

CICSA

I Congreso Internacional de Comunicación Social Aplicada

Programa



Inscríbete en



o en:

<https://www.methaodos.org/congresos-methaodos/>

28 y 29 de septiembre

Facultad de Ciencias
Jurídicas y Sociales

Salón de Actos Edificio Departamental

Universidad Rey Juan Carlos
Paseo de artilleros, s/n
28032, Madrid, España

2017

Nuevas aproximaciones al estudio de la publicidad engañosa

Organiza:

methaodos.org



Universidad
Rey Juan Carlos



INSTITUTO de
CIENCIAS SOCIALES
COMPUTACIONALES

Colabora:



EAE Business
School

methaodos.rcs



I Congreso Internacional de Comunicación Social Aplicada

Nuevas aproximaciones al estudio de la publicidad engañosa

CICSA17

Programa definitivo

Día 28 de septiembre	08:30-09:30	Entrega de acreditaciones
	09:30-10:00	Inauguración del Congreso Dra. Clara Muela Molina y Dr. Salvador Perelló Oliver Directores del Congreso, Universidad Rey Juan Carlos
	10:00-11:30	Ponencia: "Tendencias actuales del derecho de la publicidad: la problemática autorregulación publicitaria" Dr. Carlos Lema Devesa Catedrático de Derecho Mercantil, Universidad Complutense de Madrid
	11:30-12:00	Pausa
	12:00-14:00	Mesa Redonda: "La responsabilidad social de los stakeholders" Moderadora: Dra. Fátima Presas Mata, Profesora de Marketing y Comunicación, Universidad Antonio de Nebrija Ponente 1: D. Vicente Badenes i Pla, Director de la Agencia VBP Ponente 2: D. Marcos Urroz Millán y D. Mario Lumbreras González, Copywriter y Director de Arte Ponente 3: D. Carlos Sánchez Garrido, Director de Cuentas de la Agencia Wysiwyg Ponente 4: D. Alejandro Carvajal Sáez, Consultor de GCM Publicidad Pausa
16:00-18:00	Mesa Redonda: "La publicidad engañosa a la luz de las comunicaciones comerciales" Moderador: Dr. Alejandro Perales Albert, Asesor Técnico de la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) Ponente 1: D. Iñigo Bilbao, Asesor Jurídico de la Asociación Española de Anunciantes (AEA) Ponente 2: Dr. Ricardo Pérez Solero, Profesor de Derecho de la Publicidad de ESIC Business & Marketing School Socio Fundador Estudio Legal de Comunicación Ponente 3: D. José Vicente Gómez Mateo, Jefe de Área de Salud, Consejería de Sanidad, Comunidad de Madrid Ponente 4: D. José Domingo Gómez Castallo, Director General de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol)	

18:00-18:30 **Pausa**

18:30-20:30 **Comunicaciones**

"El nuevo papel de los influencers como líderes de opinión en la publicidad online"
Dra. Begoña Gómez Nieto, Universidad Europea Miguel de Cervantes

"La responsabilidad social de la administración pública en la transmisión de mensajes publicitarios"
Dra. Mirian Raposeiras Roubín, Universidad de Vigo

"La comunicación institucional del Cuerpo Nacional de Policía a través de Twitter para la prevención de fraudes y estafas"
Dra. Noa María Carballa Rivas, Dr. Fernando Martínez Vallvey y Dra. Beatriz Orgaz Sánchez, Universidad Pontificia de Salamanca

"El mensaje de prevención en la publicidad. Análisis de casos y estudio de patrocinio"
Dra. Silvia Alende Castro, Universidad de Vigo

**Día 29 de
septiembre**

10:00-11:30 **Ponencia:** "La representación del menor en la publicidad. De la inocencia a la hipersexualización"
Dr. Alfonso Méndiz Noguero,
Catedrático de Comunicación Audiovisual, Universidad Internacional de Cataluña

11:30-12:00 **Pausa**

12:00-14:00 **Mesa Redonda: "La defensa de los consumidores"**

Moderadora: Dra. Mercedes Medina Laverón,
Profesora Titular de Estructura y Mercados de la Comunicación, Universidad de Navarra

Ponente 1: Dra. Cristina Sánchez Blanco,
Profesora de Publicidad y Relaciones Públicas, Universidad de Navarra

Ponente 2: Dña. Marta Pellico,
Directora Ejecutiva iCmedia

Ponente 3: D. Manuel Martínez Martín,
Radio Nacional de España

Ponente 4: Dr. Alejandro Perales Albert,
Asesor Técnico de la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)

16:30-18:00 **Ponencia:** "Consumidores y usuarios: una mayor participación, una mejor defensa legal"

Dra. Ana Azurmendi Adarraga,
Profesora Titular de Derecho de la Comunicación, Universidad de Navarra
Consejera del Center for Internet Studies and Digital Life

18:00-18:30 **Pausa**

18:30-20:30 **Comunicaciones**

"La percepción adolescente sobre la comunicación de apuestas deportivas online en España y su regulación publicitaria desde la protección del menor"

Dra. Laura Rubio García, Universidad Complutense de Madrid

"Publicidad y obesidad infantil en México"

Dra. Carola García Calderón, Universidad Nacional Autónoma de México

"Ley contra la comida chatarra vs. la libre elección... En defensa del consumidor"

Dra. Maria Del Rosario Zapata Vásquez, Comunicadora y Periodista, Perú

"Autorregulación publicitaria en México: retos, enseñanzas y oportunidades"

Dra. María de la Luz Fernández Barros y Dr. Luis Osvaldo Gutiérrez Aceves,
Universidad Autónoma de Querétaro, México

"Debates y propuestas actuales en torno a la corregulación en el ámbito de la ética de la publicidad"

Dr. Ramón A. Feenstra, Universitat Jaume I de Castellón

"La publicidad engañosa y el concepto jurídico de veracidad"

Dr. Jesús López de Lerma Galán, Universidad Rey Juan Carlos

20:30-21:00 **Clausura**

Congreso Internacional de Comunicación Social Aplicada

Directores

Dra. Dña. Clara Muela Molina, Universidad Rey Juan Carlos, España

Dr. D. Salvador Perelló Oliver, Universidad Rey Juan Carlos, España

Coordinadores temáticos

Dra. Dña. Aurora García González, Universidad de Vigo, España

Dr. D. Carlos Lema Devesa, Universidad Complutense de Madrid, España

Dra. Dña. Mercedes Medina Laverón, Universidad de Navarra, España

Comité organizador

Dra. Dña. María Cruz Alonso Sutil, Universidad Rey Juan Carlos, España
Dra. Dña. María Victoria Campos Zabala, Universidad Rey Juan Carlos, España
Dra. Dña. Carmen Gaona Pisonero, Universidad Rey Juan Carlos, España
Dra. Dña. Almudena García-Manso, Universidad Rey Juan Carlos, España
Dr. D. Jaime Hormigos Ruíz, Universidad Rey Juan Carlos, España
Dr. D. Antonio Martín Cabello, Universidad Rey Juan Carlos, España
Dra. Dña. Ana M. Martínez Pérez, Universidad de las Américas, Ecuador
Dra. Dña. Nuria Morere Molinero, Universidad Rey Juan Carlos, España
Dra. Dña. Eva Reinares Lara, Universidad Rey Juan Carlos, España
Dr. D. Miguel Ángel Rodríguez Arriero, Universidad Rey Juan Carlos, España
Dr. D. José Antonio Uranga Ocio, Universidad Rey Juan Carlos, España

Comité científico

Dr. D. Antón Álvarez Ruiz, Universidad Complutense de Madrid, España
Dra. Dña. Anna Amorós i Pons, Universidad de Vigo, España
Dra. Dña. Soontae An, Ewha Womans University, Corea del Sur
Dr. D. Vicente Badenes i Pla, Universidad de Vigo, España
Dra. Dña. Inmaculada Berlanga Fernández, Universidad Internacional de la Rioja, España
Dr. D. Félix Caballero Wangüemert, Universidad de Vigo, España
Dra. Dña. Noa María Carballa Rivas, Universidad Pontificia de Salamanca, España
Dr. D. Antonio Caro Almela, Red Iberoamericana de Investigadores en Publicidad, Ecuador
Dr. D. Adolfo Carratalá Simón, Universidad de Valencia, España
Dr. D. Daniel Catalán Matamoros, Universidad Carlos III, España
Dra. Dña. Denise Cogo, Escuela Superior de Propaganda y Marketing, Brasil
Dr. D. Javier Doblás Pozo, Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea, España
Dra. Dña. Susana Domínguez Quintas, Universidad Carlos III, España
Dr. D. Artur Filipe Dos Santos, Universidade Senior Contemporânea de Porto, Portugal
Dr. D. Fernando Manuel Dos Santos Ramos, Universidade de Aveiro, Portugal
Dra. Dña. Montserrat Doval Avendaño, Universidad de Vigo, España
Dr. D. Lázaro de Echegaray Eizaguirre, Cámara de Comercio de Bilbao, España
Dra. Dña. Yolanda Espiña Campos, Universidade Católica de Lisboa, Portugal
Dra. Dña. Cristina Etayo Pérez, Universidad de Navarra, España
Dr. D. Joseba Etxebarria Gangoit, Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea, España
Dra. Dña. Beatriz Feijóo Fernández, Universidad de Los Andes, Chile
Dr. D. Pablo Fernández Carballo-Calero, Universidad de Vigo, España
Dra. Dña. Sarah Anne Ganter, University of Oxford, Reino Unido
Dra. Dña. Ana María García Arranz, EAE Business School, España
Dra. Dña. María Teresa García Nieto, Universidad Complutense de Madrid, España
Dra. Dña. Angeliki Gazi, Cyprus University of Technology, Chipre
Dra. Dña. Inmaculada Gordillo Álvarez, Universidad de Sevilla, España
Dra. Dña. Virginia Guarinos Galán, Universidad de Sevilla, España
Dr. D. Juan Francisco Gutiérrez Lozano, Universidad de Málaga, España
Dr. D. Daniel Hallin, University of California, Estados Unidos
Dra. Dña. Cheryl Martens, Universidad de las Américas, Ecuador
Dr. D. Daniel Martí Pellón, Universidad de Vigo, España
Dra. Dña. Josefa D. Martín Santana, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España
Dra. Dña. Estrella Martínez Rodrigo, Universidad de Granada, España
Dr. D. Gerson Martins, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil

I Congreso Internacional de Comunicación Social Aplicada

Nuevas aproximaciones al estudio de la publicidad engañosa

CICSA17

Dra. Dña. Ana Mata Galíndez, Escuela Universitaria de la Cámara de Comercio de Bilbao, España
Dra. Dña. Mercedes Muñoz Saldaña, Universidad de Navarra, España
Dra. Dña. Patricia Núñez Gómez, Universidad Complutense de Madrid, España
Dr. D. Félix Ortega Mohedano, Universidad de Salamanca, España
Dr. D. Pedro Paniagua Santamaría, Universidad Complutense de Madrid, España
Dra. Dña. Sonia Parratt Fernández, Universidad Complutense de Madrid, España
Dra. Dña. Beatriz Patiño Alves, Centro Universitario Villanueva, España
Dr. D. Alejandro Perales Albert, Asociación de Usuarios de la Comunicación, España
Dr. D. Juan José Perona Páez, Universidad Autónoma de Barcelona, España
Dra. Dña. Inmaculada Postigo Gómez, Universidad de Málaga, España
Dra. Dña. Fátima Presas Mata, Universidad Nebrija, España
Dr. D. Fernando Ramos Fernández, Universidad de Vigo, España
Dr. D. David Roca Correa, Universidad Autónoma de Barcelona, España
Dra. Dña. Mercedes Román Portas, Universidad de Vigo, España
Dra. Dña. Milagros Ronco López, Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea, España
Dra. Dña. Marta Liliana Da Silva Álvés Loureiro, Universidade Senior Contemporânea de Porto, Portugal
Dr. D. Guy Starkey, Bournemouth University, Reino Unido
Dr. D. Anxo Tato Plaza, Universidad de Vigo, España
Dr. D. José Luis Terrón Blanco, Universidad Autónoma de Barcelona, España
Dr. D. Miguel Túñez López, Universidad de Santiago de Compostela, España
Dra. Dña. Mónica Valderrama Santomé, Universidad de Vigo, España
D. Glen Wiggs, Foundation dor Advertising Research, Australia

Contacto

Congreso CICSA
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
D-J14, Edificio Departamental, Paseo de Artilleros, s/n, 28032, Madrid, España.
D-040, Edificio Departamental I, Camino del Molino s/n, 28943, Fuenlabrada, España.
clara.muela@urjc.es | salvador.perello@urjc.es

Organiza

methaodos.org



**Universidad
Rey Juan Carlos**



INSTITUTO de
CIENCIAS SOCIALES
COMPUTACIONALES

I Congreso Internacional de Comunicación Social Aplicada

Nuevas aproximaciones al estudio de la publicidad engañosa

CICSA17

Colabora



Asociación de Usuarios de la Comunicación



methaodos.rcs

