

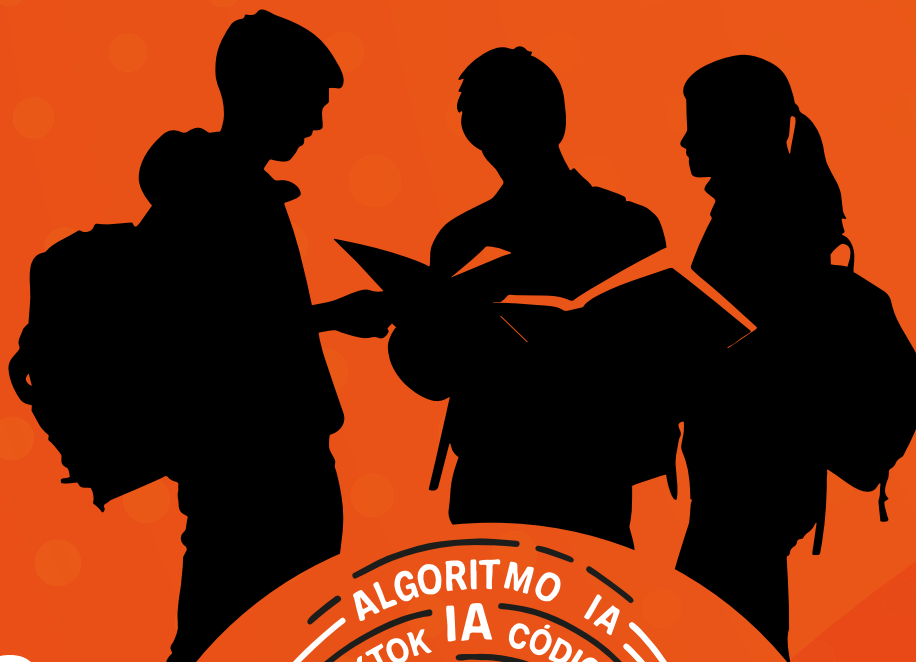


ASOCIACIÓN BOLIVIANA
DE INVESTIGADORES
DE LA COMUNICACIÓN

CONVOCATORIA

XXVI

JORNADA DE JÓVENES
INVESTIGADORES
DE LA COMUNICACIÓN



22
SEPTIEMBRE
2026



TARIJA
CAMPUS
UPDS



XXVI JORNADA DE JÓVENES INVESTIGADORES DE LA COMUNICACIÓN

Tarija, 22 de septiembre de 2026

Campus Universidad Privada Domingo Savio (UPDS)

La Jornada de Jóvenes Investigadores de la Comunicación es un espacio académico en el que estudiantes de carreras de Comunicación de todo el país presentan investigaciones vinculadas al campo comunicacional, promoviendo el encuentro y el diálogo. En 2026, la XXVI versión se realizará el martes 22 de septiembre en la ciudad de Tarija, en el marco del "XII Ciclo de Estudios Especializados de Investigación en Comunicación: **Comunicación, Ética y Poder. Retos de la ciudadanía digital**".

1. REQUISITOS DE PARTICIPACIÓN

El evento se realizará únicamente bajo la modalidad presencial y podrán participar estudiantes de Comunicación legalmente matriculados en una universidad pública o privada a nivel nacional. Los trabajos de investigación pueden ser presentados de forma individual o grupal a uno de los Grupos Temáticos establecidos en la presente Convocatoria, siempre bajo el acompañamiento tutorial y expreso de un docente como mínimo.

Los trabajos deben ser producto de un proceso de investigación en los siguientes niveles:

- Trabajos efectuados en asignaturas relacionadas con la investigación en comunicación u otras donde el producto final sea una investigación dentro de este campo.
- Investigaciones en proceso o con diseño de investigación establecido.
- Trabajos de titulación en proceso (tesis, proyectos de grado o trabajo dirigido).
- Trabajos de titulación concluidos elaborados por estudiantes de último semestre o año.

La presentación de los trabajos será de tipo ponencia, bajo el formato de artículo académico o científico, el cual se detalla en el siguiente punto.

2. FORMATO Y ESTRUCTURA DEL ARTÍCULO ACADÉMICO

El formato para cada artículo debe seguir los siguientes criterios de formalidad:

- Tamaño y tipo de letra: Times New Roman 12.
- Márgenes de 2,5 cm en hoja tamaño carta.
- Máximo de 10 páginas de extensión e interlineado de 1.5.

Asimismo, cada artículo se debe ordenar de acuerdo con la siguiente estructura estándar:



- Título del artículo: Presenta conceptos esenciales de la investigación
- Autor/a/es: Nombres y apellidos completos
- Universidad a la que pertenece el autor, autora o autores.
- Dirección de correo electrónico y lugar de residencia
- Nombre del o la docente tutor/a.
- Resumen: Al menos 100 palabras al inicio.
- Abstract: El mismo Resumen, pero en inglés.
- Palabras clave: Al menos cinco.
- Keywords: Las palabras clave, pero en inglés.
- Introducción: En este apartado se describe el problema de investigación, guiando al lector sobre el tema y los motivos que sustentan la necesidad de su conocimiento. Se debe colocar textualmente el objetivo general o la pregunta de investigación.
- Fundamento teórico: Descripción del fundamento teórico comunicacional especificando la escuela de pensamiento y las teorías utilizadas.
- Metodología y métodos: Se presentan el método, las técnicas y la instrumentación utilizadas en la investigación o la prevista si es proyecto en proceso.
- Resultados: Se describen los principales hallazgos (según categorías o dimensiones si corresponde).
- Discusión: Se resaltan las determinaciones más importantes encontrados en el estudio, en contraste con los resultados obtenidos en otros trabajos. También se pueden destacar los temas, enfoques o pendientes para trabajos posteriores.
- Conclusiones: Se rescatan las principales interpretaciones de la investigación desde una mirada analítica, en relación al objetivo planteado y en diálogo con los autores que se mencionan en el fundamento teórico.
- Referencias bibliográficas: Guiarse por el formato de las normas APA Séptima edición.

3. GRUPOS TEMÁTICOS

Cada participante, sea individual o grupal, podrá postular su trabajo de investigación en uno de los siguientes Grupos Temáticos (GT):

GT 1. Procesos de comunicación digital, redes e IA

Investigaciones sobre la sociedad de la información y el conocimiento. Historia, avances, posturas teóricas sobre las nuevas tecnologías. Cultura digital y brechas digitales. Internet, acceso y recepción de las nuevas tecnologías. Regulación y autorregulación en las redes sociales. El reto de la IA en el periodismo. Alfabetización Mediática e Informacional. Ecología de los medios.

GT 2. Comunicación para el cambio social, con enfoque de género e interculturalidad

Análisis de los fenómenos comunicacionales en entornos urbanos y rurales. Interacción entre diversas culturas, contextos de convivencia y relaciones de dominación y subordinación cultural. Dimensión simbólica en las manifestaciones de las diversas culturas. Comunicación



orientada al desarrollo social con inclusión. Políticas, estrategias y planes de comunicación en educación, salud o medioambiente. Comunicación para el desarrollo y comunicación para el cambio social. Comunicación para la defensa de los recursos y el medioambiente.

GT 3. Comunicación política, electoral y pública

Periodismo y poder. Políticas públicas de comunicación. Prensa, democracia y conflictividad. Legislación, ética y práctica periodística. Estándares de calidad del periodismo en época electoral. La relación entre la comunicación y la práctica política. Derecho a la comunicación, Derecho a la información y la libertad de expresión. La comunicación en el ejercicio de los derechos políticos y sindicales. Campañas electorales. Marketing político en el contexto de redes sociales e Inteligencia Artificial.

GT 4. Estudios de periodismo, estándares de calidad y desinformación

Explora el ejercicio periodístico, los géneros y el tratamiento de la información. Trabajo colaborativo en redes y narrativas transmedia. Transformaciones del periodismo digital. Las condiciones de la censura y autocensura, las agresiones a periodistas y las restricciones al trabajo periodístico. Condiciones laborales del periodismo, adaptación al mundo digital. La autorregulación periodística, Tribunales de Ética, retos y desafíos. Situación, retos y desafíos del periodismo investigativo en Bolivia.

GT 5. Comunicación organizacional y publicidad, marketing e innovación en comunicación

La comunicación en las organizaciones. Enfoques teóricos. Estudios de flujos de comunicación interna y externa. La imagen corporativa y la reputación. La investigación en comunicación en las organizaciones funciones e importancia. Investigaciones sobre las relaciones públicas, publicidad, marketing, estrategias y planes de comunicación institucional. Comunicación y Responsabilidad Social Empresarial. Auditoría de imagen.

GT 6. Comunicación y pensamiento decolonial, procesos y epistemologías

La Comunicación como campo de estudio y como espacio de procesos de disputa de saberes, sentimientos y comportamientos se constituye en un logos inspirado en una episteme occidental. Sin embargo, la incursión desde otros pensamientos alternativos, diversos y hasta contradictorios con el saber occidental y eurocentrado, establecido como pauta de modernidad, requiere de otras formas y espacios desde los cuales se interprete el mundo. Pensar la Comunicación otra como campo de saber inspira la labor de este Grupo de Trabajo.

GT 7. Tesis de Grado defendidas entre 2025 y 2026, o en proceso de elaboración



Tesis de Grado ya defendidas para titularse en Comunicación. Avances de trabajos de tesis e investigaciones conducentes a graduación.

4. ENVÍO DE ADELANTOS Y TRABAJOS CONCLUIDOS

- Envío de adelantos: domingo 16 de agosto de 2026

Los estudiantes o grupos interesados en participar en la XXVI Jornada de Jóvenes Investigadores de la Comunicación deben enviar un adelanto de su investigación hasta el domingo 16 de agosto de 2026 al correo de la Coordinación del evento: Mariana Pérez Callejas (mlperezc@uabjb.edu.bo)

Cada adelanto debe incluir:

- Nombre de la universidad
- Ciudad
- Nombre completo y correo electrónico del docente tutor (indispensable)
- Nombres completos de todos los integrantes del grupo, también número de celular y correo electrónico
- Nombre del estudiante coordinador/a del grupo
- Título del trabajo
- Problema de investigación (colocar sólo la pregunta de investigación)
- Enfoque teórico utilizado (sólo mencionar)
- Metodología y técnicas utilizadas (sólo mencionar)
- Grupo Temático al que postula su trabajo

La organización del evento podrá aceptar, rechazar o formular sugerencias a las propuestas recibidas y enviará una respuesta por correo electrónico según el orden de llegada.

- Envío de trabajos concluidos: martes 1 de septiembre de 2026

Los trabajos aceptados deberán ser completados y adecuados a la estructura del artículo académico establecida en el punto 2 de la presente Convocatoria, cumpliendo con la mayor calidad y rigurosidad. El plazo máximo de envío es el 1 de septiembre de 2026, al mismo correo de la Coordinación: mlperezc@uabjb.edu.bo

La nota final de aceptación o de observaciones será enviada en el plazo de una semana.

- Exposición de la investigación: martes 22 de septiembre de 2026

Los participantes seleccionados deberán preparar una exposición oral y pública de máximo 10 minutos de duración. En cada Grupo Temático se trabajará bajo la guía y orientaciones de Coordinadores inmediatos.



5. INSCRIPCIÓN E INVERSIÓN

Para participar en la XXVI Jornada, es imprescindible que todos los integrantes del grupo se inscriban en el evento general, es decir, en el XII Ciclo de Estudios Especializados de Investigación de la Comunicación. Esta inscripción permitirá el acceso a todas las actividades previstas como conferencias, paneles y talleres, según lo establecido en el programa.

Asimismo, para obtener la certificación, tanto como expositor en la Jornada como participante en el XII Ciclo, es indispensable la asistencia durante los tres días del evento.

Independientemente al origen nacional o internacional del participante, las tarifas de inscripción son las siguientes:

Tipo de Participante	Pago Adelantado (hasta 31/08)	Pago desde el 1° de septiembre
Estudiantes de Pregrado	Bs. 130	Bs. 160
Profesionales / Posgrado	Bs. 200	Bs. 250
Socios ABOIC (al día)	Bs. 180	Bs. 220

Todo pago debe realizarse siguiendo los pasos establecidos en la Convocatoria del "XII Ciclo de Estudios Especializados de Investigación en Comunicación: **Comunicación, Ética y Poder. Retos de la ciudadanía digital**", la cual se encuentra disponible en el sitio web de ABOIC www.aboic.org

ORGANIZADORES

- Coordinadora General de la XXVI Jornada

Mariana Loreto Pérez Callejas mlperezc@uabjb.edu.bo

- Capítulos Regionales ABOIC

Cochabamba: Gunnar Zapata g.zapata@umss.edu.bo

La Paz: Esperanza Pinto epintosardon@gmail.com / Sandra Villegas stvillegas@gmail.com

Oruro: Marcelo Lafuente marcelafuente@gmail.com

Santa Cruz: Rosmery Machicado machicado.rosmery@gmail.com / Judith Prada judithpradaperiodista@gmail.com



Sucre: Dayana Martínez dayanac.martinezc@gmail.com

Tarija: Karina Olarte kolartecomunicacion@gmail.com

Potosí: Erland Oropeza sonoroecualizzato@gmail.com

Beni - Pando: Mariana Pérez mlperezc@uabjb.edu.bo

- **Directorio ABOIC**

Jenny Ampuero

Presidenta

jennyampuero@gmail.com

José Luis Aguirre

Vicepresidente

aguirrealvisjl@gmail.com

Vania Sandoval

Directora Académica

adavianasandoval@upsa.edu.bo

Nathaly Luna

Directora Financiera

nflunap@uabjb.edu.bo

Romy Durán

Directora de Comunicación

duan.romy@usfx.bo