

---

# Manual de estilo Revista Séneca

POR: LAURA LEE

**Asociación de Egresados de la  
Universidad de los Andes**



El manual de estilo para la *Revista Séneca* de la Asociación de Egresados de la Universidad de los Andes se crea con el fin de hacer trazabilidad y coordinar entre todas las partes responsables de la revista (autores, editores, correctores, diseñadores, periodistas y demás profesionales del área encargada o terceros) las normativas que deberá seguir la creación de cualquier número de esta revista.

Dicho manual podrá tener la perdurabilidad que disponga la Asociación de Egresados de la Universidad de los Andes y, asimismo, se basará en las normativas académicas de la Real Academia Española (RAE), de la Fundéu, de la Asociación de Academias de la Lengua Española (ASALE) y, en especial, de la Academia Colombiana de la Lengua, por lo que deberá remitirse y ajustarse a cualquier actualización hecha por las autoridades de lengua posterior a la creación de este manual .

# Índice

## 1. Principios generales de la *Revista Séneca*:

- Perfil de la revista y periodicidad.
- Artículos.
- Secciones fijas de *Revista Séneca*.

## 2. Normas de estilo:

- Desglose de lenguaje unificado y mayúsculas (casos especiales).
- Usos y jerarquías de signos ortográficos especiales o auxiliares (comillas, guion, raya, cursivas y versalitas).
- Grafía de cifras (porcentajes, moneadas, horarios, épocas, etc.).

## 3. Construcción de referencias en el material gráfico:

- Pautas de fotografía.
- Datos de fotografías (pies de foto).
- Formato de imágenes para pauta.

## 4. Guía de sistemas de cita:

- Referencias de textos académicos: libros, artículos, revistas, prensa popular, páginas webs, entrevistas, y soportes audiovisuales o de audio y citas extraídas de documentales.
- Abreviaturas significativas.

# Principios generales de la *Revista Séneca*

## Perfil y periodicidad

*Revista Séneca* es el medio de comunicación institucional de la Asociación de Egresados de la Universidad de los Andes, creado con el fin de contar las historias de los miembros de Uniandinos, las noticias y hechos destacados de la comunidad, así como los beneficios que pueden obtener los asociados.

La periodicidad de circulación de la *Revista Séneca* es cuatrimestral y publica su primer número anual en el mes de abril. Las ediciones en físico las reciben los uniandinos que se han suscrito de forma gratuita a la revista y, también, se difunde para el resto de la comunidad en formato digital a través de la página web creada en 2015 [www.revistaseneca.com](http://www.revistaseneca.com) y en las redes sociales oficiales de la Asociación: Facebook y Twitter.

Con más de mil ejemplares, distribución certificada y entrega gratuita, esta revista se ha convertido en un medio de difusión importante para aquellos que desean publicitar y que encuentran en Uniandinos y sus allegados un público objetivo al cual dirigirse.

## Artículos

Los autores que desean publicar en *Revista Séneca* deben ser conscientes de que toda la comunidad uniandina leerá sus artículos, por lo que deben crear contenido que todos los lectores entiendan y no solo aquellos que pertenezcan al mismo capítulo, área o generación.

Los uniandinos suelen tener lugares y referencias en común, sin embargo se recomienda que en la construcción de los textos los autores tengan en cuenta las siguientes pautas y en cada una se hagan las preguntas relacionadas con el fin de evaluar, a sí mismos, sus textos:

- Objetivo: ¿Qué se quiere contar?
- Claridad: ¿Se está dando la información necesaria para que el público entienda el objetivo del texto?
- Precisión: ¿Hay información adicional que desvía el texto del objetivo? ¿Esa información puede confundir a los lectores?  
En caso de contar una historia o el desarrollo de un evento: ¿Se cumple la cronología o se dan saltos en el tiempo incomprensibles?
- Concisión: ¿Es posible decir lo mismo en una oración más sencilla o con menos palabras? ¿Se pueden cambiar palabras

como 'algunos', 'varios' o 'muchos' por datos exactos?

- Expresividad: ¿El tono usado es el apropiado para el público lector? ¿Los tecnicismos o lenguaje empleado lo puede entender alguien que no sea experto en el tema? ¿Se cumplen las normas de estilo de *Revista Séneca*?

Cada número publicado en *Revista Séneca* se alinea a un tema dialogado y elegido en el Comité Editorial que incluye a la Presidencia, la Gerencia General, Administrativa, de Servicio, Comercial y la Dirección de Comunicaciones. Al dar por definida la temática se establecen los autores encargados de crear el contenido, se designan y controlan tiempos, finalmente se hacen los ajustes previos a la publicación (incluyendo infografías, fotografías, pautas publicitarias, etc.).

Cabe mencionar que, posterior a la entrega de los artículos por parte de los autores, estos son leídos y estudiados por el área encargada de publicación y se someten a una corrección de estilo externa que verifica el uso correcto de la normativa y hace los cambios necesarios para que cada texto se adapte al tono usado en la revista.

## Secciones fijas de Revista Séneca

- Editorial: es el texto de presentación de cada número de la revista y es redactado por la persona que, en su momento, encabece la presidencia de la Asociación.
- Regionales: como miembros activos de Uniandinos se encuentran las distintas sedes a nivel nacional, por lo que en cada número debe designarse espacios para los artículos creados desde las regionales.
- Chiquiandinos: en menor medida pero no menos importante está el público más joven de *Revista Séneca*; Chiquiandinos. Por lo que cada número debe incluir contenido destinado a la interacción con ellos, ya sean pasatiempos como sopas de letras, laberintos, encontrar las diferencias, unir puntos y formar figuras, espacios para colorear, etc. o textos de lectura corta que sean atractivos para este público.
- Espacios publicitarios: campos claves designados en cada página (impar únicamente) o, incluso, páginas completas de la revista dedicadas a la publicidad de empresas externas que promueven el bienestar y los intereses de la comunidad uniandina.

## Normas de estilo

Los criterios aquí compilados se comparten con todas las partes involucradas con el fin de crear una edición homogénea de *Revista Séneca*. Cada uno de los puntos mencionados se encuentran justificados bajo la normativa gramatical y de lengua, además de adaptarse a los principios de la revista y de la comunidad uniandina.

### Lenguaje unificado

El lenguaje cercano y de respeto dentro de la Asociación de Egresados de los Andes es permanente y característico de sus miembros, por lo que es indispensable llevarlo a todos los formatos de comunicación de Uniandinos. En *Revista Séneca* se mantiene la cercanía y la formalidad, por lo que los artículos allí reunidos se redactarán en tercera persona.

#### Ejemplo:



"Para lograrlo se definieron indicadores, un flujo indicativo y se construyó una plataforma de fácil acceso".



"Para lograrlo definimos indicadores, un flujo indicativo y construimos una plataforma de fácil acceso".

En cuanto a los anuncios publicitarios o de invitación directa se dirigirán a sus lectores en segunda persona y haciendo uso del tú. Es decir, la redacción completa de estos anuncios deben hacer uso del tuteo:

Ejemplos:



- mira
- ingresa
- lo mejor para ti



- mire
- ingrese
- lo mejor para usted

## Mayúsculas

La tendencia a hacer uso de las mayúsculas en lugares innecesarios es común en muchos medios, no obstante esto suele suceder más por confusión que por desconocimiento. A continuación se aclarará el uso de las mayúsculas en *Revista Séneca*.

### 1. Nombres comunes en la comunidad uniandina:

- Asociación: al referirse al nombre propio de la Asociación de Egresados de la Universidad de los Andes, se usa en mayúscula, incluso cuando no se usa el nombre completo, pero se hace referencia a esta: Asociación.

- Capítulo: dentro de la Asociación se han fundado distintos capítulos que reúnen a los egresados de las carreras dictadas en la Universidad de los Andes, así como otros que se han formado con el objetivo de realizar actividades lúdicas de interés común. Los capítulos se han nombrado con la composición de la palabra de su actividad y con la finalización "andes": Camin+andes = Caminandes.

En este caso el capítulo cuenta con un nombre propio que no incluye la palabra "capítulo" por lo que si, en algún momento, se acompaña de la palabra "capítulo" esta debe ir con la 'c' en minúscula y, asimismo, en los casos de referencia genérica a los capítulos (en plural). A diferencia de los capítulos que incluyen en su nombre propio la palabra "capítulo" y que sí deben hacer uso de la mayúscula, como es el caso del Capítulo de Música (la 'm' también en mayúscula).

#### Ejemplos:



- El capítulo Caminandes/ el capítulo Empreandinos/ el capítulo de Danzas Uniandinos, etc.
- El Capítulo de Música/ el Capítulo de Arte, etc.
- Las direcciones de los capítulos de Uniandinos se reunirán en un mes.

- Comunidad uniandina: este término se trata como el equivalente al gentilicio de un país, ya que se refiere al grupo social que reúne los miembros de la Universidad de los Andes y de la Asociación de Egresados de los Andes. En este caso se debe escribir con iniciales en minúscula: comunidad uniandina. A menos, por supuesto, de que inicie un párrafo o que siga después de un punto, este empezará con la 'C' en mayúscula.
- Grupo: este caso es similar al de los capítulos. Debido a que la mayoría de los grupos incluyen en su nombre propio la palabra "grupo", esta se debe escribir con inicial mayúscula al igual que la palabra complementaria, a menos de que el nombre del grupo sea característico e independiente de los otros.

**Ejemplo:**



- El Grupo de Apoyo Uniandinos/ el Grupo de Fotografía.
- Los presidentes de grupos anunciaron el próximo encuentro.
- El grupo Café Séneca celebra su aniversario.



- El grupo de Apoyo Uniandinos/ el grupo de Fotografía.
- Los presidentes de Grupos anunciaron el próximo encuentro.
- El Grupo Café Séneca celebra su aniversario.

- Uniandinos: este es un caso particular ya que la palabra define dos conceptos distintos: "Uniandinos" como marca, es decir para simplificar el nombre completo de la Asociación de Egresados de la Universidad de los Andes, cuando no se acude al término "Asociación" y, por otro lado, cuando hace referencia a las personas afiliadas.

En este caso particular, se diferencian por el uso de la 'U' en mayúscula o minúscula, por lo que es importante saber diferencias sus usos:

**Ejemplo:**

- Hoy, Uniandinos celebra su aniversario número 65.
- Todos los uniandinos y sus allegados pueden acceder al portal de *Revista Séneca* y descargar la edición número 48.
- Una de las prioridades de Uniandinos es el desarrollo profesional de los egresados de la Universidad de los Andes.
- La mayoría de las empresas colombianas buscan profesionales uniandinos para el 2021.
- La sede actual de Uniandinos en Bogotá es en la calle 92.



- Todos los Uniandinos y sus allegados pueden acceder al portal de *Revista Séneca* y descargar la edición número 48.
- La mayoría de las empresas colombianas buscan profesionales Uniandinos para el 2021.



## 2. Nombres de cargos y departamentos:

- Áreas y departamentos: los nombres de las áreas y departamentos de la Asociación se escriben en mayúscula: Dirección de Comunicaciones, Gerencia General, etc.
- Cargos u oficios: por regla general de la academia las profesiones, los cargos, etc. se escriben en minúscula (incluso al sumo pontífice el 'papa', el 'presidente' de Gobierno, etc.), por lo que la regla aplica también en Uniandinos.

### Ejemplo:



En la reunión realizada el miércoles pasado, la gerente y el coordinador de la Dirección de Comunicaciones de Uniandinos informaron que se realizará un gran evento en Bogotá.



En la reunión realizada el miércoles pasado, la Gerente y el Coordinador de la dirección de comunicaciones de Uniandinos informaron que se realizará un gran evento en Bogotá.

## Usos y jerarquías de signos ortográficos especiales o auxiliares

Son muy específicos los casos donde se debe hacer uso de los signos ortográficos auxiliares en *Revista Séneca*, no obstante es importante tenerlos claros.

- Comillas: la jerarquía de comillas en *Revista Séneca* es de altas a simples: empieza por las altas o inglesas ("u"), sigue con las medias o angulares («u») y finaliza con las simples ('u'). Su uso depende del tipo de cita que realicen los autores. En la revista se prefieren las comillas a la hora de hacer una cita si esta no es muy extensa.
- Guion y raya: el de uso común en *Revista Séneca* es el guion (-) cuando se unen cifras o palabras. En cuanto a la raya (—) se usa únicamente en diálogos o entrevistas para indicar la voz de quien habla.
- Cursivas: al hacer mención del título de algún libro, película, programa, etc. Por ejemplo, *Revista Séneca* usualmente debería escribirse en cursiva. Sin embargo, en los titulares de la revista misma no aplicaría.  
  
También se usan en cuando se introducen palabras en otro idioma o una palabra que no está registrada en el diccionario, pero que el significado es de uso común y se entiende.
- Versalitas: aplica únicamente cuando se escriben siglos en números romanos. Por lo general, el ajuste lo debe hacer la persona encargada de la corrección de estilo.

## Grafía de citas

Unificar la escritura de las cifras, ya sean en números o en letras es una de las pautas de estilo de esta revista. La base de esta norma es la mezcla nula de números y letras, es decir si se escribe una cifra no se mezclan caracteres, sino que se elige uno de ellos. Esta es la guía de *Revista Séneca*:

- Porcentajes: se prefiere la grafía en letras, no obstante si es un texto donde se dan distintos datos numéricos se opta por la grafía numérica y el símbolo de porcentaje. Este último debe ir separado por un espacio de la cifra, es decir: 90 % y no 90%.

Por otro lado, no se mezcla el símbolo '%' con letras, este solo se usa con números y a en grafía con letras se escribe 'por ciento'.

Ejemplos:



- El ochenta por ciento asistirá a la celebración de *Halloween*.
- El 5 % de los egresados se inscribió a las actividades del jueves y el 95 % restante a las del sábado.
- El 10 % de los ingresos se destinará a Adandes, el 15 % a Caminandes, el 20 % a Café Séneca...



- El ochenta % asistirá a la celebración de *Halloween*.
- El 5% de los egresados se inscribió a las actividades del jueves y el 95% restante a las del sábado.
- El 10 % de los ingresos se destinará a Adandes, el quince por ciento a Caminandes, el 20 por ciento a Café Séneca...

- Monedas: se prefiere la grafía en números si son cifras específicas, es decir \$ 1 092 345 COP, pero si es una cifra genérica es preferible el uso de la letra: un millón de pesos colombianos. Sin embargo, en *Revista Séneca* no es válida la mezcla de símbolos y letras, es decir un millón de \$.

Al igual, si un texto contiene demasiadas cifras de dinero, se optará por la grafía numérica y el símbolo siempre separado por un espacio de los números.

- Horarios: se prefiere el sistema horario de las veinticuatro horas, es decir desde las 00:00 h a las 24:00 h. La hora siempre va acompañada de la letra 'h' y se separa por un espacio de los números: 18:30 h, 11:25 h, etc.

Cabe destacar que si se habla de un espacio de tiempo ambiguo como (mediodía, madrugada, etc.) es válida la grafía en letras, tal como se acaba de hacer.

- Épocas: al igual que los anteriores ítems, la grafía en letras se sobrepone a la grafía en números cuando se refiere a alguna época específica. Por ejemplo: preferible escribir los noventa y no los 90.

## Construcción de referencias en el material gráfico:

Los elementos gráficos que acompañan los artículos escritos y que hacen parte de las piezas publicitarias de *Revista Séneca* son componentes importantes para la estética, legibilidad y resultado final de la revista, por lo que deben seguir los parámetros desglosados a continuación.

### **Pautas de fotografía:**

Las fotografías que los autores deseen incluir en sus artículos y que, a su vez, las empresas deseen usar para pautar deben estar en 300 DPI (*dots per inch*) o en una excelente calidad, además de buena iluminación y definición.

Las únicas imágenes que acepta *Revista Séneca* son aquellas que se envían como archivo adjunto a través de correo electrónico. Ningún otro medio como WhatsApp, Word, Power Point, imagen pegada en correo, etc. será válido, ya que en la edición impresa de la revista la calidad de las imágenes desmejora y puede provocar que la revista pierda prestigio.

En la mayoría de imágenes enviadas a *Revista Séneca* aparecen personas, por lo que se sugiere que los encargados de seleccionar las imágenes, elijan aquellas donde los protagonistas de las mismas se vean cómodos, en planos abiertos y sin recortes en partes del cuerpo como codos, cabeza, pies, etc.

Se sugiere manejar posiciones frescas, sin brazos cruzados y, preferiblemente, sonriendo, para crear empatía con los lectores.

En el momento de elegir las fotografías, se debe tener en cuenta que si las personas están mirando a la cámara se debe incluir el nombre de todas aquellas que aparecen, así como del lugar, el evento y el año. En cambio, si la fotografía registra un plano general o panorámico del público asistente a un evento, solo se requiere mencionar el nombre del lugar o del evento.

### **Datos de fotografías (pies de foto):**

Además de incluir fotografías en la revista y en los respectivos artículos, es importante aclarar y registrar los datos puntuales de las imágenes como quiénes aparecen, en qué año, lugar o evento se tomó la foto, quién la tomó (en caso de que sea material registrado).

Esto, con el fin de que todos los lectores entiendan el porqué se ponen esas fotos en particular.

El envío de esta información debe ser como texto editable y no como imagen, ya que deberá ajustarse al diseño de la revista (tipografía, estética, etc.).

**Nota:** cada una de las fotografías debe contar con el formato de autorización sobre el uso de imagen de las personas y de las marcas que aparecen en la imagen.

El orden correcto para los pies de foto es: nombres y apellidos de quienes aparecen en la fotografía empezando de izquierda a derecha (si tienen cargos dentro de la Asociación, estos se escriben después de cada nombre); evento y/o lugar donde fue tomada la foto y el año en el que fue tomada.

### **Formato de imágenes para pauta:**

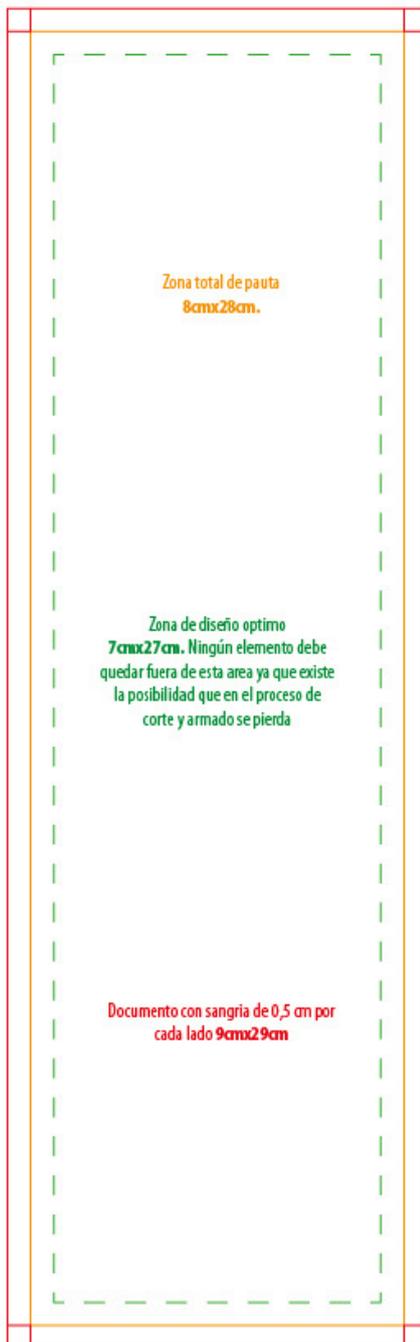
En cuanto a los requisitos y formatos estándares diseñados hasta el momento para la piezas gráficas de pauta se encuentran:

- 1/3 de página: 8 cm de ancho x 28 cm de alto.

- Media página: 21 cm de ancho x 14 cm de alto.
- Página completa: 21 cm de ancho x 14 cm de alto.
- Pauta convenios: 18,5 cm de ancho x 5,5 cm de alto.

Todas las piezas gráficas de pauta deben ser enviadas con sangrado de 0,5 centímetros por cada lado, en CMYK, formato JPG o PDF, en curvas a 300 DPI (*dots per inch*) de resolución y respetando la maquetación que se muestra a continuación:





## Guía de sistemas de cita

Los autores usuales de *Revista Séneca* tienen un amplio conocimiento de libros, artículos e investigaciones, que citan constantemente en sus textos para darle un marco referencial del tema a sus lectores.

Estas referencias deben estar al alcance de todos, además de cumplir con los parámetros internacionales para evitar denuncias por plagio. Por lo tanto, *Revista Séneca* ha establecido un sistema de citas que se efectuará a partir de la información rastreada y suministrada por los autores según el formato del que sea extraída la cita que se desea incluir en el artículo.

A continuación se desglosarán los ejemplos de la información que deben tener en cuenta los autores para citar y la forma adecuada para hacerlo en *Revista Séneca*.

### Libros:

- Un autor: apellidos, nombres, título del libro en cursiva, ciudad de publicación, editorial y año.

Sosa Villada, Camila, *Las malas*, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Tusquets, 2019.

- Dos autores: apellidos, nombres (primer autor por orden alfabético), apellidos, nombres (segundo autor) título del libro en cursiva, ciudad de publicación, editorial y año.

Ciscar Blasco, Alicia y González Pietro, Ana María, *El libro completo de los masajes*, Bogotá D. C., Círculo de lectores, 2007.

- Si son más de dos autores, se le deberá suministrar toda la información del libro (autores, título, editorial, año) a la correctora de estilo de la revista y ella se encargará de redactar la bibliografía.

### **Artículos:**

- De revista impresa: apellidos, nombres, título del artículo entre comillas, nombre de la revista en cursiva, año de publicación del artículo, número de la revista y páginas donde aparece el artículo publicado.

Fernández Mallo, Agustín, "El cielo de Henry Darger, un probelama", en *Orsai*, 1 (2011), pp. 56-65.

- De revista digital: apellidos, nombres, título del artículo entre comillas, nombre de la revista en cursiva, año de publicación del artículo, número de las páginas donde aparece el artículo y entre comillas angulares el enlace de internet donde se puede encontrar.

Ortiz Cassiani, Javier, "Candelario Obeso: Y el niño descamisado con un costal al hombro", en *El Malpensante*, 169 (2015), pp. xx  
«[https://www.elmalpensante.com/articulo/3430/candelario\\_obeso](https://www.elmalpensante.com/articulo/3430/candelario_obeso)».

### **Prensa popular:**

- Apellidos, nombres, título del artículo entre comillas, nombre del periódico en cursiva, fecha de publicación (día. mes y año) y número de la página.

Hartmann, Irene, "La pandemia en el país: Argentina llegó a 30.000 muertos por coronavirus", en *El Clarín*, 28 de octubre de 2020, p. xx

### **Páginas webs:**

- Nombre de la página, título del artículo entre comillas altas, entre comillas angulares el enlace que lleva al artículo en la web y entre corchetes la fecha de consulta.

Calle del Orco, "¿Qué es una buena novela?".  
«<https://calledelorco.com/2014/07/07/que-es-una-buena-novela-virginia-woolf/>» [consultado el 28 de octubre de 2020].

### **Entrevistas:**

- Apellidos, nombres del entrevistado, entrevista realizada por X (nombres y apellidos del entrevistador), país o ciudad, y fecha.

Cortázar, Julio, entrevista hecha por Joaquín Soler en su programa "A fondo", Madrid, 1977.

## Académicos:

- Tesis y tesinas: apellidos, nombres de autor, título del trabajo en cursiva, tesis de maestría/doctorado, universidad y año.

Friss de Kereki Guerrero, Inés, *Modelo para la Creación de Entornos de Aprendizaje basados en técnicas de Gestión del Conocimiento*, tesis doctoral, Universidad Politécnica de Madrid, 2003.

## Otros soportes:

- Audio y audiovisual: apellidos, nombres de quien dirige, nombre del audio en cursiva y entre paréntesis el formato del que se extrajo, país o ciudad y año.

Pincus, Ana y Zin, Hernan, *La guerra contra las mujeres*, [Netflix], Castilla y León, 2017.

- Cita extraída de documental o película: apellidos, nombres de quien dirige, cita entre comillas, nombre de película o documental en cursiva, país o ciudad, año y minuto de la cita.

Zemeckis, Robert, "Pense que iba a volver a Vietnam... pero decidieron que el *ping pong* era lo mejor contra el comunismo", *Forrest Gump*, Estados Unidos, 1994, 1 h 13 min.

## Abreviaturas significativas:

- Sa: sin año.
- Se: sin editorial.
- Sl: sin lugar.