

CANDIDATURA

Sección Comunicación Publicitaria

Asociación Española de Investigadores en Comunicación

Directora: Victoria Tur-Viñes. Universidad de Alicante.

Coordinadora: Patricia Núñez- Gómez. Universidad Complutense de Madrid.

DESCRIPTOR:

La comunicación publicitaria está instalada en una transformación continua. Los profesionales reconocen la obsolescencia del antiguo paradigma y se esfuerzan en comprender las claves de esta nueva etapa postpublicitaria (Solana, 2010). Las marcas buscan formas eficaces de persuasión efectiva para ser escuchadas por sus públicos, los medios mutan de formas diversas y las estrategias comunicativas exploran los límites conocidos con nuevos formatos. Los investigadores se enfocan en reflexionar, explicar, describir y proponer actuaciones que redefinan el concepto de comunicación. La creación de una sección en Comunicación Publicitaria es una oportunidad necesaria.

Detrás de las marcas, no solo existen empresas. En los últimos tiempos, afloran marcas personales, hábiles en la creación de comunidades digitales donde la persuasión se ejerce por influencia interpersonal revelando posibilidades comunicativas inusitadas de gran alcance. Las marcas abandonan la omnipresencia y el impacto insistente para explorar espacios donde la comunicación es más natural. Las motivaciones pivotan en el encuentro de intereses con sus públicos, el entretenimiento y la diversión con fuerte componente emocional.

Los públicos consumen compulsivamente los medios de forma ubicua. Hipersegmentados e instalados en la volatilidad del consumo, imprimen una complicación extrema a los planteamientos de la comunicación publicitarios. Exigen intercambios honestos. El empoderamiento, avivado por el contexto sociopolítico contemporáneo, obliga a las marcas a cuidar la elección más oportuna del tono y los mensajes, estimulando al máximo la innovación. Las marcas deben asumir la inmensa responsabilidad que supone comunicar con la ciudadanía. La marca, más que nunca, debe ser útil al ciudadano. La creación de nuevos modelos de medición de audiencias de acuerdo a estos nuevos escenarios es cada vez más necesaria.

El ámbito profesional busca su nuevo rumbo, fórmulas reinventadas de ayuda en la gestión comunicativa. Sumidos en la reinención, la antigua Asociación Española de Agencias de Comunicación Publicitaria, en 2018 cambia su denominación a Asociación de Creatividad Transformadora. El principal valor del sector es la fuerza transformadora de la creatividad aplicada.

Nuevos retos estimulan la investigación académica en publicidad. Crear un espacio de encuentro para intereses comunes con foco publicitario resulta inaplazable.

PROPUESTA DE ACTIVIDADES (en proceso de autorización, atendiendo a la normativa AEIC):

- Monográfico anual en Revista Mediterránea de Comunicación previa propuesta del PDI asociado a la sección.
- E-Book bienal en Colección Mundo Digital.
- Seminario de verano online con participación como ponentes del PDI asociado.
- Encuentro semestral CREO-ENSEÑO-PUBLICO-TRANSFIERO. Sala online para el intercambio de experiencias del PDI asociados y generación de sinergias.
- Congreso bienal de la Red Internacional de Investigadores en Publicidad (RELAIP). Sección temática.
- Seminario anual de Plataforma Latina de Revistas de Comunicación (PLATCOM). Sección para asociados involucrados en comités editoriales de revistas científicas de publicidad.
- Procedimiento anual para el reconocimiento de TFG, TFM y tesis de temática publicitaria para estudiantes y profesorado tutor.
- Creación de un perfil de sección en LinkedIn para el intercambio social de los asociados.
- Establecer intercambios de programas de publicidad con América Latina con participación de profesores y estudiantes.
- Seminario de Empresas publicitarias y Academia para intercambiar actualidad del sector.
- Concurso anual de publicidad dirigido al alumnado.
- Establecer redes de investigadores de publicidad por líneas temáticas.
- Participación en Congresos nacionales e internacionales como Asociación.
- Conferencias magistrales de ponentes internacionales.