

XI FORO UNIVERSITARIO DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN "ESCENARIO ACTUAL DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN: OBJETIVOS, MÉTODOS Y RETOS".

PRESENTACIÓN DE COMUNICACIONES

El XI Foro Universitario de Investigación en Comunicación "Escenario actual de la investigación en comunicación: objetivos, métodos y retos", organizado por el Dpto. de Publicidad y Marketing de la Universidad Nebrija, se celebrará los días 19 Y 20 de noviembre de 2009 en el Campus de la Berzosa, en Hoyo de Manzanares, Madrid.

El objetivo del foro es abordar el tema del estado actual de la comunicación, para ello se pretende reflexionar sobre las nuevas formas de comunicación vs los medios convencionales y evaluar los métodos y técnicas de investigación utilizadas, así como los retos que plantea el futuro de las nuevas tecnologías.

Proponemos a los profesionales y docentes, de las distintas áreas implicadas, que participen con sus comunicaciones y animamos desde aquí a todos los interesados a enviar sus propuestas mediante el siguiente procedimiento.

RESÚMENES

Cualquier interesado en participar en las comunicaciones, deberá enviar antes del **20 de septiembre de 2009** los siguientes requisitos a la siguiente dirección: dpm@nebrija.es

- Título de la comunicación.
- Datos del autor: nombre, profesión, empresa/institución, cargo, dirección, teléfono, fax, etc. y breve currículum profesional.
- Palabras clave.
- Resumen de la comunicación (con una extensión máxima de 300 palabras).
- Mesa a adscribir la comunicación.
- Motivos por los que considera de interés la ponencia para el seminario.
- Material audiovisual que precisará para el desarrollo de su ponencia.

TEXTO COMPLETO

Una vez comunicada la aceptación de la comunicación por parte del Comité del Programa, se enviará el **texto completo antes del 20 de octubre**, ajustándose a las normas de publicación (Ver archivo adjunto: [NORMAS GENERALES DE PRESENTACIÓN](#))

PRESENTACIONES

- Las comunicaciones que finalmente se presenten, deberán ajustarse a un **máximo de 10 minutos de exposición**. Las presentaciones se harán en aulas equipadas de ordenador, cañón de proyección y conexión a la red de Internet.
- Habrá un moderador/relator que hará un resumen de las comunicaciones presentadas durante las sesiones.
- Se recomienda en este sentido una cuidadosa preparación y ensayo del material audiovisual que se desee utilizar.
- Para la correcta coordinación de las **presentaciones** (máximo 10 diapositivas), se enviarán por correo **antes del 10 de noviembre de 2009**.

MESAS DE COMUNICACIONES

- 1. Objetos de estudio de la investigación en comunicación: discursos, medios y públicos.** Este bloque comprenderá las investigaciones y reflexiones que se están desarrollando acerca de los discursos en comunicación, nuevas formas de la comunicación periodística, de entretenimiento y comercial, medios convencionales frente a medios tecnológicos, estudios de recepción y audiencia, educación en comunicación.
- 2. Métodos y técnicas de investigación en comunicación.** Este eje agrupará los trabajos de investigación aplicada a la comunicación en cualquiera de sus ámbitos y cuyo diseño metodológico haya seguido algunas de las técnicas integradas dentro de la metodología cuantitativa (Entrevista personal, Entrevista telefónica, Entrevista online, Sistema mixto...) y/o cualitativa (Grupos de discusión, Minigrupos, Entrevistas en profundidad, etnográfica...)
- 3. Retos de la investigación en comunicación.** En la tercera línea de trabajos se reflexionará sobre los retos de la investigación en comunicación: investigación y creatividad, producción temática, plataformas digitales, televisiones generalistas y temáticas, nuevos públicos y sus demandas, adaptación de contenidos y formatos a las TICs, soportes digitales, comunicación tecnológica y eficacia de la publicidad.

Confiamos en su participación.

Cordialmente:

NORMAS GENERALES DE PRESENTACIÓN

NORMAS GENERALES

- El texto de las comunicaciones deberá tener una extensión mínima de 3.200 palabras (unas 8 páginas).
- La comunicación debe tener los siguientes datos:
 - Nombre completo del autor o autores
 - Datos profesionales/académicos (profesión, empresa/institución, cargo, dirección, teléfono, fax, etc. y breve currículum)
 - Resumen en español/castellano (300 palabras)
 - Palabras clave en español/castellano
 - Motivos por los que considera de interés la ponencia para el seminario.
 - Material audiovisual que precisará para el desarrollo de su ponencia.
- El tipo de letra es Times New Roman 12 (con interlineado de 1,5pt) para cuerpo de texto y Times New Roman 14 (Mayúscula) para **TÍTULO DE LA COMUNICACIÓN**
- Los márgenes son superior e inferior 2,5 cm. derecho e izquierdo 3cm.

EPÍGRAFES

Los epígrafes y subepígrafes irán numerados en estilo negrita. Ejemplo

1. Título de primer nivel (Times New Roman 14)
- 1.1 Título de segundo nivel (Times New Roman 12)
- 1.2 Título de segundo nivel
- 2.
- 2.1. etc.

CITAS

- Toda cita textual deberá ir acompañada de su correspondiente referencia bibliográfica, a pie de página, con una llamada numérica consecutiva escrita como superíndice.
- Para entrecomillar las citas, se utilizarán las comillas altas ("") y, dentro de ellas, las simples (` `).
- Cuando en la cita se suprima algún pasaje innecesario, para indicar tal supresión se utilizarán puntos suspensivos enmarcados por paréntesis.

NOTAS A PIE DE PÁGINA

- Tendrán una numeración consecutiva para toda la comunicación y se escribirán a pie de página.

Para citar un libro, la forma es la siguiente:

APELLIDO, Nombre, (año), *Título de la obra*, Editorial, Ciudad, número de pagina/s (p./pp.)

Para citar capítulos de libros, la norma será:

APELLIDO, Nombre, (año), "Título del capítulo", *en Título de la obra*, Editorial, Ciudad, número de pagina/s (p./pp.)

Para citar artículos de revistas:

APELLIDO, Nombre, (año), "Título del artículo", *Título del periódico o revista*. Vol. (en números romanos), nº (en números arábigos), número de pagina/s (p./pp.)

Para citar artículos de periódicos:

APELLIDO, Nombre (SI EXISTE), "Título del artículo", *Título del periódico o revista*. nº (en números arábigos), día (en números arábigos)-mes (en números romanos)-año (en números arábigos), número de pagina/s (p./pp.)

BIBLIOGRAFÍA CITADA

- Al final de la comunicación se incluirá un listado con la bibliografía citada
- Las referencias bibliográficas se escribirán siguiendo las normas del apartado anterior, una referencia por cada obra y sin el número de páginas.
- Se presentarán en orden alfabético según el autor o editor. Y las distintas obras de un mismo autor en orden cronológico descendente.

ESTILOS DE LETRA

- Se escribirán en cursiva:
 - Los títulos de libros, revistas, periódicos (nacionales y extranjeros), palabras no españolas, etc.
 - Las locuciones y abreviaturas de palabras latinas.
 - Los extranjerismos no aceptados por la Academia. No se sustituirá en éstos la cursiva por comillas.