

Descifrando la publicidad y la persuasión

Martes 17 de noviembre de 10h a 11h

Universidad Carlos III de Madrid-Puerta de Toledo Campus

Ronda de Toledo, 1, Centro, 28005 Madrid

Reserva tu invitación a partir del 20 de octubre en:

<https://forms.gle/wAuvUhry1uGyLxdv5>



Dentro del Proyecto de Investigación AMIKIDS-EP se oferta una actividad de alfabetización publicitaria para alumnado de primaria. El objetivo es fomentar la reflexión sobre los mensajes publicitarios recibidos en un entorno saturado de información, dónde se difuminan los contenidos publicitarios de los informativos o de entretenimiento.

Esta actividad a través de ejemplos cercanos a su realidad y dinámicas participativas reflexiona sobre las estrategias de persuasión utilizadas en el entorno digital y los videojuegos. Y se explorará cómo la saturación de contenidos puede afectar a la forma en la que perciben la información y toman decisiones. El reto es mostrar estrategias que les ayuden a mejorar su pensamiento crítico ante el contenido de los medios, en general y los publicitarios en particular. Participan profesoras del proyecto:

- Eva Herrero Curiel. Dpto. de Comunicación.
- Ana Pastor Rodríguez. Dpto. de Comunicación audiovisual y Publicidad.
- Belinda de Frutos Torres. Dpto. de Comunicación audiovisual y Publicidad.

Organizan:

Oficina de Información y Divulgación de la Ciencia y la Innovación (OIDCI) y Servicio de Cultura, del Vicerrectorado de Comunicación, Cultura y Transparencia de la UC3M. Con la colaboración del Centro DeJóvenes del Ayuntamiento de Leganés.