

Normas para autores/as

I. Aportaciones

La Revista Internacional de Relaciones Públicas publica dos números al año y acepta resultados de investigaciones, estudios de campo, 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 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 al autor o autores.

La Revista Internacional de Relaciones Públicas se reserva el derecho de hacer y/o solicitar los cambios editoriales convenientes.

III. Información sobre presentación y estructura de los artículos

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).
- 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 Calibrí, 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 Calibrí, 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) en Calibrí, cuerpo 12, interlineado sencillo. 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) en Calibrí, cuerpo 12, interlineado sencillo.
- 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 (siguiendo las indicaciones de APA)
 7. Las notas deberán aparecer a pie de página
 8. 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 (Calibrí, cuerpo 12, normal, centrado)
 9. Los epígrafes del artículo se numerarán en arábigo, con un máximo de tres niveles en Calibrí, cuerpo 12: **1. PRIMER EPÍGRAFE, 1.1. Segundo epígrafe, 1.1.1.** Tercer epígrafe

Reseñas

Nombre del libro en Cambria 16 y datos referentes a autor, año, ciudad, editorial y páginas en Cambria 14, todo centrado. El resto del texto sigue las mismas normas que los artículos, incluir datos del autor de la reseña (nombre, institución, afiliación, email). Se deberá incluir una imagen de la portada del libro en cuestión.

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 con su debida procedencia (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

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 Cañizález, A. *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 López Lita, R., Fernández, F. y Durán, A. (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, 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

Documento en línea:

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