

"...Em queda la paraula" La publicitat radiofònica

Centre: CC Cardenal Spínola. Fundació Abat Oliba

Alumna: Alba Badillo Castelló

Professora: Mercè Baró

Àrea Curricular: Ciències Socials

Tipus de material elaborat : Memòria escrita

Hipòtesi de partida o idea inicial:

El meu treball de recerca volia contestar la pregunta: Està la societat actual influenciada per la publicitat radiofònica, malgrat que avui en dia la televisió és el mitjà de comunicació i de publicitat més fort?

El procés d'elaboració:

De primer va caldre recollir molta informació i redactar una base teòrica per tal de disposar d'uns fonaments sobre el tema i així iniciar la investigació. La recerca es va basar en què era la publicitat, la seva història i ètica i sobre els mitjans que podien usar-se per a la transmissió de la publicitat. Però també sobre la ràdio, la seva història i els seus avantatges com a mitjà publicitari. La cerca es va realitzar en diferents llibres de publicitat i d'altres consultats a l'exposició *OPEN RÀDIO*, realitzada al CCB durant el mes de juliol. Després es van buscar casos on es veiés la influència de la publicitat radiofònica. El conte de José Antonio del Cañizo que narra com una invasió de publicitat fa comprar compulsivament els productes. L'anècdota de *La Guerra dels móns*, Orson Welles, un locutor de ràdio, havia provocat el pànic a mig Estats Units, només amb el poder de la veu i dels efectes sonors. Per continuar es va fer l'anàlisi de vuit anuncis radiofònics per veure si les característiques de la base teòrica eren certes. Fet que es va comprovar. Així com es va posar de manifest que l'època de màxim auge de la ràdio, i per tant de la publicitat radiofònica, fou els anys quaranta i cinquanta. És per això que es van buscar documents sonors sobre la publicitat de l'època.

Realitzada la base teòrica, es va iniciar el treball de camp, basat en la realització de setanta-quatre enquestes a persones de diferents edats. Aquesta enquesta va ser feta per tal que quan es tinguessin els resultats se'n poguessin extreure conclusions. Realitzades les enquestes es van representar els resultats obtinguts en forma de tant per cents i gràfics per tal de poder comparar aquests resultats obtinguts amb la hipòtesi.

Conclusions, resultats de la recerca:

Gran part de la població catalana escolta la ràdio (un 72%) i quan ho fa, un 40% escolta els anuncis mentre que un 34% només els sent. Per tant una part important de la societat rep el missatge de la publicitat radiofònica, independentment de la seva influència. Malgrat això un 63% de la població és capaç de recordar algun anunci radiofònic, els més són: centres de bellesa (11%), centres d'estudis (6%), begudes i menjar (12,8%) i comerços (5%). Així doncs, després de realitzar tot el treball de camp sobre la publicitat radiofònica es va poder comprovar la hipòtesi: realment la societat actual està influenciada per la publicitat de la ràdio, malgrat que avui el mitjà de comunicació i de publicitat amb més força és la televisió.