

PUBLICIDAD Y TELEBASURA EN TELEVISIÓN

1. OBJETIVOS

DIFERENCIAR PUBLICIDAD DE PROGRAMAS BASURA Y DE PROGRAMAS CULTURALES

VERIFICAR SI DEPENDE DEL TIPO DE PROGRAMA O DEL TARGET

COMPROBAR SI EXISTE PUBLICIDAD CON CONTENIDO ANÁLOGO A LA TELEBASURA

2. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

¿ANUNCIOS EMITIDOS DURANTE PROGRAMAS BASURA TIENEN LOS MISMOS RASGOS?

¿PROGRAMAS CULTURALES TIENEN ANUNCIOS DIRIGIDOS A PERSONAS CULTAS?

¿"PUBLICIDAD BASURA" O "AUDIENCIA BASURA"?

¿EXISTE LA "PUBLIBASURA"?

CONCLUSIONES

Existe publicidad con contenido análogo a la telebasura

Características destacadas son innatas a la publicidad

Anuncios basura independientes del tipo de programa

3. METODOLOGÍA

- ANÁLISIS DE CONTENIDO TEMÁTICO
- DECÁLOGO INDICADORES DE TELEBASURA DE G. IMBERT
- COMPARACIÓN BLOQUES PUBLICITARIOS:



4. RESULTADOS

solo **70** de 420 spots presentan indicadores, destacando:

19%
'Extimidad'

37%
'Exceso, sobreactuación, parodia'

33%
'Espectador al nivel del experto'

Cantidad de anuncios con indicadores según programa:

20% **16%** **15%**

¿Qué Me Pasa Doctor?

Deluxe

Salud al día