

NORMAS PARA LA PRESENTACIÓN DE COMUNICACIONES X CONGRESO DE PERIODISMO DIGITAL DE HUESCA 12 y 13 de marzo de 2009

Las comunicaciones deberán referirse a una de las áreas temáticas que se abordan en el Congreso:

- 1.- El periodista empresa.
- 2.- Medios 2009. ¿Vivir o sobrevivir en la crisis?
- 3.- Éxito en la crisis.
- 4.- Tertulia. Internet, política y periodismo
- 5.- Periodismo y literatura
- 6.- Periodismo después del iPhone
- 7.- El papel de las agencias en el escenario digital
- 8.- Formación del periodista. Las habilidades digitales

La fecha límite de entrega será el 15 de febrero de 2009 a través del correo electrónico comunicaciones@congresoperiodismo.com con el fin de que el Comité Científico pueda revisarlas y en el plazo de una semana informar de su aceptación definitiva.

Con el objetivo de facilitar al máximo el trabajo de la organización y la posterior publicación de las comunicaciones en primer lugar en la página web del congreso (www.congresoperiodismo.com) y posteriormente en formato CDROM (con su correspondiente ISBN y Depósito Legal), **los autores de las comunicaciones deberán ceñirse a las normas que a continuación se enumeran.**

Para que se publique la comunicación, previamente deberá formalizarse la matrícula de al menos uno de los autores de la misma que tendrá que realizarse de forma inmediata a la aceptación del texto por parte del Comité Científico.

En el caso de que un autor no siga estas normas, la comunicación será devuelta y si la nueva versión no llega en el plazo estipulado, desestimada.

1. CARACTERÍSTICAS GENERALES.

Extensión: entre 8 y 16 páginas, incluyendo los gráficos e imágenes.

El tipo de letra a utilizar será siempre **Arial**:

El cuerpo **12** para el **texto, incluidos títulos y subtítulos.**

El cuerpo **10** para las **notas a pie de página** así como para las **citas dentro del texto que superen las tres líneas.**

El cuerpo **18** exclusivamente para el **Título** de la comunicación que deberá ir en mayúscula y centrado.

Interlineado sencillo tanto en Texto como en Notas.

Texto y Notas a pie de página deben estar **justificados** a izquierda y derecha. La única excepción será el título de la comunicación que debe aparecer centrado. Irán en la parte inferior de cada página, con numeración correlativa para el conjunto del trabajo.

La separación entre párrafos será de una línea en blanco y **NO** habrá sangría a comienzo de párrafo. En las notas al pie, no habrá línea en blanco de separación entre párrafos.

Debajo del título deberá aparecer **Nombre, lugar de trabajo (o titulación del autor) y correo electrónico**, todo ello en tres líneas (una para cada apartado) alineado a la derecha, en minúsculas y en letra normal, es decir, Arial 12 redonda).

Resumen

Debajo del nombre, antes de comenzar el texto, se incluirá un "Resumen" del contenido de la Comunicación (máximo 700 caracteres). La palabra "Resumen" en cursiva y negrita). El resumen propiamente dicho en Arial 12 normal.

Palabras clave

Bajo el "Resumen" se indicarán entre tres y cinco palabras clave. Lo de "Palabras clave:" en letra normal negrita: Las palabras propiamente dichas en letra normal, separadas por comas. Ej.: **Palabras clave:** ciberperiodismo, Aragón, periodista digital.

Lo mismo en inglés, es decir, **Abstract y Keywords**.

Los nombres de **periódicos y revistas** irán **siempre en cursiva**, tanto en el Texto como en las Notas.

Esquema del Texto

La estructura de la Comunicación seguirá el esquema decimal:

1. Minúscula negrita

1.1. Minúscula normal

1.1.1. *Minúscula cursiva*

A ser posible no llegar a divisiones de tipo 1.1.1.1.

Tablas o Gráficos

Deberán titularse ambas opciones bajo el término "Figura" y a continuación el número que le corresponda finalizando con dos puntos y el título de la figura que deberá ir en Arial 10 negrita y justificado. Ej: **Figura 1: Título de la figura** También deberán colocarse justificados las tablas y los gráficos.

Tras la figura deberá indicarse en Arial 10 redonda la fuente de donde se extraen los datos aportados de la siguiente forma. Ej. "Fuente: Elaboración propia".

Bibliografía

Las referencias o citas bibliográficas en el propio texto, y que se recojan en la bibliografía, se realizarán según los siguientes ejemplos:

(Tuchman, 1983, 16).

La bibliografía deberá aparecer al final del texto bajo el título “**Bibliografía**” que aparecerá en negrita y minúscula. La bibliografía se deberá citar de la siguiente forma:

Libro

WOLF, M. (1991): *La investigación de la comunicación de masas* (cursiva), Barcelona, Paidós.

Capítulo libro:

CROVI, D. (1999): “Inequidades del NAFTA/TLCAN: un análisis del sector audiovisual”, MASTRINI, G.; BOLAÑO, C. *Globalización y monopolios en la Comunicación en América Latina*, Buenos Aires, Biblos.

Artículo en revista:

DE PABLOS COELLO, J.M. (2001): “Necesidad de aclarar conceptos y terminología sobre internet”, *Estudios sobre el mensaje periodístico*, núm. 7, Madrid. Págs. 55-57.

Artículo en diario:

BARCELÓ, M.: “Del ábaco a Internet, una historia de la informática”, *El País. Ciberp@ís* (6.1.00).

Artículo en revista digital:

BARANCHUK, M. (2005): “La privatización de ENTEL (1989 – 2001): triunfo y fracaso del neoliberalismo vernáculo” [en línea]. *Eptic On line. Revista electrónica Internacional de Economía Política de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación*, núm. 6, septiembre-diciembre. <http://www.eptic.com.br/revista20.htm>

Revista:

Anàlisi. Quaderns de Comunicació i cultura, Barcelona, Universidad Autónoma de Barcelona. Facultad de Ciencias de la Información. Departament de Teoría de la Comunicació.