



## EL MENSAJE SOCIAL EN LA PUBLICIDAD ALIMENTARIA EN ASTURIAS (1960-2003)

**Begoña Bastida Blázquez**  
*Bienio 2004-2006*

Directora: Dra. Cecilia Díaz Méndez

### ***Resumen***

España ha pasado de una sociedad que se introducía tímidamente en el consumo a otra donde el consumidor es el motor del desarrollo. Durante este período se han producido cambios que han influido en muchos aspectos de la vida de los españoles, concretamente en los relacionados con la alimentación.

Actualmente los consumidores se encuentran en un contexto de incertidumbre ante lo que es o no aconsejable comer. La publicidad es una fuente más de información con la que cuenta el consumidor, que contribuye a aumentar o disminuir esta confusión.

En este trabajo, se analizan los anuncios publicitarios alimentarios desde los años 60 hasta el 2003; se observa cómo la publicidad ha ido cambiando en función de cada momento histórico, y cómo los cambios sociales reflejados en los anuncios publicitarios, contribuyen a entender el pasado y el presente de nuestra sociedad y la idea de salud que se transmite a través de la publicidad alimentaria.

Palabras clave: sociedad de consumo, publicidad, alimentación, salud.

### ***Abstract***

The Spanish society has changed from a society weakly introduced in the consumption to another one where the consumer is the driver of the development. A lot of changes happened during this period that influenced on many aspects of Spanish life, specifically those related to food.

Nowadays consumers are in a context of uncertainty, as they do not know what is recommendable to eat. Advertising is an information source at the disposal of the consumer and it helps to increase or reduce this confusion.

The aim of the present research is the analysis of the food advertisements from the 1960 to 2003, in order to know the advertising changes during this period, and the social changes that appear on the advertisements. This study intends to enable the understanding of the past and the present of our society, and the idea of health that is transmitted through food advertising.

Keywords: consumer society, advertising, food, health.