

## 2. MANUAL DE PUBLICACIONES

**Objetivo:** Contar con una guía orientadora en la toma de decisiones para la producción impresa, audiovisual, digital y/o virtual, de nuevos conocimientos en los campos relacionados con la misión institucional, el material para campañas publicitarias y comunicacionales que pretenda adelantar la entidad.

El Manual de Publicaciones comprende: 1. Reglamento de Publicaciones, 2. Manual de Publicaciones, 3. Manejo de Imagen Institucional y Créditos, 4. Información Geográfica, 5. Trámites Legales, 6. Distribución de Publicaciones, 7. Depósito Legal, 8. Derechos de Autor.

### 1) Reglamento de Publicaciones

a. La Oficina Asesora de Comunicaciones define, revisa y aprueba según la Política Institucional de Comunicaciones el concepto, criterio y enfoque de los contenidos en los textos y campañas de los documentos a publicar.

- Informes técnicos finales, resultado de la investigación, una vez recibido a satisfacción por parte del supervisor y/o interventor.
- Libros, monografías sobre temas específicos de alta calidad, publicaciones seriadas.
- Tesis de posgrados que han sido financiadas total o parcialmente con recursos de la entidad.
- Textos y campañas como un componente de divulgación en un contrato o convenio determinado a las relaciones públicas y protocolarias de la entidad (complemento para eventos, reuniones, visitas y procesos pedagógicos con la comunidad).
- Textos y campañas soportes a una estrategia de comunicación pública.
- Estrategia de rendición de cuentas del Estado.
- Consolidados de un concurso metropolitano avalado por la entidad, que amerite publicación impresa o audiovisual.

b. La Oficina Asesora de Comunicaciones define desde su gestación, que se publica, teniendo en cuenta los siguientes elementos:

- Público al que va dirigido (ubicación y conocimiento de los mismos)
- Necesidades que van a satisfacer
- Costos de la publicación
- Contenido digital publicable
- Recursos gráficos y literarios
- Mecanismos de divulgación
- Resultados esperados con el material
- Estrategia de distribución, bases de datos actualizadas de los públicos de interés

- Cantidad de ediciones
- Tipo de formato
- Revisión por parte del corrector de estilo

**c.** Para el estudio de publicaciones seriadas, planes de comunicaciones y de medios para campañas pedagógicas o institucionales, la dependencia responsable entrega a la Oficina Asesora de Comunicaciones la siguiente documentación:

- Formato, informe ejecutivo, ficha técnica o brief, en el cual explique la intención del trabajo a realizar y los beneficios esperados, con soporte del contrato en el cual la divulgación esté o no explícita.
- Con base en lo anterior, en la copia magnética e impresa del texto en word y machote o artes preliminares en el caso de material para campañas si los hubiese (nunca productos terminados). La Oficina Asesora de Comunicaciones hará el estudio, aprobará y/o modificará lo que considere necesario.
- Fotografías e ilustraciones en formato digital con excelente resolución, mínimo 600 dpi; si son impresas también deben ser nítidas. En cualquiera de los casos deben estar acompañadas de su respectiva identificación o pie de foto (texto base que explique la misma).
- Un ejemplar de la última edición del texto o video, si se trata de una reimpresión o reedición, si no existe en la entidad.

**d.** Los materiales para estudio se recibirán en la Oficina Asesora de Comunicaciones, quien entrega a la dependencia responsable constancia escrita de la recepción. Mientras este material permanezca en revisión, no podrá ser difundido por otros medios o personas.

Antes de la producción del libro, documento o propuesta publicitaria y comunicacional, el Área Metropolitana del Valle de Aburrá o las entidades participantes en el convenio, podrán autorizarse recíprocamente la reproducción de apartes, desde que ello no lesione los intereses de la otra parte y respete las condiciones establecidas en los derechos de autor.

**e.** La Oficina Asesora de Comunicaciones adelanta las siguientes acciones para la evaluación del material en un período de siete (7) días hábiles:

- Verificar si la publicación, el material o la propuesta presentada se adapta al tipo de formatos, públicos, momento histórico de la entidad y al proyecto que lo soporta.
- Verificar la calidad ortográfica, lexicográfica, pedagógica, periodística y artística, según el caso.
- Verificar la coherencia con el objeto y productos del contrato de soporte.
- Verificar el cumplimiento de políticas y manuales de comunicación de la entidad.

**Nota:** El aporte académico, científico y social es de competencia de la Subdirección ordenadora de la publicación.

f. La Oficina Asesora de Comunicaciones entrega las observaciones de aprobación y producción del documento y/o campaña en el período de siete (7) días hábiles definido para ello.

Aprobada la producción del material o la realización del plan de comunicaciones, o de la producción de herramientas para campañas publicitarias y comunicacionales específicas, el Área Metropolitana del Valle de Aburrá y las entidades participantes (naturales o jurídicas), suscribirán un contrato o convenio de edición o de realización, según las normas vigentes.

Si ya existiere, por cualquier razón, el supervisor y/o interventor debe garantizar que el contratista acate el presente manual y reglamento, al igual que los demás documentos relacionados en la política de comunicaciones. Asimismo, vela porque el contratista no produzca u ordene producir cualquier material sin tener el visto bueno de la entidad, en planes de comunicaciones, producción de herramientas para campañas publicitarias y comunicacionales específicas. En caso de desacato y presentar una producción que no satisfaga a la entidad, el contratista debe repetir la publicación. Lo anterior queda explícito en el documento del plan de comunicaciones o medios o en la cláusula relacionada en el contrato o convenio.

Cuando es directamente la entidad quien contrata, debe exigir al respectivo contratista la debida rectificación del material.

Para el caso de publicación de memorias u obras ganadoras de un concurso adelantado por la entidad en forma directa, las condiciones de inscripción de los participantes deben dar claridad desde el principio sobre derechos de autor, e incluir en forma explícita y escrita la autorización de los mismos, para que se reproduzca esta información en los medios que considere.

g. Previo concepto de la Oficina Asesora de Comunicaciones, en caso de haber adelantado un contrato de edición con un autor experto, se podrá terminar unilateralmente el contrato, sin que el autor pudiese exigir el cumplimiento forzoso ni demandar pago de perjuicios, cuando se presenten desacuerdos irreconciliables o llegue a demostrarse faltas al autor como violación a derechos de autor o similares, en relación a la propiedad de la información.

Tener en cuenta los derechos de autor y derechos morales, e incluir en forma explícita y escrita la autorización de los autores para la publicación por parte de la entidad. Asimismo, la entidad debe devolver el material a los demás participantes.

h. El autor o el contratista deben pagar los sobrecostos en que incurra la entidad cuando él, en ejercicio de su derecho moral a modificar la obra, haga cambios substanciales que afecten

la extensión del texto o la diagramación ya realizada. En caso de producciones audiovisuales, la Oficina Asesora de Comunicaciones debe informar los costos adicionales que se generaron cuando se presentan cambios, luego de aprobados los artes finales (copia final de video).

## 2) Manual de Publicaciones del Área Metropolitana del Valle de Aburrá

Los componentes a tener en cuenta en una publicación de acuerdo al responsable de ella, son:

- **Portada:** Título, subtítulo, imagen y logotipo del Área Metropolitana del Valle de Aburrá en tamaño indicado por la Oficina Asesora de Comunicaciones y con diseño que corresponda a las Políticas y manuales definidos en este Acto Administrativo.

Si éstas tienen solapas, podrá ir sinopsis del Área Metropolitana del Valle de Aburrá, como la autora y editora que es en este caso. En su defecto, a modo de presentación.

Según la orientación que la entidad desee darle a la obra, la legitimidad que se requiera y el reconocimiento público del autor o autores, la entidad podrá aprobar que los nombres de los mismos vayan en la portada. En caso contrario, en el contrato o convenio debe aparecer explícita la cesión de derechos de autor por parte de los autores para que la entidad haga lo que considere adecuado con la ubicación de los créditos en la falsa portada y no en la portada, sin detrimento de los derechos patrimoniales.

Cuando la entidad haya realizado un proyecto de investigación y de ésta surge la obra, la autora es el Área Metropolitana del Valle de Aburrá y es la única que debe aparecer en la portada como tal. Los respectivos créditos de sus investigadores, en cumplimiento de los derechos patrimoniales, quedan en la página legal y según el caso, podrán ser destacados en la llamada “falsa portada” y en la página legal.

- **Falsa portada:** Título de la obra, subtítulo, nombre de autores (cuando éste sea el acuerdo) y logotipo del Área Metropolitana del Valle de Aburrá y los respectivos créditos:  
Junta Metropolitana del Valle de Aburrá  
(Nombre y apellidos de cada uno de los miembros, seguidos del cargo)  
Director Área Metropolitana del Valle de Aburrá  
(Nombre y apellidos)
- **Página legal o de créditos,** en este orden:  
Nombre de la publicación, subtítulo  
Área Metropolitana del Valle de Aburrá  
Nombre del Director (a) y cargo  
Nombre del Subdirector (a) y cargo  
Autor o autores  
Personas y/o entidades responsables del contenido y dueños del mismo.

Si son varios los (as) servidores (as) de la Entidad que elaboraron el texto, deben aparecer bajo el título de equipo de trabajo, pero no como autores. El autor sigue siendo el Área Metropolitana del Valle de Aburrá.

**Equipo de trabajo**

Si existe equipo de trabajo de investigación, deben ir sus nombres y apellidos en orden alfabético, antecedido de su título profesional o cargo.

**Supervisión y/o Interventoría**

Nombre de los supervisores y/o interventores del proyecto soporte de la publicación

**Coordinación de la publicación**

Oficina Asesora de Comunicaciones del Área Metropolitana del Valle de Aburrá

**Fotografía**

Nombre de quién las tomó. Si son varios los fotógrafos, deberán aparecer sus nombres en orden alfabético, pero sin especificar las páginas en donde aparecen las mismas.

**Diseño gráfico**

Empresa o persona que realizó dicho trabajo

**Impresión**

Empresa o persona que realizó dicho trabajo

**Registro ISBN**

Número que otorga la Cámara Colombiana del Libro

**Número de edición**

Ejemplo: Primera edición

**Fecha y ciudad**

Día, mes, año, Medellín

**Nota de derechos reservados**

Está prohibida la reproducción parcial o total de esta publicación y mucho menos para fines comerciales. Para utilizar información contenida en ella se deberá citar fuente.

- **Presentación a cargo del Director(a) del Área Metropolitana del Valle de Aburrá**
- **Prefacio o introducción a cargo de expertos o prologuista invitado**
- **Tabla de contenido:** Enumeración vertical de los títulos principales y los subtítulos de segundo y tercer nivel de jerarquía de todas las partes preliminares, de cuerpo y complementarias del manuscrito.
- **Sinopsis o abstract / resumen:** Tanto los libros como informes técnicos finales deberán contener una sinopsis del contenido, en español e inglés y no mayor a un párrafo de aproximadamente 10 líneas. Acción que será muy útil para el sitio web de la Entidad y para las relaciones con catálogos internacionales.
- **Desarrollo del tema:** Tener en cuenta aplicaciones de contenido y forma que aparecen más adelante.
- **Glosario:** Es un vocabulario de términos especializados con su respectiva definición.

- **Bibliografía:** Se debe aplicar lo establecido en las normas APA.  
Libro con autor  
Apellido autor, Iniciales nombre autor, (Año), Título en cursiva, Ciudad y país, Editorial.  
Ejemplo: Hacyan, S., (2004), *Física y metafísica en el espacio y el tiempo*. La filosofía en el laboratorio, México DF, México: Fondo nacional de cultura económica.

Libro con editor

En el caso de que el libro sea de múltiples autores es conveniente citar al editor.

Apellido, A. A. (Ed.). (Año). Título. Ciudad, País: Editorial.

Ejemplo:

Wilber, K. (Ed.). (1997). *El paradigma holográfico*. Barcelona, España: Editorial Kairós.

Y así respectivamente en cualquier referencia.

**Las Normas APA:** Son un conjunto de estándares creados por la American Psychological Association con el fin de unificar la forma de presentar trabajos escritos a nivel internacional. Estas normas están diseñadas para proyectos de grado o cualquier tipo de documentos académicos y de investigación.

- **Anexos:** Son documentos estadísticos, gráficas, ilustraciones o estudios especiales no necesarios para el desarrollo de la obra, pero sí para complementarla o como material específico de consulta y verificación para el investigador interesado.
- **Contraportada:** Logotipo del Área Metropolitana del Valle de Aburrá, página web, Medellín, Colombia.
  - ✓ Corrector, compilador y revisión técnica, no deben aparecer
  - ✓ No podrá haber más de una introducción o prólogos
  - ✓ Las dedicatorias no están permitidas

### 3) Manejo de Imagen Institucional y Créditos

El manejo de la imagen institucional y los créditos en las publicaciones que son producto de convenios entre el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, los Municipios y/o empresas contratantes.

#### 3.1. Informes técnicos finales

- **Portada:** Logotipo del municipio y/o empresa contratante y del Área Metropolitana del Valle de Aburrá, título y subtítulo de la investigación o proyecto. Original, una copia en papel. Pasta dura con impresión en láser o litográfica.
- **Falsa portada:** La misma información que aparece en la portada, pero con los siguientes

datos adicionales: Anteponer la palabra “Ejecutan” al logotipo del municipio y/o empresa contratante. De igual manera, se debe escribir antes del logotipo del Área Metropolitana del Valle de Aburrá, “Un proyecto de”. Se sugiere que sea impresa a color.

- **Créditos o página legal:**

Título de la publicación, subtítulo

Un proyecto del Área Metropolitana del Valle de Aburrá

Nombre del Director (a) y cargo

Nombre del Subdirector (a) y cargo

Ejecuta Alcaldía de

Nombre del (a) alcalde (sa), cargo

Nombre del Secretario (a), Secretaría respectiva

Ejecuta: Nombre de la empresa conveniente

Nombre del (a) gerente o director (a), cargo

Equipo de trabajo

Listado de los nombres de las personas que participaron en el proyecto. Primero va el nombre y el cargo, uno debajo de otro; en caso de que el listado supere las cinco personas, deberán escribirse de corrido y separado por comas.

Supervisión y/o Interventoría

Ambas entidades

Fecha y ciudad

Día, mes, año, Medellín

Nota: En los informes técnicos finales no va el listado de la Junta Metropolitana ni de los grupos directivos, ni de Subsecretarías de Despacho.

Contra portada

Se sugiere que se ubiquen los dos logotipos de las entidades participantes con su respectivo sitio web.

Formato del contenido

Tamaño carta, con un encabezado, con la siguiente información: A la izquierda el logotipo del Municipio y/o empresa contratante y a la derecha el del Área Metropolitana del Valle de Aburrá. En el centro va el nombre resumido del proyecto o estudio. En la parte inferior se propone que se ubique el logotipo de la empresa ejecutora o contratista y la paginación respectiva. No va el número del convenio porque éste ya fue especificado en la portada.

### 3.2. Publicación tipo libro

- **Portada:** Logotipos en la parte inferior, el del municipio a la izquierda y el del Área Metropolitana del Valle de Aburrá, a la derecha. Título y subtítulo de la investigación o proyecto. Impresión litográfica.
- **Falsa portada:** La misma información que aparece en la portada, pero con los siguientes datos adicionales: anteponer la palabra “Ejecuta” al logotipo del contratista y, al del municipio

y el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, “Un proyecto de”. Se sugiere que sea impresa a color.

Si el libro es con una empresa contratante debe ir la misma información que aparece en la portada, pero con los siguientes datos adicionales: anteponer la palabra “Ejecuta” al logotipo de la empresa contratante y el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, “Un proyecto de”. Se sugiere que sea impresa a color.

- **Créditos o página legal**

Nombre de la publicación, subtítulo

Un proyecto del Área Metropolitana del Valle de Aburrá

Nombre del Director (a) y cargo

Nombre del Subdirector (a) y cargo

Municipio.

Nombre del Alcalde, cargo

Nombre del Secretario(a), cargo

Ejecuta:

Nombre de la empresa contratante

Nombre del (a) gerente o director (a), cargo

Ejecuta:

Nombre de la empresa contratista

Equipo de trabajo

Si existe equipo de trabajo de investigación, deben ir sus nombres y apellidos en orden alfabético, antecedido de su título profesional o cargo.

Supervisión y/o Interventoría

Los nombres de las personas quienes aparecen en las respectivas actas de inicio.

Coordinación de la publicación

Oficina Asesora de Comunicaciones del Área Metropolitana del Valle de Aburrá

Fotografía

Nombre de quién las tomó. Si son varios los fotógrafos, deberán aparecer sus nombres en orden alfabético, pero sin especificar las páginas en donde aparecen las mismas.

Diseño gráfico

Empresa o persona que realizó dicho trabajo

Impresión

Empresa o persona que realizó dicho trabajo

Registro ISBN (si la publicación cuenta con él)

Número que otorga la Cámara Colombiana del Libro

Número de edición

Ejemplo: Primera edición

Fecha y ciudad

Día, mes, año, Medellín

Nota de derechos reservados



Está prohibida la reproducción parcial o total de esta publicación y mucho menos para fines comerciales. Para utilizar información contenida en ella se deberá citar fuente.

**Notas:** El listado del equipo se conforma de acuerdo con las siguientes categorías o rangos: Director del proyecto, Coordinador(es), Líder(es) de grupos. Los demás profesionales o personal operativo no se registran.

Sólo se incluye el listado de la Junta Metropolitana y de los Gabinetes Municipales en las publicaciones que los consideren pertinente ambas partes.

- **Presentación:** Debe ir firmada con los nombres de las dos personas de mayor jerarquía de ambas entidades, o en su defecto a la que se designe.
- **Sinopsis o abstract:** Se recomienda que la publicación contenga un abstract o resumen en español e inglés.
- **Contra portada:** Se sugiere que se ubiquen los logotipos del municipio y del Área Metropolitana del Valle de Aburrá, con su respectiva página web.

#### Otros elementos

- **Cartografía- mapas:** toda la cartografía producto de un convenio debe ser entregada en digital, planos y Atlas, y debe llevar la información básica y de apoyo en la franja vertical derecha. Cada ficha técnica debe llevar los logotipos: Primero debe ir el del Municipio y luego el del Área Metropolitana del Valle de Aburrá.

Es importante que en la parte inferior, se ubiquen los datos que ayudan a identificar el mapa: código, fecha, fuente, consecutivo, para que al momento de doblarlos se visualice la información indispensable para su almacenamiento en archivos o planotecas. El tamaño de los Atlas debe ser doble carta, cerrado e impreso en policromía.

Así mismo, es indispensable que se tenga en cuenta las indicaciones del Sistema de Información Geográfica - SIG, adoptado por la Entidad.

- **Presentación en power point para presentación del libro o proyecto:** en la Diapositiva principal van los logotipos del Municipio y/o empresa contratante respectivo a la izquierda y el del Área Metropolitana del Valle de Aburrá a la derecha, antecediéndolos con las palabras "Un proyecto de".

El título del proyecto debe ser llamativo, es decir, una combinación entre el nombre resumido del proyecto vinculado a los beneficios o impactos del mismo. Posterior a esta frase va la información de ciudad y fecha.

Diapositiva No. 2: se debe ubicar el título “Quiénes participan” y a continuación los nombres de las entidades con un párrafo explicativo que indique cuál es el objetivo que persiguen con dicho estudio.

Diapositivas siguientes: Logotipos abajo a la derecha. Los textos de contenido no deben exceder 10 líneas y el tamaño de la letra debe ser mínimo de 25 puntos.

Diapositiva final o de despedida, debe ir la palabra “Contáctenos”, con los nombres de las personas que coordinan el proyecto, sus respectivos correos electrónicos, teléfonos y las páginas web institucionales.

### **3.3. En otras publicaciones y medios**

- Para otro tipo de publicaciones como video o multimedia, los logotipos de las entidades participantes, llamadas también ejecutoras u operadoras, deben ir dentro de la publicación y/o material a modo de aval o de entidades de apoyo. En la portada sólo irá el logotipo del Área Metropolitana del Valle de Aburrá y del respectivo municipio o empresa contratante, ya que es la dueña del proyecto y responsable general ante la comunidad.
- En ningún caso (a excepción de los Municipios adscritos al Área Metropolitana del Valle de Aburrá) en las demás piezas publicitarias, las entidades ejecutoras contratistas tienen igual relevancia. Tampoco está permitido hacerle sinopsis a sus empresas o aprovechar espacios para promocionarse. Lo que debe destacarse siempre es el beneficio del proyecto y no sus realizadores.

### **3.4. En coediciones**

Las ediciones realizadas entre el Área Metropolitana del Valle de Aburrá y otras organizaciones o editoriales se rigen por las normas previstas en el presente Manual, las cuales deben aparecer explícitas en el respectivo contrato.

La organización que suscriba convenio o contrato con la entidad realiza las tareas que surjan del diligenciamiento de las obligaciones legales contempladas en los derechos de autor, el envío del depósito legal o depósito de canje, la cancelación por el registro ISBN y Código de Barras o ISSN; además hace llegar la certificación de la entrega de las obras por depósito legal o depósito de canje, la cual debe entregarse al supervisor y/o interventor del contrato para ser adjuntado a la carpeta del mismo.

Cuando la obra sea una publicación realizada directamente por el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, la Oficina Asesora de Comunicaciones, diligencia por medio del sitio web el registro del ISBN o ISSN y el Código de Barras, luego de este procedimiento, entrega al Centro de

Documentación la obra registrada.

- **Coediciones:** Desarrollo de publicaciones con entidades que están en igualdad de condiciones de autoría, participación en la redacción de contenidos o aportes económicos compartidos. No se entiende como coedición, cuando el Área Metropolitana del Valle de Aburrá contrata a un experto o a una entidad para que realice una investigación y, por ende, el fruto de ésta.

En caso tal de que por alguna razón se desee que dicho autor o entidad aparezca en la portada, debe ir claramente diferenciado su papel como “Autor”, con una ubicación y proporción distinta a la del Área Metropolitana del Valle de Aburrá.

En la portada de la publicación o del material audiovisual van los títulos y logotipos de las entidades comprometidas. En cuanto a los créditos, debe ajustarse al modelo contemplado anteriormente en el ítem de página legal.

La falsa portada obedece a la misma información ubicada en la portada y en la página siguiente va la sinopsis de las entidades participantes, que no excedan una cuartilla. Habrá presentación firmada por los representantes de las entidades coeditoras y en la contraportada van los logotipos de las entidades coeditoras, direcciones postales y electrónicas.

### **3.5. Coedición con un tercero**

Cuando los derechos intelectuales sean sólo del Área Metropolitana del Valle de Aburrá, la coedición de la publicación no implica la cesión de los mismos a ningún título. Y las entidades coeditoras deben solicitar autorización para las reimpressiones posteriores, bien sea, de manera independiente o en asocio con otras instituciones.

En la portada irá únicamente el logotipo del Área Metropolitana del Valle de Aburrá. Para darle crédito al tercero, en una de las primeras páginas tiene un espacio para su presentación institucional. En contraportada se ubica su logotipo, antecedido por la palabra “Financia”, “Patrocina”, etc.

### **3.6. Aplicaciones de fondo y forma en las publicaciones**

#### **3.6.1 Lenguaje corporativo**

- Legibilidad y comprensión: Ideas organizadas, uso de oraciones de extensión breve (alrededor de 20-25 palabras); oraciones simples, evitar uso de gerundios, escribir en tercera persona del singular; modalizaciones del discurso: admiraciones, interrogantes, preguntas retóricas, puntos suspensivos, imágenes sin palabras, subtítulos, viñetas, infogramas, tipografía variada, mezcla de recursos audiovisuales, entre otros.

- Utilizar lenguaje optimista.
- Diferenciar manejo del tono y el estilo según el medio.
- Citar fuentes claves que legitimen el trabajo técnico y pedagógico que se está entregando en la publicación o material audiovisual.
- Evitar género de opinión en texto técnicos e investigaciones.
- Lograr publicaciones y material audiovisual útiles no sólo para públicos locales o nacionales sino también internacionales.
- Traducir términos propios del argot de la materia que se desarrolla.
- El logotipo del Área Metropolitana del Valle de Aburrá siempre está presente en un lugar destacado, desde que sea la autora o editora principal.

### **3.6.2 Imagen corporativa y paginación**

De manera obligatoria en informes técnicos parciales y finales y opcional en las publicaciones y producciones audiovisuales institucionales y sin coedición con otras entidades, debe ubicarse en sus páginas interiores y diapositivas, el logotipo del Área Metropolitana del Valle de Aburrá.

Si son varias las entidades editoras puede revisarse la ubicación de sus logotipos en estas páginas, de modo que tampoco saturen y afecten la legibilidad.

En todos los informes, sean parciales o finales de contratos debe ir un encabezado, con la siguiente información: A la izquierda el logotipo de la empresa contratante o municipio y a la derecha el del Área Metropolitana del Valle de Aburrá. En el centro va el nombre resumido del proyecto o estudio. En la parte inferior se ubica la paginación respectiva.

### **3.6.3 Fotografías y video**

Tenga en cuenta los siguientes requisitos:

- Fotografías e imágenes en video con personas, animales, paisajes y referentes físicos colombianos, no extranjeros, excepto si es que están hablando de otra región fuera del país o que se tenga la autorización respectiva por parte de la Oficina Asesora de Comunicaciones.
- Fotografías, imágenes de video e ilustraciones propiedad del Área Metropolitana del Valle de Aburrá (o con el permiso vigente de uso por parte de su autor o de las personas involucradas en la imagen con su respectiva autorización por escrito. Cuando sea una menor se debe contemplar que dicho documento sea firmado por el adulto responsable).
- Coherencia con el discurso de la entidad. Por ejemplo, no es correcto mostrar imágenes de animales en cautiverio, cuando adelantamos campañas en contra. Se mostraría sólo en casos pedagógicos o por ejemplo, hablar de riqueza de flora en las ciudades y mostrar panorámicas de calles con pocos árboles.
- Buena definición: combinación de claros y oscuros en la imagen; buen contraste: riqueza en el manejo de sombras y brillos; buena nitidez. Si es publicación impresa exige una calidad y si es para vallas, por ejemplo, otra. Consultar con la Oficina Asesora de Comunicaciones.

- Imágenes con sus respectivos créditos.
- Cuidado en el manejo pertinente de imágenes con niños, ancianos y personas con discapacidad.
- Formato de video: SD, 480p o HD, 1.080p o 720p
- Entregar material de video en medios magnéticos, discos duros, DVDs en datos, su contenido debe complementar y no repetir lo que dice el texto, deben tener pie de foto, que explique o amplíe el tema tratado en la imagen, al igual que las ilustraciones, infogramas, infográficos, historigramas, tortas y demás recursos, las fotografías y el video no pueden faltar en textos y eventos pedagógicos.
- Imágenes actualizadas de los municipios o de los proyectos que esté ejecutando la entidad.
- A las personas que participan y permiten exhibir su imagen en campaña institucional, publicitaria, se les solicita firmar una carta de renuncia a cualquier contraprestación económica por concepto de fotografías exhibidas.

### **3.6.4 Algunos aspectos ortográficos y tipográficos**

#### **Uso de letra cursiva**

- Títulos de libros, revistas, periódicos, y trabajos artísticos, esculturas, pinturas, películas, obras musicales, programas.
- Acotaciones de autor, que van entre paréntesis.
- Ecuaciones y fórmulas, así como los elementos que las componen, cada vez que sean nombrados en el texto y en su explicación.
- Alias y apodos cuando aparecen como tales, es decir, acompañados del nombre propio.
- Términos y expresiones en lengua extranjera, cuando aún no han sido asimilados en el uso normal de la lengua.
- Palabras o términos de jergas y dialectos o intencionalmente mal escritos.

#### **Uso del tipo de letra negrilla**

- Títulos y subtítulos; entradillas y destacados.

#### **Escritura de cifras y números**

Escriba en cifras:

- Las cifras superiores a diez, excepto si la cantidad inicia párrafo o va después de punto seguido.
- Las cifras en los libros técnicos o en aquellos en que se usan muchas expresiones numéricas.
- Las expresiones de tiempo.
- Escriba en letras:
- Las edades de las personas.
- Las décadas.
- Los números ordinales, primero, segundo...
- Separación de cifras: A partir de cuatro cifras, separe las unidades con punto, no con espacio fino ni con coma: 2.415, 16.785.

- Separe los decimales con coma: 13,45.
- Escriba las cifras de los años juntas, sin punto ni espacio fino: 2006
- Los nombres de los días de la semana, de los meses y de las estaciones del año se escriben en español con minúscula inicial, salvo que la mayúscula venga exigida por la puntuación (a comienzo de texto o después de punto). Solo se inician con mayúscula cuando forman parte de nombres que exigen la escritura de sus componentes con mayúscula inicial, como ocurre con los nombres de festividades, fechas o acontecimientos históricos, vías urbanas, edificios, entre otros.

### 3.7. Clases de publicaciones evaluadas

**Cartilla:** Está escrita con un lenguaje cotidiano y su redacción es entendida por una persona que apenas se acerca al tema, juegan un papel muy importante las ilustraciones para ampliar o reforzar los contenidos de los textos.

**Libro o monografía:** Es una publicación que profundiza sobre un tema, producto de conceptos recogidos por especialistas o de investigaciones realizadas.

**Publicación seriada:** Publicación editada en cualquier soporte, en partes sucesivas y llevando generalmente, una designación numérica o cronológica, que puede durar indefinidamente. Incluye: revistas, periódicos, anuarios, informes de gestión entre otros. Requieren de manejo de textos con letras grandes, diagramadas de modo que hagan rápida, amena y fácil la lectura, con ilustraciones y fotografías que ayuden a complementar el mensaje.

**Publicación digital:** Archivo en el que tanto su estructura, como su diseño y su tamaño sean los adecuados para que un lector la pueda consultar en un dispositivo con conexión a internet o unidades de lectura, e incluso puede incorporar elementos multimedia tales como animaciones, videos y sonidos.

**Material cartográfico:** Complementa las publicaciones. Incluye mapas y planos tridimensionales, cartas aeronáuticas, de navegación y celestes; atlas, globos, fotografías aéreas con propósitos cartográficos, planos y dibujos a mano. Remitirse a la Oficina de Sistemas de Información Metropolitana de la entidad, para asesorarse acerca de los directrices o lineamientos en este asunto.

**Material gráfico, visual y sonoro:** Los videos institucionales o clips sobre los proyectos, mensajes institucionales para televisión o radio, deben estar narrados en forma atemporal, conservando un lenguaje positivo. Se tiene una excepción cuando se desarrolle una campaña o algún material con un propósito específico y este se requiera manejarlo con determinadas fechas

**Nota:** La producción de herramientas para campañas publicitarias y comunicacionales específicas, como avisos de prensa, boletines de prensa, mensajes de conmutador, circulares,

invitaciones externas protocolarias, pendones, volantes, entre otras, su revisión son competencia de la Oficina Asesora de Comunicaciones.

### 3.8. Interventoría

Si bien a continuación se proporcionan directrices suficientemente estructuradas, se sugiere que los supervisores y/o interventores de proyectos en trabajo conjunto con los integrantes de la Oficina Asesora de Comunicaciones construyan los principales mensajes que desearían transmitir.

- **Formato:** Tamaño carta cerrado. Su terminación será argollada y pasta plástica.
- **Portada:** Logotipo del Área Metropolitana del Valle de Aburrá, número del informe, número del contrato y fecha, título y subtítulo de la investigación o proyecto.
- **Falsa portada:** Nombre del proyecto, el número del informe que debe responder a un consecutivo; el número de contrato suscrito con el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, ciudad, el nombre de la institución o la persona investigadora, el lapso de tiempo cubierto por el informe y la fecha de presentación.
- **Créditos:** Figuran solo los nombres del equipo de investigación.

### Tabla de Contenido

- **Formato del contenido:** Tamaño carta, con un encabezado, con la siguiente información: A la izquierda el logotipo de la empresa contratista y a la derecha el del Área Metropolitana del Valle de Aburrá. En el centro va el nombre resumido del proyecto o estudio. En la parte inferior se propone que se ubique la paginación respectiva. No va el número del contrato o convenio porque éste ya fue especificado en la portada.
- **Contraportada:** Carátula con argollado y pasta plástica.
- **Verificar desde los términos de referencia, la propuesta y el contrato en forma integral.**
- **Problemas objeto de la investigación:** Se debe recordar la fundamentación básica del proyecto y el problema o problemas objeto de la investigación. Frecuentemente, la comprensión de los problemas, por parte de los investigadores, habrá evolucionado desde la fecha de aprobación del proyecto. El Informe debe describir esta evolución y los motivos que la fundamentan.
- **Hallazgos de la investigación:** Se deben describir e interpretar los principales resultados de la investigación a la fecha, destacando la contribución que este proyecto representa para

el conocimiento desde una perspectiva científica y de las políticas.

- **Implementación y gestión del proyecto:** Describir brevemente las actividades apoyadas por el proyecto durante el período reportado. Relacionar métodos de investigación y las técnicas analíticas empleadas, como también, cualquier problema surgido.
- **Resultados y diseminación del Proyecto:** Identificar todo resultado que sea planeado, pero cuyo logro aún deba concretarse. Especificar los esfuerzos de diseminación realizados cuando fuere pertinente. Se pueden identificar tres categorías generales de resultados: intercambio y diseminación de información (informes, publicaciones, conferencias, sitios web, CD-ROMs, entre otros); creación de conocimiento (nuevos conocimientos contenidos en otros formatos que no sean publicaciones o informes: nuevas tecnologías, nuevas metodologías, nuevos currículos, nuevas políticas); y capacitación a corto plazo (pasantías o becas de investigación, seminarios y talleres de capacitación, supervisión de tesis).
- **Formación de capacidades:** Indicar el impacto de formación de capacidades que puede tener el proyecto sobre los siguientes aspectos: fortalecimiento institucional y sostenibilidad de la organización investigadora (nuevos equipos, capacitación, mejoras en la práctica administrativa, lecciones aprendidas); una mayor capacidad investigativa o administrativa de los investigadores participantes.
- **Recomendaciones:** Incluir en esta sección un resumen de cualquier recomendación que se desee formular con respecto a la administración del proyecto, referida al campo de aplicación, duración o presupuesto.

A continuación se enuncian las pautas bajo las cuales las personas naturales o jurídicas deben entregar, sin excepción, los informes finales, como soporte de los contratos o convenios. Deben ser recibidos a satisfacción total por parte del supervisor y/o interventor:

- **Portada:** Logotipo del Área Metropolitana del Valle de Aburrá o de entidades participantes, número del informe, número del contrato y fecha, título de la investigación o proyecto. Original, una copia en papel. Pasta dura, con impresión en láser pasta dura.
- **Falsa portada:** Nombre del proyecto, el número del informe que debe responder a un consecutivo; el número de contrato suscrito con el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, ciudad, el nombre de la institución o la persona investigadora, Impresa a color.
- **Créditos:** Adaptarlo a página legal, vista anteriormente pero sin registro de ISBN, ni impresión y sí ampliación de datos de investigadores e interventores.
- **Contenido:** Tamaño carta, con un encabezado, con la siguiente información: A la izquierda el logotipo de la empresa contratista y a la derecha el del Área Metropolitana del Valle de



Aburrá. En el centro va el nombre resumido del proyecto o estudio. En la parte inferior se ubica la paginación respectiva.

Se debe aplicar lo establecido en las normas APA.

Entregar dos CD ROM, el primero con la misma información del documento final en formatos Word y PDF, hojas de cálculo en Excel, imágenes o fotografías, y archivos necesarios; el segundo, con la presentación de diapositivas del proyecto en Power Point, con un resumen ejecutivo.

El Control de Calidad del informe final deberá ser realizado conjuntamente por las Oficinas de Atención al Usuario y Gestión Documental y la Oficina Asesora de Comunicaciones, una vez los supervisores y/o interventores han verificado que el original del texto contenga los componentes necesarios para la producción, el cual deberá contemplar lo siguiente:

- Revisar que el índice general coincida con la ordenación de los capítulos.
- Establecer índice de ilustraciones, siempre y cuando exista más de una.
- Controlar que los títulos y numeración de los capítulos reflejen el contenido, tanto del texto como de las ilustraciones.
- Adaptar el informe final a lo establecido en las normas APA.
- Marcar el original: Este aspecto involucra un detallado proceso de revisión y organización del original, en especial, aquellos que han sido preparados por más de un consultor y escritor, asegurando que existe una secuencia acorde con un ordenamiento previo y que no exista confusión ni en la redacción de textos, y tampoco, omisión de alguna parte escrita. Para lograr un control efectivo deben revisarse los siguientes ítems:
  - Se debe asegurar que lo que aparece en la tabla de contenido concuerde con la de los títulos, capítulos, textos y referencias.
  - Citas: Toda tabla, figura, nota, referencia debe mencionarse en el texto a través de una cita, la cual, debe estar claramente identificada.
  - Numeración de secuencia: Cualquier enumeración que se haga de capítulos, páginas, tablas, cifras, ilustraciones, referencias, subtítulos y encabezamientos, deben ser únicos e identificables en forma precisa.
  - Errores inaceptables: Deben ser eliminados. No pueden permitirse errores gramaticales, ortográficos, de sintaxis o de digitación. Así mismo, deben abolirse figuras mal ilustradas o fotografías defectuosas que impidan una buena presentación del trabajo final.
  - Unidad en el estilo: De símbolos matemáticos, de mayúsculas o minúsculas, signos de puntuación, separación de ecuaciones, señales en ilustraciones.

### **3.9. Sobre publicaciones en medios electrónicos**

Todos los textos que la Entidad produzca, se deben publicar en el sitio web, deben haber sido

registrados antes, para efectos de que respeten los derechos de autor, o en caso contrario, se asume el riesgo del plagio, copia o reproducciones sin facultades de reclamar derecho alguno. En todo caso y según el tipo de contenidos, deberá consultarse la Ley General de Archivos.

### **3.10. Actualización página web institucional y adicionales**

Será responsabilidad de la Oficina Asesora de Comunicaciones proponer y velar por los contenidos, el diseño y la actualización de la página Web institucional y sus respectivos micrositios, contar con el apoyo de las diversas Subdirecciones para la construcción y corrección de los contenidos técnicos de la misma.

En cuanto a fotografías o ilustraciones, se debe tener una resolución de 300 dpi, a color, para ubicarlo en el espacio señalado para ello.

Las especificaciones en cuanto a diagramación, composición, tipología, colores y tamaños de textos e imágenes se coordinan con la Oficina Asesora de Comunicaciones y el soporte técnico de la Oficina de Sistemas de Información Metropolitana, de acuerdo con las Políticas del Comité de Gobierno en Línea.

## **4) Información Geográfica**

Cualquier desarrollo de información espacial que se vaya a elaborar en la Entidad, debe basarse en el documento “Normas para la adquisición, manejo y procesamiento de información espacial del Área Metropolitana del Valle de Aburrá”, desarrollado por la Oficina de Sistemas de Información Metropolitana, teniendo en cuenta los estándares nacionales para el manejo de información espacial, el cual brinda las pautas para la administración y estructuración de información CAD-GIS. Se debe tener en cuenta que la institución cuenta con una plataforma tecnológica basada en tecnología ESRI y base de datos ORACLE 9i o superior.

En el documento en mención, se encuentran las políticas, normas y estándares de toda información cartográfica. Igualmente contiene las indicaciones para elaboración de mapas y realización de plotter que se generarán en el sistema de información metropolitano. Toda información debe ser recibida en CD ROM, con sus respectivas memorias de elaboración en formato texto (Word), y memorias de cálculo (álgebra de mapas), como se describió anteriormente. Además se debe tener en cuenta las Políticas para el Control y Seguridad de la Información Digital definidas por la Oficina de Sistemas de Información Metropolitana.

## **5) Trámites Legales**

Para la edición de materiales existen los siguientes requisitos legales:

En Colombia el ISBN está contemplado por la Ley 98 de 1993, artículo 11, la cual establece que:

“Todo libro editado e impreso en el país deberá llevar registrado el número estándar de identificación internacional del libro (ISBN), otorgado por la Cámara Colombiana del Libro, sin el cual el editor no podrá invocar los beneficios de esta ley”.

El registro ISBN permite identificar el título y la producción editorial de cada país. Deben imprimirse en sitios específicos de las publicaciones y estar precedido de las letras que los identifican.

Los supervisores y/o interventores de proyectos suministran a la Oficina Asesora de Comunicaciones la información requerida para el registro del ISBN y el código de barras de cada publicación, cuando esta sea realizada directamente por la Entidad.

### **6) Distribución de publicaciones**

La distribución de las publicaciones se hará con el Plan de Distribución presentado por la Oficina Asesora de Comunicaciones y la dependencia responsable. La empresa contratista o contratante que realiza el material o publicación, será directamente responsable de su distribución o entregas a los públicos de interés, con el acompañamiento de la Oficina Asesora de Comunicaciones.

El autor tiene derecho a recibir cinco ejemplares de la publicación.

### **7) Depósito Legal y de Canje**

El depósito Legal y de canje se rige bajo la siguiente normatividad:

Ley 44 de 1993, Decreto 460 del 16 de marzo de 1995, Ley 1379 de 2010, Decreto 489 de 1995 (artículo 25), Decreto 019 de 2012 en su artículo 213, Decreto Ley 2937 de 1948 (artículo 1).

### **8) Derechos de Autor**

Se podrá efectuar la inscripción en el Registro Nacional del Derecho de Autor de las obras literarias y artísticas, los programas de ordenador, obras literarias inéditas o editadas, obras audiovisuales o fonogramas, entre muchos más. Los derechos de autor moral y patrimonial, atienden la necesidad de reconocimiento de la creación intelectual y a criterios de índole económica.

Para realizar los trámites de derecho de autor diríjase a la Oficina de Registro.