

Las personas mayores y la publicidad

Irene Ramos Soler. Doctora en Sociología por la Universidad de Alicante

(11-9-09)



Los mayores se han constituido en un segmento emergente de mercado debido fundamentalmente a su peso económico y demográfico, siendo sus miembros grandes consumidores de los medios de comunicación; en este sentido y debido a su evolución y crecimiento parece razonable considerar la hipótesis tanto de un incremento sustancial en los últimos años de la presencia de personas mayores en la publicidad, como de una representación de las mismas más positiva y acorde con la realidad.

En línea con lo anterior y con el objetivo de identificar futuras tendencias en comunicación publicitaria se estudia y analiza tanto la forma y frecuencia con la que se representa a los mayores en la publicidad como el planteamiento de estrategias de comunicación publicitaria dirigidas a este público. Estrategias que deben tener en cuenta la heterogeneidad en cuanto estilos de vida de las nuevas generaciones de mayores.



La Doctora Ramos Soler ofreció, en estas líneas, una magnífica conferencia presentada por Victoria Tur Viñes, Profesora Titular del Departamento de Comunicación y Psicología Social, área de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Alicante.

Maruja Gozález Reche, Presidenta de ATR-CV y organizadora del acto lo presentó en la Sala del Ámbito Cultural de El Corte Inglés de Alicante. La actuación fue seguida con interés y agrado por unas 50 personas quienes sostuvieron al final un animado coloquio.

