre organización blanco, anglosajón y protestante vestido con un anodino traje gris era, a principios de los 60, el principal habitante de las grandes agencias publicitarias, pilar fundamental del capitalismo. Sin embargo, la contracultura, el color y el mensaje revolucionario de tantos y tantos jóvenes fueron calando hasta los cimientos del sistema, y la publicidad no pudo por menos que hacerse eco de ellos.

De cómo la revolución pasó a integrarse en el más puro consumismo habla, sin pelos en la lengua, Thomas Frank en *La conquista de lo cool* (Alpha Decay). El periodista, experto en lo que él llama «guerras culturales» de la vida política estadouni-



## Talentos recompensados con más de ocho millones de votos

Los proyectos que Universia puso en marcha en 2011 destacan por el amplio espectro que abarcan. Seis concursos de fotografía, vídeo y música que han conseguido más de ocho millones de votos. Sobre estas líneas, arriba, accésits de Fototalentos '12 para la imagen 'Sandboarding', de Paul

Günter, de la Universidade Federal de Santa Catarina (Brasil); abajo, a la izquierda, 'Morta a escola, morta a aldeia', de Luis Suárez López, de la Universidad Politécnica de Cataluña. A la derecha, la ganadora, 'Danza de la muerte', de Jordi Julià Corominas, de la Universitat Oberta de Catalunya.

## MURCIA RECIBIRÁ EN MAYO A 79 RECTORES. Se celebra la XII Junta General de Accionistas de Universia

dense, revela en este ensayo las claves de una cronología, con base en 1967, que cambió para siempre la forma de vender.

A pesar de la moderación que los 70 impusieron a tan espontánea revolución comunicativa, el interés del ensayo de Frank radica en los vestigios que de la asimilación del discurso joven y subversivo han quedado en los anuncios que aún hoy pueblan revistas y minutos de televisión. Y si no, piense en la asamblea al más puro estilo 15-M de las últimas publicidades de una conocida marca de teléfonos móviles, o en *El Che* Guevara tocado con la insignia de un coche de lujo en la gorra... ¿Se convirtieron los más revolucionarios en los más consumistas?

G/U/CAMPUS

Valorar el trabajo de todo un año es el objetivo que tienen marcado los rectores de las 79 universidades socias de Universia que, el 4 de mayo, están citados en la Universidad de Murcia, donde se celebra su XII Junta General de Accionistas.

Sobre sus espaldas, descansó un 2011 en el que más de tres millones de universitarios han conseguido su primer empleo gracias a la Comunidad Laboral Universia-Trabajando. A través de

Universia Emplea (<http://emplea.universia.es/home/>), en coordinación con los gabinetes de empleo universitarios de recursos humanos de las empresas, también se han repartido más de 25.000 prácticas profesionales.

El interés de Universia en la formación académica se demuestra, por lo pronto, con el número de currículos que recibió a lo largo del año pasado, exactamente 7,8 millones, con información sobre las mejores competencias de cada candidato, y cómo po-

drían adaptarse esos perfiles universitarios a las demandas del mundo empresarial. Todo girará alrededor del primer empleo, que se culminará con la red de trabajo iberoamericana Comunidad Universia-Trabajando.

También ofrecieron acceso a 1.776 asignaturas en OpenCourseWare, 26.000 clases en el Portal Global de Recursos; más de 15 millones de herramientas en 213 colecciones en la Biblioteca de Recursos y 33.764 convocatorias de ayudas al estudio en el Portal de Becas.

El apoyo a esta red es un área destacada de actuación del Banco Santander, a través de la División Global Santander Universidades, cuyas actividades vertebran la acción social de la entidad bancaria y le permiten mantener una relación estable con más de 1.000 universidades en Asia, América y Europa.

Presente en 23 países de Iberoamérica, Universia es una red formada por 1.232 universidades, que representan a 14,3 millones de estudiantes y profesores universitarios.