



Universidad
Finis Terrae®

MANUAL DE **ESTILO**



ÍNDICE

1. Introducción

- Objetivo
- Línea editorial
- Posicionamiento institucional

2. Pautas principales

2.1. Uso de nombres propios personales e institucionales

- Contenidos alusivos a la Universidad Finis Terrae
- Formas de referirse a la Universidad Finis Terrae
- Facultades, escuelas, carreras, institutos, centros y otras unidades

2.2. Uso de nombres propios personales e institucionales

- Nombres propios
 - Nombres de personas
 - Iniciales de nombres
- Denominaciones oficiales
 - Tratamiento honorífico cargo de autoridad
 - Atributos divinos, órdenes y congregaciones religiosas y pronombres personales para referirse a Dios y la Virgen
 - Respecto a otros tratamientos oficiales
 - Profesiones y oficios
 - Títulos de obras
 - Seminarios, congresos y reuniones académicas
 - Programas, diplomados, cursos, talleres, asignaturas, conferencias, ponencias, muestras, ciclos y exhibiciones
 - Días, meses y números

- Siglas y acrónimos

2.3. Uso de mayúsculas y minúsculas tras signos de puntuación

2.4. Expresiones numéricas

- Recomendaciones generales
- Referencias horarias
- Fechas y años
- Monedas

ÍNDICE

2.5. Expresiones procedentes de lenguas extranjeras

- Extranjerismos

2.6. Uso del latín

- Uso del latín
- Respecto a nombres relativos al quehacer científico

2.7. Traducción de instituciones y grados académicos

- Nombres de universidades
- Grados académicos

2.8. Uso del lenguaje

- Evitar reduccionismos
- Sustantivos colectivos
- Contextos específicos
- Fórmulas excluyentes
- Uso pronombres neutros
- Uso de doble mención (cuando sea necesario)
- Letras y símbolos
- Sobre la discapacidad

3. Normas de Redacción y estilo periodístico

3.1. Normas generales

3.2. Redacción de textos periodísticos

- Titulares
- Lead
- Sobre el uso de fuentes y formas de citación y registro
- Formas de citar una fuente: nombre y cargo
- Lectura de foto
- Formatos género periodístico informativo
- Recomendaciones para elaboración de comunicados de prensa

4. Recomendaciones para elaboración de contenidos web

4.1. 10 recomendaciones generales

4.2. Respecto a los contenidos estáticos de un sitio web

5. Anexos

Introducción

El Manual de Estilo de la Universidad Finis Terrae es una herramienta que busca garantizar que la comunicación institucional sea clara, eficiente y refleje la identidad y los valores de la Universidad, a través de la entrega de una serie de pautas específicas sobre redacción, formas de presentar y referirse a la Universidad y el tratamiento de la información.

En este sentido, contribuye a generar **uniformidad**, en cuanto alinea todas las comunicaciones institucionales (internas y externas) a una estructura y lenguaje consistente, independientemente de quién las redacta. Esto incluye documentos como noticias, correos electrónicos, comunicados de prensa, informes y publicaciones en redes sociales, entre otros.

También resguarda **identidad y marca**, para que sean sólidas y coherentes con los valores, misión y visión de la Universidad. El uso de un estilo común contribuye a fortalecer el reconocimiento interno y externo de la Institución.

Establece directrices sobre la **claridad y accesibilidad** del lenguaje, lo cual facilita que la información llegue de manera efectiva a diversos públicos, como estudiantes, docentes, personal administrativo, medios de comunicación y la comunidad en general.

También evidencia **profesionalismo** de las comunicaciones institucionales, lo cual refuerza la imagen académica y profesional de la Universidad, dado que es vital para la generación de confianza y credibilidad en diversos grupos de interés. Por último, contribuye a la **eficiencia**, ya que al contar con normas establecidas se optimizan los procesos de generación de contenidos, sobre todo para evitar correcciones de inconsistencias de estilo.

Objetivo

Garantizar que la comunicación institucional de la Universidad Finis Terrae sea clara, eficiente y refleje la identidad y los valores de la Universidad, para contribuir a su reputación institucional.

Línea editorial

La definición editorial de las comunicaciones institucionales están regidas por las definiciones del Ideario Institucional. Por tanto, los contenidos y la información que se difundan en medios internos y externos deben ser coherentes y respetuosos con la misión, principios, valores y propósitos de la Finis Terrae.

En ese sentido, las comunicaciones institucionales se fundamentan en información y contenidos claros, precisos y de calidad, siempre en un contexto de respeto de los derechos fundamentales de las personas, la legislación vigente y el Ideario de la U. Finis Terrae.

Posicionamiento institucional

De acuerdo con la Estrategia de Posicionamiento 2024-2028, se establecieron diversas definiciones en torno a la identidad verbal de la Universidad sobre que hacer, propósito y personalidad.

- **La Universidad Finis Terrae ES** una universidad de excelencia con un sello humano, **QUE** busca formar personas con un pensamiento integral, conectando distintas áreas del saber **PARA QUE** los ciudadanos del mañana sean consientes de su rol en la transformación de la sociedad.
- **Qué hacemos:** Formamos personas, investigamos, creamos y nos vinculamos con la sociedad con una aproximación integral, centrada en las personas. Entregamos una formación de excelencia en pre y postgrado, con el fin de impactar positivamente el futuro de nuestros egresados y aportar al mundo profesionales con valores, conciencia social y respeto por la diversidad que contribuyan en la construcción de una mejor sociedad.
- **Por qué lo hacemos (nuestro propósito):** Existimos para impactar el mundo a través de la formación, la investigación y la creación artística, formando a los **ciudadanos del futuro, como personas integrales y agentes de transformación positiva de la sociedad.**
- **Cómo lo hacemos** (nuestros compromisos diferenciadores):
 - a) **Excelencia ante todo:** Estamos comprometidos con la calidad y trabajamos a diario en la búsqueda de la excelencia que se traduce en investigación, creación y formación que impactan positivamente en la sociedad.
 - b) **Integramos las áreas del saber:** Formamos profesionales con pensamiento crítico y abiertos al mundo, por eso integramos diferentes disciplinas en su formación para que tengan una aproximación integral a los desafíos del mundo.
 - c) **Formación integral:** Formamos personas íntegras, con valores, conscientes de su rol en la sociedad, y que buscan ponerse al servicio de la construcción de un mundo mejor.
 - d) **La urbe nos permea:** Estamos inmersos en la ciudad, lo que nos permite conectar con sus dinámicas y tener un entendimiento social real, brindando una conexión única con la realidad.

Estos aspectos deben ser considerados al momento de generar alguna comunicación y deben traspasar al “cómo hablamos” de nuestra Universidad y su propósito.

A partir de ello es que han definido verticales de contenidos que permiten nutrir esta estrategia y la línea editorial con el objetivo de contribuir al fortalecimiento de la **reputación institucional**. Por tanto, los mensajes a comunicar se organizarán y agruparán bajo conceptos que fortalezcan el posicionamiento.

- 1) **Integración:** Formación que integra la ciencia, el humanismo y el arte. Carreras y programas con un sello único y pertinente a las necesidades actuales y futuras.
- 2) **Ciudadano social:** Formación de personas en su rol ciudadano y social. Agentes de cambio.
- 3) **Conexión con la urbe:** Integración con la urbe, el entorno y sus problemáticas.
- 4) **Excelencia:** Formación de excelencia. Trabajamos a diario por mejorar nuestra calidad.



Formación que integra la ciencia, el humanismo y el arte. Carreras con un sello único.



Formación personas en su rol ciudadano/social, agentes de cambio.



Integración con la urbe, conexión con el mundo real.



Formación de excelencia, trabajamos todos los días por mejorar nuestra calidad.

La **evidencia** de ello estará dada en **siete dimensiones** que construyen el **atributo de calidad** y que deben ser priorizados en las comunicaciones de la Universidad, ya que relevan el discurso y el punto de vista institucional. Estas dimensiones son:



ALUMNI • CARRERAS ÍCONO • ACREDITACIÓN • ALIANZAS • INVESTIGACIÓN • DOCENTES • URBE

Como parte de la Estrategia de Posicionamiento 2024-2028 es que las comunicaciones institucionales **ten- drán como sujeto protagonista de la acción a la Universidad Finis Terrae**. Por tanto, en el discurso es ella quien realiza la acción y a continuación la unidad mediante la cual se ejecuta.

Formas de redacción con la Universidad Finis Terrae como protagonista de la acción.

EVITAR ❌

La Dirección de Creación Artística presentó los fondos para el desarrollo cultural.

La Oficina de Promoción de la Dignidad implementó una política de buen trato.

La Vicerrectoría Académica entregó reconocimiento a profesores titulares.

SE RECOMIENDA ✅

La Universidad Finis Terrae presentó los fondos para el desarrollo cultural, a través de la Dirección de Creación Artística.

La Universidad Finis Terrae implementó una política de buen trato, a través de la Oficina de Promoción de la Dignidad.

La Universidad Finis Terrae entregó reconocimiento a profesores titulares.



PAUTAS PRINCIPALES



Uso de nombres propios personales e institucionales

Contenidos alusivos a la Universidad Finis Terrae

Formas de referirse a la Universidad Finis Terrae

En cuanto a cómo aludir a la Universidad y otras áreas, se recomiendan estas maneras:

- Universidad Finis Terrae
- U. Finis Terrae
- Finis Terrae

También está permitido usar la **sintetización del naming: “Finis”** en alusión a la Universidad.

De acuerdo a la **normativa de identidad marcaria está prohibido utilizar la sigla “UFT” como abreviación de Universidad Finis Terrae.**

En alusiones indirectas:

- Universidad (en mayúscula si hace referencia a nuestra Universidad)
- institución (minúscula)
- casa de estudios (minúscula)
- Nombres de facultades, escuelas y carreras en alta

	EVITAR	SE RECOMIENDA
Forma de referirse a la Universidad Finis Terrae y algunas submarcas.	<i>Escuela de Literatura UFT.</i> <i>En la UFT buscamos integrar para transformar.</i> <i>Editorial UFT.</i> <i>Teatro UFT.</i>	<i>Escuela de Literatura de la U. Finis Terrae.</i> <i>En la Finis buscamos integrar para transformar.</i> <i>Ediciones Universidad Finis Terrae.</i> <i>Teatro Finis Terrae.</i>

Facultades, escuelas, carreras, institutos, centros y otras unidades

Cuando se aluda y/o mencione a alguna facultad, escuela, carrera, instituto, centro u otra unidad se debe utilizar su nombre completo, usando altas y bajas, como se muestra a continuación. En caso de duda sobre nombre oficial de alguna unidad o centro, se debe consultar en Secretaría General.

	EVITAR	SE RECOMIENDA
Sobre la denominación de autoridades superiores y el nombre de facultades, escuelas, carreras, programas y centros.	<i>La escuela de diseño de la Finis encabezará la muestra.</i> <i>Los egresados de la carrera de actuación dieron una gran muestra...</i> <i>El programa de media.</i> <i>El consejo superior de la Universidad.</i> <i>El centro de investigación en biomedicina (CIBMED) de la Universidad Finis Terrae.</i>	<i>La Escuela de Diseño de la Universidad Finis Terrae encabeza la muestra...</i> <i>Los egresados de la carrera Actuación y Creación Teatral dieron una gran muestra...</i> <i>El Programa de Formación Pedagógica en Educación Media para Licenciados y Profesionales.</i> <i>El Consejo Superior de la Universidad Finis Terrae</i> <i>El Centro de Investigación en Biomedicina (CIBMED) de la Universidad Finis Terrae.</i>

Para precisar que alguna de estas facultades, escuelas, carreras, centros u otras unidades forman parte de la Universidad Finis Terrae se debe agregar el nombre de esta al final, como por ejemplo: "Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Finis Terrae".

Uso de nombres propios personales e institucionales

Nombres propios

Nombres de personas

Se escribe con mayúscula inicial todos los nombres propios de personas (nombre y apellido).

En el caso de partículas de conexión de un apellido estas deben escribirse en minúscula a menos que se refiera a la persona sólo por su apellido.

Cuando se menciona el nombre de una persona por primera vez debe escribirse primer nombre y primer apellido.

Segundo nombre y segundo apellido pueden utilizarse sólo si es estrictamente necesario para la correcta identificación de esa persona.

EVITAR



maría garcía viajará a París para presentar su proyecto de investigación.

San Ignacio De Loyola fue un religioso y teólogo español.

El doctor *josé martínez* presentará su investigación en la conferencia de esta semana.

El conferencista *Juan Pérez* es experto en derecho internacional.

SE RECOMIENDA



María García viajará a París para presentar su proyecto de investigación.

San Ignacio de Loyola fue un religioso y teólogo español.

El doctor *José Martínez* presentará su investigación en la conferencia de esta semana.

El conferencista *Juan Carlos Pérez Gómez* es experto en derecho internacional.

Iniciales de nombres

Las iniciales del nombre de una persona -primer nombre, primer apellido y segundo apellido- se utilizan en caso de aludir a un menor de edad.

Se utilizan en caso de aludir a una persona que se encuentre en calidad de acusado, investigado o formalizado si la justicia así lo determina.

Se utiliza para aludir a una persona que pide expresamente no ser identificada con nombre completo con el objetivo de resguardar la identidad.

EVITAR



El menor *Juan Pérez* fue encontrado en el parque a altas horas de la noche sin presencia de sus padres.

Luis Mendoza fue arrestado el lunes, bajo sospecha de fraude financiero.

Aldo Martínez solicitó que se respetara su anonimato, debido a su situación personal delicada.

SE RECOMIENDA



El menor *J.P.G.* fue encontrado en el parque a altas horas de la noche sin presencia de sus padres.

L.M.R. fue arrestado el lunes, bajo sospecha de fraude financiero.

A.C.M. solicitó que se respetara su anonimato, debido a su situación personal delicada.

Denominaciones oficiales:

Son los nombres propios “sociales” que se aplican a cargos de autoridades, entidades u otros, como tratamientos honoríficos, nombres que indican una jerarquía, atributos divinos y nombres de dignidad, entre otros, que se detallan a continuación:

Tratamiento honorífico cargo de autoridad

Los cargos u otros tratamientos honoríficos se escriben en minúscula si están al interior de una oración.

Autoridades religiosas: se escriben con minúscula, excepto Papa, relativo al Sumo Pontífice.

Antenombres como santo/a, madre, padre, beata/o o doctor: se escriben en minúscula, con excepción del tratamiento honorífico que sea parte de un nombre propio, como nombres de colegios y universidades.

Instituciones de gobierno y Estado: deben llevar mayúscula inicial cuando se refiera al órgano superior del poder ejecutivo de un estado. Cuando se alude al estado como forma de organización política se escribe con minúscula inicial.

EVITAR



El Rector de la Universidad Finis Terrae participó en el Congreso.

El papa Francisco encabezó la celebración eucarística en la que participó el cardenal Fernando Chomali.

La celebración de San Pedro y San Pablo se realiza cada 29 de junio.

*El estado de Chile
El gobierno de Chile
Los Estados miembros de la OEA.*

SE RECOMIENDA



El rector de la Universidad Finis Terrae participó en el Congreso.

El Papa Francisco encabezó la celebración eucarística en la que participó el cardenal Fernando Chomali.

La celebración de san Pedro y san Pablo se realiza cada 29 de junio.

*El Estado de Chile
El Gobierno de Chile
Los estados miembros de la OEA.*

Atributos divinos, órdenes y congregaciones religiosas y pronombres personales para referirse a Dios y la Virgen

En todos estos casos se escriben con mayúscula inicial.

Se utiliza mayúscula inicial para títulos y nombres de dignidad, nombres y apodos de determinadas personas y nombre que indica una jerarquía o cargo importante.

EVITAR



*Nuestro dios
Es jesús, el mesías
La inmaculada concepción
La compañía de jesús
La iglesia católica.*

*El sumo pontífice
Así lo dijo alfonso el sabio
La oración del papa francisco en navidad.*

SE RECOMIENDA



*Nuestro Dios
Es Jesús, el Mesías
La Inmaculada Concepción
La Compañía de Jesús
La Iglesia Católica.*

*El Sumo Pontífice
Así lo dijo Alfonso el Sabio
La oración del Papa Francisco en Navidad.*

Respecto a otros tratamientos oficiales

Tratamientos formales abreviados se escriben en minúsculas.

Nombres de instituciones, establecimientos, organismos, empresas, medios de comunicación, edificios públicos y monumentos se escriben con mayúscula inicial

Premios y condecoraciones:
 1. Se escribe con mayúscula inicial cuando se alude al premio como una entidad
 2. Cuando se menciona a una persona poseedora del reconocimiento, debe ir solo el nombre en mayúscula y el adjetivo en minúscula.

Nombres de festividades religiosas y paganas:
 Se escriben con mayúscula inicial cada palabra, excepto artículos y preposiciones.

EVITAR



Disculpe Usted
No está Don Sergio
El Señor Guillermo salió

palacio de la moneda
clínica las condes
diario el mercurio

1. *El premio nobel de economía*
 2. *Para Mario Vargas Llosa, Premio Nobel de Literatura*

día de la inmaculada concepción

SE RECOMIENDA



Disculpe usted
No está don Sergio
El señor Guillermo salió

Palacio de La Moneda
Clínica Las Condes
Diario El Mercurio

1. *El Premio Nobel de Economía*
 2. *Para Mario Vargas Llosa, premio Nobel de Literatura*

Día de la Inmaculada Concepción

Profesiones y oficios

Se escriben completamente en minúscula al interior de una oración.

Los cargos acompañados del nombre de la institución, organización u ministerio, entre otros, van en minúscula.

EVITAR



Las Profesoras estuvieron ahí
El Rector y los Decanos se reunieron...
El Ministro de Relaciones Exteriores...

SE RECOMIENDA



Las profesoras estuvieron ahí
El rector y los decanos se reunieron...
El ministro de Relaciones Exteriores...

Títulos de obras

Los títulos de obras literarias, artísticas y de publicaciones se escriben con mayúscula inicial y entre comillas..

EVITAR



El Teatro Finis Terrae está presentando la obra la Reina Isabel cantaba rancheras
La exposición: ¿quién es el Hombre de la Sábana Santa?" permanece abierta

SE RECOMIENDA



El Teatro Finis Terrae está presentando la obra "La Reina Isabel cantaba rancheras"
La exposición: "¿Quién es el Hombre de la Sábana Santa?" permanece abierta

Seminarios, congresos y reuniones académicas

La mayúscula inicial se aplica para cada sustantivo que da nombre a seminarios, congresos y reuniones académicas similares; mantener conjunciones en minúscula.

Así también se aplica con las disciplinas científicas cuando se les alude como área del conocimiento, no como una asignatura.

EVITAR



Durante la conferencia de las naciones unidas sobre el cambio climático (COP29)

Ella es magíster en educación

SE RECOMIENDA



Durante la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP29)

Ella es magíster en Educación

Programas, diplomados, cursos, talleres, asignaturas, conferencias, ponencias, muestras, ciclos y exhibiciones

La mayúscula inicial se aplica a cada sustantivo que da nombre a cada uno de ellos. Mantener conjunciones en minúscula.

EVITAR



Juan Pérez, académico del magíster en Derecho de los Recursos Naturales y Medio Ambiente de la Universidad Finis Terrae.

SE RECOMIENDA



Juan Pérez, académico del Magíster en Derecho de los Recursos Naturales y Medio Ambiente de la Universidad Finis Terrae.

Días, meses y números

Los nombres de los días de la semana, meses, estaciones del año y notas musicales se escriben con minúscula inicial, excepto al inicio de una oración. Mientras que los números romanos deben escribirse en mayúscula.

EVITAR



*Hoy es **Lunes** y tengo muchas tareas.*
*El capítulo **xii** de la novela es muy interesante.*
*Toca una melodía en **MI**.*

SE RECOMIENDA



*Hoy es **lunes** y tengo muchas tareas.*
*El capítulo **XII** de la novela es muy interesante.*
*Toca una melodía en **mi***

Siglas y acrónimos:

Siglas

La sigla es una abreviación gráfica formada por el conjunto de letras iniciales de una expresión compleja, organismo, institución, empresa, objeto o sistema, entre otros.

Se escriben sin puntos ni espacios ni guiones (ej. PDI), excepto aquellas abreviaciones compuestas por elementos plurales.

La primera vez que se emplea una sigla en un texto se debe escribir la denominación completa (escribir las palabras que componen la abreviación, cada una con la primera letra en mayúscula) y a continuación la sigla entre paréntesis. Luego de eso, en el texto se puede aludir en forma directa a la sigla.

En el caso de una sigla extranjera es aconsejable escribir su traducción o equivalencia y luego poner la sigla.

Las siglas extranjeras se pueden hispanizar sólo si es posible.

Cuando la sigla tiene tres letras debe ir toda la mayúscula o alta.



EVITAR



*El congreso se celebró en la sede de la **onu**.*

*La **P.D.I.** está investigando el caso de fraude.*

*Los **E.E.U.U.** han implementado nuevas políticas de seguridad.*

*La **OMS** ha emitido nuevas directrices para la prevención de enfermedades. La **Organización Mundial de la Salud** trabaja de cerca con varios países para combatir la pandemia.*

*La **PDI** está llevando a cabo una operación en toda la región. La **Policía de Investigaciones** ha solicitado el apoyo de otras agencias de seguridad.*

*El **FBI** (Federal Bureau of Investigation) está realizando una nueva investigación sobre delitos cibernéticos.*

*La **DEA** (Drug Enforcement Administration) ha intensificado sus operativos contra el narcotráfico en la región.*

*La **NATO** celebró una reunión en Bruselas la semana pasada.*

*La **Onu** ha convocado una reunión para discutir los cambios climáticos globales.*

SE RECOMIENDA



*El congreso se celebró en la sede de la **ONU**.*

*La **PDI** está investigando el caso de fraude.*

*Los **EE.UU.** han implementado nuevas políticas de seguridad.*

*La **Organización Mundial de la Salud (OMS)** ha emitido nuevas directrices para la prevención de enfermedades. La **OMS** trabaja de cerca con varios países para combatir la pandemia.*

*La **Policía de Investigaciones (PDI)** está llevando a cabo una operación en toda la región. La **PDI** ha solicitado el apoyo de otras agencias de seguridad.*

*El **FBI** (Federal Bureau of Investigation, Oficina Federal de Investigaciones) está realizando una nueva investigación sobre delitos cibernéticos.*

*La **DEA** (Drug Enforcement Administration, Administración de Control de Drogas) ha intensificado sus operativos contra el narcotráfico en la región.*

*La **OTAN** (Organización del Tratado del Atlántico Norte) celebró una reunión en Bruselas la semana pasada.*

*La **Organizaciones de Naciones Unidas (ONU)** ha convocado una reunión para discutir los cambios climáticos globales.*

Siglas

Cuando la sigla tiene más de cuatro letras puede escribirse la primera en mayúscula, aunque también es correcto escribirla completa en mayúscula.

Plural: Aunque el sustantivo al que se refiere la sigla esté en plural, las siglas mismas no cambian.

Género: Las siglas adoptan el género de la palabra que constituye el núcleo de la expresión abreviada.

EVITAR



La **unesco** promovió un evento sobre la preservación del patrimonio cultural.

Los **DNI**s (Documentos Nacionales de Identidad) deben renovarse cada diez años.

La **FMI** (Fondo Monetario Internacional) ha aprobado nuevas políticas económicas.

SE RECOMIENDA



La **Unesco** promovió un evento sobre la preservación del patrimonio cultural.

La **UNESCO** promovió un evento sobre la preservación del patrimonio cultural.

Los **DNI** (Documentos Nacionales de Identidad) deben renovarse cada diez años.

El **FMI** (Fondo Monetario Internacional) ha aprobado nuevas políticas económicas.

Acrónimos

Un acrónimo es una sigla cuya configuración permite su pronunciación como una palabra

Cuando un acrónimo ya es parte del vocabulario español debe regirse por las reglas ortográficas del idioma.

EVITAR



El **Objeto Volador No Identificado** se movía de manera extraña y rápida.

El **Wireless Fidelity** es una tecnología que permite la conexión inalámbrica a internet en lugares públicos y hogares.

SE RECOMIENDA



El **OVNI** se movía de manera extraña y rápida.

El **WiFi** es una tecnología que permite la conexión inalámbrica a internet en lugares públicos y hogares.

Uso de mayúsculas y minúsculas tras signos de puntuación

Mayúsculas tras signos de puntuación: se utiliza después de un punto (.), del signo de cierre de exclamación o interrogación (? ,!) y de los puntos suspensivos.



EVITAR



Juan no estaba seguro de qué hacer. ¿llamaría a su amigo para pedirle consejo? **no** sabía si era la mejor decisión!

SE RECOMIENDA



Juan no estaba seguro de qué hacer. ¿Llamaría a su amigo para pedirle consejo? **No** sabía si era la mejor decisión!

Minúsculas tras signos de puntuación: se utiliza después de coma (,), de punto y coma (;), de dos puntos (:), de puntos suspensivos (...) si no cierra el enunciado y después de un paréntesis () o comillas de cierre ("").

Textos en mayúsculas: se escribe con mayúscula la primera palabra de un texto y la primera palabra de cada párrafo. Se utiliza en algunos casos para títulos, subtítulos y de acuerdo con el diseño gráfico de algunos textos. Evitar su uso en la redacción de textos periodísticos -a menos que sea estrictamente necesario- porque puede ser interpretado como una descortesía por parte del lector.

EVITAR



*Estuve buscando todo el día, pero no encontré lo que necesitaba: **Una** solución rápida. Sin embargo, sigo pensando que debo intentarlo otra vez.*

*Las vacaciones son el momento perfecto para relajarse; **No** obstante, también se pueden aprovechar para aprender algo nuevo.*

*el cambio climático es uno de los desafíos más urgentes. **sin embargo**, hay muchas iniciativas en marcha para combatirlo.*

LA EDUCACIÓN ES LA LLAVE PARA EL FUTURO.

SE RECOMIENDA



*Estuve buscando todo el día, pero no encontré lo que necesitaba: **una** solución rápida. Sin embargo, sigo pensando que debo intentarlo otra vez.*

*Las vacaciones son el momento perfecto para relajarse; **no** obstante, también se pueden aprovechar para aprender algo nuevo.*

*El cambio climático es uno de los desafíos más urgentes. **Sin embargo**, hay muchas iniciativas en marcha para combatirlo.*

La educación es la llave para el futuro.

Expresiones numéricas

Recomendaciones generales

Los números del cero al diez se escriben con letras. Decenas y centenas se pueden escribir con cifras numéricas.



EVITAR



5 estudiantes participaron en el concurso.

Estábamos esperando a 9 personas para la reunión.

Hay veinticinco libros en la estantería.

La tienda tiene trescientos productos en oferta.

SE RECOMIENDA



Cinco estudiantes participaron en el concurso.

Estábamos esperando a nueve personas para la reunión.

Hay 25 libros en la estantería.

La tienda tiene 300 productos en oferta.

Recomendaciones generales

Los números enteros que terminan en uno o más ceros, que se pueden expresar en dos cifras, pueden escribirse con palabras.

Los porcentajes, precios y unidades de medida deben ir acompañados por el signo matemático o el nombre de la medida correspondiente. El signo debe estar pegado al número.

Es posible utilizar la combinación cifras y palabras para expresar una cantidad superior a mil.

Evitar iniciar un párrafo o una oración con un número escrito en cifras. En el caso de titulares y subtítulos se pueden utilizar números.

EVITAR



El evento reunió a **10 mil** personas.

La distancia entre las dos ciudades es de **ciento cincuenta km.**

El producto tiene un descuento del **veinte %**.

250.000 vehículos participaron en el desfile.

Se vendieron **3.000.000** de entradas para el concierto.

100 personas asistieron al evento.

SE RECOMIENDA



El evento reunió a **diez mil** personas.

La distancia entre las dos ciudades es de **150km.**

El producto tiene un descuento del **20%.**

250 mil vehículos participaron en el desfile.

Se vendieron **3 millones** de entradas para el concierto.

Cien personas asistieron al evento.

[En titular] **10** nuevos modelos de coches serán lanzados este año.

Referencias horarias

La hora se escribe con números, separados por puntos o dos puntos.

La hora exacta se puede escribir con letras y luego señalar la jornada.

Se utiliza el sistema de 24 horas para escribir fracciones de hora.

Cualquier alusión horaria en el extranjero debe considerar detallar si se trata de la hora local (del lugar de los hechos) u horario en Chile.

EVITAR



La reunión comienza a las **catorce treinta.**

El tren parte a las **nueve horas.**

La conferencia comenzará a las **7.00** de la tarde.

El vuelo sale a las **9** de la mañana.

El partido empieza a las **8:45 pm.**

La película se proyectará a las **veinte treinta.**

El evento en Nueva York comenzará a las **18:00 horas.**

En Tokio la conferencia se emitirá a las **11:00 horas.**

SE RECOMIENDA



La reunión comienza a las **14:30.**

El tren parte a las **09:00 horas.**

La conferencia comenzará a las **siete** de la tarde.

El vuelo sale a las **nueve** de la mañana.

El partido empieza a las **20:45.**

La película se proyectará a las **20:30.**

El evento en Nueva York comenzará a las **18:00 horas local (13:00 hora en Chile).**

La conferencia se emitirá a las **11:00 horas (hora local en Tokio, 02:00 horas en Chile).**

Fechas y años

El día se escribe con números, seguido del nombre del mes en minúscula.

Los años se escriben con números y sin punto.

Décadas se escriben con palabras, excepto que sean precedidas por expresiones como década o año.

Es incorrecto utilizar una cremilla seguida de una "s" para mencionar una década.

Monedas

En alusión a cantidades de dinero se deben expresar en la moneda respectiva. Si se trata de peso chileno sólo se debe usar el signo \$ antes de la cifra numérica, de manera inmediata y sin espacio. En dólares sólo se debe anteponer el signo US\$ antes de la cifra numérica.



EVITAR



El evento se celebrará el **nueve de Marzo**.

La reunión está programada para el **quince de Agosto**.

La conferencia tendrá lugar en **dos mil veinticinco**.

La película fue lanzada en **1.999**.

En **los ochenta**, la música pop alcanzó su apogeo.

Los **90** fueron testigo de grandes avances tecnológicos.

En **los '90s** se popularizó la tecnología móvil.

SE RECOMIENDA



El evento se celebrará el **9 de marzo**.

La reunión está programada para el **15 de agosto**.

La conferencia tendrá lugar en **2025**.

La película fue lanzada en **1999**.

En **los años 80**, la música pop alcanzó su apogeo.

La **década de los 90** fue testigo de grandes avances tecnológicos.

En **los años 90** se popularizó la tecnología móvil.

EVITAR



El precio del producto es de **CL\$ 15.000**, lo que equivale a una oferta bastante competitiva.

El costo del servicio es de **200 US\$**, lo cual es una inversión razonable para la calidad ofrecida.

SE RECOMIENDA



El precio del producto es de **\$15.000**, lo que equivale a una oferta bastante competitiva.

El costo del servicio es de **US\$200**, lo cual es una inversión razonable para la calidad ofrecida.

Monedas

En el caso de millones, en lugar de utilizar los seis ceros, se aconseja escribir la palabra (ej. un millón, dos millones).

Las decenas, centenas y miles de millones se pueden escribir parte con números y parte con letras (ej. 300 millones o 100 mil millones).

EVITAR



El proyecto tiene un costo estimado de 2.000.000 de pesos.

La empresa invirtió 300.000.000 de dólares en nuevos proyectos el año pasado.

SE RECOMIENDA



El proyecto tiene un costo estimado de dos millones de pesos.

La empresa invirtió 300 millones de dólares en nuevos proyectos el año pasado.

Expresiones procedentes de lenguas extranjeras

Extranjerismos

Palabras, expresiones o giros procedentes de lenguas extranjeras que se adaptan al sistema lingüístico del español.

Extranjerismos que se mantienen en su forma original y no se adaptan al sistema lingüístico del español.

Respecto a los nombres propios que no se adaptan al español, excepto cuando hay una convención generalizada.

Respecto al topónimo, o nombre propio de un lugar, proveniente del idioma español este debe escribirse de acuerdo a las normas de los nombres propios de ese idioma (ej. **Ámsterdam**), excepto aquellos en los que no exista adaptación a esa lengua o por tradición sólo se utiliza en su grafía original.

Respecto a algunos anglicismos que no se traducen y se escriben de manera común.

EVITAR



*El **football** es el deporte más popular en muchos países.*

*La empresa está enfocada en mejorar su **márquetin** digital.*

*He comprado algunos productos en el **mol** que abrió cerca de mi casa.*

***Tommaso d'Aquino** fue uno de los grandes filósofos medievales.*

***Charles V** gobernó vastos territorios en Europa.*

***Amsterdam** es conocida por sus canales y museos.*

***London** es la capital de Inglaterra.*

*En **San Pablo** se celebra uno de los carnavales más grandes del mundo.*

*Publicaron un nuevo **ranquin** de universidades a nivel mundial.*

*Me tomé una **selfy** con mis amigos en la fiesta.*

SE RECOMIENDA



*El **fútbol** es el deporte más popular en muchos países.*

*La empresa está enfocada en mejorar su **marketing** digital.*

*He comprado algunos productos en el **mall** que abrió cerca de mi casa.*

***Tomás de Aquino** fue uno de los grandes filósofos medievales.*

***Carlos V** gobernó vastos territorios en Europa.*

***Ámsterdam** es conocida por sus canales y museos.*

***Londres** es la capital de Inglaterra.*

*En **São Paulo** se celebra uno de los carnavales más grandes del mundo.*

*Publicaron un nuevo **ranking** de universidades a nivel mundial.*

*Me tomé una **selfie** con mis amigos en la fiesta.*

Uso del latín

Esta lengua indoeuropea, que hablaban los antiguos romanos y de la cual derivan las lenguas romances, no es considerada extranjera y, en general, su escritura está adaptada a las normas del idioma español, con excepción de algunas palabras en latín terminadas en consonante.

Uso del latín

Uso de tildes: se rige por las mismas normas ortográficas del español.

Uso en plural: cuando termina en consonante se recomienda no agregar un sufijo y mantener la forma, indicando el plural por medio del determinante.

Deben ser escritas de manera común, es decir, sin cursivas, negritas ni entre comillas.

Sí deben ser escritas en cursiva aquellas expresiones no adaptadas al español.

EVITAR



La reunión está en crisis debido al **déficit** de recursos.

El profesor pidió entregar el **curriculum** actualizado.

Los **déficits** en la educación son un problema grave en varios países.

Los **campuses** de las universidades están siendo modernizados.

Los **quórumes** necesarios para la toma de decisiones no se alcanzaron en la asamblea.

En el artículo se menciona que hay un **"status quo"** que se debe mantener.

"Carpe diem" es una expresión que invita a disfrutar el presente.

La decisión se tomó **post mortem** después de la muerte del protagonista.

El aumento de la tensión fue **in crescendo** con cada minuto que pasaba.

Actuó **motu proprio**, sin que nadie le pidiera que lo hiciera.

SE RECOMIENDA



La reunión está en crisis debido al **déficit** de recursos.

El profesor pidió entregar el **currículum** actualizado.

Los **déficit** en la educación son un problema grave en varios países.

Los **campus** de las universidades están siendo modernizados.

Los **quórum** necesarios para la toma de decisiones no se alcanzaron en la asamblea.

En el artículo se menciona que hay un **status quo** que se debe mantener.

Carpe diem es una expresión que invita a disfrutar el presente.

La decisión se tomó **post mortem**, después de la muerte del protagonista.

El aumento de la tensión fue **in crescendo** con cada minuto que pasaba.

Actuó **motu proprio**, sin que nadie le pidiera que lo hiciera.

Respecto a nombres relativos al quehacer científico

La denominación científica debe ir con mayúscula al inicio, si está compuesta por más de una palabra debe ir en mayúscula solo la primera.



EVITAR



El **homo sapiens** es la especie humana moderna.

La investigación sobre el **canis lupus** reveló datos interesantes sobre la evolución de los lobos.

El estudio comparó las características de **Felis Catus** con las de otras especies felinas.

SE RECOMIENDA



El **Homo sapiens** es la especie humana moderna.

La investigación sobre el **Canis lupus** reveló datos interesantes sobre la evolución de los lobos.

El estudio comparó las características de **Felis catus** con las de otras especies felinas.

Respecto a nombres relativos al quehacer científico

La denominación científica debe escribirse en cursivas.

EVITAR



Los biólogos estudian la diversidad de especies, como el **Homo sapiens** y el **Panthera leo**, que están en peligro de extinción.

El **Escherichia coli** es una bacteria que se encuentra comúnmente en el intestino humano.

El descubrimiento de un fósil de **Tyrannosaurus rex** fue un hito en la paleontología.

SE RECOMIENDA



Los biólogos estudian la diversidad de especies, como el *Homo sapiens* y el *Panthera leo*, que están en peligro de extinción.

El *Escherichia coli* es una bacteria que se encuentra comúnmente en el intestino humano.

El descubrimiento de un fósil de *Tyrannosaurus rex* fue un hito en la paleontología.

Traducción de instituciones y grados académicos

Nombres de universidades

Los nombres de universidades extranjeras deben escribirse en su idioma original.

EVITAR



Estudió en la **Universidad de Harvard** para obtener su título en Derecho.

Habrá un curso de verano en **King's College de Londres** al que asistiré.

SE RECOMIENDA



Estudió en **Harvard University** para obtener su título en Derecho.

Habrá un curso de verano en **King's College London** al que asistiré.

Grados académicos

Los grados académicos deben escribirse de mayor a menor nivel: Doctorado, Magíster, Licenciado/a y Bachiller.

En el listado de grados académicos también debe considerarse la categoría de la universidad en la que este se obtuvo y ordenar las casas de estudios de mayor a menor de acuerdo con su jerarquía.



EVITAR



Es licenciado en Ciencias Jurídicas, magíster en Derecho Público y Doctor en Derecho.

Estudió en la Universidad de Barcelona, donde obtuvo su **magíster**, y luego se fue a la **Universidad de Harvard** donde obtuvo su **Doctorado**.

SE RECOMIENDA



Es doctor en Derecho, magíster en Derecho Público y licenciado en Ciencias Jurídicas.

Estudió en **Harvard University**, donde obtuvo su **Doctorado** en Historia, y luego se trasladó a la Universidad de Barcelona, donde obtuvo su **Magíster**.

Grados académicos

Los grados académicos deben escribirse en su idioma original, es decir, sin traducción al español y, por tanto, se pueden utilizar las abreviaciones respectivas.

El grado académico se escribe en minúsculas si es utilizado como un cargo.

El grado académico se escribe en mayúsculas cuando se utilice como referencia al nombre completo del título académico.

Abreviaciones de grados académicos: Estas generalmente se escriben con mayúscula inicial (Dr. o Lic.). En minúscula va en los términos cuando se escriben de forma completa (doctor o licenciado).

EVITAR



Ella tiene un magíster de Artes en Literatura Inglesa de la Universidad de Oxford.

El investigador obtuvo su Doctorado en Biología Molecular en la Universidad de Stanford.

*Él es **Magíster** en Conservación del Patrimonio.*

*Después de su **Licenciatura**, ella decidió trabajar como **Licenciada** en Derecho en una firma internacional.*

Ella tiene un doctorado en Educación, con especialización en Pedagogía.

Obtuvo su magíster en Ciencias Ambientales en Yale University.

SE RECOMIENDA



*Ella tiene un **Master of Arts (M.A.)** en Literatura Inglesa de Oxford University.*

*El investigador obtuvo su **Ph.D.** en Biología Molecular en Stanford University.*

*Él es **magíster** en Conservación del Patrimonio.*

*Después de su **licenciatura**, ella decidió trabajar como **licenciada** en Derecho en una firma internacional.*

*Ella tiene un **Doctorado** en Educación, con especialización en Pedagogía.*

*Obtuvo su **Magíster** en Ciencias Ambientales en Yale University.*

*Doctor:
Dr. (hombres) y Dra. (mujeres).
Dr. Juan Pérez o Dra. Ana López.*

*Magíster:
Mg. o Mgs. (cuando se refiere a más de una persona o un grupo).
Mg. Luis Rodríguez.*

*Licenciado:
Lic.
Ejemplo: Lic. María González.*

*Doctor of Philosophy:
Ph.D.
Dr. John Smith, Ph.D..*

*Master of Arts (M.A.):
M.A.
M.A. Sarah Thompson.*

*Master of Science:
M.S.
M.S. Carlos Pérez.*

Uso del lenguaje

La Universidad Finis Terrae está comprometida con el desarrollo de políticas orientadas a promover el buen trato y las relaciones equitativas entre todos los integrantes de la comunidad universitaria.

A través de la Oficina de Promoción de la Dignidad de la Persona se han desarrollado diversas iniciativas que buscan prevenir y erradicar cualquier forma de violencia y discriminación, así como también promover el desarrollo de una comunidad universitaria fundada en la equidad, el respeto y la dignidad de todas las personas.

Por ello, se requiere utilizar adecuadamente el lenguaje, para que contribuya a una comunicación institucional centrada en la persona. Para ello es recomendable:

Evitar reduccionismos

En lugar de referirse a grupos o categorías que podrían percibirse como impersonales o excluyentes, este enfoque enfatiza la individualidad de cada persona.

EVITAR 

Los estudiantes.

Los interesados.

SE RECOMIENDA 

Cada estudiante.

Toda persona interesada.

Sustantivos colectivos

Uso de sustantivos colectivos no marcados por género permiten evitar marcaciones de género sin necesidad de recurrir al lenguaje inclusivo polémico. Este tipo de términos también refuerza el sentido de unidad y pertenencia.

EVITAR 

*Los individuos.
Los académicos y estudiantes.
Los jugadores.
Cada uno de ellos.*

SE RECOMIENDA 

*Las personas.
La comunidad.
El equipo.
El grupo.*

Contextos específicos

Adaptación del lenguaje a contextos específicos: Dependiendo del mensaje y el público objetivo, se puede personalizar la comunicación para que sea inclusiva sin comprometer los principios de la Universidad.

EVITAR 

*Estimados alumnos.
Estimados docentes y alumnos.*

SE RECOMIENDA 

*Estimados alumnos y alumnas (si es necesario para un caso particular).
Estimados integrantes de la comunidad (si es necesario generalizar).*

Fórmulas excluyentes

Evitar fórmulas innecesariamente excluyentes: Aunque se puede seguir utilizando el masculino genérico de acuerdo con las reglas del idioma, en ciertas ocasiones puede ser adecuado reformular frases para que sean más inclusivas. Esto evita debates innecesarios y muestra un esfuerzo por ser acogedores, sin comprometer principios.

EVITAR



Los alumnos deben asistir puntualmente a clases.

SE RECOMIENDA



La asistencia puntual a clases es obligatoria para todos.

Uso pronombres neutros

En textos formales, es recomendable utilizar palabras o construcciones que aludan de manera neutra a un grupo de personas.

Para evitar recurrir al plural (como "los estudiantes" o "las estudiantes"), puedes emplear el término "el estudiantado" para referirse al conjunto de personas que estudian en la Universidad.

EVITAR



La universidad promueve un entorno inclusivo para los alumnos, los funcionarios y las autoridades que forman parte de ella.

El evento está abierto a los estudiantes y a los académicos.

*Los profesores
Los jefes
Los docentes*

*Los estudiantes
Las estudiantes*

Los docentes

Los chilenos

Los Vicerrectores

SE RECOMIENDA



La universidad promueve un entorno inclusivo para todas las personas que forman parte de ella.

*El evento está abierto a la **comunidad universitaria**.*

*El profesorado
Las jefaturas
El cuerpo docente / el equipo docente*

El estudiantado

El cuerpo docente

La población chilena

Las vicerrectorías o el equipo de vicerrectorías

Uso de doble mención
(cuando sea necesario)

Si requiere hacer mención explícita de los términos en versión masculina y femenina puede utilizar la doble mención. Sin embargo, es importante que no se utilice en exceso y sólo cuando sea necesario para evitar redundancias y alargar oraciones.

EVITAR



Queremos reconocer a nuestras secretarias.

Trabajadores.

Académicos.

Científicos.

Los estudiantes que deseen postularse deben enviar su documentación antes del 1 de mayo.

La conferencia contará con la participación de ponentes expertos en el área de la tecnología.

SE RECOMIENDA



Queremos reconocer a nuestras secretarias y secretarios.

Trabajadores y trabajadoras.

Académicas y académicos.

Científicos y científicas.

Los y las estudiantes que deseen postularse deben enviar su documentación antes del 1 de mayo.

La conferencia contará con la participación de ponentes, tanto mujeres como hombres, expertos en el área de la tecnología.

Letras y símbolos

Evitar el uso de la letra "x", el símbolo "@" y la marca "-e" porque dificultan la lectura del texto y no son considerados signos lingüísticos oficiales. Por eso se recomienda, cuando sea necesario, acotar el uso de la barra inclinada "/".

EVITAR



*La universidad fomenta la participación de **todes** en sus actividades.*

*Los recursos de apoyo están disponibles para todas las **person@s**.*

SE RECOMIENDA



*La universidad fomenta la participación de **todas** las personas en sus actividades.*

*Los recursos de apoyo están disponibles para **todas las personas**.*

Sobre la discapacidad:

El lenguaje respetuoso e inclusivo es fundamental para promover la dignidad, la igualdad y la plena participación de las personas con discapacidad en la sociedad. Al emplear un lenguaje adecuado, se evidencia un compromiso con los principios de la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad y con la creación de un entorno accesible e inclusivo para todas las personas.

Discapacidad	EVITAR 	SE RECOMIENDA 
<p>Usar un lenguaje respetuoso y digno: Evitar términos que puedan estigmatizar o devaluar a las personas con discapacidad. Preferir expresiones que pongan a la persona en primer lugar, destacando su dignidad y no su condición.</p>	<p><i>Minusválido</i> <i>Inválido</i> <i>Discapacitado</i></p>	<p><i>Personas con discapacidad.</i></p>
<p>Evitar el uso de eufemismos innecesarios que pueden restar valor a la persona con discapacidad.</p>	<p><i>Persona especial</i> <i>Persona con capacidades diferentes</i></p> <p><i>El acceso a la educación debe ser igual para todas las personas, independientemente de sus capacidades diferentes.</i></p>	<p><i>Personas con discapacidad</i></p> <p><i>El acceso a la educación debe ser igual para todas las personas, independientemente de la discapacidad.</i></p>
<p>Hablar de la persona, no de la discapacidad. El enfoque debe ser centrado en la persona y no en su condición. La discapacidad no define a la persona, es solo una característica más.</p>	<p><i>El discapacitado</i> <i>El ciego</i></p> <p><i>El estudiante con baja visión ha demostrado un gran rendimiento académico.</i></p>	<p><i>Persona con discapacidad</i> <i>Persona ciega</i></p> <p><i>El estudiante con discapacidad visual ha demostrado un gran rendimiento académico.</i></p>
<p>Utilizar términos específicos cuando sea necesario: Cuando sea relevante y sea necesario especificar el tipo de discapacidad, es adecuado hacerlo con un lenguaje claro y correcto, sin hacer suposiciones ni generalizaciones.</p>	<p><i>La persona sordomuda</i> <i>El minusválido</i> <i>El retrasado mental</i></p> <p><i>La Universidad cuenta con intérpretes de lengua de señas para personas sordomudas.</i></p>	<p><i>Persona sorda</i> <i>Persona con discapacidad motora</i> <i>Persona con discapacidad intelectual</i></p> <p><i>La universidad cuenta con intérpretes de lengua de señas para personas sordas.</i></p>



NORMAS DE REDACCIÓN Y ESTILO PERIODÍSTICO



Normas generales

Respecto al estilo de la redacción de contenidos en los medios de comunicación de la Universidad Finis Terra, éste debe ser claro, preciso, conciso y sencillo para ser comprendido por todos los lectores. A continuación, entregamos una serie de recomendaciones generales para quienes desarrollen contenidos redaccionales en esta casa de estudios.

a) Lenguaje claro y accesible: Debe ser fácil de comprender y no dejar lugar a duda o incertidumbre. Para ello se debe privilegiar el uso de palabras precisas y concretas. En caso de tener que utilizar conceptos complejos, abstractos, técnicos o extranjerismos, se debe explicar y/o traducir, según corresponda su significado de la manera más clara y directa posible.

b) Oraciones y párrafos: La estructura de cada oración debe ser clara y fácil de leer, para que nuestros textos sean accesibles. Lo ideal es que cada oración comunique una idea y que un párrafo tenga entre dos y tres oraciones, que no superen las tres o cuatro líneas de texto (en formato Word).

c) Preferir afirmación a negación: Se recomienda privilegiar la utilización de enunciados en positivo en lugar de negativo, ya que resulta más fácil de comprender para el lector (ej. En lugar de escribir: "No olvides traer" es aconsejable "Recuerda traer").

d) Información y opinión: La redacción siempre debe dejar claro si se trata de un texto informativo o de opinión. Los textos informativos están redactados en tercera persona e identifican explícitamente las fuentes de su información. Mientras los textos de opinión están escritos en primera y/o segunda persona y queda explícito que se trata de opiniones con un punto de vista de uno o varios autores.

Redacción de textos periodísticos

Titulares

- Un titular considera título, epígrafe y bajada. En el caso de las noticias institucionales sólo llevan título y bajada.
- El título expresa de manera sintética la esencia de la noticia. Debe responder a la ventana principal del lead y ser claro y directo. En textos informativos, evitar el uso de calificativos y citas, que se utilizan para entrevistas. Privilegiar la afirmación por sobre la negación.
- Bajada: Es una llamada de atención al lector que entrega una pequeña síntesis de la noticia. Intenta responder a las interrogantes que pueda suscitar el título. También puede entregar información útil. No debe superar las dos líneas en word. No debe repetir información del título.
- Los títulos pueden ser referenciales, es decir, informativos. Si son no referenciales, quiere decir que son interpretativos. En el caso de la Universidad Finis Terrae se recomienda, en general, el uso de titulares referenciales, por tanto, debe ser sintético, directo y contener un verbo.

Lead

- El lead, o primer párrafo, concentra la información más importante del texto periodístico. Puede comenzar por la respuesta más importante a una de las 6W que estructuran la pirámide invertida: qué, quién, cuándo, dónde, cómo y por qué. Se utiliza principalmente en artículos informativos.
- Los párrafos idealmente deben tener entre 3 a 4 líneas de texto (en formato word). Cada uno puede contener entre 2 y 3 oraciones.
- Palabras de transición (Enlace): Aunque / Además / También / Pero / Antes / Después / Asimismo / En consideración a / Por último, entre otras.
- Frases de transición (unir párrafos): Sin embargo / Mientras tanto / Por una parte / Por otra parte / Al mismo tiempo / Como consecuencia / Por último / A menos que / Como ejemplo.
- Subtítulo: Concepto que sirve para separar temas y hacer el texto más dinámico y atractivo.

Sobre el uso de fuentes y formas de citación y registro

- Se recomienda utilizar citas en estilo directo (ED) y/o en estilo indirecto (EI).
- ED: Reproduce exactamente lo que expresó la fuente. Siempre va entre comillas para indicar dónde empieza y acaba la atribución. Lleva marca de atribución: coma. Utiliza verbos de atribución: dijo, expresó, detalló y otros (durante la nota se deben utilizar estos verbos en el mismo tiempo verbal: presente o pasado perfecto simple).
- EI: En lugar de reproducir textual la declaración, explica o sintetiza la declaración. No hay marcas de atribución (comillas ni coma). Usa verbos que evidencian que hubo discurso pronunciado (dijo, preguntó, contestó) y oración subordinada (verbo + que).

Formas de citar una fuente: nombre y cargo

- La forma correcta de citar una fuente es nombre, cargo y filiación institucional.
Juan Pérez, académico de Finanzas de la Universidad Finis Terrae.
Juan Pérez, académico de Finanzas de la U. Finis Terrae.
Juan Pérez, académico de la Universidad Finis Terrae.
Juan Pérez, académico de la U. Finis Terrae.

Lectura de foto

- Breve información -no más de 1.5 línea Word- relativa al contenido de la fotografía que grafica y/o contextualiza la nota.

Formatos género periodístico informativo:

Nota o noticia: *Es un texto informativo, que contiene hechos y declaraciones realizadas por las personas involucradas, sin mayores detalles contextuales, como descripciones de ambientes o emociones.*

Breve: *Pequeño bloque de texto informativo que contiene la información medular de un acontecimiento.*

Crónicas: *Este formato contiene información noticiosa y detalles contextuales, como descripción del ambiente y emociones de los personajes, que apelan a la interpretación por parte del lector.*

Reportajes: *Es un texto periodístico de mayor extensión que una noticia o una crónica debido a la mayor profundidad de su contenido. Además utiliza recursos literarios para describir, explicar y profundizar en las causas, contexto, consecuencia y análisis provistos de diversas fuentes de información.*

Entrevistas: *Es un texto periodístico resultante de una conversación entre una o más personas con un comunicador acerca de algún tema noticioso. Previamente el periodista debe elaborar la pauta de temas y/o preguntas que abordará con el entrevistado. Al inicio de la redacción de la entrevista debe quedar claramente identificada la o las personas entrevistadas y el motivo de la entrevista. No se debe descontextualizar las expresiones del entrevistado ni alterar lo que quiso expresar. Durante la entrevista se debe utilizar el pronombre usted y evitar en los textos la utilización del pronombre personal "tú" y vocablos como "don", "doña", "señor", "señora" o "señorita", entre otros.*

Recomendaciones para elaboración de comunicados de prensa:

- Esta nota tiene por objetivo difundir y promocionar iniciativas, noticias u otras acciones de la Universidad Finis Terrae y que, de alguna manera, contribuyen a la sociedad.
- Deben contener la información lo más completa y documentada posible, de manera clara, sintética y un lenguaje accesible (evitar excesivo tecnicismo).
- Redactar con la mirada noticiosa de un periodista de prensa, para evitar cambios o ediciones que transgredan el sentido original de la información.
- Considerar tipo de medio y adecuar el contenido a sus formato (Medios digitales, prensa escrita, radio o televisión)
- La estructura del comunicado de prensa considera: título de la noticia, lugar y fecha de emisión, cuerpo del texto (pirámide invertida), subtítulo (si fuese necesario), información institucional (identificar facultad u otra unidad institucional que emite la información) y datos de contacto del periodista responsable de la gestión de prensa (Nombre • Cargo • Teléfono • Mail • Página web • Si es relevante incluir dirección).



RECOMENDACIONES PARA ELABORACIÓN DE CONTENIDOS WEB



10 recomendaciones generales

A continuación te entregamos una serie de recomendaciones a considerar cuando generes contenidos para el sitio web con las cuales podrás mejorar tanto la visibilidad de la Universidad en los motores de búsqueda como la experiencia de los usuarios en tu sitio web.

Utiliza palabras clave relevantes:

- Identifica palabras o frases clave relevantes relacionadas con el tema y el contenido de tu mensaje, que sea **específica para el contenido** que estás creando y que se relacione con lo que los usuarios **buscan en motores de búsqueda** (como Google). Esta palabra clave es el término o la pregunta que los usuarios probablemente utilizarían cuando busquen información sobre el tema de tu página.
- Por ejemplo, si estás escribiendo sobre un programa de Magíster en Derecho en una universidad privada chilena, una palabra clave adecuada podría ser “Magíster en Derecho en Chile”.
- Usa estas palabras clave en **títulos, subtítulos y a lo largo del contenido** de manera natural, no se debe repetir de forma excesiva, ya que esto puede perjudicar la calidad del contenido y afectar negativamente el SEO. La clave es un uso equilibrado y estratégico.

Contenido de calidad y útil:

- Ofrece información relevante y útil **que responda a las preguntas frecuentes** de tus visitantes, como detalles de programas académicos, procesos de matrícula, horarios, etc.
- Escribe de manera clara, precisa y accesible para que tanto los futuros estudiantes y sus familias así como la comunidad universitaria encuentren lo que buscan fácilmente.

Optimiza los títulos y subtítulos:

- Los títulos deben ser atractivos y contener palabras clave. Por ejemplo: “Estudia Derecho en la mejor universidad privada de Chile”.
- Usa subtítulos (H2, H3) para estructurar el contenido y hacerlo más legible, asegurándote de incluir también palabras clave relevantes.

URL amigables:

- Asegúrate de que las URLs sean simples, claras y contengan palabras clave. En wordpress es posible editar la URL.

Optimiza las imágenes:

- Las imágenes deben tener un nombre de archivo descriptivo y relevante (por ejemplo, “universidad-campus.jpg”) y una etiqueta ALT con palabras clave para mejorar el SEO.

Llamadas a la acción claras:

- Incluye botones o enlaces con llamadas a la acción claras como “Postula aquí”, “Más información” o “Conoce nuestros programas académicos”.

Optimiza para dispositivos móviles:

- Asegúrate de que el sitio web sea responsive, ya que muchos usuarios accederán desde sus teléfonos móviles. Google valora la experiencia móvil para el SEO.

Genera contenido original y actualizado:

- Publica contenido original y actualizado regularmente, como noticias sobre la Universidad, eventos, testimonios de estudiantes o investigaciones. Esto ayuda a que el sitio se mantenga relevante y se posicione mejor.

Optimización de meta descripciones:

- Cada página debe tener una meta descripción breve, clara y con palabras clave, que invite al usuario a hacer clic. Ejemplo: "Descubre los programas de pregrado y postgrado ¡Postula hoy!".

Enlaces internos y externos:

- Usa enlaces internos para conectar páginas relevantes dentro del sitio y facilitar la navegación.
- Si es posible, incluye enlaces externos a fuentes confiables, como asociaciones académicas o noticias del sector educativo.

Respecto a los contenidos estáticos de un sitio web

El contenido estático es más estable y permanece constante, suele ser utilizado para ofrecer información básica y fundamental sobre la organización, como su historia, valores, estructura, etc.

Uno de esos contenidos en los sitios de áreas y facultades es la **identificación de docentes y colaboradores**, la cual debe contener la siguiente información:

- Nombre completo (primer nombre, primer y segundo apellido).
- Cargo / rol que desempeña (ej. docente, investigador o coordinador de línea)
- Grados académicos, de mayor a menor y la universidad en que se obtuvo cada grado.
- Título profesional
- Cátedras que realiza
- Depto o línea en la que se inserta
- Línea de investigación
- Foto institucional actualizada



ANEXOS



Sobre campaign URL Builder - Trackeo de URLs

La importancia de “trackear” las url (links) de un mailing o de un post de redes sociales radica en poder identificar a través de Analytics el aporte de tráfico hacia nuestros sitios web que hace cada una de las fuentes existentes.

Entre las principales fuentes de tráfico se encuentran:

- Google orgánico (búsquedas en google de NO pago)
- Email
- Redes Sociales
- Google de pago

¿Cómo logramos identificar el tráfico de cada una de ellas?

Utilizando la herramienta online **Campaign URL Builder** <https://ga-dev-tools.appspot.com/campaign-url-builder/> si el sitio le pide ingresar como usuario, debe crear un nuevo usuario con su correo institucional, este paso es sencillo y no debiera haber complicaciones.

Esta plataforma nos ayuda a generar la url trackeada, vale decir, la url final que contiene diversos parámetros que nos indican la fuente del tráfico.

¿Cómo la utilizamos?

Al ingresar podemos observar que los 4 primeros campos a llenar son los obligatorios y serán los únicos que se deben completar. Estos campos son:

- 1) Website URL:** Aquí hay que colocar la url que queremos trackear, ya sea un sitio o un link a una red social, por ejemplo Instagram, debe ir: https://www.instagram.com/postgrados_ufinisterrae/ o si es un programa en específico debería ser: <https://postgrados.uft.cl/programas/facultad-de-derecho/diplomado-en-derecho-laboral-de-la-funcion-publica/>
- 2) Campaign Source:** Se refiere a la fuente de la campaña, si es desde un envío de mail, debería ser por ejemplo **email_postgrado**, si es un post de Facebook quedaría como **post_facebook** (ojo todo en bajas sin espacios acentos eñes u otro símbolo)
- 3) Campaign Medium:** Hace referencia al medio desde donde se transmite el vínculo, por ejemplo si es un mailing, sería **email**, si es un post de Facebook sería **post** lo mismo para Instagram. Si es un **tweet** de Twitter, sería **tweet**.
- 4) Campaign Name:** Acá va el nombre descriptivo de la campaña, que nos indique que estamos promocionando, por ejemplo **diplomado_derecho_laboral** siempre usando guión bajo como separación.

En los mailing la idea es que los datos **“Campaign Source”**, **“Campaign Medium”** y **“Campaign Name”** sean los mismos para cada link de un mail en particular, de esta manera será más identificables las métricas, evitando un exceso de fuentes y/o de medios en Analytics.

En **“Share the generated campaign URL”** no se ingresa nada ya que automáticamente se va autogenerando la url en base a los campos que se van completando.

OJO: La opción justo debajo llamada **“Set the campaign parameters in the fragment portion of the URL (not recommended).”** debe estar sin seleccionar.

Una vez construida la url, presione el botón **“Copy URL”** y después la pega donde quiera insertar el link (control + v ; o clic con el botón derecho > pegar).

La opción **“Convert URL to Short Link”** permite acortar automáticamente la URL para que pueda ser pegada en un post de Facebook en la bio de Instagram.

Consolidado de trackeo por área

A modo de ordenar la información en Analytics, se requiere que todos los mailing y post tengan la misma fuente/medio. A continuación se detalla la información a aplicar por cada área:

Área	Canal	Campaign Source (Fuente)	Campaign Medium (medio)
Admisión Postgrado	Mailing Admisión Postgrado	email_postgrados	email
	Instagram Admisión Postgrado	instagram_postgrados	post
	Facebook Admisión Postgrado	facebook_postgrados	post
	Twitter Admisión Postgrado	twitter_postgrados	tweet
	Mailing Colegio de Abogados	email_postgrados	email_colegio_abogados
	Mailing Asociación de Abogados	email_postgrados	email_asociacion_abogados
	Mailing Diario Constitucional	email_postgrados	email_diario_constitucional
Admisión Pregrado	Mailing Admisión Pregrado	email_pregrado	email
	Instagram Admisión Pregrado	instagram_admision	post
	Facebook Admisión Pregrado	facebook_admision	post
Área	Canal	Campaign Source (Fuente)	Campaign Medium (medio)
Comunicaciones Institucionales	Mailing Institucional	email_comunicado	email
	Mailing Agenda	email_agenda	email
	Instagram institucional	instagram_institucional	post
	Facebook Institucional	facebook_institucional	post
	Twitter Institucional	twitter_institucional	tweet
Egresados	Mailing Egresados	email_egresados	email
	Instagram Egresados	instagram_egresados	post
	Facebook Egresados	facebook_egresados	post
Teatro Finis Terrae	Mailing Teatro Finis Terrae	email_teatro	email
	Instagram Teatro Finis Terrae	instagram_teatro	post
	Facebook Teatro Finis Terrae	facebook_teatro	post
	Twitter Teatro Finis Terrae	twitter_teatro	tweet
Observatorio de Asuntos Internacionales	Mailing OAI	email_oai	email
	Instagram OAI	instagram_oai	post
	Facebook OAI	facebook_oai	post
	Twitter OAI	twitter_oai	tweet

Área	Canal	Campaign Source (Fuente)	Campaign Medium (medio)
Alumnos	Mailing Alumnos	email_alumnos	email
	Instagram Alumnos	instagram_alumnos	post
	Facebook Alumnos	facebook_alumnos	post
FAD	Mailing FAD	email_fad	email
	Instagram FAD	instagram_fad	post
	Twitter FAD	twitter_fad	tweet
	Facebook FAD	facebook_fad	post
Dirección de Personas	Newsletter Personas	newsletter_personas	email
Facultad de Medicina	Newsletter Medicina	newsletter_medicina	email
	Newsletter Kinesiología	newsletter_kinesiologia	email
	Newsletter Enfermería	newsletter_enfermeria	email
	Newsletter Nutrición y Dietética	newsletter_nutricion	email

La siguiente imagen es un ejemplo que ilustra la marcación, en este caso de un programa de Postgrado. Para las otras áreas habría que aplicar los parámetros indicados en el cuadro anterior. Cabe considerar que los datos ingresados en los campos **Website URL y Campaign Name** irán variando según la URL y la campaña que se quiera marcar.

website URL *

The full website URL (e.g. <https://www.example.com>)

campaign ID

The ads campaign id.

campaign source *

The referrer (e.g. [google](#), [newsletter](#))

campaign medium *

Marketing medium (e.g. [cpc](#), [banner](#), [email](#))



Universidad
Finis Terrae®

MANUAL DE **ESTILO**