

II Simposio Internacional de Investigación de Gestión de la Comunicación

De los medios y la comunicación de las organizaciones a las redes de valor

NORMAS DE EDICIÓN Y PRESENTACIÓN

Los trabajos elaborados para su presentación en el “II Simposio Internacional sobre Gestión de la Comunicación: De los medios y la comunicación de las organizaciones a las redes de valor”, deben seguir estrictamente las normas indicadas a continuación, tanto en el caso de los resúmenes (abstracts) como en el de las comunicaciones completas.

Los autores/as que no se ajusten a ellas serán requeridos para modificar sus trabajos, siendo en último caso la inobservancia de estas normas motivo de exclusión de las comunicaciones respectivas.

PRESENTACIÓN DE ABSTRACTS

Los resúmenes, elaborados en castellano, inglés, portugués, francés, gallego, catalán o eusquera, se harán sobre una página en blanco, en la que únicamente deben constar los siguientes elementos:

1. Título de la comunicación.
2. Resumen: breve descripción (máximo 300 palabras) del contenido del trabajo propuesto, haciendo referencia a la metodología, los objetivos y las conclusiones esperadas.
3. Palabras clave (máximo 6).

Desde los apartados “Normas de Presentación” y “Envío de trabajos” de la página web del congreso (simposioxescom.org) puede descargarse un modelo de abstract en formato Word.

Con el objetivo de garantizar el anonimato en el proceso de revisión, el documento PDF que se envíe a través de la plataforma EasyChair con el abstract **DEBE SER CIEGO**, es decir, no deben constar en él (ni en el texto, ni en el título del archivo) el nombre de los autores, entidad, afiliación, e-mail o cualquier otro dato que permita su identificación.

Para el envío de resúmenes se seguirá lo indicado en el apartado “Envío de trabajos” de la página web del congreso (simposioxescom.org): se accederá a la plataforma EasyChair (<https://easychair.org/conferences/?conf=xescom2016>) con el nombre de usuario y contraseña. En el menú superior se selecciona “New Submission”, se completan los datos requeridos, se adjunta el abstract en formato PDF (según el modelo indicado) y finalmente se envía toda la información clickando “Submit”.

II Simposio Internacional de Investigación de Gestión de la Comunicación

De los medios y la comunicación de las organizaciones a las redes de valor

PRESENTACIÓN DE COMUNICACIONES COMPLETAS

Desde los apartados “Normas de Presentación” y “Envío de trabajos” de la página web del congreso (simposioxescom.org) puede descargarse un modelo de comunicación en formato Word. En todo caso, los trabajos completos, elaborados en castellano, inglés, portugués, francés, gallego, catalán o eusquera, se harán sobre una página en blanco, de acuerdo con las siguientes normas de presentación y estructura:

- Los márgenes superior e inferior serán de 2,5 cm., mientras que los laterales serán de 3 cm. (márgenes por defecto de Word). Las páginas irán numeradas en la esquina inferior derecha.
- En primer lugar figurará el título, que se redactará en Calibri, cuerpo 14, negrita y centrado, interlineado sencillo y con una extensión máxima de 2 líneas. A continuación (un espacio) título en inglés, sin negrita y en cursiva.
- Bajo el título (tres espacios): nombre y apellidos del autor/es, institución de afiliación y correo (cada dato en una línea diferente). Todo ello en Calibri, cuerpo 12, centrado e interlineado sencillo. Para el nombre del autor se usará negrita. Al final de la comunicación (en formato de nota) deberá ir un breve CV del autor/es (máximo 150 palabras por currículum), incluyendo ciudad y país.
- A continuación (dos espacios) se incluirá el resumen (máximo 300 palabras) y las palabras clave (máximo 6) en Calibri, cuerpo 12, justificado a ambos lados e interlineado sencillo. Las expresiones “resumen” y “palabras clave” irán en negrita. Un apartado y otro deben repetirse a continuación en inglés.
- El cuerpo de los manuscritos, separado con dos espacios de las palabras clave, se redactará en Calibri, cuerpo 12, interlineado sencillo, espaciado entre párrafos 12 puntos (sin doble “intro”), justificados a la izquierda y derecha, sin tabulaciones.
- Todos los trabajos incluirán al menos los siguientes epígrafes: 1. Marco Teórico, 2. Metodología, 3. Resultados, 4. Discusión y Conclusiones, 5. Referencias Bibliográficas.
- Los epígrafes del artículo se numerarán manualmente (no numeración automática de Word) y en arábigo, con un máximo de tres niveles, en Calibri, cuerpo 12, centrado y según estos ejemplos en cuanto a uso de mayúsculas y negritas: **1. PRIMER EPÍGRAFE, 1.1. Segundo epígrafe, 1.1.1. Tercer epígrafe.** La extensión

II Simposio Internacional de Investigación de Gestión de la Comunicación

De los medios y la comunicación de las organizaciones a las redes de valor

de estos epígrafes será como máximo de dos líneas, aunque preferiblemente de una.

- Las tablas, gráficos e imágenes serán incluidos en el texto, numerados en arábigo y con título en la parte superior y fuente en la inferior; ambos en Calibri, cuerpo 11, centrado. Los gráficos y tablas serán insertados siempre en formato imagen (JPG), nunca en formatos que permitan su edición, no sobrepasarán los márgenes de edición del resto del documento (para evitar que se corten al imprimir) y los textos que incluyan deben ir igualmente en Calibri, con un tamaño de letra legible.
- Las citas textuales se incluirán en el texto, entre comillas (sin cursiva) e indicando la fuente en formato Harvard: (Nombre y apellido del autor, año: página). Si la cita tiene 40 palabras o más, se incluye en párrafo aparte, en Calibri 11, sin comillas, sin cursiva y con sangría a la izquierda de 3 cm.
- Las notas deberán limitarse al máximo, situadas a pie de página, numeradas correlativamente en arábigo, con tipografía Calibri, cuerpo 9, justificadas a la izquierda.
- Para todo aquello no especificado en estas normas, así como para la configuración de las referencias bibliográficas se seguirá lo dispuesto en las normas APA (disponibles en la web del Congreso). En el caso de la bibliografía, el texto se justificará a la izquierda, los enlaces, caso de existir, aparecerán activados y se tendrán en cuenta además los ejemplos que se indican en el siguiente apartado. Entre las referencias bibliográficas **sólo se incluirán las citadas en el texto** de la comunicación.
- Extensión máxima de las comunicaciones: **6.000 palabras, abstracts y referencias bibliográficas incluidos.**
- Los archivos serán remitidos en formato PDF y Word (en ambos formatos) siguiendo lo dispuesto en el apartado “Envío de Trabajos” de la página web del Congreso (simposioxescom.org):
 - El envío de las comunicaciones completas se hará en formato PDF y Word. En primer lugar se accederá también a EasyChair con el nombre de usuario y contraseña. En el menú superior se selecciona “Submission XX” (donde XX es el número que la plataforma le haya asignado al trabajo de cada autor) y en el menú de la derecha se accede a “update file”. Se adjunta en formato PDF el archivo con la comunicación y se envía clickando en “Submit”.

II Simposio Internacional de Investigación de Gestión de la Comunicación

De los medios y la comunicación de las organizaciones a las redes de valor

- Al mismo tiempo, a fin de poder ser incluido en las actas del congreso, se enviará también copia del texto completo en formato Word al correo electrónico redexescom@gmail.com con el siguiente asunto: **Proceedings_Submission_XX** (siendo XX el número que identifica a la comunicación en EasyChair), **especificando obligatoriamente a cual de los tres WorkShops propuestos se desea adscribir la comunicación** (consultar el apartado “Envío de Trabajos” de la página web).

EJEMPLOS DE REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Libros y Capítulos de Libro

Libros:

Filgueiras Martínez, I. (2015). *Comunicación y crisis*. Barcelona: Paidós.

Rodríguez Freire, J. (2001). *El conflicto de los derechos audiovisuales en las retransmisiones deportivas en radio. El caso de la Liga de Fútbol Profesional*. Vigo: Universidad de Vigo.

Capítulos de libros:

Pena Álvarez, P. (2014). Las redes sociales como factor diferencial en el periodismo asiático. En S. Direito, *De los medios a los metamedios* (104-163). Santiago: Iacobus.

Valencia Araújo, H. J. (2007). Los estudios de neurociencia en el contexto de la Marca España. En M. Arnosó López, A. Acuña y J. Pujol (Coords.), *Neurociencia aplicada a los estudios de comunicación social* (13-42). Madrid: Siglo XXI.

Publicaciones Periódicas

Artículo de revista (un autor):

Hood, R. (2014). Presencia y actividad de los miembros del Consejo Superior de Investigaciones Científicas en ResearchGate y Academia.edu. *Gallaecia*, A6, 214-305.

Artículo de revista (hasta tres autores):

Seijo Romero, S., Pita Lois, L. D. y Bernárdez, R. (2012). Comunicación institucional en la administración autonómica española. *Orbis*, 20, 168-181.

II Simposio Internacional de Investigación de Gestión de la Comunicación

De los medios y la comunicación de las organizaciones a las redes de valor

Artículo de revista (cuatro o más autores):

Clinton, W. et al. (2006). Environmental communication and health. *American Journal*, 12(2), 783-671.

Medios Electrónicos

Publicación periódica:

Domínguez Carretero, R. (2012). Redes sociales científicas, oportunidad y mayor complejidad, *Argentum*, Vol. XIX, 3. Recuperado el 30 de septiembre de 2014, de http://www.argos.ve/fcom/comunicar/es/articulo.php?art_id=376

Documento en línea:

Cartelle Rozalén, J. y Manrique Torné, H. (2013). *Uso de las redes sociales generalistas como herramientas docentes en las universidades españolas*. Recuperado el 3 de enero de 2015, de http://www.redesyeducacion.org/10SLCS/documentos_2013/10Cartelle.pdf

Artículos de Internet de publicaciones que existen en papel:

Lamaselle Ortiz, D. (2007). La presencia en entornos digitales como factor diferencial en la difusión de la investigación en comunicación. *Jornal Galegoportuguês de Comunicação*, 11, 242-253. Recuperado el 27 de octubre de 2013, de <http://jornalgalgopo.pt/presenciadigitaldiferencial/pdf/167/367084123.pdf>

Artículos de revista que sólo se publican en Internet:

Martínez Iglesias, F. (2012). Ecosistema mediático y el activismo social. *Revista Rocés*, 42. Recuperado el 5 de diciembre de 2015, de http://www.roces.org/O/O42/ecosistema_65/42_Martinez_M12.pdf