

Marzo 2022

## IMMAA Congreso anual

**JOCIS y Media XXI** apoyan la conferencia anual 2022 de la Asociación Académica Internacional de Gestión de Medios (IMMAA). Sus conferencias anuales promueven y exhiben investigaciones de alta calidad sobre todos los aspectos de la gestión de medios. Al igual que en conferencias anteriores, IMMAA da la bienvenida a presentaciones relacionadas con cualquiera de los temas abarcados por el término gestión de medios. Las conferencias de IMMAA tienen el carácter de un taller y están diseñadas para fomentar la interacción abierta entre académicos, académicos y profesionales de la industria junior y senior.



Para el congreso de 2022, IMMAA anima especialmente a presentar propuestas relacionadas con el tema del congreso: **Gestión, Confianza y Valor para los Medios de Comunicación y el Trabajo Creativo**. En la última década, se han producido transformaciones digitales y sociales que han acelerado tanto la fragmentación de la audiencia como el consumo de contenidos audiovisuales en múltiples formatos y a través de diversas plataformas. Una consecuencia importante es que una parte significativa de la audiencia de los medios de comunicación ha cambiado su forma de consumo. La demanda de contenidos personalizados ha crecido y el componente digital de la audiencia, en particular, se ha fragmentado aún más. Dado que los usuarios digitales emplean con frecuencia varias pantallas para ver el mismo contenido, al tiempo que basan sus elecciones de pantalla en sus ubicaciones y circunstancias de cada momento, a los proveedores de contenidos les resulta cada vez más difícil retener la atención de los espectadores y mantener unos niveles altos de compromiso y conexión emocional. Los nuevos servicios de comunicación y los cambios en los hábitos de consumo también han contribuido a la fragmentación de la audiencia e incluso a la polarización política, lo que dificulta el acuerdo social sobre las opciones políticas. Por lo tanto, es necesario reflexionar sobre el papel de los responsables políticos y los encargados de la toma de decisiones de los medios de comunicación para asegurar que, en sus esfuerzos por atraer y retener a la audiencia, los servicios de medios de comunicación también contribuyen al bienestar general de las sociedades a las que sirven. ¿Necesitamos reconocer las compensaciones en la búsqueda de objetivos empresariales y sociales y qué papel o papeles desempeña la confianza en la búsqueda de estos objetivos?

El congreso de 2022 pretende ser un lugar para compartir las mejores prácticas que puedan ayudar a las empresas de medios de comunicación a evaluar los niveles de interacción y compromiso con la audiencia en cada etapa de la cadena de valor del nuevo entorno. Nos gustaría conocer casos de compromiso con la audiencia en las fases de producción, distribución o comercialización, y cómo cada una de ellas se relaciona con el valor marca. También son bienvenidas investigaciones sobre la creación de contenidos que dejan una "huella social" en su audiencia al aumentar el compromiso de sus miembros con las necesidades sociales, la integridad personal y el bien común: un asunto que cobra mayor importancia durante una pandemia mundial.

---

Si necesita discutir una propuesta antes de enviarla, contáctenos en cualquier momento a través de **immaa.porto.22@gmail.com**

**Saber más**

This email was sent to [[EMAIL\_TO]] as a means to exclusively inform potential readers and contributors about JOCIS, if you do not wish to receive any further notifications, [click here](#) to remove your e-mail from our database.

Rua João das Regras 150 5º esq./tras. 4000-291. Porto, Portugal.  
AV. 25 de abril, nº 8 B C\W Drt. 2620-185 Ramada, Portugal.