

IX **congrés**
internacional
de **recerca**
en **comunicació**

Call for papers

Barcelona, 9 i 10 d'abril de 2026
**Comunicació, canvi climàtic i
justícia social: reptes i tendències**

Barcelona, 9 and 10 April 2026
**Communication, climate change and
social justice: challenges and trends**

Barcelona, 9 y 10 de abril de 2026
**Comunicación, cambio climático y
justicia social: retos y tendencias**

IX Congrés Internacional de Recerca en Comunicació
Comunicació, canvi climàtic i justícia social:
reptes i tendències

Barcelona, 9 i 10 d'abril de 2026

La **Societat Catalana de Comunicació** (SCC) organitza el **IX Congrés Internacional de Recerca en Comunicació**, que se celebrarà a la seu de l'**Institut d'Estudis Catalans** (carrer del Carme, 47, Barcelona) els dies **9 i 10 d'abril de 2026**. Al mateix temps, se celebraran la *XXXVI Conferència Anual de la Societat Catalana de Comunicació* i la *II Trobada de Revistes Científiques de Comunicació* de l'àmbit lingüístic.

La presentació de les comunicacions es podrà fer en format **presencial** o bé en format **online sincrònic**. Cada autor/a pot presentar un màxim de tres comunicacions.

Els i les participants en el congrés podran optar a publicar les seves ponències a *Comunicació. Revista de Recerca i d'Anàlisi* (revista científica indexada a *Web of Science Core Collection*).

Modalitat i aspectes formals de les ponències

Les presentacions de les comunicacions es realitzaran els dies 9 i 10 d'abril de 2026 i es podran defensar en dos formats:

- Format **presencial**, a la seu de l'Institut d'Estudis Catalans.
- Format **online**, per videoconferència en directe.

Les presentacions han de durar quinze (15) minuts. Posteriorment, hi haurà un debat entre les persones participants de cada taula. Es poden emprar PowerPoint o altres suports. Totes les persones inscrites rebran un certificat expedit per la SCC tant en la condició d'assistent com en la condició d'autor/a d'una comunicació.

“Comunicació, canvi climàtic i justícia social: reptes i tendències”

La comunicació és fonamental per evitar la inacció davant del fenomen del canvi climàtic. Al IX Congrés Internacional de Recerca en Comunicació ens proposem reflexionar sobre quin paper està jugant la comunicació al voltant d'aquesta crisi.

Tot i que no es pot confirmar que tots els fenòmens meteorològics extrems són conseqüència del canvi climàtic i existeix un abrandat debat sobre la matèria, el cert és que cada vegada són més intensos, freqüents i duradors. D'acord amb l'Agència Europea de Medi Ambient (AEMA), la costa mediterrània és un dels territoris que més s'hi exposen. Però, a més, cal tenir molt present que el canvi climàtic impacta molt més enllà de la realitat ambiental. També té efectes en altres àmbits, com els econòmics o la salut pública, que incideixen en les desigualtats socials.

Els temes que reben més difusió mediàtica venen marcats per les agendes polítiques, científiques i socials. Les cimeres mundials del clima (COP) tenen una àmplia cobertura periodística, com també els informes de l'IPCC (Grup Intergovernamental d'Experts sobre el Canvi Climàtic de les Nacions Unides) i les mobilitzacions ciutadanes en defensa de la salut de la Terra. Però com s'articulen, es distribueixen i es reben aquests continguts?

La qualitat de la cobertura del canvi climàtic ha anat augmentant amb el pas del temps i existeixen nombroses guies de recomanacions. No obstant això, l'anàlisi i la reflexió no es poden aturar. Amb l'objectiu de recollir un ampli ventall de perspectives, proposem les següents línies temàtiques, amb una mirada oberta:

Ciència i comunicació: Periodisme especialitzat i de proximitat

Cal garantir que la ciència tingui el seu espai als discursos mediàtics. El coneixement és bàsic per fer entendre la dimensió del problema i saber què podem fer com a ciutadania. Però quin paper està exercint el periodisme ambiental? Es pot continuar parlant d'un periodisme ambiental o ha quedat diluït en l'entramat de les rutines productives actuals que tendeixen a la fusió entre redaccions? Es poden considerar els influenciadors mediambientals com a experts? Des de la mirada del periodisme de proximitat, quins problemes es detecten i quines estratègies informatives se segueixen?

Comunicació de crisi i periodisme ciutadà

La comunicació de catàstrofes és un àmbit del periodisme amb una llarga trajectòria, tan des del punt de vista professional com si n'atenem l'estudi. Amb l'aparició de les xarxes socials, la comunicació de crisi es

va haver d'enfrontar al que es va denominar "periodisme ciutadà", on qualsevol persona podia participar al debat públic, normalment en qualitat de testimoni o afectat. Cal pensar en la compatibilitat, o fins i tot la complementarietat, de les dues maneres de fer? Aquest és un debat que potser ha anat perdent força, però els efectes negatius de l'expansió de l'ús de les xarxes –com la viralització de les teories complot a vegades reforçades per discursos polítics negacionistes del canvi climàtic– continuen sent molt preocupants.

Comunicació corporativa-institucional i responsabilitat social

La comunicació corporativa-institucional té un rol important. Tot i que, per a l'anàlisi de l'estratègia comunicativa, es pot distingir entre les empreses que pertanyen a sectors industrials que tradicionalment han perjudicat el medi ambient i aquelles que no hi intervenen de forma directa, cal parar atenció en com la comunicació ha transitat cap a discursos basats en la sostenibilitat i la cura del medi ambient. Què s'està fent des de l'àmbit de la comunicació corporativa i les relacions públiques? Quines són les característiques del blanqueig verd o ecoblanqueig (*greenwashing*)?

Narratives i continguts des de l'entreteniment

Són molts els àmbits culturals des d'on es poden generar

discursos que ajudin a conscienciar la població de la crisi climàtica. A mode d'exemples, podem citar el cinema, els videojocs, la música, el teatre de denúncia... Atès que gran part de l'oferta cultural s'adreça a la població juvenil, volem destacar que també ens agradaria poder comptar amb estudis enfocats a conèixer l'oferta adreçada a infants i adults.

Activismes, lluites socials i ecofeminisme

L'activisme ambiental té una llarga història. Pensem, per exemple, en els discursos ecologistes i estratègies comunicatives de Greenpeace, que de seguida va veure com arribar al periodisme audiovisual en una època on encara no disposàvem del potencial de les xarxes socials digitals. Però, a més de l'anàlisi històrica, també ens interessa recollir propostes sobre lluites de creació més recent com l'ecofeminisme, un moviment social que uneix les premisses de l'ecologisme i el feminisme, o la crisi ecosocial, que porta a pensar la humanitat en simbiosi amb la resta d'espècies.

Enviament de les propostes de comunicació

La presentació de les propostes de comunicacions en format de resums (*abstracts*) romandrà oberta fins al 20 de març de 2026, a través d'un formulari que es publicarà properament.

Els resums seran d'entre 300 i 350 paraules, i han d'incloure 6 paraules clau (*keywords*). En el mateix document s'hauran d'incorporar les dades de l'autor/a (nom, cognoms, correu electrònic, universitat o institució i, si s'escau, ORCID), així com un breu currículum (2-3 línies).

S'acceptaran comunicacions redactades en català, castellà, altres llengües romàniques o anglès. El títol, el resum i les paraules clau hauran de presentar-se en l'idioma de la comunicació i en anglès.

El document estarà redactat utilitzant el tipus de lletra Times New Roman, de 12 punts, amb un interlineat d'1,5.

El comitè científic anirà avaluant les propostes rebudes setmanalment i emetent la seva valoració en un termini aproximat de dues setmanes d'ençà de la seva recepció.

Publicació de les comunicacions (opcional)

Les comunicacions completes que s'ajustin a les normes formals d'admissió indicades a l'apartat següent seran considerades per a la seva publicació a *Comunicació. Revista de Recerca i Anàlisi* (Web of Science, Latindex, DICE, RESH, RACÓ, MIAR, ISOC, Dialnet, CCUC, DOAJ, segell de qualitat de la FECYT).

L'eventual publicació dels textos estarà subjecta al **procés de revisió** cega i per experts que portarà a terme l'equip de revisors/es de la revista i el comitè científic del IX Congrés Internacional de Recerca en Comunicació.

Cada autor/a pot presentar un màxim de tres comunicacions.

Característiques formals de redacció per *Comunicació. Revista de Recerca i d'Anàlisi*

Les persones participants que vulguin optar a publicar a *Comunicació. Revista de Recerca i Anàlisi* han d'enviar el text complet com a document adjunt a congres.scc@correu.iec.cat amb el títol del missatge "Article IX Congrés SCC 2026_Cognom autor/a de correspondència" fins el 23 d'abril de 2026.

Aquestes comunicacions hauran de complir les següents característiques formals: han de ser textos inèdits, que no estiguin en procés de publicació en altres revistes o llibres. A la primera pàgina s'haurà d'incloure el títol en català i anglès (al principi), així com un resum d'entre 100 i 150 paraules, i 6 paraules clau, en català, anglès i en l'idioma de la comunicació. El text utilitzarà el tipus de lletra Times New Roman, de 12 punts, amb un interlineat d'1,5. L'extensió serà d'un mínim de 6.000 paraules i d'un màxim de 8.000. Quant a les referències bibliogràfiques, les instruccions completes són accessibles al web de la revista o a través de l'enllaç següent:

[instruccions per a autors](#)

Calendari i tarifes del congrés

Dates clau

- Data límit d'enviament de les propostes: **20 de març de 2026**
- Comunicació de l'acceptació de propostes: **entre una i dues setmanes des de la recepció de la proposta**
- Pagament amb descompte: **fins el 3 d'abril de 2026**
- Data límit enviament de la comunicació completa per a optar a publicació: **fins el 23 d'abril de 2026**

Tarifes estàndard (a partir del 4 d'abril)

- Socis/es SCC: **0€**
- Tarifa general: **195€**
- Estudiants* de màster i doctorat: **95€**
- Estudiants* de grau: **45€**

Tarifes amb descompte (fins el 3 d'abril)

- Socis/es SCC: **0€**
- Tarifa general: **140€**
- Estudiants* de màster i doctorat: **80€**
- Estudiants* de grau: **35€**

* Els estudiants de grau, màster o doctorat hauran de demostrar la seva condició amb l'enviament d'un document acreditatiu al correu electrònic del congrés.

Contacte

Els dubtes i consultes es poden adreçar al següent correu electrònic: congres.scc@correu.iec.cat

Formulari d'inscripció

[enllaç al formulari](#)

Sol·licitud d'alta com a soci de la Societat Catalana de Comunicació

Si encara no sou socis de la Societat Catalana de Comunicació, podeu demanar fer-vos-en seguint aquest procediment:

1. Ompliu el formulari que trobareu a la vostra disposició al web de la Societat Catalana de Comunicació:

[enllaç al formulari](#)

2. Envieu el CV i la sol·licitud d'alta de soci a l'adreça de scc@iec.cat amb el títol de missatge "Alta nou soci SCC".
3. Pagueu la quota corresponent a l'any 2026 abans del 6 d'abril de 2026, a través d'un ingrés per compte bancari al número de compte que es comunicarà un cop acceptat l'*abstract*. Aclariment: el número de compte que el soci ha informat en el formulari de l'apartat 1 no rebrà cap càrrec de la SCC fins a l'any 2027, corresponent a la quota d'aquell any. En cas de fer-vos soci, s'entendrà que la quota del congrés de 2026 queda exonerada.

IX International Congress in Communication Research
Communication, climate change and social justice:
challenges and trends

Barcelona, 9 and 10 April 2026

The **Societat Catalana de Comunicació (SCC)** is organizing the **IX International Congress on Communication Research**, which will take place at the headquarters of the **Institut d'Estudis Catalans** (Carme Street, 47, Barcelona) on **9 and 10 April, 2026**. During this event, the *XXXVI Annual Conference of the Societat Catalana de Comunicació* and the *II Meeting of Scientific Journals of Communication* in the Catalan linguistic field will also be held.

The presentation of communications can be done either **in-person** or **in synchronous online** format. Each author can present a maximum of three communications.

Congress participants can choose to publish their presentations in *Comunicació. Revista de Recerca i d'Anàlisi* (a scientific journal indexed in Web of Science Core Collection).

Format and formal aspects of presentations

Communication presentations will take place on 9 and 10 April, 2026, and can be defended in two formats:

- **In-person format** at the headquarters of the Institut d'Estudis Catalans.
- **Online** format through a live videoconference.

Presentations should last fifteen (15) minutes.

Afterwards, there will be a discussion among the participants at each table. PowerPoint or other supports can be used.

All registered people will receive a certificate issued by the SCC in both the attendee and author capacities.

“Communication, climate change and social justice: challenges and trends”

Communication is essential to avoid inaction in the face of the phenomenon of climate change. At the IX International Conference on Research in Communication we intend to reflect on what role communication is playing around this crisis.

Although we cannot confirm that all extreme weather phenomena are a consequence of climate change and that there is a lively debate on the subject, the truth is that these episodes are increasingly intense, frequent, and lasting. According to the European Environment Agency (EEA), the Mediterranean coast is one of the most exposed territories. But, in addition, we must bear in mind that climate change impacts far beyond the environmental reality. It also has effects in other areas, such as economic or public health, which affect social inequalities.

The topics that receive the most media coverage are marked by political, scientific, and social agendas. World climate summits (COPs) have extensive journalistic coverage, as well as the reports of the IPCC (United Nations Intergovernmental Panel on Climate Change) and citizen mobilisations in defence of Earth health. But how are these contents articulated, distributed, and received?

The quality of climate change news coverage has been increasing over time and there are lots of guidelines for recommendations. However, analysis

and reflection cannot stop. With the aim of collecting a wide range of perspectives, we propose the following thematic lines, from an open look:

Science and communication: Specialized and local journalism

We must ensure that science has its place in media discourses. Knowledge is basic to understand the dimension of the problem and to know what we can do as citizens. But what role is environmental journalism playing? Is it possible to continue talking about environmental journalism or has it been diluted in the framework of current productive routines that tend to merge newsrooms? Can environmental influencers be seen as experts? From the perspective of local journalism, what problems we detect and what informative strategies we follow?

Crisis communication and citizen journalism

Disaster communication is an area of journalism with a long history, both from a professional point of view and from the studies about it. With the emergence of social networks, crisis communication had to face the so-called “citizen journalism”, where anyone could participate in public debate, usually as a witness or affected. Should we think about the compatibility, or even complementarity, of the two ways of doing things?

This is a debate that may have been losing strength, but the negative effects of the expansion of social networks use – such as the viralisation of theories sometimes compounded by political discourses denying climate change – remain very worrying.

Corporate-institutional communication and social responsibility

Corporate-institutional communication plays a significant role. Although, for the analysis of the communicative strategy, it is possible to distinguish between companies that belong to industrial sectors that have traditionally harmed the environment and those that do not intervene directly, it is necessary to pay attention to how communication has moved towards discourses based on sustainability and care for the environment. What is being done in the field of corporate communication and public relations? What are the characteristics of greenwashing?

Narratives and contents from entertainment

There are many cultural areas from which speeches can be generated that help to raise awareness among the population about the climate crisis. As examples, we can cite cinema, video games, music, protest theatre... Since a large part of the cultural offer is aimed at the youth population, we would like to underline that we would

also like to get studies focused on knowing the offer aimed at children and adults.

Activisms, social struggles, and ecofeminism

Environmental activism has a long history. Let us think, for example, of Greenpeace's ecological discourses and communication strategies, which immediately saw how to reach audiovisual journalism in a time when we still did not have the potential of digital social networks. But, in addition to historical analysis, we are also interested in collecting proposals on more recent creative struggles such as ecofeminism, a social movement that unites the premises of environmentalism and feminism, or the ecosocial crisis, which leads to thinking about humanity in symbiosis with the rest of species.

Submission of communication proposals

The submission of communication proposals (abstracts) will remain open until 20 March 2026, through the form that will be published soon.

Abstracts should be between 300 and 350 words, including 6 keywords. The document should also include the author's details (name, surname, email, university, or institution), along with a brief curriculum (2-3 lines). Communications written in Catalan, Spanish, other Romance languages, or English will be accepted. The title, abstract, and keywords should be presented in the language of the communication and in English.

The document should be written using Times New Roman font, 12 points, with 1.5 line spacing.

The scientific committee will evaluate the received proposals weekly and provide their assessment within approximately two weeks of receiving them.

Publication of communications (optional)

Full communications that comply with the formal admission guidelines indicated in the next section will be considered for publication in *Comunicació. Revista de Recerca i Anàlisi* (Web of Science Core Collection, Latindex, DICE, RESH, RACÓ, MIAR, ISOC, Dialnet, CCUC, DOAJ, FECYT quality seal).

The potential publication of the texts will be subject to the blind and expert **review process** carried out by the reviewers of the journal and the scientific committee of the IX International Congress on Communication Research.

Each author can submit more than one communication.

Formal writing characteristics for

Comunicació. Revista de Recerca i d'Anàlisi

Participants who wish to be considered for publication in *Comunicació. Revista de Recerca i Anàlisi* must send the complete text as an attached document to congres.scc@correu.iec.cat with the message title "Article IX Congress SCC 2025_Last Name of the corresponding author" until 23 April 2026.

These communications must meet the following formal characteristics: they must be unpublished texts, not in the process of publication in other journals or books. The first page should include the title in Catalan and English (at the beginning), as well as a summary of 100 to 150 words and 6 keywords, in Catalan, English, and the language of the communication. The writing will be Times New Roman font, 12 points, with a 1.5 line spacing. The length will be a minimum of 6,000 words and a maximum of 8,000. Regarding bibliographic references, complete instructions are accessible on the journal's website or through the following link:

[instructions for authors](#)

Key dates

- Deadline for sending the abstract: **20 March 2026**
- Communication of the acceptance of proposals:
between one and two weeks from the receipt of the proposal
- Discounted payment: **until 3 April 2026**
- Deadline for sending the complete communication to opt for publication: **23 April 2026**

Standard rates (from 4 April)

- SCC members: **€0**
- General fee: **€195**
- Master's and doctorate students*: **€95**
- Degree students: **€45**

Discounted rates (until 3 April)

- SCC members: **€0**
- General fee: **€140**
- Master's and doctoral students*: **€80**
- Degree students: **€35**

* Bachelor's, master's, or doctoral students must prove their status by sending a supporting document to the congress email.

Contacte

Doubts and inquiries can be directed to the following email: congres.scc@correu.iec.cat

Registration form

[link to the form](#)

Institut d'Estudis Catalans
Societat Catalana de Comunicació

Carrer del Carme, 47

08001 Barcelona

Telèfon +34 932 701 620

congres.scc@correu.iec.cat

Request for membership in the Societat Catalana de Comunicació

If you are not yet a member of the Societat Catalana de Comunicació, you can request to become one as follows:

1. Fill in the form that you will find at your disposal on the website of the Societat Catalana de Comunicació:
[link to the form](#)
2. Send the CV and the request to register as a member to the email address scc@iec.cat with the message title "Register new SCC member."
3. Make the payment of the fee corresponding to the year 2026 before 6 April 2026, through a bank account deposit to the account number that will be communicated once the abstract is accepted.
Clarification: The account number provided by the member in the form of Section 1 will receive the first charge of the annual fee starting from the year 2027, corresponding to the fee of that year.

If you become a member, it will be understood that the 2026 congress fee is waived.

**IX Congreso Internacional de Investigación
en Comunicación**

**Comunicación, cambio climático y justicia social:
retos y tendencias**

Barcelona, 9 y 10 de abril de 2026

La **Societat Catalana de Comunicació** (SCC) organiza el **IX Congreso Internacional de Investigación en Comunicación**, que se celebrará en la sede del **Institut d'Estudis Catalans** (Calle del Carme, 47, Barcelona) los días **9 y 10 de abril de 2026**. Durante este evento, también se llevará a cabo la XXXVI Conferencia Anual de la Societat Catalana de Comunicació y el II Encuentro de Revistas Científicas de Comunicación del ámbito lingüístico catalán.

La presentación de las comunicaciones podrá realizarse en formato **presencial** u **online sincrónico**. Cada autor/a podrá presentar un máximo de tres comunicaciones.

Los y las participantes en el congreso podrán optar por publicar sus ponencias en *Comunicació. Revista de Recerca i d'Anàlisi* (revista científica indexada en la Web of Science Core Collection).

Modalidad y aspectos formales de las ponencias

Las presentaciones de las comunicaciones se realizarán los días 9 y 10 de abril de 2026 y podrán defenderse en dos formatos:

- Formato **presencial**, en la sede del Institut d'Estudi Catalans.
- Formato **online**, por videoconferencia en directo.

Las presentaciones deben durar quince (15) minutos. Posteriormente, habrá un debate entre los participantes de cada mesa. Se pueden utilizar PowerPoint u otros soportes. Todas las personas inscritas recibirán un certificado expedido por la SCC tanto en la condición de asistente como en la condición de autor/a de una comunicación.

“Comunicación, cambio climático y justicia social: retos y tendencias”

La comunicación es fundamental para evitar la inacción ante el fenómeno del cambio climático. En el IX Congreso Internacional de Investigación en Comunicación nos proponemos reflexionar sobre qué papel está jugando la comunicación alrededor de esta crisis.

Aunque no se puede asegurar que todos los fenómenos meteorológicos extremos sean consecuencia del cambio climático y, de hecho, existe un encendido debate sobre la materia, lo cierto es que dichos fenómenos son cada vez más intensos, frecuentes y duraderos. Según la Agencia Europea de Medio Ambiente (AEMA), la costa mediterránea es uno de los territorios más expuestos. Pero, además, hay que tener muy presente que el cambio climático impacta mucho más allá de la realidad ambiental. También tiene efectos en otros ámbitos, como los económicos o la salud pública, que inciden en las desigualdades sociales.

Los temas que tienen más difusión mediática vienen marcados por las agendas políticas, científicas y sociales. Las cumbres mundiales del clima (COP) tienen una amplia cobertura periodística, como también los informes del IPCC (Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático de las Naciones Unidas) y las movilizaciones ciudadanas en defensa

de la salud de la Tierra. Pero ¿cómo se articulan, se distribuyen y se reciben estos contenidos?

La calidad de la cobertura del cambio climático ha ido aumentando con el paso del tiempo y existen numerosas guías de recomendaciones. Sin embargo, el análisis y la reflexión no deben parar. Con el objetivo de recoger un amplio abanico de perspectivas, proponemos las siguientes líneas temáticas, con una mirada abierta:

Ciencia y comunicación: Periodismo especializado y de proximidad

Hay que garantizar que la ciencia tenga su espacio en los discursos mediáticos. El conocimiento es básico para hacer entender la dimensión del problema y saber qué podemos hacer como ciudadanía. Pero ¿qué papel está ejerciendo el periodismo ambiental? ¿Se puede continuar hablando de un periodismo ambiental o ha quedado diluido en el entramado de las rutinas productivas actuales que tienden a la fusión entre redacciones? ¿Se puede considerar a los influencers medioambientales como expertos? Desde la mirada del periodismo de proximidad, ¿qué problemas se detectan y qué estrategias informativas se siguen?

Comunicación de crisis y periodismo ciudadano

La comunicación de catástrofes es un ámbito del

periodismo con una larga trayectoria, tanto desde el punto de vista profesional como si atendemos a su estudio. Con la aparición de las redes sociales, la comunicación de crisis se tuvo que enfrentar a lo que se denominó “periodismo ciudadano”, donde cualquier persona podía participar en el debate público, normalmente en calidad de testigo o afectado. ¿Hay que pensar en la compatibilidad, o incluso la complementariedad, de las dos maneras de hacer? Este es un debate que quizás ha ido perdiendo fuerza, pero los efectos negativos de la expansión del uso de las redes sociales –como la viralización de las teorías complot, a veces reforzadas por discursos políticos negacionistas del cambio climático– continúan siendo muy preocupantes.

Comunicación corporativa-institucional y responsabilidad social

La comunicación corporativa-institucional tiene un rol importante. A pesar de que, para el análisis de la estrategia comunicativa, se puede distinguir entre las empresas que pertenecen a sectores industriales que tradicionalmente han perjudicado al medio ambiente y aquellas que no intervienen de forma directa, hay que prestar atención en cómo la comunicación ha transitado hacia discursos basados en la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente. ¿Qué se está haciendo

desde el ámbito de la comunicación corporativa y las relaciones públicas? ¿Cuáles son las características del *greenwashing*?

Narrativas y contenidos desde el entretenimiento

Son muchos los ámbitos culturales desde donde se pueden generar discursos que ayuden a concienciar a la población sobre la crisis climática. A modo de ejemplos, podemos citar el cine, los videojuegos, la música, el teatro de denuncia... Dado que gran parte de la oferta cultural se dirige a la población juvenil, queremos destacar que también nos gustaría poder contar con estudios enfocados a conocer la oferta dirigida a niños y adultos.

Activismos, luchas sociales y ecofeminismo

El activismo ambiental tiene una larga historia. Pensemos, por ejemplo, en los discursos ecologistas y las estrategias comunicativas de Greenpeace, que enseguida vio cómo llegar al periodismo audiovisual en una época donde todavía no disponíamos del potencial de las redes sociales digitales. Pero, además del análisis histórico, también nos interesa recoger propuestas sobre luchas de creación más reciente como el ecofeminismo, un movimiento social que une las premisas del ecologismo y el feminismo, o la crisis ecosocial, que lleva a pensar la humanidad en simbiosis con el resto de las especies.

Envío de las propuestas de comunicación

La presentación de las propuestas de comunicaciones (resúmenes o *abstracts*) permanecerá abierta hasta el 20 de marzo de 2026, a través del formulario que se publicará próximamente.

Los resúmenes serán de entre 300 y 350 palabras, e incluirán 6 palabras clave (*keywords*). En el mismo documento se deben incorporar los datos del autor/a (nombre, apellidos, correo electrónico, universidad o institución), así como un breve currículum (2-3 líneas). Se aceptarán comunicaciones redactadas en catalán, castellano, otras lenguas románicas o inglés. El título, el resumen y las palabras clave deberán presentarse en el idioma de la comunicación y en inglés.

El documento estará redactado utilizando el tipo de letra Times New Roman, de 12 puntos, con un interlineado de 1,5.

El comité científico evaluará las propuestas recibidas semanalmente y emitirá su valoración en un plazo aproximado de dos semanas desde su recepción.

Publicación de las comunicaciones (opcional)

Las comunicaciones completas que se ajusten a las normas formales de admisión indicadas en el siguiente apartado serán consideradas para su publicación en *Comunicació. Revista de Recerca i Anàlisi* (Web of Science Core Collection, Latindex, DICE, RESH, RACÓ, MIAR, ISOC, Dialnet, CCUC, DOAJ, sello de calidad de la FECYT).

La eventual publicación de los textos estará sujeta al **proceso de revisión** ciega y por expertos que llevará a cabo el equipo de revisores/as de la revista y el comité científico del IX Congreso Internacional de Investigación en Comunicación.

Cada autor/a puede presentar más de una comunicación.

Características formales de redacción para comunicació. Revista de recerca i d'anàlisi

Aquellas personas participantes que quieran optar por publicar en *Comunicació. Revista de Recerca i Anàlisi* deben enviar el texto completo como documento adjunto a congres.scc@correu.iec.cat con el título del mensaje "Article IX Congrés SCC 2026_Apellido autor/a de correspondencia", hasta el 23 de abril de 2026.

Estas comunicaciones deberán cumplir las siguientes características formales: deben ser textos inéditos, que no estén en proceso de publicación en otras revistas o libros. En la primera página se deberá incluir el título en catalán e inglés (al principio), así como un resumen de entre 100 y 150 palabras y 6 palabras clave, en catalán, inglés y en el idioma de la comunicación. El texto utilizará el tipo de letra Times New Roman, de 12 puntos, con un interlineado de 1,5. La extensión será de un mínimo de 6.000 palabras y un máximo de 8.000. En cuanto a las referencias bibliográficas, las instrucciones completas son accesibles en el sitio web de la revista o a través del siguiente enlace:

[instrucciones para autores](#)

Calendario y tarifas del congreso

Fechas clave

- Fecha límite de envío de las propuestas: **20 de marzo de 2026**
- Comunicación de la aceptación de propuestas: **entre una y dos semanas desde la recepción de la propuesta**
- Pago con descuento: **3 de abril de 2026**
- Fecha límite envío de la comunicación completa para optar a publicación: **23 de abril de 2026**

Tarifas estándar (a partir del 4 de abril)

- Socios/as: **0 €**
- Tarifa general: **195 €**
- Estudiantes* de máster y doctorado: **95 €**
- Estudiantes* de grado: **45 €**

Tarifas con descuento (hasta el 3 de abril)

- Socios/as: **0 €**
- Tarifa general: **140 €**
- Estudiantes* de máster y doctorado: **80 €**
- Estudiantes* de grado: **35 €**

* Los estudiantes de grado, máster o doctorado tendrán que demostrar su condición con el envío de un documento acreditativo al correo electrónico del congreso.

Contacto

Las dudas y consultas pueden dirigirse al siguiente correo electrónico: congres.scc@correu.iec.cat

Formulario de inscripción

[enlace al formulario](#)

Solicitud de alta como socio de la Societat Catalana de Comunicació

Si usted todavía no es socio/a de la Societat Catalana de Comunicació, puede hacerse socio de la siguiente manera:

1. Rellenar el formulario que encontrará a su disposición en la web de la Societat Catalana de Comunicació:

[enlace al formulario](#)

2. Enviar el CV y la solicitud de alta de socio a la dirección de correo electrónico scc@iec.cat con el título de mensaje "Alta nuevo socio SCC".
3. Efectuar el pago de la cuota correspondiente al año 2026 antes del 6 de abril de 2026, a través de un ingreso por cuenta bancaria en el número de cuenta que se comunicará una vez aceptado el abstract. Aclaración: el número de cuenta que el socio ha informado en el formulario del apartado 1 recibirá la primera anualidad a partir del año 2027, correspondiente a la cuota de ese año.

En caso de darse de alta como socio dentro de plazo, la cuota de inscripción del Congreso de 2026 queda exonerada.

Presidència del congrés
Chair of the congress
Presidencia del congreso



Dr. Joan Francesc Fondevila Gascón
(Universitat Ramon Llull)



Dra. Amparo Huertas Bailen
(Universitat Autònoma de Barcelona)



Dr. Marc Compte Pujol
(Universitat Oberta de Catalunya)



Dr. Bertran Salvador i Mata
(Universitat Pompeu Fabra)

Secretaria tècnica
Secretary
Secretaria técnica



Sr. Joan Monje Cano

Comitè científic
Scientific committee
Comité científico



Dr. Adrià Alsina Leal
(Universitat de Vic)



Dr. Alexis Apablaza-Campos
(Universidad UNIACC de Chile)



Dr. Gaspar Berbel Giménez
(Escola Universitària Mediterrani -
Universitat Girona)



Dr. Joseph Oliver Boyd Barrett
(California State University Channel
Islands, USA)



Dr. Lluís Codina Bonilla
(Universitat Pompeu Fabra)



Dra. Denise Cogo
(Escola Superior de Propaganda e
Marketing do Brasil)

Dr. Sergi Cortiñas Rovira
(Universitat Pompeu Fabra)



Dr. Lluís Costa Fernández
(Universitat de Girona)



Dra. Liliane Dutra Brignol
(Universidade Federal de Santa
Maria, Brasil)



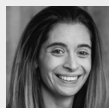
Dr.h.c. David Lowen
(Leeds Beckett University,
United Kingdom)



Dr. Francesc Martínez Sanchis
(Universitat de València)



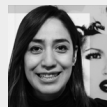
Dr. Alejandro Morales Vargas
(Universidad de Chile)



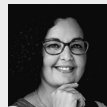
Dra. Mònica Puntí Brun
(Universitat de Girona)



Dra. Sonia Roa Trujillo
(Fundación Universitaria Sanitas -
Unisanitas, Colombia)



Dra. Metzneri Sánchez-Meza
(Universitat de Lleida)



Dra. Mariana Sueldo
(Vilnius University, Lithuania)