



Publicidad, educación y nuevas tecnologías

Cristófol Rodríguez, Carmen

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Área de Educación,
2016-03-04

Monografía

El presente informe analiza uno de los retos que hoy afronta la pedagogía moderna: la existencia de una divergencia total e irreconciliable entre la educación escolar y la educación mediática. La formación para la recepción crítica de los medios de comunicación, aspecto sustancial en la educación multimedia, resulta imprescindible tanto en los sistemas de educación formal como no formal. Esta faceta formativa debe atender a un doble objetivo: por un lado, es necesario que la educación fomente actitudes y habilidades intelectivas que permitan al ciudadano leer críticamente los mensajes provenientes de los medios y, por otro, lograr su alfabetización audiovisual. En este sentido, este informe estudia la notable influencia que la publicidad ha ejercido en las mentes infantiles y en el desarrollo de su competencia mediática, mediante un estudio que describe los rasgos de los mensajes publicitarios audiovisuales

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMjk2NDExMDA>

Título: Publicidad, educación y nuevas tecnologías

Edición: 1

Editorial: MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE - ÁREA DE EDUCACIÓN copyright 2015

Editorial: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Área de Educación 2016-03-04

Descripción física: 1 recurso en línea

Mención de serie: Serie Informes 12

Nota general: Acceso al texto completo, restringido a miembros de la UJA

Fuente de adquisición directa: Unebook BUJA

ISBN: 9788436950748

Autores: Ortega Carrillo, José Antonio Victoria Mas, Juan Salvador Cristófol Rodríguez, Carmen Martínez Rodrigo, Stella Martínez Muñoz, Miriam Ortega Carrillo, José Antonio Victoria Mas, Juan Salvador Martínez Rodrigo, Stella

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es