

XII Congreso Internacional de Investigación en Relaciones Públicas

“RRPP: Retos y oportunidades para la estrategia”

3, 4 y 5 de mayo de 2017 – Pontevedra (España)

Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad de Vigo

NORMAS PROPUESTA DE COMUNICACIÓN COMPLETA

Fecha límite para enviar la **COMUNICACIÓN COMPLETA**: 26/02/2017

A través de la página web de la **Asociación de Investigadores en Relaciones Públicas (AIRP)**

(<http://airrpp.org/comunicaciones-xii-congreso-airp-2017/>)

CRITERIOS DE PRESENTACIÓN

Con respecto al **contenido de la investigación**:

- a) El título de la comunicación no debe ser genérico, sino específico y que se ciña estrictamente a los contenidos / objetivos desarrollados, o bien que se concrete el título mediante un subtítulo explicativo.
- b) Se debe concretar la comunicación en los aspectos más innovadores y específicos del estudio y no en cuestiones generalistas.
- c) A lo largo del texto deben aparecer referencias EXPLÍCITAS a las Relaciones Públicas, sin olvidar en ningún momento que el fin último del Congreso es abordar temas específicos de esta disciplina científica.

NORMAS DE ESTILO PARA COMUNICACIÓN ESCRITA

- a) Presentación

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN COMPLETA

- Las normas de publicación se basarán en las de la American Psychological Association (APA) <http://flash1r.apa.org/apastyle/basics/index.htm> (tutorial básico).
- El título y subtítulo del artículo se redactará en Cambria, cuerpo 16, negrita y centrado, interlineado sencillo, a continuación en inglés, sin negrita. Los manuscritos se redactarán el Calibri, cuerpo 12, interlineado 1,5, espaciado entre párrafos 12 puntos, justificados a la izquierda y derecha, sin tabulaciones.
- Las notas irán al pie de página, tipografía Calibri, cuerpo 10.
- Los márgenes será de 2,5 en toda la página (laterales, superior e inferior).
- Extensión máxima: 4.000-6.000 palabras
- Los archivos serán remitidos en formato Word (PC).

b) Estructura

- Título en dos idiomas (español/inglés; francés/inglés; portugués/inglés; inglés/español).
- Nombre/s de autor/es, con un máximo de 3 (nombre, institución, afiliación, email), en Calibri, cuerpo 12, interlineado sencillo. A pie de página deberá ir un breve CV del autor/es, así como ciudad, país). Se recuerda que los datos de los autores deberán ir incluidos únicamente en FORMULARIO DE PRESENTACIÓN. En el archivo principal del texto del resumen y de la comunicación completa no podrán incluirse estos datos, ya que se trata de una revisión anónima por pares.
- Resumen en dos idiomas, con un máximo de 300 palabras (español/inglés; francés/inglés o español; portugués/inglés o español) en Calibri, cuerpo 12, interlineado sencillo.
- Palabras clave en dos idiomas, con un máximo de 6 descriptores (español/inglés; francés/inglés; portugués/inglés; inglés/español).
- Se deberá seguir la siguiente estructura para el desarrollo del manuscrito:

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN COMPLETA

1. Sumario (**en dos idiomas**: español/inglés; inglés/español; francés/inglés o español; portugués/inglés o español).
2. INTRODUCCIÓN
3. MARCO TEÓRICO
4. METODOLOGÍA
5. RESULTADOS
6. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES
7. REFERENCIAS (siguiendo las indicaciones de APA)

- Las notas deberán aparecer a pie de página.
- Las tablas y figuras serán incluidas en el texto, numeradas con número arábigo y con título en la parte superior y fuente, en la inferior (Calibri, cuerpo 12, normal, centrado).
- Los epígrafes del artículo se numerarán en arábigo, con un máximo de tres niveles y en Calibri, cuerpo 12. Ejemplo: **1. PRIMER EPÍGRAFE, 1.1. Segundo epígrafe, 1.1.1. Tercer epígrafe.**

c) Referencias bibliográficas (según norma APA-EJEMPLOS)

CITAS TEXTUALES

- Citas textuales directas con menos de 40 palabras: Se incorporarán en el texto y se escribirán entre comillas y con su debida procedencia (apellido autor, año: página).
- Citas textuales directas con más de 40 palabras: Se escribirán fuera del texto, con una tabulación a doble espacio. Al concluir la cita, entre paréntesis, el apellido del autor, año de publicación y el número de página/s. Puede escribirse el apellido y el año al anunciar la cita, escribir la cita en bloque y cerrar con el número de página o el año y página. Queda a elección del autor el orden de estos elementos en el texto: (apellido autor, año: página).
- Citas indirectas: El autor parafraseará la información de un texto y utilizará sus propios términos. Se deberá hacer referencia al autor original y al año de la

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN COMPLETA

publicación, no incluir número de páginas. Estas citas también se incluirán en el texto.

LIBROS Y CAPÍTULOS DE LIBRO

Libros:

CASTILLO ESPARCIA, A. (2011). *Lobby y Comunicación*. Sevilla: Comunicación Social.

CHAMIZO SÁNCHEZ, R. (2003). *Introducción a la comunicación turística. El valor de la imagen en la comercialización de productos turísticos*. Málaga: Universidad de Málaga.

Capítulos de libros:

ALMANSA MARTÍNEZ, A. (2009). La e-democracia en América Latina. Un estudio de la interactividad entre poderes públicos y ciudadanos. En A. Cañizález, *Tiempos de cambio, política y comunicación en América Latina* (77-92). Venezuela: UCAB.

FERNÁNDEZ TORRES, M. J. (2004). La publicidad local y las organizaciones no gubernamentales. En R. López Lita, F. Fernández y A. Durán (Coords.), *La publicidad local* (265-274). Castellón: Universitat Jaume I.

PUBLICACIONES PERIÓDICAS

Artículo de revista (un autor):

SMOLAK LOZANO, E. (2011). Relaciones Públicas en las redes sociales. Publicity personal de los usuarios personales de Facebook. El modelo, las estrategias y la evaluación. *Actas Icono 14*, A6, 328-353.

Artículo de revista (hasta tres autores):

SUÁREZ VILLEGAS, J.C., ROMERO DOMÍNGUEZ, L. y ALMANSA MARTÍNEZ, A. (2009). El periodismo en el espejo. La profesión analizada por periodistas andaluces. *Revista Ámbitos*, 18, 157-175.

Artículo de revista (cuatro o más autores):

GOLOB, U. et al. (2009). Corporate social responsibility and transparent pricing in the case of the euro changeover. *Corporate Communications: An International Journal*, 14(4), 456-469.

MEDIOS ELECTRÓNICOS

Publicación Periódica:

CASTILLO ESPARCIA, A. y CARRETÓN, M.C. (2010): Investigación en Comunicación. Estudio bibliométrico de las revistas de comunicación en España, *Comunicación y Sociedad*, Vol. XXIII, 2. Recuperado el 10 de julio de 2011, de http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art_id=372

Documento en línea:

PROPUESTA DE COMUNICACIÓN COMPLETA

ÁLVAREZ NOBELL, A., RUIZ MORA, I. y OLMEDO SALAR, S. (2010). *La proyección de los hospitales públicos en la prensa local. El caso de Andalucía*. Recuperado el 10 de julio de 2011, de http://www.revistalatinacs.org/10SLCS/actas_2010/10Alvarez.pdf

Artículos de Internet de publicaciones que existen en papel:

CANCELO SAN MARTÍN, M. (2006). La comunicación de las fuerzas de seguridad del Estado. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, 94, 66-71. Recuperado el 10 de Julio de 2011, de <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/160/16009412.pdf>

Artículos de revista que sólo se publican en Internet:

RUIZ MORA, I. (2011). Cristalizando la opinión pública, de Edward L. Bernays. *Revista Razón y Palabra*, 75. Recuperado el 10 de julio de 2011, de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico_75/32_Ruiz_M75.pdf