Comunicación publicitaria en Acción. Reivindicar y visibilizar la investigación en publicidad.

Universidad de Loyola de Andalucía, 3 y 4 de marzo de 2027

Convocatoria de comunicaciones / Call for Papers

Presentación

La sección de Comunicación Publicitaria de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC) organiza sus II Jornadas e invita a todas las investigadoras e investigadores que trabajan en el ámbito de la comunicación publicitaria a enviar sus propuestas de comunicación. Esta segunda edición se celebrará en la Universidad Loyola (Campus de Córdoba) los días 3 y 4 de marzo de 2027, bajo el lema: «Comunicación Publicitaria en Acción: Reivindicar y poner en valor la investigación en publicidad».

El objetivo central de este encuentro es reunir a toda la comunidad científica del área para consolidar la investigación en comunicación publicitaria, reafirmando su solidez metodológica, su especificidad teórica y su valor dentro de las ciencias sociales. En un entorno mediático cambiante —marcado por los avances tecnológicos, la inteligencia artificial, los nuevos ecosistemas digitales y los cambios en las audiencias—, la investigación académica cumple un papel insustituible.

Queremos reunir el trabajo de todos los equipos y líneas de investigación para compartir marcos analíticos, abordar los retos empíricos que plantean los nuevos discursos de marca y responder a la complejidad del ecosistema mediático. Nuestro objetivo es fortalecer nuestro campo de estudio, generar conocimiento científico riguroso y evaluar el impacto cultural, social y ético de la comunicación comercial contemporánea.
Esta segunda edición nace como un espacio abierto, inclusivo y colaborativo para visibilizar la producción científica de nuestros grupos de investigación, impulsar su proyección en revistas de impacto y tejer redes de trabajo entre toda la comunidad investigadora relacionada con la comunicación publicitaria.

Líneas temáticas

Dada la vocación integradora de estas jornadas, invitamos a presentar propuestas originales que aborden la publicidad desde cualquier enfoque teórico o empírico, organizadas en los siguientes ejes:

1. El impacto de la Inteligencia Artificial Generativa en la reconfiguración del proceso creativo publicitario.
2. Nuevos retos de la actividad publicitaria: gobernanza algorítmica, discriminación sociodemográfica y automatización del impacto.

ae-ic ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN
Universidad LOYOLA
Patrocina: REVENIA AGENCY

3. Evolución del marketing de influencia: efectividad comunicativa de los nuevos formatos narrativos y niveles de transparencia en la integración comercial de contenidos.
4. Estrategias publicitarias en entornos inmersivos y espacios virtuales.
5. Representación social, inclusión e impacto cultural del discurso publicitario.
6. Marco regulatorio y autorregulación en la industria.
7. Transformación estratégica y modelos de negocio en la industria publicitaria.
8. Nuevas aproximaciones metodológicas al estudio del fenómeno publicitario.
9. Cambios en los roles y perfiles profesionales publicitarios.
10. Impacto social y cultural de las marcas en la sociedad contemporánea.
11. Publicidad en sectores especializados.

Modalidad de participación

Se admitirán comunicaciones consistentes en trabajos originales alineados con los temas de interés de las jornadas. Las jornadas tendrán un único formato, presencial, pues tienen como objetivo convertirse en un espacio de intercambio y creación de redes entre investigadores y docentes y profesionales relacionados con la comunicación publicitaria.

Envío de propuestas

Los autores deberán enviar un resumen de su comunicación en formato Word con las siguientes características:

- **Extensión**: Entre 700 y 1000 palabras, sin contar las referencias.
- **Estructura**: Título, autor(es), afiliación, objetivos, metodología, resultados, conclusiones y referencias (estilo APA).
- **Fecha límite de envío**: 3 de febrero de 2027.

El envío de resúmenes debe realizarse a través del siguiente enlace: https://bit.ly/jornadasdepublicidad

Para más información: compublicidad.aeic@gmail.com

Comité organizador
Marina Ramos Serrano (Universidad de Sevilla)
José Fernández Cavia (Universidad Pompeu Fabra)
José Antonio Muñiz Velázquez (Universidad Loyola de Andalucía)
Victoria Tur Viñes (Universidad de Alicante)

ae·ic ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN
Universidad LOYOLA
Patrocina: REVENIA AGENCY