

1 Jornadas científicas
sobre fake news,
marcas negras
y reputación

Fake & Business



Dirige

Fernando Olivares

Director de la Cátedra de la Marca Corporativa
y de UA_Brandscience, UA

Coordina

Andrés López Martínez

Investigador de la Cátedra de la Marca Corporativa, UA

Colabora

**Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
Departamento de Comunicación y Psicología Social, UA.**

Participa

LLYC



UJI UNIVERSITAT
JAUME I

ecodes



Xnet

Newtral

Información e inscripción:

comunicacion@catedramarcacorporativa.es

Precio de matriculación:

20€ (se reconoce 1 crédito ECTS)

15-16.10.19

**Universidad
de Alicante**

Salón de Grados
Alfredo Orts
(Edificio de Óptica)

Organiza



UA
brandscience
Grupo de Investigación
de la Marca Corporativa

Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

catedramarcacorporativa.es

El primer encuentro científico donde reflexionar y conocer lo último sobre el impacto en nuestra vida y en nuestras empresas, de la mentira, las verdades a medias, la opacidad, los hechos y noticias falsas, la desinformación y los bulos. Organizado por la Cátedra de la Marca Corporativa de la Universidad de Alicante y el grupo de investigación UA_Brandscience.

Fake & Business

Martes 15.10.2019

9h Bienvenida y apertura (de verdad)

D. Manuel Palomar (Excmo. Rector de la UA)
Raúl Ruiz Callado (Decano de la Facultad de CC. Económicas, UA).
Arturo Pinedo (Director General LLYC, España y Portugal)
Fernando Olivares (Director de la Cátedra de la Marca Corporativa, UA)

LOS PORQUÉS DE LA MENTIRA

9.30h-10.30h Psicología de la mentira

Jose María Martínez Selva (Catedrático de Psicobiología en la Universidad de Murcia, autor de "La gran mentira" y "La psicología de la mentira")

10.30h-11.30h Fake News. La verdad de las noticias falsas

Marc Amorós (Periodista y autor del libro "Fake News")

Café de verdad

12h-13h Fake You – Fake news y desinformación: monopolios de la manipulación informativa y recortes de libertad de expresión

Simona Levi (Autora del libro "Fake You", fundadora de Xnet)

CUANDO LO FAKE NACE E IMPACTA EN LA EMPRESA

13h-14h Marcas negras en la era de la transparencia

Fernando Olivares (Director de la Cátedra de la Marca Corporativa y el grupo UA_Brandscience y director del libro Marcas Negras [Black Brands])

Descanso

16h-17h Fake news, marcas negras y reputación empresarial

Arturo Pinedo (Director General de LLYC España y Portugal)

17h-18h Marcas Negras en moda y automoción

Andrés López Martínez (Investigador de Cátedra de la Marca Corporativa, UA)
Arminda Pérez Marín (Profesora de Imagen Corporativa, UA)

18h-19h Greenwashing. El lavado de imagen verde

Víctor Viñuales (Sociólogo, cofundador y Director de ECODES)

Miércoles 16.10.2019

9h-10h Incidencia de las fake news en el sector gran consumo

Ignacio García Magarzo (Director General de ASEDAS)
Nuria Cardoso (Directora de Comunicación de ASEDAS)

LA LUCHA CONTRA LO FAKE

10h-11h Los consumidores contra las marcas negras y las fake news

Fernando Móner (Presidente de CECU y AVACU)

Café de verdad

11.30h-12.30h Combatir la posverdad corporativa

Magdalena Mut Camacho (Profesora del Dpto. de Comunicación de la UJI)
Antonio Rueda Lozano (Director del Área de Comunicación de IPINFA)

12.30h-13.30h Marcas negras y fake news en el derecho español

Esperanza Gallego (Catedrática de Derecho Mercantil, UA)

Descanso

16h-17h Publicidad "engañosa" ... ya lo dice la palabra.

Marta Martín Llaguno (Catedrática de Comunicación y Deontología, UA)

17h-18h Newtral: la batalla contra la desinformación a través del factchecking

Marilín Gonzalo (Coordinadora del Área Digital de Newtral)

18.00h CLAUSURA (DE VERDAD)

