

image not found or type unknown



# La interrupción

**Toni Segarra, Edu Pou**

**Fecha de publicación:**  
01/06/2022

Una clase magistral sobre el oficio del publicista a través de la confrontación entre las visiones opuestas de dos prestigiosos creativos

**Sello Editorial:**  
Deusto

El concepto de interrupción es uno de los elementos centrales de la teoría de la publicidad. El debate sobre la interrupción pasó al primer plano con la aparición de internet. Dos de los creativos más prestigiosos del mundo, Toni Segarra y Edu Pou, se suman a este debate en el libro que tienes en tus manos.

## Contacto de prensa

**Nombre:** Alba Ríos

*La interrupción* se encuentra en el centro de las dos corrientes publicitarias que Toni y Edu representan. Sin embargo, Segarra es hijo de la publicidad tradicional, en la que mandaba el imperio absoluto del spot de televisión, y que consideraba la interrupción como algo necesario para captar la atención de una audiencia desinteresada. Pou, por su parte, pertenece a la generación siguiente: es nativo digital e inició su carrera con el despegue de internet, entendiendo que la publicidad posdigital aspira a crear contenido lo suficientemente atractivo para que la audiencia acuda a ella de forma voluntaria.

**Teléfono:** 93 492 86 58

**Email:**  
arioss@planeta.es

Pragmatismo frente a idealismo. En términos generales, esta es la dicotomía que aparece constantemente en los debates entre Toni y Edu. Pero sus conversaciones van mucho más allá de la publicidad, y ahondan en todas las implicaciones que conlleva el concepto de interrupción.

**Nombre:** María José Bertrán

El contraste de sus puntos de vista, enfrentados y expresados sin filtro, brinda al lector una verdadera clase magistral sobre la adaptabilidad de la creación publicitaria y le permite descubrir hasta qué punto la interrupción actúa como un factor determinante de la existencia humana.

**Teléfono:** 93 492 82 03

**Email:**  
mjbertran@planeta.es

image not found or type unknown



## Toni Segarra

**Toni Segarra** (Barcelona, 1962). Es el publicitario más respetado de España, reconocido por *Anuncios* como el mejor creativo español del siglo xx. Fundador de la consultora Alegre & Roca, ha recibido infinidad de reconocimientos en certámenes nacionales e internacionales como el Gran Premio del Festival de Cannes, así como el León de Oro, el Gran Premio del Festival de Nueva York o el del Festival Iberoamericano de Publicidad (FIAP). Suyas son campañas tan legendarias como «¿Te gusta conducir?» o «Bienvenido a la república independiente de tu casa». Es el único español en la lista de las 100 *top creative minds* de la revista *Shots*, y *Forbes* le incluye entre las 25 personas más influyentes de nuestro país. En 2009 publicó *Desde el otro lado del escaparate*.



## Edu Pou

**Edu Pou** lleva más de veinte años abanderando la innovación y la tecnología en el ámbito de la creatividad publicitaria alrededor del mundo. En la actualidad es cofundador de Metacampus, una iniciativa global para facilitar la inclusión y accesibilidad a la economía virtual. En el pasado ha sido, director creativo ejecutivo de We Are Social en Sydney, Director General Creativo del estudio de VR Here Be Dragons y de la agencia digital Barbarian en Nueva York, así como el director de innovación creativa de Wieden+Kennedy en Ámsterdam y director creativo en DoubleYou Barcelona y Madrid, donde ganó el tercer Grand Prix de Cannes español de la historia.