

**LAS CITAS DE FUENTES DE INFORMACIÓN Y  
ALGUNAS NORMAS DE ESTILO**  
en las tesis y en los trabajos de investigación

**Edición revisada  
2009**

## **Introducción**

El propósito de esta guía es colaborar con los miembros de la comunidad académica brindando pautas básicas para facilitar los trabajos de investigación.

Además de respetar las normas ortográficas y gramaticales básicas de la lengua, existen pautas específicas para la redacción y presentación de los trabajos de investigación (artículos para ser publicados, monografías, tesis, etc.). En el caso específico de las tesis de la Universidad se debe consultar el Reglamento de Tesis.

## **La consulta de fuentes de información**

### **De la idea a la búsqueda de información**

Una vez que se tiene la idea de cuál será el tema de la investigación se deberán consultar fuentes de información. Esto es de fundamental importancia ya que las mismas proveen información imprescindible para la investigación, aun en aquellas investigaciones que deben ser resueltas experimentalmente. Las fuentes proporcionan el fundamento teórico necesario y previo a toda investigación y también sirven para verificar que una cuestión que se considera nueva u original no haya sido tratada anteriormente.

### **Búsqueda y selección de las fuentes más útiles**

La investigación de fuentes de información consiste en identificar los documentos relevantes para el tema del trabajo y reunir la información que permita tener acceso a los mismos.

Este proceso puede seguir los siguientes pasos:

- Examinar el tema elegido y reflexionar sobre el mismo. Es útil realizar una lista breve de los temas clave que abordará el trabajo para buscar documentación sobre los mismos.
- Consulta a personas entendidas en el tema (profesores, el tutor de la tesis) que podrán sugerir fuentes apropiadas.
- Algunas lecturas exploratorias por su cuenta.
- Consulta a instituciones y organismos.
- Consulta de algunas fuentes.

En una primera fase, la tarea de la consulta se debe circunscribir a fuentes generales (manuales, diccionarios especializados, enciclopedias, Internet) para poseer una visión global del área a investigar y conocer la interdependencia de temas. Dos o tres fuentes de generalidades sobre el tema sirven para explorarlo y elaborar criterios para la búsqueda y selección de las fuentes más relevantes.

Posteriormente, en la etapa de la elaboración del trabajo, se realizará una investigación más exhaustiva. Un criterio evidente para la selección de las fuentes será la relación de éstas con la investigación. Solo se tomarán en cuenta aquéllas que sirvan para encontrar respuestas a los interrogantes que presenta el trabajo. Una vez que se hayan identificado documentos se debe dar prioridad a los más accesibles, actualizados y confiables o a aquéllos que los asesores consideren más importantes.

También son valiosas las referencias que aparecen en las fuentes. Sirven para identificar otras fuentes y autores pertinentes al trabajo. Esto permitirá tener un conjunto de referencias y también pistas para la investigación.

Es difícil encontrar todos los documentos relevantes en un solo lugar. La consulta a nuestra Biblioteca puede ayudar en la búsqueda. En la misma se podrán encontrar variadas fuentes de información para consultar, como diccionarios, enciclopedias y manuales de estilo, y libros sobre el tema de la investigación.

## **Las citas**

Si se cita textualmente o se parafrasea en las propias palabras del que escribe el trabajo, se debe dar crédito al autor original. Si no se cita la fuente es plagio. Por otra parte, las citas otorgan seriedad al trabajo, lo hacen verificable y transparente a la crítica, y permiten a los lectores profundizar sobre el tema tratado. Es conveniente no abundar en citas poco sustanciales y sí hacerlo con aquéllas que sean relevantes al trabajo.

Existen normas de uso para citar y hacer referencia a la fuente citada, algunas de uso específico en una disciplina o áreas disciplinarias, y otras de uso establecido en una disciplina pero que se han hecho extensivas a otras, como las normas contenidas en el *Manual de estilo de publicaciones de la American Psychological Association (APA)*. Son éstas las normas que la Universidad ha adoptado para las citas en las Tesis.

Basándose en las mismas, la Biblioteca ha elaborado, para los casos más frecuentes, normas básicas para las citas, que se detallan a continuación. Para aquellos casos que no estén contemplados en estas normas se deberá consultar el Manual de la APA, antes citado, disponible en la Biblioteca.

Estas normas son básicas, de carácter orientativo, por lo tanto se recomienda consultar el Manual, ya que muchas normas en el mismo están sujetas a excepciones.

### **Normas básicas para las citas**

Se debe documentar el estudio a lo largo del texto citando con el sistema autor-fecha los documentos que se consultaron. Este estilo de cita breve identifica la fuente para los lectores y les permite localizarla en la Lista de referencias, al final del trabajo.

Hay dos tipos de citas: citas textuales y citas ideológicas o paráfrasis.

## **Cita textual**

Si se transcriben frases enteras de un trabajo se dice que es una cita textual. Las citas textuales deben ser fieles. Deben seguir las palabras, la ortografía y la puntuación de la fuente original, aun si ésta presentara incorrecciones. En este último caso, si hubiera algún error en la fuente original que pudiera confundir al lector, se debe insertar la palabra "sic" entre corchetes (ie. [sic]), inmediatamente después del error. Las palabras o frases omitidas han de ser reemplazadas por tres puntos.

Una cita textual corta (con menos de 40 palabras) se incorpora en el texto y se encierra entre comillas dobles. Se usan comillas sencillas dentro de la dobles para resaltar una palabra o palabras.

Kouzes y Posner (1997) afirman: "No se puede encender la llama de la pasión en otras personas 'sin expresar entusiasmo' por la visión del grupo" (p. 45).

Se puede coincidir con la opinión "No se puede encender la llama de la pasión en otras personas 'sin expresar entusiasmo' por la visión del grupo" (Kouzes y Posner, 1997, p. 45).

Una cita mayor de 40 palabras se incorpora en un bloque independiente. Se comienza en una nueva línea o renglón, sangrándola cinco espacios desde el margen izquierdo. Las líneas subsiguientes se escriben al nivel de la sangría. Se omiten las comillas dobles.

Bennis y Nanus (1985) al parecer reflejan mejor el término visión con estas palabras:

Para escoger una dirección, el líder debe haber desarrollado primero una imagen mental del futuro posible y deseable de la organización. Esta imagen, que hemos llamado visión, puede ser tan vaga como un sueño o tan precisa como una meta o como las instrucciones para cumplir una misión. (p. 61).

## **Cita ideológica o paráfrasis**

Si interesa algún concepto de un autor y se lo resume en las propias palabras del que escribe un trabajo, se dice que parafrasea al autor original. Esto es legítimo siempre que se indique la fuente.

Amor (2000) analiza los motivos para comenzar un negocio en línea y sostiene que hacerlo sólo por imitar a la competencia no es una estrategia apropiada.

Si el motivo para comenzar un negocio en línea es sólo para imitar a la competencia, se puede considerar que dicha razón no es la estrategia adecuada. (Amor, 2000).

Como se puede ver en el primer ejemplo, en el caso en que se nombre el autor en el texto, solo se colocará entre paréntesis el año. Se incorpora la referencia completa en la Lista de referencias, como se explica más adelante.

## Citas de citas

Algunas citas pueden ser de segunda mano, es decir, el autor del trabajo de investigación hace una cita de una obra que a su vez aparece citada en otra obra. El autor no tiene contacto con la fuente original sino a través de la obra que la cita. En este caso debe quedar aclarado, indicando el autor y el título de la obra original, el autor que la cita y en qué obra lo hace.

La función de comparar y evaluar alternativas es sumamente compleja. Incluye evaluar los beneficios y costos, la aceptación de los afectados por la alternativa elegida y considerar los riesgos que conlleva. (Bass, 1983).

Para hacer referencia a la fuente citada, se pondrá en la Lista de referencias lo siguiente:

Bass, B. M. (1983) *Organizational decision making*. Homewood, Ill.: Irwin. Citado en:  
Harrison, E. F. (1987). *The managerial decision-making process*. Boston: Houghton Mifflin.

## Tablas y figuras

Cualquier tabla o figura reproducida o adaptada debe acompañarse de una nota al pie de la tabla o figura donde se dé crédito al autor original y al poseedor de la propiedad literaria. Se utiliza el siguiente formato:

Material reimpreso del artículo de una revista:

De "Guía para lanzar un negocio virtual", por E. Strout, 2001, *Gestión*, 6, p. 44.

Material reimpreso de un libro:

Adaptada de *Producción: su organización y administración en el umbral del tercer milenio* (p.159), por R. F. Solana, 1994, Buenos Aires: Ediciones Interoceánicas.

## Citación de las fuentes en el texto

### *Cita textual*

Si se trata de fuentes impresas se especifica el autor, el año y el número o los números de página entre paréntesis como se muestra en los ejemplos anteriores.

Muchas fuentes electrónicas no proporcionan números de página (a menos que sean reproducciones de material impreso). Si los números de párrafo son visibles, estos se utilizan en lugar de las páginas. Se emplea el símbolo ¶ o la abreviatura párr.

(Evans, 2006, ¶ 3).

(Evans, 2006, párr. 3).

En el caso en que se nombre el autor en el texto, solo se colocará entre paréntesis el año y las páginas o, ¶ / párr., si fuera una fuente electrónica. Ver los ejemplos mostrados

anteriormente.

### ***Cita ideológica o paráfrasis***

Se coloca el apellido del autor y el año de publicación, los cuales se insertan dentro del texto en el lugar apropiado. No se requiere proporcionar el número o números de página. No obstante, es conveniente hacerlo para ayudar al lector a ubicar el pasaje pertinente. Ver los ejemplos mostrados anteriormente.

### **Registro de autores**

Tener en cuenta que en los casos de apellidos compuestos se registra el apellido completo:

Alfaro Drake (1993).

Un trabajo por un solo autor:

Bunge (1997).

Dos autores:

Kotler y Amstrong (2004) expresan que

Citar siempre ambos nombres cada vez que se presente la referencia dentro del texto.

Tres a cinco autores:

Citar a todos la primera vez que se presente la referencia. En citas subsiguientes incluir solo el apellido del primer autor seguido de et al.:

Castro Solano, Casullo, y Pérez (2004) destacaron que [primera cita]

Castro Solano et al. sostienen que (2004) [primera cita subsiguiente dentro del párrafo]

Castro Solano et al. sostienen que [omitir el año en las citas subsiguientes]

Seis o más autores:

Cite únicamente el apellido del primero de ellos, seguido por et al. y el año para la primera cita y también para las subsiguientes. Pero para la Lista de referencias proporcione los apellidos e iniciales de los primeros seis autores y para todos los restantes utilizar et al.:

Benecke et al. (1992).

Autor corporativo

Algunas publicaciones son editadas por instituciones (asociaciones, universidades,

dependencias de gobierno), ocupando el lugar del autor personal. Se escribe completo cada vez que aparece citado. Si el autor corporativo es suficientemente conocido se escribe completo en la primera cita y se abrevia a partir de la segunda.

Primera cita:

(Instituto Nacional de Estadística y Censos [INDEC], 2007).

Citas subsiguientes:

(INDEC, 2007).

En la Lista de referencias debe escribirse completo.

Trabajos sin autor:

“...relacionar una empresa con una causa solidaria de bien público”. (“El marketing”, 2001, p. 69).

Citar dentro del texto las primeras palabras de la entrada en la Lista de referencias (por lo común, el título) y el año. Utilizar comillas dobles en torno del título de un artículo o capítulo. Se incorporan las referencias completas en la Lista de referencias de la siguiente manera:

El marketing solidario. (2001). *Apertura*, 115, 69-71.

### **Comunicaciones personales**

Incluye cartas, mensajes de correo electrónico, listas y grupos de discusión, conversaciones telefónicas, y similares. Se debe citar en el texto pero no en la Lista de referencias:

J. M. Albarracín (comunicación personal, 29 de octubre, 1999).

## **Lista de referencias**

La Lista de referencias al final de un trabajo proporciona la información para identificar las fuentes citadas en el texto.

Todos los documentos citados en el texto deben ser incluidos en esta Lista. Las referencias no deben ser indicadas a pie de página. No se debe omitir ninguna obra utilizada por más parcialmente que se lo haya hecho. Debe cerciorarse que cada cita en el texto aparezca referida en la Lista y que la cita en el texto y la entrada en la Lista sean idénticas en su forma de escritura y en el año.

La Lista debe comenzar en una nueva página y se dará doble espacio entre las entradas. En cada entrada se hará sobresalir la primera línea y se sangrarán las siguientes a tres espacios.

## Abreviaturas

Las abreviaturas aceptables para la Lista de referencias son:

cap.	capítulo
ed.	edición
ed. rev.	edición revisada
2a. ed	segunda edición
Ed. (Eds.)	Editor (Editores)
Trad.	Traductor (es)
s. f.	sin fecha
p. (pp.)	página (páginas)
Vol.	Volumen (como en Vol. 4)
vols.	volúmenes (como en cuatro vols.)
No.	Número
pte.	parte
Inf. téc.	Informe técnico
Supl.	Suplemento

### Numeración de volumen de libros y revistas

Se usan números arábigos aunque la publicación use números romanos. Si un título incluye números romanos debe escribirse como está.

### Elementos y disposición de las entradas

Cada entrada incluye los siguientes elementos en la secuencia, puntuación y tipografía que se indica:

#### Libros

Autor, año de publicación, título y subtítulo, datos de la edición, si no es la primera, lugar de publicación (ciudad) y editorial:

Koontz, H. y Weihrich, H. (1998). *Administración: una perspectiva global* (11a. ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.

#### Revistas

Autor, año de publicación, título y subtítulo, título de la revista, volumen, número y páginas:

Ávalos, C. (2001). El futuro de las marcas. *Diseño & Comunicación*. 4 (33), 4-5.

### Elementos de la entrada

#### Autor



Un solo autor:

Bunge, M. (1997).

Dos autores:

Kotler, P. y Amstrong, G. (2004).

Tres a seis autores:

Fisher, R., Ury, W. & Patton, B. (1993).

Más de seis autores:

Después del apellido e inicial del nombre del sexto autor utilizar et al. para indicar el resto de los autores.

Benecke, D. W., Boettcher, E., Dülfer, E., Engelhardt, W., Eschenburg, R., Faust, H., et al. (1992).

Nota En el caso de las obras de dos autores éstos están unidos por una “y griega” si la obra está en español , o por “&” si la obra citada está en inglés.

Para una obra de tres a seis autores, el último autor está unido al resto de los mismos de la manera antes indicada.

### **Editor o compilador**

Ansaldi, W. (Ed.). (1993).

### **Autor corporativo**

American Management Association. (1991).

### **Sin autor ni editor**

El marketing solidario. (2001). *Apertura*, 115, 69-71.

*Enciclopedia del management* (4a. ed.). (1998).

### **Fecha de publicación**

Proporcionar entre paréntesis el año en que se editó:

(2003).

Si se trata de material sin fecha de publicación disponible:

(s. f.).

Si fue aceptado y está en proceso de publicación:

(en prensa).

### **Título y subtítulo**

A continuación del título se colocan dos puntos y luego se escribe el subtítulo. Comenzar con mayúscula solo la primera palabra del título y los nombres propios. En las publicaciones en inglés el subtítulo se inicia con mayúscula luego de los dos puntos.

Amor, D. (2000). *La (R)evolución E-business: claves para vivir y trabajar en un mundo interconectado*. Buenos Aires: Pearson Education.

### **Edición**

Si no es la primera, se debe indicar:

(2a. ed.).

(ed. rev.).

### **Localidad de la editorial**

Mencionar la ciudad, y si fuera necesario por no ser una ciudad muy conocida, el estado o provincia a que pertenece la misma. Para mayor claridad se sugiere agregar el nombre del país:

Buenos Aires: Pearson Education.

En el caso de las universidades, si el nombre de la provincia (o estado) o país está incluido en el nombre de la universidad, no debe ser repetido:

College Park: University of Maryland, EE. UU.

## **Formas de entrada según el tipo de documento**

### **Libro completo**

Koontz, H. y Weihrich, H. (1998). *Administración: una perspectiva global* (11a. ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.

### **Capítulo de libro con editor/es o compilador/es**

Nun, J. (1995). América Latina en la década del '90: algunas conjeturas. En Minsburg, N., Valle, H. (Eds.). *El impacto de la globalización: la encrucijada económica del siglo XXI*. (p. 91-107). Buenos Aires : Ediciones Letra Buena.

### **Artículo de revista científica**

Horowitz, D. L. (2006). Constitutional courts: a primer for decision makers. *Journal of democracy*, 17 (4), 125-137.

Está indicando: volumen 17, número 4, de la página 125 a la 137.

### **Artículo de revista no especializada**

Proporcionar la fecha mostrada en la publicación, el mes para las mensuales o el mes y día para las semanales. Dar el número de volumen si la revista lo usa:

Lefort, R. (2000, junio). Internet, ¿Salvador de la democracia? *El Correo de la Unesco*, 53, 44-46.

Está indicando: volumen 53, de la página 44 a la 46.

### **Publicación periódica anual**

Kacero, E. (2006). El psicodiagnóstico como acontecimiento. *Psicodiagnosticar*, 16, 15-22.

### **Ponencia y acta de congreso**

No publicada:

Alderete, J. (1996, junio). *El impacto de la tecnología en la escuela*. Trabajo presentado al Congreso y Exposición Internacional de Informática y Telecomunicaciones, realizado en Buenos Aires del 11 al 14 de junio de 1996.

Publicada en actas:

González Martínez, E. (1997). Estructura y función en los fenómenos psicosomáticos. En *Congreso Internacional Grupo Cero* (p. 19-22). Madrid, España: Grupo Cero.

### **Manuscrito no publicado**

Para distintos tipos de trabajos no publicados se debe aclarar: Manuscrito no publicado.

Spinelli, L. (2005). *La cultura organizacional en las universidades*. Manuscrito no publicado.

### **Disertaciones doctorales y tesis de maestría no publicadas**

Disertación doctoral

Blasi, N. O. (2005). *Religion and the social order in Palestine*. Disertación doctoral no publicada, University of Maryland, College Park. EE. UU.

Tesis de maestría, universidad fuera del país en que se escribe

Chabrol, J. N. *La théorie quantitative de la monnaie*. Tesis de maestría no publicada, Universidad de París I, Francia.

## **Medios electrónicos**

### ***Fuentes en Internet***

Como mínimo se debe proporcionar el título o una descripción del documento, una fecha (ya sea la de publicación y o la recuperación) y se agrega la dirección correspondiente al final de la cita:

Lander, E. (Comp.) (1993). *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales*. Buenos Aires: CLACSO. Recuperado el 14 de mayo de 2003 de <http://www.clacso.org/www/clacso/espanol/html/fbiblioteca.html>

### **Resumen en línea**

Percy, I.(2001).The best value agenda for auditing . *Financial Accountability & Management*, 17, 351. Resumen recuperado el 20 de noviembre de 2004 de la base de datos InfoTrac.

### **Artículo de revista en línea, de una base de suscriptores**

Rapp. S. (2002). What advertising needs to rise again; hardly `dead', a surprising convergence of techniques promises new day for admakers. *Advertising Age*, 73, (43), 20. Recuperado el 4 de marzo de 2007 de la base de datos InfoTrac.

### **Artículo de revista en línea, acceso general**

Lazo Cividanes, J. (2006). Ciencia e ideología: apuntes para un debate epistemológico. *Revista Argentina de Sociología*, 4, (6). Recuperado el 28 de octubre de 2008, [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1669-32482006000100004&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1669-32482006000100004&lng=es&nrm=iso)

### **URL como fuente general**

Utilizar disponible en para indicar el URL que lleva a la información sobre cómo obtener el material que se cita, en lugar del documento específico:

Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina.. (2007). Encuesta de ocupación hotelera – Región CABA: 2007 [Archivo de datos]. Disponible en el sitio Web del INDEC, <http://www.indec.mecom.ar>

Finalizar las referencias a Internet con un punto a menos que terminen con una dirección URL.

### ***Otros medios electrónicos, CD-ROM, disquete, etc.***

A continuación del título y entre corchetes, se agrega el tipo de medio:

Amat Noguera, Nuria. (1994). *La documentación y sus tecnologías*. [CD-ROM].  
Madrid: Pirámide.

### **Medios audiovisuales**

Siguen la estructura de la cita ya indicada (autor, fecha, título), especificando el medio, entre corchetes, inmediatamente después del título:

Crespo, J y Hermida, J. A. (1993). *Marketing de la tercera ola* [videocasete]. Buenos Aires: Marketing para el Crecimiento.

### **Alfabetización de las entradas**

Las entradas deben ordenarse alfabéticamente por el apellido del primer autor personal, autor corporativo o por el título cuando se trate de publicaciones sin autor. En el caso de autor personal las entradas se ordenarán alfabéticamente por apellido del o de los autores invirtiendo el orden, es decir, presentando primero el apellido y luego las iniciales. Se lo hará en un solo orden, independientemente del tipo de documento (libros, revistas, Internet u otro tipo de material). La alfabetización es letra por letra:

Blasi, N. O.  
Blasina, C. A.

### **Varios trabajos de un mismo autor**

Se ordenarán cronológicamente por año de publicación y si hubiere varias referencias del mismo año se ordenarán alfabéticamente por título del trabajo agregándoles una letra minúscula:

Kaufman, J. R. (1996). *Planeamiento...*  
Kaufman, J. R. (1998a). *Finanzas...*  
Kaufman, J. R. (1998b). *Organización...*

### **Autor corporativo**

Se alfabetiza por la primera palabra significativa debiendo hacerse por el nombre completo, no por la sigla:

American Management Association. (1991).

### **Ejemplo de Lista de referencias**

Alfaro Drake, T. (1993). *El marketing como arma competitiva: cómo asegurar prioridades a los recursos comerciales*. Madrid: McGraw-Hill.

- Alderete, J. (1996, junio). *El impacto de la tecnología en la escuela.* Trabajo presentado al Congreso y Exposición Internacional de Informática y Telecomunicaciones, realizado en Buenos Aires del 11 al 14 de junio de 1996.
- Amor, D. (2000). *La (R)evolución E-business: claves para vivir y trabajar en un mundo interconectado.* Buenos Aires: Pearson Education.
- Ávalos, C. (2001). El futuro de las marcas. *Diseño & Comunicación*. 4 (33), 4-5.
- Bass, B. M. (1983) Organizational decision making. Homewood Ill.: Irwin. Citado en: Harrison, E. F. (1987). *The managerial decision-making process.* Boston: Houghton Mifflin.
- Benecke, D. W., Boettcher, E., Dülfer, E., Engelhardt, W., Eschenburg, R., Faust, H., et al. (1992). *Cooperativismo: instrumento de desarrollo en un orden libre.* Buenos Aires: CIEDLA.
- Bennís, W. y Nanus, B. (1985). *Líderes: las cuatro claves del liderazgo eficaz.* Bogotá: Norma.
- Blasi, N. O. (2005). *Religion and the social order in Palestine.* Disertación doctoral no publicada, University of Maryland, College Park. EE. UU.
- Chabrol, J. N. *La théorie quantitative de la monnaie.* Tesis de maestría no publicada, Universidad de París I, Francia.
- Crespo, J. y Hermida, J.A. (1993). *Marketing de la tercera ola* [videocasete]. Buenos Aires: Marketing para el Crecimiento.
- González Martínez, E. (1997). Estructura y función en los fenómenos psicossomáticos. En *Congreso Internacional Grupo Cero* (p. 19-22). Madrid, España: Grupo Cero.
- Horowitz, Donald L. (2006). Constitutional courts: a primer for decision makers. *Journal of Democracy*, 17 (4), 125-137.
- Kacero, E. (2006). El psicodiagnóstico como acontecimiento. *Psicodiagnosticar*, 16, 15-22.
- Koontz, H. y Weihrich, H. (1998). *Administración: una perspectiva global* (11a. ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Kouzes, J. M. y Posner, B. Z. (1997). *El desafío del liderazgo.* Barcelona: Granica.
- Lander, E. (Comp.) (1993). *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales.* Buenos Aires: CLACSO. Recuperado el 14 de mayo de 2003 de <http://www.clacso.org/www/clacso/espanol/html/fbiblioteca.html>

- Lazo Civdanes, J. (2006). Ciencia e ideología: apuntes para un debate epistemológico. *Revista Argentina de Sociología*, 4, (6). Recuperado el 28 de octubre de 2008, [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1669-32482006000100004&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1669-32482006000100004&lng=es&nrm=iso)
- Lefort, R. (2000, junio). Internet, ¿Salvador de la democracia? *El Correo de la Unesco*, 53, 44-46.
- Loudon, D. L y Della Bitta, A. J. (1995). *Comportamiento del consumidor: conceptos y aplicaciones*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- El marketing solidario. (2001). *Apertura*, 115, 69-71.
- Mercado y AC Nielsen. (1997). Radiografía del consumo en la Argentina. *Mercado*. (957), 52-136.
- Nun, J. (1995). América Latina en la década del '90: algunas conjeturas. En Minsburg, N. y Valle, H. (Eds.). *El impacto de la globalización: la encrucijada económica del siglo XXI*. (p. 91-107). Buenos Aires : Ediciones Letra Buena.
- Percy, I. (2001). The best value agenda for auditing. *Financial Accountability & Management*, 17, 351. Resumen recuperado el 20 de noviembre de 2004 de la base de datos InfoTrac.
- Rapp, S. (2002). What advertising needs to rise again; hardly `dead', a surprising convergence of techniques promises new day for admakers (804 words). *Advertising Age*. 73, (43), 20. Recuperado el 4 de marzo de 2007 de la base de datos InfoTrac.
- Spinelli, L. (2005). *La cultura organizacional en las universidades*. Manuscrito no publicado.

## **Normas de estilo**

Se indican a continuación algunas normas de estilo. Para los casos no contemplados aquí, se debe consultar el Manual de la APA.

### **Tablas y figuras**

Las tablas exhiben datos cuantitativos que se disponen en una presentación ordenada de columnas y filas. La figura es cualquier tipo de ilustración distinta a una tabla: diagrama, gráfico, fotografía, dibujo u otro tipo de representación.

Las tablas y figuras deben ser tituladas, numeradas con números arábigos en secuencia diferente para tablas y figuras, y referidas en el texto por su número.

### **Comillas dobles**

Se usan para:

- presentar una palabra como comentario irónico, como jerga o como expresión inventada. Usarlas la primera vez que una palabra o frase sea usada, después no utilizarlas.
- resaltar el título de un artículo de revista o de un capítulo de un libro cuando éste se menciona en el texto. No confundir con el título de una revista o el título de un libro. Los títulos de la Lista de referencias no se encierran entre comillas.

### **Cursivas**

Como regla general se deben usar las cursivas solo de manera excepcional.

Se usan para:

- enfatizar una palabra o palabras en una cita. Inmediatamente después de las palabras en cursiva insertar entre corchetes [cursivas añadidas].
- palabras de otro idioma. Cuando éstas estén asimiladas al castellano, irán en redonda y con la acentuación correspondiente (estándar).
- títulos de libros y revistas y números de volumen en el texto y en la Lista de referencias.
- presentar un término nuevo, técnico o clave.

### **Corchetes**

Se usan para:

- encerrar material adicional o explicativo insertado en una cita por alguien que no es el autor original.
- encerrar material parentético dentro del que ya se encuentra entre paréntesis.

### **Puntos suspensivos**

Se usan dentro de una oración para indicar que se ha omitido material de la fuente original. No se deben usar al principio o al final de cualquier cita a menos que se necesita enfatizar que la cita comienza o finaliza en medio de una oración.

### **Paréntesis**

Además del uso en las citas y en las referencias, se usan para:

- introducir una abreviatura.  
Técnica del Grupo Nominal (TGN)
- para resaltar letras que identifican los puntos enumerados en una serie.  
a), b), c).



## Bibliografía recomendada

Obras sobre la preparación de tesis y trabajos de investigación que pueden ser consultadas en la Biblioteca.

- Aprile, O. C. (2001). *El trabajo final de grado : un compendio en primera aproximación*. Buenos Aires: Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo.  
Ubicación: 001.42, APR
- Bahena, J. T. (1992). *Técnicas de investigación documental*. México: McGraw-Hill.  
Ubicación: 001.43, BAH
- Eco, U. (1993). *Cómo se hace una tesis : técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura*. Barcelona: Gedisa.  
Ubicación: 001.43, ECO
- Fragnière, J. (1995). *Así se escribe una monografía*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.  
Ubicación: 001.42 FRA
- Manganaro, R. D. (2002). *Pasos para una tesis doctoral*. Buenos Aires: Plus Ultra. (Colección para el tercer milenio).  
Ubicación: 001.43, MAN
- Manual de estilo de publicaciones de la American Psychological Association*. (2a. ed.). (2002). México: El Manual Moderno.  
Ubicación: R808.027 PUB y 808.027 PUB
- Mombrú, A. y Margetic, A. (2002). *El hacedor de tesis*. Buenos Aires: Pragma.  
Ubicación: 001.43, MOM
- Sabino, C. A. (1994). *Cómo hacer una tesis: guía para la elaboración de tesis y redacción de trabajos científicos*. Buenos Aires: Humanitas.  
Ubicación: 001.43 SAB
- Taborga, H. (1980). *Cómo hacer una tesis*. México: Grijalbo.  
Ubicación: 001.43 TAB
- Viroglio, A. y Fessia, R. (1993). *Cómo elaborar monografías y tesis*. Buenos Aires: Abeledo-Perrot.  
Ubicación: 001.43, VIR
- Zorrilla Arena, S. y Torres Xammar, M. (1992). *Guía para elaborar la tesis*. México: McGraw-Hill.  
Ubicación: 001.43, ZOR