

ENTREGABLE DE CONSULTORÍA

GUÍA DE TONO Y LENGUAJE CLARO PARA CONTENIDOS DIGITALES

Criterios prácticos de redacción, claridad y usabilidad comunicacional para 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. OBJETO DE LA GUÍA

Esta guía aterriza la narrativa humanizada en decisiones concretas de redacción y estilo. Su propósito es que los contenidos digitales de la Secretaría sean comprendidos con facilidad, transmitan cercanía y mantengan una identidad verbal consistente.

2. PRINCIPIOS DE REDACCIÓN

- Escribir para ser entendido en una primera lectura.
- Usar frases directas y verbos claros.
- Priorizar palabras de uso cotidiano.
- Separar una idea principal por párrafo o por pieza.
- Evitar la acumulación de condiciones y tecnicismos en una sola frase.

3. TONO RECOMENDADO

El tono institucional sugerido es cercano, claro, orientador y respetuoso. Debe hacer sentir que la Secretaría acompaña, explica y facilita. En ningún caso debe sonar despectivo, distante, saturado de siglas o excesivamente solemne.

4. PALABRAS Y ENFOQUES RECOMENDADOS

- Acceder, acompañar, orientar, mejorar, transformar, cuidar, explicar, facilitar, avanzar, construir.
- Usar expresiones que conecten con la vida diaria: hogar, barrio, tranquilidad, decisión, familia, comunidad, paso a paso.

5. PALABRAS Y ENFOQUES A EVITAR

- Exceso de tecnicismos sin explicación.
- Redacción pasiva o impersonal sostenida.
- Abuso de siglas sin desarrollo.
- Promesas absolutas o afirmaciones que puedan generar expectativas erradas.

6. ESTRUCTURA RECOMENDADA DE COPY

- Gancho inicial claro.
- Idea principal en lenguaje ciudadano.
- Dato o explicación clave.
- Llamado a la acción simple y verificable.

7. CRITERIOS PARA PIEZAS DE SERVICIO

- Una duda por pieza.
- Indicar de manera visible qué sí aplica y qué no.
- Evitar listas demasiado extensas sin jerarquía visual.
- Cerrar con instrucción concreta sobre siguiente paso.

8. CRITERIOS PARA PIEZAS EMOCIONALES O TESTIMONIALES

- Evitar sentimentalismo innecesario.
- Dejar que la experiencia de la persona conduzca el relato.
- Usar citas o frases reales cuando agreguen valor.
- Conectar la emoción con un aprendizaje o una transformación.

9. LLAMADOS A LA ACCIÓN SUGERIDOS

- Conoce los pasos.
- Resuelve tu duda.
- Infórmate aquí.
- Revisa si cumples.

- Descubre cómo funciona.
- Conoce esta historia.

10.CIERRE CONSULTIVO

La claridad no empobrece el mensaje institucional; lo hace más eficaz. Esta guía permite que la Secretaría se exprese de manera coherente con una política de comunicación pública más accesible, útil y centrada en la ciudadanía.