



# Call for Papers

## communication papers

### Media Literacy & Gender Studies

Monográfico II - Diciembre 2015

Editora: Carmen Echazarreta Soler (carmen.echazarreta@udg.edu)  
Secretario de redacción: Marc Blasco Duatis (mbdudis@gmail.com)  
Coordinadora Científica: Núria Fernández García (nurfergar@gmail.com)  
Coordinador del Monográfico: Antoni Gutiérrez Rubí (antoni@gutierrez-rubi.es)

## Nacidos para la TecnoCreatividad: El Renacimiento Digital

El nuevo paradigma tecnológico en el que contamos con herramientas hasta ahora nunca vistas para desarrollar rápidamente proyectos y contrastarlos sobre posibles clientes o audiencia hace necesario repensar también cómo incorporar esa lógica techie a los procesos creativos, tradicionalmente dominados por perfiles no técnicos.

Así surge la filosofía TecnoCreatividad, de la necesidad de formar perfiles multidisciplinares con visión estratégica, capacidad creativa, conocimiento tecnológico y un enfoque holístico de los productos y los proyectos. Estos perfiles, cada vez más demandados por un mercado en plena transformación, son los nuevos representantes del renacimiento digital.

El salto se ha dado. En un día, se vierte más información que toda la generada por la Historia de la humanidad. Internet ya es un medio de medios donde todo concurre.

Con todo, y dejando al margen elucubraciones futuras, Maslow no es obsoleto. Detrás de esa red de pantallas y nuevas tecnologías hay personas de carne y hueso con sus anhelos y emociones, que sueñan más allá de procesadores sofisticados. La creatividad, con una maquinaria incomparable como es la genialidad del cerebro humano, consigue llegar a las personas y sorprender, produciendo ese WOW!

Por todo ello, este segundo Monográfico de Communication Papers propone al conjunto de investigadores y profesionales del ámbito de la comunicación, contribuciones que aborden la situación y gestión de estos territorios tan amplios como sugerentes. A modo de ejemplo, sirvan estos descriptores que sólo son apuntes temáticos para disipar las dudas de la pertinencia de las iniciativas investigadoras.

## DESCRIPTORES

- Reputación Online
- Social Media Search
- Flujos de innovación
- Tipping-point, Early Majority, Early adopters e Innovators
- Coolhunting
- Netnografía
- Pensar fuera de la caja
- Especialización inteligente (T-shaped talent)
- Emprender como forma de vida
- Personificación o Youniverse
- Reputación y marca
- Modelo de Nueva Empresa, comunicación empresarial
- Reputación Online Corporativa
- Internet de las cosas, Idea-thon, Wearables
- Cloud computing
- Cross-media
- APIs (interconexión)
- Big Data, Descentralización y Web semántica
- Capitalismo y creatividad
- Pensamiento estratégico, pensamiento creativo, tecnología y gestión de proyectos.
- Visual Thinking, Growth Hacking, Agile Creativity
- Quantified self

## FORMATO DE CONTRIBUCIONES

---

a) **Artículos científicos:** Solamente se publicarán los artículos que sean trabajos de notable interés y que comuniquen resultados de investigaciones académicas originales; si provienen de proyectos financiados, se hará constar al final del texto, con bibliografía actualizada y con una estructura que siga todos los pasos de una investigación tipo IMRyDC+B (introducción, metodología, resultados y discusión más conclusiones, con una bibliografía actualizada).

b) **Reseñas:** Las reseñas deben ser originales y no haber sido enviadas a otra revista para que considere su publicación. Se aceptarán reseñas de libros, artículos, informes, materiales docentes, documentos de trabajo, encuentros, congresos, foros y otras iniciativas similares. Extensión: mínimo 800 palabras; máximo 1.200 palabras.

c) **Ensayos:** Textos académicos que aporten análisis teóricos originales o novedades científicas de notable interés. No se revisa por pares y se realizan por invitación. En caso de estar interesada/o en dicho formato, puede trasladarnos su motivación para participar a la dirección: [revistacommunicationpapers@gmail.com](mailto:revistacommunicationpapers@gmail.com)

## NORMAS DE PUBLICACIÓN E INDICACIONES DE ENVÍO

---

Consultar la pestaña 'Guidelines' de la 'Home' del portal de la revista para adaptar y hacer llegar sus propuestas según el formato de manuscrito desarrollado (reseña o artículo). El portal OJS de la revista administra sus envíos y asegura la revisión ciega por pares evaluadores.

Accede al portal: <http://www.communicationpapers.es>

## FECHAS IMPORTANTES

---

Recordamos a los autores interesados en participar del presente monográfico que la revista Communication Papers publica los textos en sistema pre-print conforme superan el proceso de revisión, hasta el cierre del número en las fechas indicadas a continuación:

- Fecha de inicio del Call for Papers: 9 de Febrero de 2015
- Fecha final del Call for Papers: 1 de Noviembre de 2015
- Fecha de publicación del número completo: 22 de Diciembre de 2015