

# Normas de publicación

## 1. Lineamientos generales

Enmarcada en un contexto donde los medios de comunicación experimentan una serie de cambios tecnológicos en la producción de sus mensajes, propios de la sociedad del conocimiento, la revista *Correspondencias & Análisis* tiene como objetivo fundamental la publicación de artículos académicos especializados en tres campos bien delimitados:

- Periodismo (prensa escrita, comunicación audiovisual y medios digitales).
- Relaciones Públicas.
- Publicidad.

Con la finalidad de promover la profundización y el análisis científico de estas tres especialidades comunicológicas, *Correspondencias & Análisis* está abocada a la publicación de artículos académicos centrados en estudios de casos y en el análisis de contenido de los diversos mensajes mediáticos que circulan en el medio nacional y extranjero.

## 2. Aceptación de originales

*Correspondencias & Análisis* acepta el envío de artículos tanto en lengua castellana como inglesa, sin importar la nacionalidad de sus autores. Sólo se admitirán artículos originales e inéditos, cuyas temáticas giren en torno a las tres áreas comunicológicas ya mencionadas.

Para los residentes en Lima, los trabajos pueden ser entregados al Instituto de Investigación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, adjuntándose la versión impresa del artículo (debidamente anillado), su respectiva versión digital (*Microsoft Word* y en PDF), de preferencia grabada en un disco compacto (CD-ROM), así como una misiva dirigida a la Directora del Instituto, Dra. Amybel Sánchez de Walther, donde se especificaría la naturaleza del tema tratado y el curriculum vitae actualizado del colaborador.

Los colaboradores procedentes de otras regiones del Perú y del extranjero pueden enviar sus artículos eligiendo una de las siguientes modalidades:

### a) **Por correo postal:**

INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
Universidad de San Martín de Porres.  
Avenida Tomás Marsano 242, Surquillo.  
Lima 34, Perú.

Bajo esta modalidad, se agruparían todos los documentos enumerados anteriormente (artículo, carta de presentación y CV impresos más el CD con esos contenidos) en un sobre debidamente cerrado.

### b) **Por correo electrónico:**

amybelsanchez.usmp@gmail.com  
Cuenta de la Directora del Instituto de Investigación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación,  
Dra. Amybel Sánchez de Walther.

Bajo esta modalidad, se adjuntarían dos versiones del artículo (en formato *Microsoft Word* y PDF), la carta dirigida a la Dirección del Instituto y el CV actualizado del remitente (estos últimos como documentos de *Microsoft Word*).

## NUEVA CONVOCATORIA

Última fecha de recepción de artículos	Publicación del segundo número de Correspondencias & Análisis
31 de julio de 2012	Noviembre de 2012

### 3. Estilo de composición

Los textos deben tener una extensión mínima de 20 (veinte) páginas, sin exceder los 35 (treinta y cinco) folios. Los rasgos tipográficos de los artículos son los siguientes:

<i>Tipo de letra</i>	: Times New Roman, tamaño 12 / Arial, tamaño 10.
<i>Pies de página</i>	: Times New Roman, tamaño 10 / Arial, tamaño 9.
<i>Interlineado</i>	: Normal (1 línea).
<i>Alineación</i>	: Justificada.
<i>Tabulación</i>	: Primera línea de cada párrafo.
<i>Numeración</i>	: Zona superior derecha de la página.
<i>Formato</i>	: Hoja A4 (márgenes superior, inferior; izquierdo y derecho: 2.3 cm.).

Los nombres de programas radiofónicos y televisivos irán entrecomillados.

Los nombres de gremios, asociaciones, empresas y corporaciones en general no contarán con comillas ni cursivas.

El empleo de la cursiva está restringido a los títulos de publicaciones, nombres de medios de comunicación (diarios, radios, canales de televisión, espacios electrónicos), así como a términos extranjeros (anglicismos, galicismos, entre otros).

Se prohíbe el uso de la negrita, el subrayado o las cursivas para enfatizar una frase, fuente o expresión determinada.

La negrita sólo aparecerá en las oraciones que compongan los títulos y subapartados del trabajo.

### 4. Estructura de los artículos

Las colaboraciones destinadas a *Correspondencias & Análisis* tienen que estar encabezadas con las siguientes referencias personales de los autores:

- Título del artículo.
- Nombre del autor.
- Cargo y procedencia universitaria.
- Correo electrónico (de preferencia institucional).
- Semblanza biográfica del autor (estudios realizados, grados universitarios obtenidos, experiencia laboral, publicaciones más recientes).

Sea en la versión impresa como en la electrónica, estos datos deben figurar en el primer folio. En la segunda página debe colocarse nuevamente el título del artículo, acompañado de un resumen puntual del texto (entre 100 y 150 palabras) en castellano y en inglés, así como la relación de palabras clave (5-12 términos) también de forma bilingüe.

Concluidos estos puntos de rigor, el artículo debe responder al siguiente esquema:

- Introducción.
- Objetivos.

- Metodología.
- Hipótesis de trabajo.
- Desarrollo del artículo.
- Resultados.
- Conclusiones.
- Bibliografía u otras fuentes consultadas.

La introducción puede poseer subpartados a fin de clarificar la idea general del artículo o para subrayar la importancia o los alcances del mismo. Se sugiere detallar tres objetivos específicos e ilustrar con rigurosidad la metodología empleada. La hipótesis debe ser substancial y no limitarse a brindar meras tautologías consabidas: las afirmaciones o conjeturas que plantee el autor deben ser atractivas y creativas.

La quinta sección (“Desarrollo del artículo”) debe englobar un marco teórico referencial y un trabajo de campo más profundo y riguroso: la revista *Correspondencias & Análisis* exige artículos con una mayor preocupación en el hallazgo de nuevos datos y conocimiento, precisamente obtenidos mediante el análisis de contenido y en el examen del objeto de estudio.

Todos los capítulos y subcapítulos que presente el artículo obedecerán a un orden numérico (1.1., 1.2., 1.2.3., 1.2.3.1) con un máximo de 4 (cuatro) numerales arábigos. No se aceptarán subpartados con letras del alfabeto o con viñetas. Las figuras, tablas o gráficos de diversa índole deberán ser titulados y enumerados al pie de la imagen.

La lista de fuentes consultadas debe seguir el modelo APA de citas (consultar siguiente punto). La inclusión de libros, artículos, material audiovisual y electrónico no es gratuito: debe constatar en el trabajo que han sido utilizados. La lista de fuentes debe superar los 20 (veinte) títulos.

## **5. Sistema de citas APA (*American Psychological Association*)**

Con la finalidad de impedir el plagio y la copia indiscriminada del contenido de otros textos, se exige al autor citar correctamente las fuentes empleadas en su trabajo, proponiéndose el modelo elaborado por la Asociación Americana de Psicología (APA). Se brindan mayores detalles de su empleo en la página electrónica de *Correspondencias & Análisis*: <http://www.comunicaciones.usmp.edu.pe/revistaca/index.php>, pudiéndose descargar en formato PDF.

### **5.1. Libros**

González Blasco, P. (2009). *Introducción a la sociolingüística*. Lima: Sol Azul.

### **5.2. Capítulos de libros**

Sánchez Mansilla, J. (2000). “Problemática en torno a la educación del siglo XXI”, pp. 23-50. En Kraus, M. (ed.). *La educación peruana*. Lima: Estrada.

### **5.3. Artículos en revistas**

Popper, E. y McCloskey, K (2003). “Diferencias individuales y subgrupos dentro de una población”. *Environmental Medicine*, 64(2), 78-103.

### **5.4. Referencias electrónicas**

Meza, I. (2009). “Las EPS marcan la pauta del cuidado de la salud”. Extraída el 3/VIII/2010 desde [http://www.ucm.es/info/emp/Numer\\_07/7-3-Pone/7-3-03.htm#Inicio](http://www.ucm.es/info/emp/Numer_07/7-3-Pone/7-3-03.htm#Inicio).

### **5.6. Tablas y figuras**

Deberán estar acompañadas de un breve título informativo y con su propia numeración, conformándose así el encabezado. La fuente se detallará en el pie.

**Compra directa:**

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Avenida Tomás Marsano 242, Lima 34 – Perú

Teléfono: (51-1) 513-6300

Fax: (51-1) 242-5899

Impreso  
el mes de octubre de 2011  
El tiraje fue de 500 ejemplares