

## Normas para autores/as Guidelines

### I. Aportaciones

La Revista Internacional de Relaciones Públicas publica dos números al año y acepta resultados de investigaciones, estudios, experiencias y reseñas bibliográficas, especialmente del ámbito internacional, escritos en español, inglés, francés o portugués. Los trabajos deben ser originales, sin haber sido publicados en ningún otro medio ni estar en proceso de publicación, siendo responsabilidad de los autores el cumplimiento de esta norma.

### II. Proceso editorial

La Revista Internacional de Relaciones Públicas comunicará la recepción de los trabajos enviados por los autores/as, dando información actualizada y periódica sobre el proceso de aceptación, desestimación, edición y publicación.

Los autores podrán enviar sus aportaciones a la revista sin ajustarse a ninguna convocatoria, simplemente se tendrán que registrar en la página web de la revista (<http://revistarelacionespublicas.uma.es/index.php/revrrpp>) y enviar a través de la aplicación sus trabajos. Igualmente existirán convocatorias de números editoriales o monográficos con convocatorias propias. Sólo se someterán a revisión, los artículos enviados a través de la aplicación, ya que todas las comunicaciones con el autor se realizarán a través de la misma.

Se seguirá el proceso de revisión ciega por pares y en caso de disparidad, se someterá el artículo a la revisión de un tercer evaluador. En todo caso los evaluadores serán externos a la publicación. Los autores podrán sugerir nombres de posibles revisores. El plazo de evaluación máximo será de 4 semanas a partir de la recepción del artículo. Los autores recibirán los informes anónimos de evaluación. Igualmente los artículos aceptados para su publicación se enviarán a los autores para su corrección y posterior devolución a la revista para su posterior publicación.

Los artículos se enviarán a través de la plataforma de la Revista Internacional de Relaciones Públicas (<http://revistarelacionespublicas.uma.es/index.php/revrrpp>). Cada propuesta de revisión (artículo, estudio, reseña) deberá llevar dos archivos: portada (con datos personales y de contacto de los autores y dirección postal del autor principal) y documento con el texto sin firma ni alusión a los autores.

### III. Información sobre presentación y estructura

#### a) Presentación

- Las normas de publicación se basan en las de la American Psychological Association (APA) <http://flash1r.apa.org/apastyle/basics/index.htm> (tutorial básico).

- Los manuscritos se redactarán en Calibrí, cuerpo 12; los títulos y subtítulos en Cambria, cuerpo 16 y negrita. Interlineado 1,5, espaciado entre párrafos 12 puntos, justificados a la izquierda y derecha, sin tabulaciones.
- Las notas irán al pie de página (cuerpo 10).
- Los márgenes serán de 2,5 en toda la página (laterales, superior e inferior).
- Extensión máxima: 4000-6000 palabras para las investigaciones y estudios; 1000 palabras para las reseñas de libros.
- Los archivos serán remitidos en formato Word (PC).

#### b) Estructura

- Título en dos idiomas (español/inglés; francés/inglés o español; portugués/inglés o español).
- Autor /es, con un máximo de 3 (nombre, institución, afiliación, email). A pie de página deberá ir un breve CV del autor/es, así como ciudad, país, dirección postal.
- Resumen en dos idiomas, con un máximo de 300 palabras (español/inglés; francés/inglés o español; portugués/inglés o español).
- Palabras clave en dos idiomas con un máximo de 6 descriptores (español/inglés; inglés/español; francés/inglés o español; portugués/inglés o español).
- Recomendamos seguir la siguiente estructura para el desarrollo del manuscrito:
  1. Sumario (en dos idiomas: español/inglés; inglés/español; francés/inglés o español; portugués/inglés o español)
  2. Introducción
  3. Metodología
  4. Resultados
  5. Discusión y conclusiones
  6. Referencias Bibliográficas (siguiendo las indicaciones de APA)
  7. Las notas deberán aparecer a pie de página
  8. Las tablas y figuras serán incluidas en el texto
  9. Los epígrafes del artículo se numerarán en arábigo, con un máximo de tres niveles: **1. PRIMER EPÍGRAFE, 1.1. Segundo epígrafe, 1.1.1. Tercer epígrafe**

#### IV. Guía para la elaboración de referencias bibliográficas (según norma APA-EJEMPLOS)

##### CITAS TEXTUALES

Citas textuales directas con menos de 40 palabras: Se incorporan en el texto y se escribe entre comillas y su debida procedencia “apellido autor (año: página)” ó “(apellido autor, año: página)”.

Citas textuales directas con más de 40 palabras: se escriben 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 páginas. 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 parafrasea la información de un texto y utiliza sus propios términos. Se debe hacer referencia al autor original y al año de la publicación, no incluir número de páginas. Estas citas también se incluyen 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*, (pp. 77-92). Venezuela: UCAB.

Fernández Torres, M. J. (2004). La publicidad local y las organizaciones no gubernamentales, en López Lita, R., Fernández, F. y Durán, A. (Coords.) *La publicidad local* (pp.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):

Suarez 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, en *Comunicación y Sociedad*, Vol. XXIII, 2. Recuperado el 10 de julio de 2011, de [http://www.unav.es/fcom/comunicacionsociedad/es/articulo.php?art\\_id=372](http://www.unav.es/fcom/comunicacionsociedad/es/articulo.php?art_id=372)

Documento en línea:

Alvarez 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](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](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico_75/32_Ruiz_M75.pdf)