



INFLUENCIA DE LA PUBLICIDAD ELECTORAL EN LOS JOVENES QUE EJERCEN POR PRIMERA VEZ EL VOTO: -EL CASO DE LAS ELECCIONES GENERALES DE 2016-

PAULA ALGABA BARRANCO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN

INTRODUCCIÓN

El motivo de esta investigación se debe a que la política es un tema muy presente en la actualidad y muchos jóvenes no se sienten identificados con ella. Se llevará a cabo un estudio sobre la publicidad política, publicidad electoral y la situación de los jóvenes con la política en España. Por último, se realizará una encuesta a nuestro público objetivo y una tabla de análisis a los cuatro partidos más destacados.

HIPÓTESIS

OBJETIVO

DETERMINAR LA INFLUENCIA DE LA PUBLICIDAD ELECTORAL EN LOS JÓVENES QUE TUVIERON DERECHO A VOTO POR PRIMERA VEZ EN LAS ELECCIONES DE JUNIO DE 2016

“LOS JÓVENES NO SIENEN NINGÚN TIPO DE INTERÉS POR LOS TEMAS RELACIONADOS CON LA POLÍTICA”

METODOLOGÍA

ENCUESTA

- 15 Preguntas:
 1. Semicerradas: 14
 2. Abierta: 1.
- Muestra: 55 Jóvenes

TABLAS ANÁLISIS DE CONTENIDO

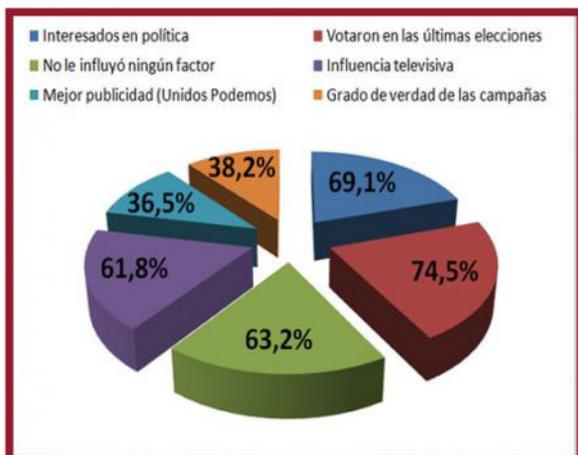
- 4 Partidos analizados
- Variables analizadas:
 1. Tipología
 2. Anuncio negativo
 3. Tono del Spot
 4. Contenido del Spot
 5. Posicionamiento del Spot
 6. Temas del Spot

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

- Los jóvenes y la política en España
- Publicidad política
- Publicidad electoral

RESULTADOS

CONCLUSIONES



Variables	Categorías más utilizadas por los cuatro partidos
Tipología	docudrama
Anuncios negativo	Acusación
Tono del spot	Emocional
Contenido del spot	Positivismo
Posicionamiento del spot	Partido
Temas principales del spot	Valores morales

- No se cumple la hipótesis planteada

- No influencia de la publicidad electoral en los jóvenes

- Publicidad electoral adaptada a los nuevos medios de comunicación