

## **Formato de tesina**

### **Sugerencias formales**

#### **1 Estructura básica de una tesina**

<b>Parte</b>	<b>Extensión en páginas</b>	<b>Contenido</b>
Carátula	1	Datos (nombre, autor, tutor, fecha, etc.)
Agradecimientos	1	Párrafo de dedicatoria (formal)
Índice	1	Tabla de contenidos (títulos de los capítulos con indicación de la página).
Prólogo (opcional)	1-2	Presentación personal de la tesis: Descripción general, con presentación del enfoque y motivos de elección del tema.
Introducción	2-4	Presentación formal del tema de la tesis: Hipótesis, objetivos, marco de abordaje, metodología.
Capítulos 1, 2, 3, ...		El número de capítulos depende de los distintos temas que se aborden en la tesina. Es común que se organicen desde lo más general hacia el tema más particular. Los capítulos deben estar numerados y es conveniente que se organicen internamente con títulos y subtítulos.
Conclusión	2-3	Es un cierre organizador de todo el contenido. Dado que se supone que los capítulos finales son más específicos y van a ir cerrando los distintos temas, la conclusión es simplemente un recurso para ordenar las teorías que fueron exponiéndose.
Anexos 1, 2, 3... (opcional)		Se agregan como anexo toda la información que es necesaria para demostrar la idea pero que no es imprescindible que aparezca en su totalidad en el cuerpo principal. Por ejemplo, se puede mencionar en un capítulo una parte de la ley, y adjuntar al final el texto completo de la misma. Debe tenerse en cuenta que la tesis debe poder ser leída y comprendida sin los anexos, que solo funcionan como material complementario. No se justifican los anexos que no son necesarios para el tema que se trata.
Bibliografía		Listado de todas las fuentes citadas en la tesis, con las referencias bibliográficas completas y ordenadas alfabéticamente.

## 2 Pautas básicas de composición

- Las páginas deben estar numeradas.
- Debe mantenerse un **formato uniforme** y coherente en todo el trabajo (misma tipografía, mismo espacio interlineado, misma separación entre párrafos).
- Se recomienda no usar negritas o mayúsculas para destacar conceptos: las ideas deben resaltarse mediante una adecuada explicación.
- Las  *cursivas*  deben reservarse para:
  - Los títulos de libros.
  - Las palabras tomadas de otros idiomas: *target, ad hoc*.
  - Pueden utilizarse para distinguir marcas o nombres que quieren destacarse.
- Por tratarse de un trabajo académico, cualquier recurso estético debe estar al servicio de la demostración de las ideas. No es necesario dedicar tiempo y esfuerzo a una presentación pintoresca para un trabajo que no se sostiene en sí mismo.
- Pueden insertarse gráficos, fotografías, ilustraciones, etc. en cualquier parte de la tesis, siempre y cuando estén justificadas en el contenido.
- Cuando se trate de datos accesorios, pueden citarse al pie, o bien, incorporarse como anexos.

### 2.1 Redacción

- Las condiciones de presentación de un trabajo académico podrían resumirse en las siguientes características:
  - *Pertinente*: “Que resulta oportuno y adecuado”
  - *Programático*: “Que sigue un programa o un orden”
  - *Positivo*: “Basado en hechos reales y comprobables”
  - *Perspícaz*: “Que ve con agudeza y profundidad”
  - *Preciso*: “Claro, conciso, que dice lo esencial”
- La exposición escrita debe ser lo más explicativa posible, aclarando todos y cada uno de los conceptos que aparecen. Aún en conceptos de uso frecuente es necesario recurrir a una breve definición para dejar claro para el lector desde que punto de vista se está tomando la idea.
- No usar abreviaturas (y mucho menos si son abreviaturas personales). Para el uso de las abreviaturas convencionales consultar algún diccionario.
- Los números se escriben en letras, excepto los años (que van sin punto) y las cifras (que van con puntos). Ejemplos: “dos condiciones”; “obtuvo cuatro premios”; “Desde 1980”, “Obtuvo ganancias por 345.000 pesos”.
- Los signos ortográficos comillas (“ ”), pregunta (¿ ?) y exclamación (¡ !) en español se escriben al comienzo y al final de la frase. Omitir el primer signo es un error ortográfico.
- Las mayúsculas llevan tilde: MAYÚSCULAS.
- ¡Atención!: El chequeo ortográfico que hace automáticamente el *Word* no corrige todos los errores. Por ejemplo, pasa por alto las palabras que tienen varias acentuaciones (P.e.: público/publico/publicó; articuló/artículo/artículo) o que son homófonas (vos/voz, botar/votar, sierra/cierra, vaca/baca; ola/hola; bota/ vota; tuvo/tubo; casa/caza).
- No hay nada que desmerezca más un trabajo académico que errores de redacción y de ortografía, máxime porque hay muchas fuentes disponibles para chequear la forma de escribir. No se puede escribir nada sin un diccionario al lado. Para consultar pautas de redacción, uso de verbos y preposiciones, sugiero consultar:

- Manuel Seco, *Manual de dudas y dificultades de la lengua española*, Espasa Calpe (varias ediciones).
- Ortografía de la Real Academia Española (disponible en Internet: [www.rae.es](http://www.rae.es))
- Academia Argentina de Letras: Evacuan dudas ortográficas en los teléfonos 4802-3814 /4802-2408.

### 3 Citas y referencias bibliográficas

- Cada uno de los conceptos que se citan o mencionan en la redacción debe ser acompañados por la referencia de la obra o apunte del que han sido tomados. Una tesis es más rica cuanto mayor cantidad y diversidad de citas y fuentes se ofrezcan. La originalidad del trabajo va a estar dada por el aporte que haga el alumno en función de dichas lecturas, no por una creatividad innecesaria.
- Las citas pueden ser textuales o conceptuales. Las conceptuales explican la idea de un autor, que se menciona en forma general. Las textuales reproducen las palabras del autor entre comillas. Si las citas textuales son muy extensas, se citan en párrafo aparte, con sangría y con una letra e interlineado menores, para distinguirlas del texto de la tesis. Ejemplo:

Tal como señala Villafañe, “los medios, que actúan como amplificadores modifican, manipulan la información al adoptar, casi siempre, una posición –más o menos positiva o negativa– bastante aleatoria” (cita textual breve, al pie: VILLAFañE, Ob. cit., p. 212). Por lo tanto, la posibilidad de que una empresa aspire a imponer su posición en los medios es impensable.

La gestión de prensa debe estar en consonancia con el resto de los mensajes que transmite la empresa. La comunicación debe ser franca, ética y responsable centrada en lo que la empresa hace para la comunidad. Las notas de color, el tono “farandulesco” de una entrevista personal, no informan, sino que confunden, transmitiendo una imagen sesgada:

Lo que rotundamente ni siquiera puede compararse con la comunicación es la simple figuración. La diferencia parece no haber sido apreciada aún por algunos empresarios argentinos, quienes, antes que abrir sus fábricas y hacer transparente la gestión de sus compañías, han abierto sus casas de fin de semana y hasta su vida privada a los medios, en franca competencia con los personajes de la farándula y la política. Esta actitud, cuando no va acompañada de una genuina vocación por el diálogo que deben mantener como empresarios, su condición esencial, sólo puede dar lugar a confusiones y malosentendidos. (Cita textual extensa, con sangría sin comillas, al pie: BORRINI, Ob. cit., p. 25)

La debida relación entre la empresa y el periodismo debe contemplar ciertas condiciones: política de relación a largo plazo, colaboración con el periodismo y eficacia en la comunicación, según propone Westphalen (cita conceptual, al pie se cita el autor y la obra como en las textuales).

- Cada referencia debe citarse en una nota al pie. En la primera nota que se menciona un autor, se cita de manera completa (con todos los datos del libro: nombre completo del autor, nombre del libro [en cursiva] o artículo [entre comillas], Lugar de edición, editorial, fecha de publicación), con el número de la página de donde se ha tomado el párrafo.

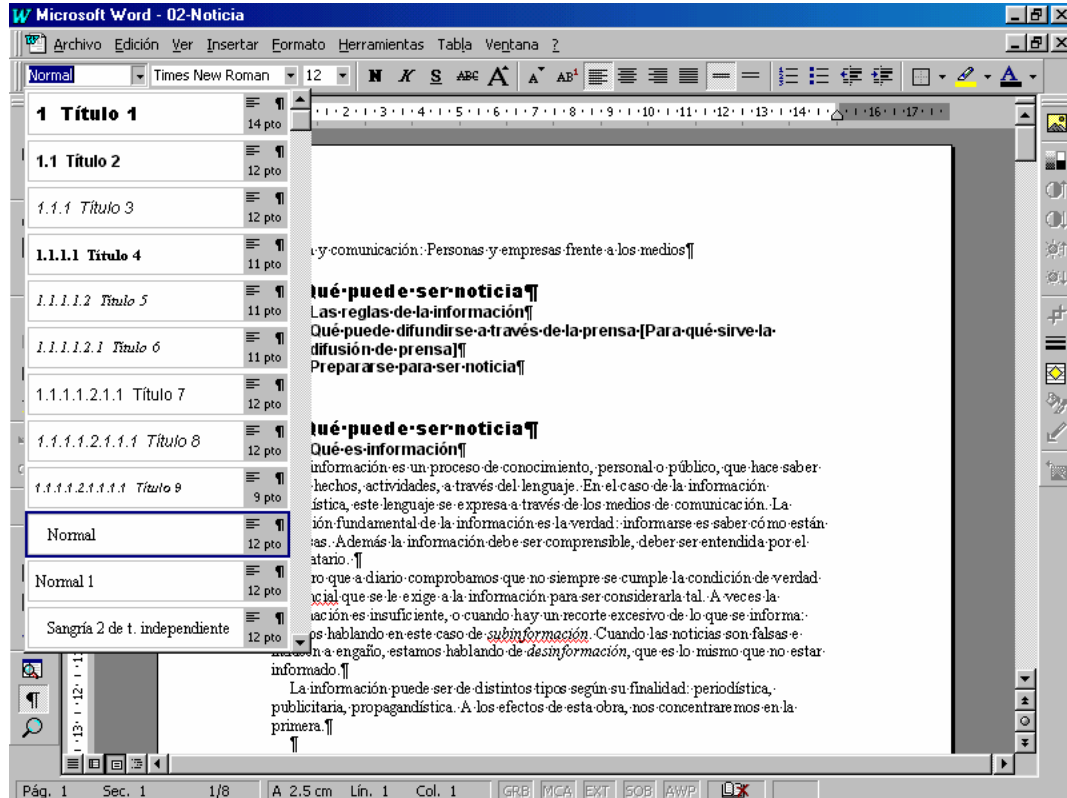
- En las notas subsiguientes, basta poner el nombre del autor, con la indicación *Op. cit.* (que significa “obra ya citada”). Si se repite el mismo autor de la nota inmediata superior, basta con consignar *Ibid.*
- Ejemplo de citas:
  1. Simone de Beauvoir, *El segundo sexo*, Buenos Aires, Sudamericana, 1999, p. 35.
  2. *Ibid.*, p. 38.
  3. Eliseo Verón, “Interfaces, sobre la democracia audiovisual evolucionada”, en *El nuevo espacio público*, Barcelona, Gedisa, 1988, p. 124.
  4. Beauvoir, *Op. cit.*, p. 37.
  5. *Ibid.*, p. 192.
  6. *Ibid.*, p. 234.
  7. Verón, *Op. cit.*, p. 127.
- Con referencia a la forma de citar la bibliografía, recomiendo consultar el Manual de Citas Bibliográficas disponible en la Biblioteca de la UCES (también en la página web de la universidad).

## **4 Organización en títulos y subtítulos**

La numeración de los títulos ayuda a darle más claridad al contenido. Si bien es opcional, se recomienda hacerlo porque ayuda a la solidez expositiva. Por ejemplo:

<b>1 ENTENDER LA PRENSA</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Estar en los medios</b>	<b>1</b>
1.1.1 Por qué conocer los medios	1
1.1.2 Qué significa estar en los medios hoy	2
<b>1.2 Los medios hoy</b>	<b>4</b>
1.2.1 Qué es un medio de comunicación	5
1.2.2 Prensa y publicidad	6
1.2.3 Distintos tipos de medios masivos	8
<b>1.3 Cómo relacionarse con los medios</b>	<b>12</b>
1.3.1 Las reglas periodísticas	13
1.3.2 La relación con la prensa	14
1.3.2.1 Una estrategia de prensa	17
1.3.2.2 Tareas de un responsable de prensa	20
1.3.2.3 Fichero de prensa	23
1.3.2.4 Presentación a la prensa	25

**Dar formato a los títulos: FORMATO/ ESTILO**



**Índice: INSERTAR / TABLA DE CONTENIDO**

