ANEXO. GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES DE LA RED DISTRITAL DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS -BIBLORED

TABLA DE CONTENIDO

1. Objetivo 2
2. Alcance 2
3. Responsables 2
4. Definiciones 3
5. Condiciones Generales 5
6. Voceros 6
7. Comunicación local 6
    7.1 Comunicación de los espacios de lectura, escritura y oralidad 6
    7.2 Estrategias de trabajo de la comunicación local 7
8. Comunicación Interna 7
9. Gestión de Medios 8
10. Comunicación Trasmedia 9
    10.1 Portal web 9
    10.2 Parrillas de Redes sociales 9
    10.3 Sinergias o campañas distritales 10
    10.4 Producción audiovisual 12
    10.5 Producción de audio 12
11. LEO Radio 14
12. Marca 15
    12.1 Logotipo 15
    12.2 Paleta de colores 17
    12.3 Aplicaciones de color al logotipo de BibloRed 18
    12.4 Co-branding operador 19
    12.5 Tipografía 19
13. Guía de marca La LEO 21
    13.1 Paleta de color principal: 21
    13.2 Paleta de color complementaria: 21
    13.3 Tipografía 22
    13.4 Desarrollo de LEO 22
    13.5 Elementos gráficos 22
14. Lineamientos para la implementación del lenguaje incluyente en la red distrital de bibliotecas

públicas de Bogotá 23
15. Medios de comunicación de la Red Distrital de Bibliotecas Públicas de Bogotá 25
16. Control de cambios 26
Responsables de elaboración, revisión y aprobación 26

1. Objetivo

Promover la apropiación, movilización y participación ciudadana a través de estrategias de comunicación que visibilicen y fortalezcan las prácticas de lectura, escritura y oralidad en Bogotá, posicionando a BibloRed como una red pública diversa e inclusiva que fomenta el acceso equitativo al conocimiento, la cultura y la creatividad, en sintonía con las necesidades y realidades de las comunidades locales.

2. Alcance

El presente anexo abarca el diseño, implementación y gestión de las estrategias de comunicación de BibloRed, desde la definición de los niveles de vocería y la articulación con las directrices de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, hasta la descripción de los medios y herramientas utilizados para garantizar una comunicación efectiva, alineada y adaptada a las realidades de las comunidades locales y las dinámicas distritales

3. Responsables

Director(a) de Lectura y Bibliotecas: Encargado(a) de supervisar y garantizar el cumplimiento de las estrategias de comunicación alineadas con los objetivos estratégicos de BibloRed y las directrices de la SCRD.

Líder de la Línea de Comunicación y Movilización: Responsable de coordinar las acciones de comunicación, articular con las directrices de la SCRD y supervisar la implementación de las estrategias de comunicación transmedia, local e interna.

Coordinadores de Bibliotecas: Encargados de gestionar la comunicación local en sus respectivos espacios, conectándose con las comunidades para identificar necesidades y visibilizar las actividades y servicios de BibloRed.

Equipo de Comunicaciones: Compuesto por profesionales, técnicos y personal de apoyo administrativo contratados por el operador de BibloRed, encargados de elaborar y ejecutar las campañas de comunicación definidas.

Comité Editorial de LEO Radio: Responsable de la aprobación de los contenidos emitidos por la emisora digital, asegurando que cumplan con los objetivos de la Política Pública de Lectura, Escritura y Oralidad, La LEO.

4. Definiciones

- **BibloRed:** Red Distrital de Bibliotecas Públicas de Bogotá.
- **Confianza:** cercanía física y emocional, que se logra en la medida en que los ciudadanos se apropien de los servicios en función de sus intereses y proyectos con ánimos tanto individuales como sociales. *Nos conectamos con las vidas y las realidades de los ciudadanos.*
- **Diversidad:** cada ciudadano puede desarrollar su identidad y encontrarse con otras culturas y visiones del mundo en comunidad. *Una Red que se enriquece a través de la multiplicidad de sus lectores y lectoras.*
- **Escritura:** el acto de escribir conlleva una serie de reflexiones, como cuál es la lengua que uso, por qué la uso, cómo la uso y a quiénes la estoy dirigiendo. Además, es una actividad en la que el pensamiento se ejercita.
- **Frentes de comunicación:** Las comunicaciones en BibloRed se produce desde tres frentes de trabajo, los cuales son la columna vertebral de lo que le transmitimos a la ciudadanía: comunicación local, comunicación transmedia y marca. Estos tres frentes, a su vez, están compuestos por distintos procesos que enriquecen la producción de contenidos, mensajes y campañas. Por este motivo, además, cada frente tiene sus propios objetivos estratégicos
- **Lectura:** leer no es solo la actividad que se aprende en el colegio y que se utiliza como herramienta básica para el mundo laboral. Leer es entender que la ciudad es un libro abierto en el que, en cada esquina, parque, medio de transporte e incluso personas hay una historia por descubrirse. Porque leer, además, es el acto colectivo en el que diferentes cosmogonías se reúnen para crear un lenguaje particular.

- **Línea de Comunicación y Movilización:** Línea encargada de desarrollar las diferentes acciones relacionadas con la comunicación en el marco de la operación de BibloRed, dicha línea cuenta con un profesional contratista de la Dirección de Lectura y Bibliotecas – DLB, quien apoya las actividades de direccionamiento de la línea y la articulación con la Dirección y la SCRD, adicionalmente se encuentra conformada por un equipo de profesionales, técnicos y apoyo administrativo contratados directamente por el operador de BibloRed.
- **Oralidad:** hablar es una de las actividades más cotidianas en nuestras vidas. Pero, más allá de ver la oralidad como un mero ejercicio de comunicación, el habla es un espacio en el que pensamiento, creatividad y las estructuras sociales se ponen de relieve. Hablamos para crear, construir y reflexionar.
- **Participación:** comunicación de doble vía, creación de hilos comunes a partir de los intereses personales y las necesidades locales de información. *La Biblioteca puede ser lo que tú quieres que sea.*
- **Política Pública de Lectura, Escritura y Oralidad:** La LEO establece los lineamientos y acciones del sector público para ampliar las oportunidades de acceso de la ciudadanía a los espacios y prácticas de la cultura escrita en Bogotá. Es un compromiso al 2040 con lectores y usuarios de las bibliotecas del presente y del futuro para garantizar sus derechos educativos y culturales, fundamentales para el ejercicio de una ciudadanía plena y democrática, la política tiene como objetivo garantizar a la ciudadanía las oportunidades de acceso, para que a lo largo de la vida pueda participar de manera efectiva de los circuitos y prácticas de la cultura escrita en Bogotá. La política fue adoptada mediante Decreto Distrital 034 de 2023.
- **Comunicación transmedia:** Estrategia de comunicación que utiliza múltiples plataformas digitales y formatos (audio, video, texto, redes sociales) para contar historias o transmitir mensajes, permitiendo una interacción bidireccional con las audiencias.
- **Vocería:** Función asignada a personas específicas dentro de BibloRed para actuar como representantes oficiales de la entidad en diversos medios y canales de comunicación.
- **Estrategia de comunicación local:** Conjunto de acciones destinadas a conectar a BibloRed con las comunidades a través de medios locales y actividades específicas, adaptadas a las necesidades y realidades de los territorios.

- **Manual de Marca:** Documento que establece los lineamientos visuales y conceptuales que garantizan la coherencia e identidad gráfica de BibloRed en todas sus comunicaciones internas y externas.
- **LEO Radio**: Emisora digital de BibloRed diseñada para promover la lectura, la escritura y la oralidad mediante una programación diversa y accesible.
- **Lenguaje incluyente**: Uso del lenguaje verbal, escrito y visual que evita expresiones discriminatorias y promueve la representación equitativa de todas las personas, independientemente de su género, orientación sexual, etnia o condición.
- **Sinergias distritales:** Acciones de comunicación coordinadas con otras entidades del Distrito, diseñadas para amplificar el impacto de las campañas y mensajes de BibloRed en la ciudadanía.

5. Condiciones Generales

El profesional contratista de la Dirección de Lectura y Bibliotecas tendrá la responsabilidad de coordinar con la Oficina Asesora de Comunicaciones de la SCRD las acciones requeridas para garantizar la alineación estratégica entre las comunicaciones de BibloRed y las directrices de la SCRD.

Las estrategias transmedia deberán integrarse de forma coherente, priorizando la sinergia entre canales digitales (portal web, redes sociales, pódcasts, videos) para maximizar el impacto de los mensajes.

Los contenidos difundidos por BibloRed deben cumplir con principios éticos, respetando la privacidad, la autoría de materiales y las normativas legales aplicables.

Las bibliotecas y espacios de lectura deberán fortalecer su relación con medios de comunicación locales, asegurando que sus iniciativas se difundan y validen en las comunidades.

Se promoverá la inclusión de las comunidades en el diseño de mensajes y campañas para garantizar que estos sean representativos de sus necesidades y realidades.

Las estrategias de comunicación deben ser flexibles, adaptándose a los cambios en las dinámicas sociales, necesidades ciudadanas y prioridades institucionales.

6. Voceros

En BibloRed se han definido tres niveles de vocerías para garantizar una comunicación efectiva, estructurada y alineada

a. En primera instancia, está la Dirección de Lectura y Bibliotecas - BibloRed.

b. En segunda instancia, los diferentes líderes de línea de la Red, quienes dan cuenta de actividades, programación, cambios en la política pública o implementación de nuevas apuestas.

   En tercera instancia, están los coordinadores de bibliotecas, quienes hablan de horarios, servicios, actividades habituales o novedades en los distintos espacios de lectura de la Red.

Es importante resaltar que, en todos los casos mencionados, la vocería puede delegarse según sea el tema o el medio de comunicación, siempre con aprobación de la Línea de Comunicación y Movilización.

7. Comunicación local

La comunicación local en BibloRed busca fortalecer el vínculo entre las bibliotecas y las comunidades a través de estrategias adaptadas a las realidades territoriales. Este enfoque permite que cada espacio de lectura se convierta en un punto de encuentro cultural y social, promoviendo la participación ciudadana y la apropiación de los servicios bibliotecarios. A través del trabajo conjunto

con medios locales y la escucha activa de las necesidades de los habitantes, BibloRed fomenta la construcción de redes de conocimiento y el acceso equitativo a la cultura en cada barrio de Bogotá.

7.1 Comunicación de los espacios de lectura, escritura y oralidad

La comunicación local busca posicionar a BibloRed en las comunidades locales de cada biblioteca como una entidad proveedora de cultura y accesible para todos los públicos, mediante acciones de comunicación alineadas a las realidades de cada territorio.

7.2 Estrategias de trabajo de la comunicación local

- Las bibliotecas y espacios de lectura de BibloRed solo pueden comunicarse en la medida en que se conozcan. Por eso, desde el equipo de comunicaciones de la entidad se alienta a visitar estos espacios. Tanto de manera interna, como por cualquier medio de comunicación, persona o grupo de interés que desee desarrollar algún contenido, realizar alguna actividad en las instalaciones o hablar de los espacios de lectura.
- Cada biblioteca que hace parte de BibloRed tiene una cabeza visible: un coordinador o coordinadora, quien está en permanente contacto con las comunidades de los barrios aledaños para conocer sus necesidades y puntos de vista, para así enriquecer los espacios de lectura de acuerdo a lo que la comunidad necesita.
- Siguiendo el punto anterior, los medios de comunicación locales son sumamente importantes. Por eso, la comunicación local está enfocada en crear vasos comunicantes con estos periódicos, radios y apuestas transmedias que surgen desde la misma comunidad. Cada espacio mediático comunitario es un replicador y validador en potencia de la labor de BibloRed.

8. Comunicación Interna

Dentro de la comunicación local, se ha integrado la comunicación interna. Si bien esta está pensada para satisfacer las necesidades comunicativas al interior de la entidad, sus repercusiones pueden sentirse también en el trato con las comunidades. En BibloRed no creemos en una separación

tangencial entre comunicación interna y externa, ya que ambas deben ir alineadas hacia los objetivos que describe la Política de Lectura, Escritura y Oralidad, La LEO. Cualquier contenido externo puede transformarse de interés para el público interno y viceversa. De esta manera cada colaborador o colaboradora de la Red es un potencial replicador de la información relacionada con la entidad, por lo cual no se les ve como sujetos pasivos, sino como nuestros embajadores a lo largo y ancho de Bogotá.

Teniendo esto en cuenta, la comunicación interna desarrolla las siguientes estrategias:

- **Contenido de bienestar:** enfocado en promover buenos hábitos de salud, tanto física como mental; además, se comunica la oferta deportiva, médica, financiera, etc., a la que los colaboradores y colaboradoras de la Red pueden acceder por medio de la Caja de Compensación o gracias a alianzas.
- **Contenido noticioso:** trata sobre todo lo que sucede al interior de BibloRed, es decir, para amplificar lo que sucede en el proyecto. Esto incluye apertura de nuevos espacios de lectura, actividades, charlas con expertos, exposiciones (fijas o itinerantes), clubes de lectura, etc.
- **Contenido literario y cultural:** para dar a conocer el material bibliográfico con el que contamos en BibloRed entre nuestros colaboradores y colaboradoras; de este modo, efemérides (de nacimiento y fallecimiento), celebraciones y conmemoraciones anuales sirven de excusa para crear contenidos de este tipo.

9. Gestión de Medios

La política de Lectura, Escritura y Oralidad, sus impactos y productos pueden llegar al público de manera masiva gracias a una correcta relación con los medios de comunicación, tanto locales, como digitales, tradicionales y masivos. En ese sentido, es nuestro objetivo generar impactos noticiosos ante la opinión pública y un relacionamiento estratégico con los distintos tipos de medios.

La vocería es parte clave del proceso de relacionamiento con los medios de comunicación. Para esto, se aconseja que los voceros sean oradores cálidos que transmitan el mensaje de manera clara y

concisa.

De igual manera, la convocatoria de medios es una táctica muy usual con la que se busca crear conexiones de valor que garantizan cubrimientos y despliegue mediático. La recomendación es elaborar una base de datos con los periodistas de la fuente correcta, generalmente se hace una invitación formal y un seguimiento riguroso a la invitación de manera telefónica, enfatizando en la importancia y relevancia del evento y los voceros participantes.

Además, desde BibloRed generamos diariamente contenido editorial que cuenta las actividades y eventos que se realizan en la entidad, para el disfrute de las y los bogotanos. De este modo, este contenido noticioso se aloja en nuestra página web www.BibloRed.gov.co/noticias, además de compartirlo vía correo electrónico con editores y periodistas de distintos medios de comunicación (radio, prensa, televisión, revistas y digitales).

Esta vocación noticiosa también se manifiesta en actividades de campo, ya que se hace un cubrimiento exhaustivo por medio de destacados, coordinación de transmisiones en directo y convocatoria a medios para que estén en el lugar de la noticia.

Por último, la presencia de BibloRed en medios se reporta a través del servicio de monitoreo de medios que permite hacer seguimiento a las publicaciones reportadas en los medios de comunicación.

10. Comunicación Trasmedia

En BibloRed sabemos que los ciudadanos y las ciudadanas entienden, manejan y replican los distintos lenguajes digitales. Por eso, el segundo frente de trabajo es la comunicación transmedia, entendida desde distintos lenguajes y procesos: el portal web, las Redes sociales y demás canales digitales, la producción audiovisual, la producción de audios y la emisora digital LEO Radio.

10.1 Portal web

La página web de BibloRed es uno de nuestros canales de comunicación más importantes, ya que en ella se amalgaman los distintos formatos, medios y maneras de comunicar que se realizan desde la entidad. De este modo, en www.BibloRed.gov.co los usuarios y usuarias pueden leer noticias, escuchar un pódcast o explorar el universo de la entidad a través de un video.

Este espacio sigue, en cuanto a su estética y uso de tipografía, los lineamientos dados en el manual de marca (para profundizar en esto, ver el apartado de Marca).

10.2 Parrillas de Redes sociales

Las parrillas son el documento en el que semanalmente se programan los contenidos, con el fin de tener el control sobre lo que se publica en Facebook, X, Instagram, YouTube y TikTok, teniendo en cuenta los horarios de mayor consumo de Redes.
En este documento se cuenta, además, el formato que se usará (pieza, foto o video), el cual depende en gran medida de la Red social de elección. Además, la parrilla debe contener el copy o el texto que acompañará la publicación.

10.3 Sinergias o campañas distritales

A continuación, se relacionan los criterios técnicos para publicar en las Redes sociales, vigentes a la fecha (estos pueden variar o actualizarse por plataforma):

Facebook

- Foto de perfil: 180 x 180
- Foto de portada: 820 x 312 móviles: 640 x 360 (FYI)
- Video Post: 1280 x 7230
- Story: 1080 x 1920
- Imagen de Evento: 1920 x 1080
- Facebook Link: 1200 x 628

- Post de foto (cuadrado): 1200 x 1200
- Post de foto (horizontal): 1200 x 636

Instagram

- Foto de perfil: 180 x 180
- Imagen cuadrada: 1080 x 1080
- Imagen horizontal: 1080 x 566
- Imagen vertical: 1080 x 1350
- Story: 1080 x 1920
- Vídeo cuadrado: 1080 x 1080
- Vídeo horizontal: 1080 x 608
- Vídeo vertical: 1080 x 1350
- Reels: 1080×1920

X

- Foto de perfil: 400 x 400
- Foto de Encabezado: 1500 x 500
- Post de vídeo (cuadrado): 1200 x 1200
- Post de vídeo (horizontal): 1920 x 1200
- Post de vídeo (vertical): 1200 x 1920
- Imagen de post: 1200 x 600
- Imagen de card: 800 x 418

TikTok

- Foto de perfil: 200 x 200
- Vídeos: 1080 x 1920
- Imagen de anuncio para feed: 1200 x 628
- Vídeo de anuncio para feed (vertical): 720 x 1280
- Vídeo de anuncio para feed (cuadrado): 640 x 640

- Vídeo de anuncio para feed (horizontal): 1280 x 720

LinkedIn

- Logo: 300 x 300
- Cabecera: 1128 x 191
- Imágenes con contenido promocionado: 1200 x 628
- Post de vídeo (máx): 4096 x 2304
- Imagen cuadrada: 1200 x 1200

You Tube

- Imagen del perfil: 800 x 800
- Imagen de cabecera: 2560 x 1440
- Vídeo: 1920 x 1080
- Miniatura de vídeo: 1280 x 720

En general, los contenidos deben contar con los colores, usos de logos y tipografías que se especifican en el 'Manual de Marca de la Red Distrital de Bibliotecas Públicas de Bogotá - BibloRed', el cual hace parte de la operación de BibloRed y se entregará al operador que corresponda en el momento en que se inicia cada operación.

10.4 Producción audiovisual

La producción audiovisual que se genera desde BibloRed busca comunicar y movilizar a la ciudadanía y al público interno. Para ello, hablamos de nuestros eventos, logros, metas, propuestas y experiencias, se busca destacar a la ciudadanía como protagonista principal de los contenidos y a los espacios de lectura como escenarios de múltiples posibilidades creativas, de aprendizaje y encuentro. . La realización audiovisual está al servicio de la cotidianidad de la Red. Es decir, si una biblioteca o espacio de lectura desea resaltar una actividad, taller o personaje, los videos también están para ello. Sin embargo, a la hora de crear videos, en BibloRed tenemos las siguientes reflexiones:

- ¿Qué deseamos comunicar a través de un video?
- ¿Quién o quiénes son los expertos que aparecerían en el video? ¿Por qué son relevantes?
- ¿Por qué el formato video es imprescindible en este caso?
- ¿Cuáles son las fechas importantes (preproducción, producción y posproducción)?
- Tras realizarse el material, ¿se necesita alguna corrección o está listo para su difusión?
- ¿Cuáles son los canales más apropiados para el contenido según su naturaleza, público y objetivo?

10.5 Producción de audio

El proceso de audio de BibloRed busca mostrar los distintos relatos, historias y reflexión que habitan al interior de los espacios de lectura de la ciudad a través de los sonidos, además de resaltar sus actividades, las colecciones, articulaciones y las y los usuarios que los visitan.

BibloRed Pódcast

- **Big Bang lector:** la lectura es la protagonista, por eso este producto gira alRededor de la pregunta fundamental sobre qué fue primero: ¿El lector o la lectura?

- **BibloRed Resuena:** Un podcast sobre actualidad, servicios, espacios de lectura y todas las historias posibles que hacen parte de BibloRed.

- **Gente de Bibliotecas:** Historias de los diferentes espacios de lectura de BibloRed que están atravesadas por la experiencia con un libro, una persona o un momento.

- **Viajeros sonoros:** Exploración de sucesos históricos de la humanidad con la Biblioteca Pública Soledad Lamprea Perdomo.

- **Postales sonoras:** la mujer y su rol al interior de la cadena del libro son los ejes de este pódcast, en el que la líder de la línea de Programación Cultural de BibloRed, habla con sus invitadas.

- **Efemérides BibloRed:** acontecimientos importantes que se recuerdan, analizan y comentan. Natalicios, muertes, aniversarios. Se cuentan historias de interés general que marcaron el mundo.

- **Voces de familia en la ruralidad:** Bogotá es una ciudad hecha de dos caras, una urbana y otra rural; por eso, este producto sonoro muestra las actividades y la cotidianidad de las Bibliotecas Público Escolares de Sumapaz y de Pasquilla.

- **Bibliotecas humanas:** los usuarios de la Biblioteca Pública Carlos E. Restrepo, ubicada en el barrio Restrepo, están involucrados en este pódcast, el cual cuenta distintos mitos y personajes del folclore colombiano.

- **Poesía para la vida**: Este podcast recorre, explora, analiza y lee la obra de poetas. En cada episodio tenemos la intención de enamorar al oyente con poesía.

- **Relatos en decibeles:** Pódcast de ficción donde el amor, el suspenso, extraordinarias aventuras y otras historias en los espacios de lectura son protagonistas.

- **Brújula lectora**: Un podcast para los ciudadanos y ciudadanas, lleno de consejos y recomendaciones sobre cómo leer y qué leer en ciertas situaciones de la vida.

- **Experiencias BibloRed:** Crónicas de las actividades e historias de los ciudadanos que habitan los espacios de lectura de BibloRed.

- **Deportes en los libros:** Un podcast de la biblioteca pública del Deporte y la Actividad Física, enfocado en la difusión de recursos bibliográficos sobre el deporte.

- **Cuentos para la vida y Fuga de palabras:** estos dos pódcast involucran a las personas privadas de la libertad (PVL) de la Cárcel Distrital, quienes también son lectores y creadores; de este modo, el primero es la narración de los relatos con los que 50 PVL que participaron en la IV

versión del Concurso de Cuento Corto y el segundo gira en torno a las reflexiones de las PVL sobre los libros.

Todos estos contenidos pueden escucharse en las plataformas de audio más importantes del mercado, como Spreaker, Spotify, Google Podcast y Apple Podcast. Además, cada episodio es subido a nuestra página web, www.BibloRed.gov.co.

11. LEO Radio

LEO Radio, la emisora digital de BibloRed, tiene como propósito articular la apuesta sonora de la Red para promover la lectura, la escritura y la oralidad mediante un medio de comunicación propio con enfoque comunitario y masivo, alineado a los objetivos de la PPLEO.

La emisora brinda programación 24 horas al día, los 7 días de la semana, su funcionamiento es digital y puede escucharse a través de la página web de BibloRed, donde se encuentra el reproductor que cada usuario debe activar.

Todos los programas emitidos por LEO Radio, ver Figura 1, deben responder a uno o varios de los enfoques u objetivos de la Política Pública LEO, y antes de su emisión deben ser aprobados por el comité editorial de la emisora, conformado por el director de Lectura y Bibliotecas, y representantes de las líneas de Comunidad y territorio, Política pública, Gestión TIC, Plantas físicas y Comunicación y Movilización

Figura 1. LEO Radio



Fuente: Elaboración Dirección de Lectura y Bibliotecas

12. Marca

La marca de BibloRed engloba elementos como sus colores, las combinaciones de los mismos, el uso de las tipografías, la alineación de los logos y elementos gráficos, la manera en que estos últimos deben usarse en sinergias distritales y todo aquello que tenga que ver con la identidad, tanto de manera interna como externa.

A modo de resumen, estas son las principales características que conforman la marca BibloRed (la cual se ha posicionado entre la ciudadanía):

12.1 Logotipo

Está conformado de dos elementos diferenciados: el Pegaso (**Figura *2***), cuyas alas son un libro abierto, y los elementos textuales que conforman el nombre de la entidad.

Figura 2. Logo BibloRed



Fuente: Elaboración Dirección de Lectura y Bibliotecas

En caso de que el logotipo de BibloRed esté acompañado por otros, debe ser igual o más grande que estos. De igual modo, se deben mantener sus correctas proporciones, sin estirar, deformar o Rediseñar el logo de cualquier manera. Existen tres versiones (**Figura *3***) del logo de la entidad:

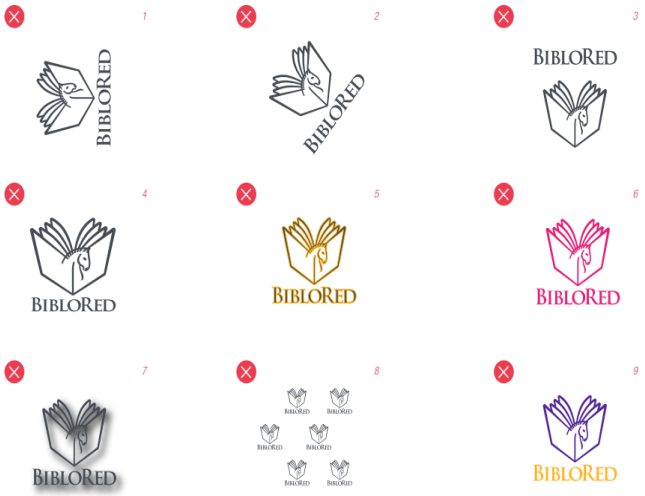
Figura 3. Versiones del Logo de BibloRed

BIBLORED | Red Distrital de Bibliotecas Públicas de Bogotá	Versión horizontal y principal
BIBLORED	Versión sin descriptor
BIBLORED	Versión logotítulo

Fuente: Elaboración Dirección de Lectura y Bibliotecas

A continuación (Figura 4), se presentan algunos de los usos incorrectos del logotipo de la Red, los cuales deben evitarse a toda costa:

Figura 4. Usos incorrectos del logo de BibloRed



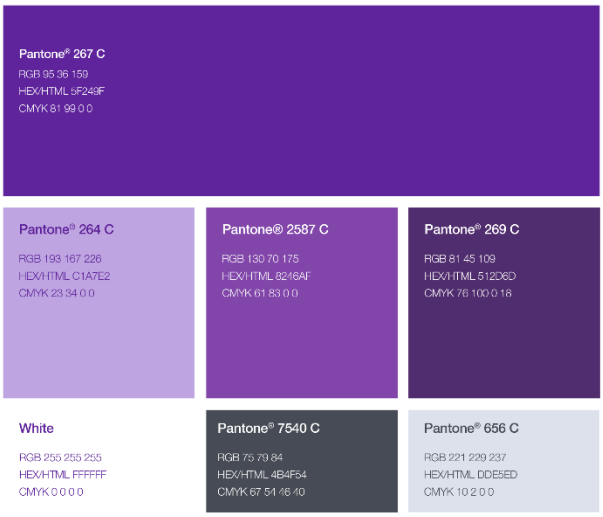
Fuente: Elaboración Dirección de Lectura y Bibliotecas

12.2 Paleta de colores

a. Paleta de color principal

- **Pantone® 267 C** es nuestro color de marca principal y debe usarse en cualquier pieza de comunicación que se cree. **Pantone® 267 C** se puede usar con cualquier otro color de marca para agregar dimensión, profundidad y contraste.
- **Pantone® 268 C** se puede usar en lugar de **Pantone® 267 C** para rellenos y fondos grandes. Nuestra paleta de neutros agrega calidez y también combina muy bien con cualquier color secundario.
- El blanco suele ser tácito, pero también hace parte de nuestros colores de marca. El blanco agrega claridad y debe usarse en cualquier pieza de comunicación. Se utiliza para texto en **Pantone® 268 C** y grandes rellenos y fondos.
- El gris oscuro se debe usar para los cuerpos de texto. Los colores presentados aquí son la visualización o representación que sirven como guía de los valores en CMYK, RGB, WEB y PANTONE Solid Coated. Se recomienda seguir los valores dependiendo del sustrato a utilizar.

Figura 5. Paleta de color principal.



Fuente: Elaboración Dirección de Lectura y Bibliotecas

b. Paleta de colores secundarios

Los colores secundarios dan vitalidad y variedad a la marca. Para mantener la armonía, es importante utilizar solo dos a la vez, para que se complementen entre sí y mantengan una coherencia estética (Figura 6)

Figura 6. Paleta de color secundaria



Fuente: Elaboración Dirección de Lectura y Bibliotecas

12.3 Aplicaciones de color al logotipo de BibloRed

Cuando esté el logotipo con el fondo Pantone® 267 C o 268 C , el logotipo deberá ser blanco por completo o Pantone® 2635 C. Según el tipo de foto deberá ir en blanco o morado Pantone® 268 C. El identificador puede ser utilizado en las siguientes versiones:

- Versión blanco sobre Pantone® 267 C.
- Versión blanco sobre Pantone® 268 C.
- Versión primaria Pantone® 267 C BibloRed sobre blanco.
- Versión blanco sobre rojo.
- Versión blanco sobre amarillo
- Versión blanco sobre verde.

Figura 7. Aplicaciones del color al logotipo de BibloRed



Fuente: Elaboración Dirección de Lectura y Bibliotecas

12.4 Co-branding operador

Teniendo en cuenta que el proyecto BibloRed es financiado con recursos públicos, no se podrá hacer uso del logotipo del operador de la Red en co-branding con la marca BibloRed en ningún tipo de pieza de comunicación externa o interna que haga alusión a programación, actividades, logros o colaboradores del proyecto. Este solo se aplicará en formatos de uso interno y/o para los efectos administrativos que se requieran, previa autorización de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte.

12.5 Tipografía

a. Tipografía para el nombre de la Red

Creada por Carol Twombly en 1989, esta tipografía está inspirada en las inscripciones que se encuentran talladas en la base de la columna de Trajano, levantada en Roma en 113 para conmemorar la conquista de Dacia por el emperador Trajano (53-117).

Se cree que las letras fueron escritas primero con un pincel y posteriormente talladas en piedra. Twombly remató la tipografía añadiéndole números y signos de puntuación, además de una versión

Bold empleada para resaltar el texto. Se recomienda el uso de Trajan pro bold cuando se menciona a BibloRed en párrafos o comunicados, haciendo uso de altas para la Biblo y Red.

b. Tipografía complementaria

Una buena tipografía puede hacer que un diseño sea ajustado y ordenado, y eso nos gusta. Para ello, se deben seguir nuestros estándares tipográficos. De este modo, la escala se basa en un sistema de 8px, donde el tipo es divisible por 8. Este enfoque matemático permite tener relaciones claras entre encabezados, subtítulos y textos del cuerpo.

Cuando se trata de tamaños más pequeños, el sistema es un poco más flexible para permitir especificaciones de tipo más precisas. La Helvética es una tipografía eficaz para el uso cotidiano, ya que tiene un palo seco, es redondeada y cuenta con una gran altura de la x, sin florituras. Además, favorece mucho su uso el hecho de contar con tantos pesos distintos, que la hacen adecuada en prácticamente cualquier contexto.

13. Guía de marca La LEO

En este capítulo se detallan los requisitos técnicos necesarios para garantizar una gestión adecuada de la marca de la Política Pública de Lectura, Escritura y Oralidad, La LEO, a incluir aspectos clave como los lineamientos de diseño, las especificaciones de uso en diversos formatos y medios, y las directrices para preservar la coherencia visual e identidad de la marca.

13.1 Paleta de color principal:

Para las piezas gráficas se tienen tres colores principales, los cuales están pensados para complementarse y contrastarse con la paleta secundaria.

Figura 8 Paleta de color marca La LEO



Fuente: Elaboración Dirección de Lectura y Bibliotecas

13.2 Paleta de color complementaria:

La paleta de colores complementaria está pensada para resaltar los contenidos relevantes. Es importante que su aplicación sea armónica, coherente y sobria.

13.3 Tipografía

Queremos que la marca LEO sea fácilmente leída por todos y todas. Por eso, te invitamos a usar la familia tipográfica Gotham, la cual gracias a sus pesos da relevancia a nuestros textos en las diferentes piezas gráficas. En caso de que no cuentes con esa tipografía, puedes usar Montserrat en su lugar.

13.4 Desarrollo de LEO

Hay algo llamado El universo LEO, en el que LEO está en todas partes y en cada momento de nuestra cotidianidad. Por eso, LEO puede representarse en distintos espacios, sin importar si son escenarios urbanos o rurales. ¡LEO representa la diversidad de la ciudadanía bogotana!

No limites la gráfica de LEO a una sola técnica. ¿Quieres probar formatos análogos? ¡Hazlo! Imagina cómo se vería LEO en ilustraciones, en técnicas como el esténcil, dibujado en serigrafías o grafiteado en superficies no convencionales.

Figura 9. LEO



Fuente: Elaboración Dirección de Lectura y Bibliotecas

13.5 Elementos gráficos

LEO es todo, está en todas partes y puede ser representado con distintas técnicas. Por eso, los elementos gráficos que le acompañen deben dar cuenta de esa misma diversidad. ¿Qué tal un poco de lluvia? ¿O un día soleado? ¿Cómo se vería LEO en una nube? ¿Rodeado de páramos? ¿Y si lo imaginamos en medio de un parque? Lo importante en este caso es que el estilo gráfico se desarrolle en el estilo a mano alzada, con trazos lineales.

14. Lineamientos para la implementación del lenguaje incluyente en la red distrital de bibliotecas públicas de Bogotá

BibloRed es un programa del Distrito y, como tal, adopta las guías y los lineamientos estipulados por el Departamento Administrativo del Servicio Civil (DASC) para el uso del lenguaje incluyente.

La inclusión de todas las personas, sin importar situaciones de discapacidad, credos, etnias, orientaciones sexuales o expresiones de género y demás celebraciones de la diferencia, hace parte de nuestro ADN.

En este apartado se indican algunos de los lineamientos propuestos por el DASC para el lenguaje incluyente. La utilización del lenguaje incluyente se entiende como acción afirmativa a ser cumplida por las y los servidores públicos y contratistas de las entidades del Distrito Capital:

- El uso del lenguaje incluyente comprende las expresiones cotidianas, el lenguaje verbal y el lenguaje no verbal, por lo que las servidoras, los servidores públicos y contratistas de las entidades del Distrito deberán cuidar sus palabras, expresiones, comportamientos y actitudes, a fin de no incurrir en estigmatización, vulneración o rechazo de otras personas.

- El lenguaje incluyente evita la estigmatización de personas proclives a sufrir discriminación en razón de su etnia, religión, condición social, situación económica, condiciones de salud, origen, orientación sexual, identidad de género y/u otras, por lo que las servidoras, los servidores públicos y contratistas de las entidades del Distrito Capital deberán observar respeto e inclusión

en todos los documentos, trato con otras personas y/o diálogos, referencias sobre otros.

- El lenguaje incluyente permite que lo masculino no sea el único referente, por lo que las servidoras, los servidores públicos y contratistas de las entidades del Distrito Capital, deberán incluir tanto a hombres como a mujeres en su relato tanto verbal como escrito.

- La utilización del lenguaje incluyente permite visibilizar a grupos tradicionalmente excluidos¸ por lo que las servidoras, los servidores públicos y contratistas de las entidades del Distrito Capital, en toda la documentación, comunicaciones externas e internas, presentaciones, charlas, conferencias, etc., en las que se refieran a individuos y/o grupos de personas, tales como minorías étnicas, personas con discapacidad y/o personas LGBTI, deberán hacerlo de manera respetuosa.

- El lenguaje incluyente evita que lo que se considera “femenino” se subordine a lo “masculino”.

- El Departamento Administrativo del Servicio Civil, DASCD, velará para que servidoras, servidores y contratistas, conozcan y hagan uso del lenguaje incluyente y se abstengan de referirse de manera excluyente a otras personas.

- Es fundamental utilizar el lenguaje incluyente en las comunicaciones internas y externas escritas, orales y/o visuales.

- En cuanto a la utilización de imágenes, se presentará a las personas desempeñando roles libres de estereotipos y de manera equilibrada.

- En referencia a las personas con discapacidad se deberán usar los íconos que sean reconocidos internacionalmente.

- La forma de referirse a la población con discapacidad no será como “discapacitado, inválida, “enfermita”, etc. Para ello deberá tratarle como personas con discapacidad.

- En cuanto a las imágenes que presenten personas con discapacidad, éstas deberán aparecer en roles y campos laborales, deportivos y académicos.

- En lo posible se presentarán imágenes de grupos en roles de toma de decisión, en escenarios académicos y deportivos.

Para consultar todos los lineamientos puede ingresar en https://serviciocivil.gov.co/sites/default/files/Nuestra_Entidad/LINEAMIENTOS-DASCD.pdf

https://www.sdp.gov.co/sites/default/files/documentos/guia_lenguaje_incluyente_actualizada_191008.pdf?width=800&height=800&iframe=true

15. Medios de comunicación de la Red Distrital de Bibliotecas Públicas de Bogotá

Los medios de comunicación con los que cuenta la entidad han sido mencionados en anteriores apartados de la presente guía. Sin embargo, y a modo de resumen, se mencionan en este punto para facilitar su rápida identificación y la explicación de su razón de ser:

- **Página web:** este canal permite que personas de toda la ciudad, del país y del mundo puedan conocer los distintos eventos, actividades, espacios de lectura e iniciativas que adelanta BibloRed. Para visitar la página web, solo se debe ingresar a www.BibloRed.gov.co.

- **Redes sociales:** en BibloRed entendemos que un gran porcentaje de nuestras audiencias son personas que entienden los lenguajes digitales. Por eso, usamos estos lenguajes a través de distintas Redes sociales que permiten una comunicación bidireccional, es decir, todo mensaje busca la interacción de los usuarios y usuarias, quienes completan cada publicación. Las distintas Redes sociales de BibloRed son: Instagram (@BibloRedBogota), Facebook (@BibloRedbogota -

Red Distrital de Bibliotecas Públicas de Bogotá), Twitter (@BibloRedBogota), YouTube (BibloRed Bogotá), TikTok (@BibloRedBogota).

- **Grupos de WhatsApp:** Los grupos de WhatsApp en la Red sirven para difundir de manera interna y externa los diversos contenidos de comunicación. Existen grupos de la Dirección de Lectura y Bibliotecas, grupos de los coordinadores de Bibliotecas y grupos de la oficina asesora de comunicaciones de la SCRD y de BibloRed, a través de los cuales y de manera periódica, se comparten noticias, videos, pódcast y demás contenido digital para su conocimiento y difusión.

- **Correos masivos:** por medio de este canal, que existe tanto de manera interna como externa, se envían las mayores novedades de lo que sucede en BibloRed. De igual manera, mensualmente se envía un boletín a modo de resumen con las noticias más relevantes que sucedieron en la Red en las últimas semanas.

- **LEO Radio:** Es la emisora digital de BibloRed, cuenta con emisión continua a través de la página web de la Red, las 24 horas del día, los 7 días de la semana. Los programas que integran su parrilla responden a los objetivos y/o enfoques de la política pública LEO, y son aprobados por el comité editorial de la misma.

Actualizó: Isabel Salas - Mónica Moreno - Contratistas Dirección de Lectura y Bibliotecas
Revisó: Helena Carvajal - Enzo Ariza - Contratistas Dirección de Lectura y Bibliotecas
Aprobó: Andrea Victorino - Directora de Lectura y Bibliotecas.

Nota: El presente documento será alineado con el sistema integrado de gestión de la SCRD, una vez adjudicado el proceso y de acuerdo con las necesidades de la operación de Biblored. También será socializado con el operador adjudicatario.