

aDResearch

International Journal of Communication Research

Número Especial, Vol. XXVI, nº XXVI (julio 2021)

Call for papers - Llamada a artículos

COMUNICACIÓN, EMPRESA Y SOCIEDAD
especial CONGRESO HERMES

Editores invitados:

Dr. Fernando Oliveira Paulino

Facultad de Comunicación, Universidad de Brasilia.

Dr. Oliver Carrero Marquez

Depto. Comunicación y Publicidad, ESIC Business & Marketing School.

La revista **aDResearch ESIC** Revista Internacional De Investigación En Comunicación (<https://www.esic.edu/adresearch>) invita a la comunidad académica, nacional e internacional, a presentar propuestas de artículos para un monográfico especial, correspondiente al número XXVI, que será publicado en julio de 2021.

La temática de este número especial se alinea con el I Congreso Internacional HERMES centrado en el ámbito de la comunicación en sus diferentes vertientes de manera general, pero con especial interés en el papel de la comunicación como vínculo entre la empresa y la sociedad.

En estas últimas décadas, el vínculo entre la empresa y la sociedad se ha visto modificado de una manera profunda dando lugar a un nuevo escenario de intensas relaciones. Buena prueba de ello son las palabras de Klaus Martin Schwab, fundador y Director Ejecutivo del Foro Económico Mundial que ya en 2008 establecía cinco grandes modalidades de compromiso entre la empresa y la sociedad. Así, términos como gobierno corporativo, filantropía empresarial, responsabilidad social corporativa, emprendimiento social corporativo o ciudadanía corporativa global son algunos de estos nuevos compromisos que han ido ganando en presencia y relevancia dentro de las organizaciones. El papel de la comunicación ante estos nuevos retos no es menor, tanto como pieza clave en su construcción como en su desarrollo y difusión entre sus diferentes públicos. Organizaciones

de todo tipo han incorporado dentro de sus estrategias de comunicación estas demandas de manera muy activa, expandiendo horizontal y verticalmente la agenda.

Con el objetivo de analizar y valorar el nuevo escenario al que las empresas y la sociedad se enfrentan, este número especial de la revista **adResearch ESIC** pretende ser un punto de encuentro entre investigadores académicos que, desde diferentes perspectivas y sectores, ofrezcan un análisis actual y novedoso. Así, serán bienvenidos los artículos que aborden, entre otros, los siguientes ejes temáticos:

- Marcas y consumidores: una nueva relación
- Comunicación, arte y mecenazgo empresarial: nuevos retos para mejorar la sociedad
- Identidad, imagen y cultura corporativa como elementos de comunicación
- La reputación en la estrategia de comunicación
- Responsabilidad social, activismo y propósito corporativo
- Comunicación, empresas, poder y democracia
- Organizaciones, acceso a la información y rendición de cuentas
- Ética, instituciones y ciudadanía
- Empresas, libertad de expresión e Internet
- Comunicación y publicidad corporativa
- *Mass Media* como transmisores de valor en la nueva relación Sociedad-Empresa
- Nuevos actores sociales en la transmisión de intangibles: prosumer y emirec
- Sostenibilidad empresarial

Igualmente se aceptarán contribuciones de otras líneas temáticas presentes en el congreso que planteen cuestiones relevantes para la comunicación desde una óptica corporativa, interna y/o comercial.

Los **idiomas aceptados** son: inglés y español.

Los artículos pueden ser teóricos o procedentes de trabajos empíricos, realizados en torno a Proyectos de investigación, y que cumplan con el esquema propio de un artículo científico: Introducción, Método, Resultados, Discusión, Conclusiones y Referencias Bibliográficas.

Todos los textos han de ser originales e inéditos y no pueden estar en proceso de evaluación o maquetación en otras publicaciones.

Los artículos deberán atenerse a la normativa de la revista, que puede consultarse en <https://www.esic.edu/adresearch/normas-de-publicacion>.

Se recomiendan, como mínimo, entre 20 y 30 referencias bibliográficas actualizadas, de las que el 75% ha de ser procedentes de artículos de alto impacto académicos y, al menos, un 40% debe proceder de bibliografía en inglés.

Fechas a tener en cuenta:

- Presentación de originales: 1 de abril de 2021.
- Aceptación y evaluación de originales: 15 de mayo de 2021.
- Publicación online: julio 2021.

Las/os autoras/es que deseen trasladar a los Editores Invitados sus cuestiones relativas al número monográfico pueden hacerlo a través de los siguientes correos electrónicos:

Dr. Fernando Oliveira Paulino: paulino@unb.br

Dr. Oliver Carrero Marquez: oliver.carrero@esic.edu

Los artículos deberán enviarse a las siguientes direcciones:

susana.fernandez@esic.edu

articulos.adresearch@esic.edu