

XXVI CONGRESO INTERNACIONAL DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA DE PERIODÍSTICA

Periodismo para la transformación social

18-19 de septiembre de 2020

La Sociedad Española de Periodística (SEP) y el Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital de la Universidad de Zaragoza organizan el XXVI Congreso Internacional de la SEP. Con el título «**Periodismo para la transformación social**», esta nueva edición del congreso propone adentrarse en la investigación en periodismo como transferencia de conocimiento hacia la sociedad. Con un enfoque prospectivo, se otorga relevancia a cuáles son las nuevas apuestas y los retos del periodismo en la era postdigital.

La tecnología ya está asentada en los procesos productivos y las estrategias integrales conllevan sobre todo el *responsiveness*. El servicio social de la profesión debe atender los valores-noticia más sustanciales y los fundamentos periodísticos, en pro de la calidad, la responsabilidad, la sensibilidad y, por ende, la deontología.

Las nuevas generaciones han cambiado las demandas tradicionales de consumo informativo por otras, tales como la inmediatez, la inmersión o la interacción, que han hecho que la profesión tenga que adaptarse a otras rutinas productivas. Las nuevas formas de consumo informativo generan la necesidad de repensar la profesión, tratando de apostar por nuevos formatos que despierten interés para la audiencia.

En este contexto, el **XXVI Congreso Internacional de la SEP** plantea generar un debate para llegar a conclusiones sólidas sobre la evolución de la profesión, la transferencia a la sociedad y la recuperación del testigo de la información de calidad.

Este foro científico cuenta con conferencias pronunciadas por expertos internacionales y españoles, y con la contribución de comunicaciones de investigadores y profesionales en el ámbito del periodismo.

Véase más información en: <https://sep2020.egregius.es/>

SELECCIÓN DE COMUNICACIONES

Las comunicaciones tienen que ser originales, actuales e inéditas y deberán referirse a una de las áreas temáticas que se abordan en las distintas mesas temáticas del Congreso:

- 1.- Transformación de la profesión en la sociedad postdigital
- 2.- Nueva estructura de la comunicación: modelos de negocio y emprendimiento
- 3.- Innovación en los contenidos transmedia y redes sociales
- 4.- Nuevas narrativas en comunicación
- 5.- Audiencias tradicionales vs prosumers sociales
- 6.- Educación mediática e innovación docente en la era de los influencers y las fake news
- 7.- La información periodística ante el COVID-19

Las propuestas de comunicación o abstracts para cualquiera de las áreas temáticas deben remitirse antes del 1 de junio de 2020. Las propuestas podrán enviarse en castellano o inglés.

Como norma general, los resúmenes (350-500 palabras) propuestos deberán incluir la información básica con los datos necesarios que evidencien el interés del trabajo (introducción, objetivo principal, estado de la cuestión, metodología aplicada, principales resultados y conclusiones). Para enviar la propuesta y solicitar una modalidad de publicación (libro resúmenes, artículo, capítulo libro) conforme al modelo propuesto.

Cada autor/a puede firmar como máximo dos comunicaciones con el pago de única inscripción. Asimismo, todos los firmantes de las comunicaciones deberán formalizar su matrícula de participación dentro de los plazos establecidos.

Las propuestas de comunicación serán evaluadas por pares a ciegas por parte de miembros del Comité Académico. Los/as autores/as recibirán un correo con la aceptación, sugerencia de modificación o rechazo de su propuesta hasta el 10 de junio de 2020.

Todos los resúmenes (abstracts) de las comunicaciones aceptadas se publicarán en un Libro de resúmenes digital con ISBN, editado por Egregius.

El revisor, una vez que se revise la propuesta tendrá renombrar el archivo añadiendo delante del nombre original del archivo (no borre ese nombre original para poder hacer mejor el seguimiento) alguna de las siguientes palabras:

“Aceptado-“ Si considera que la propuesta es adecuada.

“Desviar a la mesa XX”, Si considera que la propuesta es adecuada pero no concuerda con su línea temática

“Rechazado” Si considera que la propuesta no cumple con lo necesario para ser incluida en el congreso.

Una vez celebrado el Congreso, se seleccionarán las contribuciones que tengan mayor calidad científica y, una vez pasada la revisión por pares, se publicarán en un libro.

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

- Se admitirán textos originales inéditos que no hayan sido publicados anteriormente, ni en libros ni en revistas científicas, ni presentados en congresos.
- Para la valoración de la publicación de los textos se tendrán en cuenta criterios relativos al interés, originalidad y alcance científico del tema, así como a su redacción.
- Los textos deben ser enviados en formato Word, a la siguiente dirección: sep2020comunicaciones@unizar.es.
Fecha límite para el envío: 1 de septiembre de 2020.
- La extensión máxima, incluidas figuras (tablas, gráficos, etc.), notas, referencias bibliográficas, etc. será de 6.500 palabras.
- Los trabajos se presentarán con tipo de letra Times New Roman 11, interlineado sencillo, justificado, sin tabulaciones y con un retorno de carro entre párrafos.
Los márgenes serán de dos cms. en todos los lados de la página.
- El texto incluirá al inicio el título del trabajo y los datos identificativos de todos/as los/as autores/as, por orden de desempeño (Nombre y apellidos completos y filiación – categoría profesional y universidad o, en su caso, centro de trabajo-).
- Se recomienda para los textos la siguiente estructura: I. Introducción; II. Estado de la cuestión; III. Marco teórico; IV. Metodología; V. Análisis de resultados; VI. Conclusiones; VII. Referencias; VIII. Apoyos. IX. Notas
- Las notas deberán ir al final del documento y se utilizarán solo excepcionalmente.
- Las tablas, imágenes y gráficos se indicarán como FIGURA, aparecerán enumeradas en arábigo y se incluirán en el texto en Word, según orden de aparición y tituladas con la descripción del contenido. Debajo de la figura se debe indicar la fuente. Se recomienda su presentación preferentemente en formato JPEG, con una calidad no inferior a 300 ppp y en b/n.

– Las referencias se incorporarán al final del texto y se usará el estilo APA.

Normas para las referencias

- **Artículo de revista**

Cartes-Barroso, M.J. y García-Estévez, N. (2017). El periodismo de marca en España. Una aproximación al perfil del brand journalist. *Textual & Visual Media*, 10, 171-188.

- **Libro completo (Manuales, monografías de investigación, actas, etc.)**

- Bruns, A. (2018). *Gatewatching and news curation: Journalism, social media, and the public sphere. Digital Formations*. New York: Peter Lang.

- Rodríguez, J.M. (Ed.). (2016). *Retroperiodismo, o el retorno a los principios de la profesión periodística*. Madrid:SEP

- **Capítulo libro**

Segura-Anaya, A., Marta-Lazo, C., y Martínez-Oliván, N. (2016). Periodistas aragonesas y convergencia digital. Estudio sobre los efectos de internet en las condiciones laborales de mujeres periodistas en los medios en Aragón. En J.M. Rodríguez (Ed.). *Retroperiodismo, o el retorno a los principios de la profesión periodística (pp. 43-58)*. Madrid: SEP.

- Se recomienda indicar el doi cuando exista, al final de la referencia, del modo siguiente doi:

<https://doi.org/10.14198/MEDCOM2014.5.1.16>

- Cuando se trate de recursos **online**, se sustituirá la información de las páginas por la URL, además de indicar entre corchetes la fecha de consulta [Consulta: 21/07/2019].

Una vez seleccionados los resúmenes, los textos se ajustarán a las dimensiones y características de los monográficos propuestos para poder ser evaluados y publicados

–

FICHA DE INDICADORES DE ACEPTACIÓN DE COMUNICACIÓN

	SI	NO
SE ENMARCA EN UNA DE LAS ÁREAS TEMÁTICAS DEL CONGRESO		
LOS RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN SON ORIGINALES		
LA INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA ES ACTUAL		
LA CONTRIBUCIÓN ES INÉDITA		
SIGUE LAS NORMAS DE PUBLICACIÓN		

(*) Poner una cruz donde proceda

- Aquellas comunicaciones que no cumplan con todos los criterios serán rechazadas.

ORGANIZA:



Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital (GICID)
Universidad Zaragoza



Universidad Zaragoza

VICERRECTORADO DE POLÍTICA CIENTÍFICA



UNIÓN EUROPEA
 Fondo Social Europeo
 Construyendo Europa desde Aragón