

La publicidad y las personas mayores

16/11/2005

Resultados de la tesis sobre el estilo de vida de las personas mayores y la comunicación publicitaria.

La profesora de la **Universidad de Alicante**, Irene Ramos Soler, de la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas, ha leído su tesis doctoral sobre "El estilo de vida de las personas mayores y la comunicación publicitaria. Un análisis empírico?", dirigida por el profesor Idefonso Grande Esteban, de la Universidad Pública de Navarra. La profesora ha obtenido sobresaliente cum laude.

El trabajo de investigación se ha realizado con una encuesta a un universo de 231.255 personas mayores de 65 años de ambos sexos residentes en la provincia de Alicante. La muestra se ha concretado en 528 personas residentes en Alcoy, Denia, Elche y Orihuela, durante los meses de marzo abril del año 2005.

La Tesis

El cambio demográfico provocado por el envejecimiento de la población ha motivado una serie de transformaciones socioeconómicas y culturales, que comienzan a modificar tanto el papel como la imagen social de los mayores dentro de este nuevo escenario.

Los nuevos mayores, con importancia económica y demográfica creciente, se presentan como un atractivo mercado que es preciso conocer, segmentar y atender.

Poco a poco, tanto la industria de la publicidad como los propios anunciantes están empezando a reaccionar y ya se observa cómo se publicitan productos para mayores o los mayores se convierten en modelos publicitarios.