

ENTREGABLE DE CONSULTORÍA

DISEÑO EDITORIAL DE ESPECIALES E INFORMES ESPECIALES

Modelo de profundidad narrativa y reputacional para piezas de alto valor dentro de la estrategia digital de la Secretaría Distrital del Hábitat de Bogotá

Consultor	Juan Manuel Caicedo
Entidad beneficiaria	Secretaría Distrital del Hábitat
Fecha del informe	Bogotá D.C., abril de 2026
Carácter del documento	Entregable de consultoría

1. PROPÓSITO DEL ENTREGABLE

Este documento define la línea editorial para Los especiales e informes especiales de la Secretaría. Su función es elevar la comunicación digital mediante piezas más robustas, capaces de ordenar datos, testimonios, contexto y visión institucional en formatos de mayor profundidad.

2. ROL DE LOS ESPECIALES EN LA ESTRATEGIA

Los especiales cumplen una doble función. Por un lado, permiten profundizar y darle densidad narrativa a la gestión. Por otro, fortalecen reputación porque muestran capacidad de interpretación, no solo de difusión. Deben actuar como hitos editoriales periódicos.

3. TIPOS DE ESPECIALES RECOMENDADOS

- Especiales temáticos sobre vivienda, mejoramiento, barrio, sostenibilidad o derecho a la ciudad.
- Especiales por audiencia: mujeres, jóvenes, cuidadores, personas mayores, comunidad barrial.
- Informes de transformación territorial por localidad o intervención.
- Radiografías del cambio con datos y voces ciudadanas.
- Especiales de servicio público sobre rutas, procesos y aprendizajes clave.

4. ESTRUCTURA SUGERIDA PARA UN ESPECIAL

- Una pregunta o premisa humana que ordene la pieza.
- Un relato de apertura con rostro o experiencia concreta.
- Contexto y explicación institucional.
- Datos clave presentados de forma comprensible.
- Voces del territorio o testimonios.
- Conclusión que conecte impacto con visión de ciudad.

5. TONO EDITORIAL

El tono debe ser más pausado y reflexivo que el de una publicación cotidiana, pero sin perder claridad. El especial no debe parecer un informe burocrático ni una pieza periodística ajena a la entidad. Debe combinar profundidad con cercanía.

6. FORMATOS RECOMENDADOS

- Carrusel editorial extenso.
- Video de profundidad o microdocumental.
- Hilo o secuencia narrativa para X.
- Especial web o micrositio.
- Resumen audiovisual con elementos de fotodocumental.

7. TEMAS PRIORITARIOS PARA UNA PRIMERA FASE

- Historias de acceso a vivienda con enfoque de vida cotidiana.
- Mejorar la vivienda, mejorar la vida.
- Barrios que renacen y ciudadanía que se apropia.
- Sostenibilidad que se vive en comunidad.
- Radiografía de cómo el Hábitat transforma la experiencia de ciudad.

8. RECOMENDACIONES DE PERIODICIDAD

Se recomienda producir al menos un especial de profundidad al mes y, adicionalmente, una gran radiografía de resultados por trimestre. Esta periodicidad es viable, genera hábito y permite calidad editorial suficiente.

9. CIERRE CONSULTIVO

Los especiales propuestos pueden convertirse en la capa de mayor valor reputacional de la estrategia digital. Bien ejecutados, le permiten a la Secretaría dejar huella narrativa, ordenar su gestión y construir una memoria pública más sólida y útil.