

Call for papers
**Revista Mediterránea de Comunicación/
Mediterranean Journal of Communication**
V14N2
(julio 2023)

Fecha tope envíos: 15 diciembre 2022

Envíos: <http://goo.gl/99Xtg1>

Revista Mediterránea de Comunicación / Mediterranean Journal of Communication invita al envío de textos para el monográfico ***Comunicación para la creación de conciencia ciudadana en la transición ecológica y la economía azul***, coordinado por el Dr. Francisco Fernández Beltrán (Universitat Jaume I, Castellón, España), la Dra. Maria Josep Picó (Universitat Jaume I, Castellón, España) y la Dra. Tania Ouariachi (Hanze University of Applied Sciences, Groningen, Netherland) que se publicará en julio de 2023 (V14N2). **Fecha tope de recepción de artículos: 15 de diciembre de 2022.** See details in [English](#).

Comunicación para la creación de conciencia ciudadana en la transición ecológica y la economía azul

El cambio climático representa la principal amenaza para la vida y el bienestar en la Tierra. Ante esta situación, es necesaria no solo la movilización de los Gobiernos, sino también de las empresas y de la ciudadanía, para, conjuntamente, intentar contener este riesgo global. Para ello, es fundamental promover una conciencia ecológica más amplia en toda la sociedad. En paralelo, el [Pacto Verde Europeo](#) y el [Plan de Recuperación para Europa](#) han definido las líneas prioritarias para la economía europea, entre las que destacan las relacionadas con la transición ecológica y la economía azul, en consonancia también con los [Objetivos de Desarrollo Sostenible](#) (ODS).

En este contexto, el papel de la comunicación es crítico. En primer lugar, para lograr una adecuada difusión de la información, a través de una actividad periodística ambiental de calidad, del uso de nuevos medios para explicar el relato ambiental y de la formación en educomunicación para combatir la desinformación. En segundo lugar, para crear una conciencia ciudadana comprometida con la transición ecológica y la economía azul, y favorecer su participación en el debate y diseño de nuestro planeta futuro.

A partir de estas premisas, se propone la reflexión y debate en torno a los siguientes ejes:

- ¿Qué papel juegan los medios de comunicación en el consenso social sobre la transición ecológica y la economía azul?
- ¿Cómo pueden participar las empresas en la construcción de una nueva conciencia ambiental?
- ¿Qué narrativas audiovisuales se desarrollan alrededor de los conceptos de la transición ecológica y la economía azul?