

## Publicidade para crianças, em debate no Porto

---

*Debater a publicidade e a educação para os media das crianças, é um dos objectivos do “6.º Seminário de Marketing Infantil” que se realiza dia 7 de Abril, entre as 9h e as 18h, na Casa da Música, no Porto. O evento conta com a presença do investigador David Buckingham, professor do Institute of Education da Universidade de Londres.*

Durante o seminário, serão apresentados alguns estudos que analisam os efeitos da publicidade nas crianças. Entre eles: “Cativá-los novos – publicidade na televisão para crianças”, dos investigadores Sara Pereira e Manuel Pinto, da Universidade do Minho (UM), um estudo científico que analisa os quatro canais generalistas portugueses e revela a que tipo de anúncios publicitários apresentados nos intervalos dos programas infantis. O estudo foi financiado pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC).

“A Publicidade e a educação para os *media* – da teoria à prática” e “In-School Marketing – A captive audience?” são outros trabalhos que vão ser apresentados no seminário. O primeiro, de Maria José Barbosa, Cândida Pinto e Sara Pereira, desafiou crianças de duas escolas e de diferentes faixas etárias a desempenharem o papel de publicitários com o objectivo de educar para os *media*. O segundo analisa as actividades de marketing que se realizam nas escolas, de acordo com a percepção dos directores, e é da autoria de Isabel Farinha, docente do IADE – Instituto de Artes Visuais, Design e Marketing. No total, vão ser apresentados 36 trabalhos.

O “6º Seminário de Marketing Infantil” resulta de iniciativa conjunta do IPAM – The Marketing School e da agência de marketing activation BrandKey e pretende aliar a área de estratégia empresarial às mais recentes investigações científicas na área.