

Universidad de Ibagué
Comunicación Institucional

Manual de estilo de *Árbol de tinta*

Junio de 2022



**Árbol
de tinta**

Contenido

1. Historia
2. Línea editorial
3. Objetivos
4. Público objetivo
5. Secciones y contenido
 - 5.1 Clic con la U
 - 5.2 Conexión Ungraduados
 - 5.3 Nuestra gente
 - 5.4 Oferta de servicios
6. Comité Editorial
 - 6.1 Funciones del Comité Editorial
7. Recomendaciones de estilo
 - 7.1 Recomendación de la estructura de los artículos
 - 7.2 Recepción de artículos
 - 7.3 Características de forma del texto
8. Referencias

Manual de estilo de *Árbol de tinta*

1. Historia

Árbol de Tinta es el más antiguo órgano de divulgación institucional de la Universidad de Ibagué. El primer número de esta publicación circuló en abril de 1986 (cinco años después de haber iniciado labores la Institución), con el nombre de *Boletín Informativo*. Esta publicación de tamaño media carta, contaba con 12 páginas, impresas a una tinta y su propósito era generar nuevos mecanismos de comunicación para compartir saberes en la comunidad universitaria.

En diciembre de 1995 (Nº 67, año X), la publicación adquirió el formato de periódico, con un tamaño de 24.5 x 34.5. Aunque mantuvo su número de páginas (12) su imagen evidenció un cambio significativo de forma.

En noviembre de 1996 (Nº 81, año XI) renovó su nombre a *Boletín* pero conservó el mismo número de páginas: dos bicolor y diez en blanco y negro. En el año 2001 (edición septiembre-octubre, año XV) sufrió una transformación importante en su formato, se imprimió tipo tabloide y su diagramación e impresión comenzó a realizarse en la Editorial Aguasclaras S.A. (El Nuevo Día)

En el año 2005, en el marco de la celebración de los 25 años de la Universidad, cambió su nombre por el de *Árbol de Tinta* y se aumentó el número de páginas a 16. En el año 2012, (Nº 188, año XXV), en su edición de abril, el periódico cambió su diseño por uno más ágil. El logotipo pasó de una fotografía a un grafismo más limpio y de fácil recordación. En cuanto al contenido, el periódico evolucionó su carácter noticioso hacia temas más académicos, a través de artículos y divulgación de proyectos de investigación.

En abril del año 2013 (edición Nº 196) *Árbol de Tinta* nuevamente cambió su imagen de periódico a revista. Se presentó como un medio de comunicación más actual y visualmente más impactante. Con este nuevo formato se propuso exponer un nuevo contenido de interés para la comunidad académica en general. La revista tuvo una extensión de 32 páginas, en policromía y se imprimía en papel propalcote tamaño carta en León Gráficas.

Tras treinta años, en agosto de 2017 (año XXX N° 224), *Árbol de tinta* presentó una nueva transformación; en esta ocasión, a tono con los lenguajes digitales. La revista fue rediseñada en su totalidad y se convirtió en una publicación virtual, bajo la misma concepción de aportar a la reflexión sobre temas académicos y de interés para el sector de la educación del país. Su primera edición en plataforma digital salió a la luz pública en el mes de febrero de 2018.

La publicación no circuló durante los años 2020 y 2021 debido a la pandemia. En 2022 vuelve a editarse en su formato virtual; sin embargo, cambia su contenido, público objetivo, periodicidad y secciones. La publicación es semestral y se dirige a los graduados de Unibagué.

2. Línea editorial

Árbol de tinta es una revista digital que por su carácter web está al alcance de la comunidad universitaria, la región, el país y los ciudadanos del mundo. Sin embargo, su contenido tiene un público objetivo definido como son los graduados de la Universidad de Ibagué. Desde su contenido, esta pieza comunicativa visibiliza proyectos, oferta y el quehacer institucional, aporta y reflexiona sobre temas generales de interés para los graduados y visibiliza el quehacer profesional de los egresados.

3. Objetivos

- Fortalecer la proyección y comunicación de la Universidad de Ibagué con sus graduados.
- Aportar a la reflexión sobre temas de interés para los graduados.
- Visibilizar la labor que cumplen los graduados de Unibagué en su rol como profesionales.

4. Público objetivo

Graduados

5. Secciones y contenido

A la revista digital *Árbol de tinta* se accede a través de la dirección electrónica <https://ediciones.unibague.edu.co/arbol-de-tinta>

Está conformada por las siguientes secciones:

- Clic con la U
- Conexión Ungraduados
- Nuestra gente
- Oferta de servicios

5.1 Clic con la U

Con esta sección se busca que los graduados estén en conexión con lo que pasa en la Universidad. Allí se publican artículos relacionados con los proyectos y el quehacer institucional.

5.2 Conexión Ungraduados

Esta sección agrupa artículos divulgativos relacionados con temas de interés para los graduados, desarrollados en torno a ejes temáticos.

5.3 Nuestra gente

En la sección *Nuestra gente*, a través de crónicas, entrevistas, reportajes y noticias se busca destacar a graduados Unibagué. En este espacio también se dan a conocer eventos dirigidos a los graduados.

5.4 Oferta de servicios

Con esta sección se pretende dar a conocer la diferente oferta de servicios y beneficios dirigidos a los graduados que brinda la Universidad de Ibagué.

6. Comité editorial

El Comité editorial es el órgano de dirección de la revista *Árbol de tinta* y su tarea se centra en proponer y asesorar a la coordinación y al equipo editor, para un mejoramiento continuo

de la publicación. Está integrado por un grupo de profesionales y académicos asociados a la revista en calidad de consultores.

El Comité editorial está conformado por:

- Rector(a) o su delegado(a)
- Director(a) de Ediciones Unibagué
- Director (a) de Admisiones y Registro
- Director (a) de Extensión
- Coordinador (a) del área de Lenguaje de la Facultad de Humanidades, Artes y Ciencias Sociales

6.1 Funciones del Comité editorial

- Velar por el cumplimiento de los objetivos de la publicación y sus directrices editoriales.
- Orientar el proceso editorial con la finalidad de garantizar la máxima calidad de la revista.
- Aprobar los temas centrales que se desarrollan en cada edición de la publicación.
- Proponer autores y temas para los siguientes números de la misma.
- Designar el coordinador del tema central de cada edición.

7. Recomendaciones de estilo

Los artículos que se publican en la revista *Árbol de Tinta* deben cumplir con los siguientes parámetros:

- Pertinencia, interés para los lectores, precisión en los datos que se envían, vigencia, confiabilidad de la fuente de donde proviene el material, rigor académico y profundidad.
- Los títulos deben ser cortos y llamativos. Se sugiere títulos de máximo cinco palabras.
- Los artículos deben llevar intertítulos o subtítulos dentro del escrito que permitan fortalecer la legibilidad del texto, así como coherencia y cohesión de las ideas.
- El autor del artículo podrá destacar una frase corta y sencilla para introducir al lector directamente en los hechos y que se constituirá en un recurso de diseño

llamado *entradilla*. Para ello, debe asegurarse de resaltar con color la frase escogida. Un artículo puede tener máximo tres entradillas.

- Se recomienda ganar profundidad haciendo uso de los hipervínculos e hipertextos. El lugar de ubicación del hipervínculo debe ser comunicado en negrilla y subrayado.

Hipervínculo: dirección web que nutre el artículo con información extra o indica reciprocidad temática con el tema en exposición.

Es importante evitar el uso desmedido de dichas herramienta. Utilizar máximo tres por artículo. Se recomienda omitir el uso de hipervínculos en los primeros párrafos para impedir la migración a otros portales. Se sugiere su utilización en la parte central y al final del texto.

- Por ser textos de carácter divulgativo se deben evitar las citas bibliográficas; de ser necesario se debe mencionar el libro y el autor en el contenido del artículo.

Por ejemplo:

Al respecto, advierten Fernando Cuenin y Mauricio Silva en su libro *Identificación y Fortalecimiento de Centralidades Urbana-El caso de Quito* que "los costos del desarrollo territorial desbalanceado afectan especialmente a las familias más pobres que viven en las zonas menos servidas, alejada del centro de la ciudad".

- Todos los artículos deben ser firmados por su autor. La información que debe ir es: nombre completo, cargo e institución y correo electrónico.
- Los autores deben sugerir el concepto visual de las fotografías que acompañarán el artículo. Comunicación Institucional se hará cargo de las capturas fotográficas; el autor debe propiciar accesos a los espacios y el buen ambiente para desarrollar el trabajo fotográfico.
- Para enriquecer los artículos se pueden incluir videos y audios. Cuando se requiera la realización de los mismos se deberá informar con tiempo a Comunicación Institucional para su realización.
- En caso de infografías se deberá suministrar la información para la construcción de la misma.

- Para fortalecer la riqueza visual de la revista, se recomienda no incluir tablas, cuadros ni gráficas, excepto en casos que la información no se pueda presentar de una manera textual. El autor deberá justificar a la coordinación de la publicación la inclusión de uno de estos recursos gráficos.
- Todos los artículos serán sometidos a corrección de estilo. En caso de requerirse ajustes del texto, el artículo retornará al autor para que realice los cambios solicitados. Este tendrá un plazo de ocho días para realizar la corrección.

7.1 Recomendación de estructura de los artículos

Se sugiere trabajar la estructura de la *pirámide invertida*, la cual hace énfasis en priorizar la información, redactar de lo más importante a lo menos importante. En este sentido, el primer párrafo responde a las siguientes preguntas: qué, quién, cómo, cuándo, dónde, por qué y para qué. En los párrafos siguientes se desarrollará el contenido del artículo.

De acuerdo con Franco (citando a Nielsen, 1996), "en la web, la pirámide invertida adquiere más importancia debido a que los usuarios no bajan por la página (hacen scroll en el original), por lo que frecuentemente abandonarán la lectura mientras estén en la zona superior de un artículo".

7.2 Recepción de artículos

- Los artículos deben ser enviados dos meses antes de la publicación con el fin de realizar las correcciones respectivas y en caso de retornar a su autor que este haga los ajustes necesarios.
- Es de precisar que la publicación es semestral, dos ediciones al año, en los meses de junio y noviembre.
- Los cierres se realizan de la siguiente manera:
Junio: última semana de marzo
Noviembre: última semana de agosto
- Cuando el artículo es solicitado directamente por el Comité Editorial, este debe ser entregado en la fecha señalada, según las especificaciones requeridas en cuanto a formato y extensión.
- Los artículos deben ser enviados al correo franciny.espinosa@unibague.edu.co

7.3 Características de forma del texto

Documento en Word

Interlineado: 1,5

Cantidad de palabras: 1.000 a 1.500

Tipografía: *título* en 16 puntos en Times New Roman; *manuscrito general* en doce puntos; *citas extensas* en once puntos.

Citación: utilizar normas APA. Las referencias deben ir en diez puntos, con tres puntos de espaciado posterior. Los apellidos y nombres de los autores deben ir en mayúsculas y minúsculas.

Referencia

Franco, G. (2009). *Cómo escribir para la web*. Bogotá: Centro Knight para Periodismo en las Américas de la Universidad de Texas en Austin.

Identificación de Cambios

Versión	Cambio	Fecha
0	Versión Inicial	26/01/2018
1	Actualización	09/06/2022
Observaciones:		