



MANUAL DE **COMUNICACIONES** 2025 - 2028





	MANUAL DE COMUNICACIONES 2025-2028	CÓDIGO: EGCM-MN-005	 <small>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</small>
		VERSIÓN: 01	
		FECHA: 04/07/2025	
		RESPONSABLE: COMUNICACIONES	

MANUAL DE COMUNICACIONES 2025-2028

COMUNICACIONES



Julio de 2025

	MANUAL DE COMUNICACIONES 2025-2028	CÓDIGO: EGCM-MN-005	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA: 04/07/2025	
		RESPONSABLE: COMUNICACIONES	



Contenido

1.	OBJETIVO	4
2.	ALCANCE	4
3.	VALORES Y PRINCIPIOS	4
4.	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN	4
5.	LINEAMIENTOS GENERALES.....	5
6.	LENGUAJE CLARO, INCLUYENTE Y NO SEXISTA.....	5
6.1.	Utilización de un lenguaje claro	5
6.2.	Utilización de un lenguaje incluyente	6
6.3.	Utilización de un lenguaje no sexista	6
7.	COMUNICACIÓN EXTERNA.....	7
7.1.	Comunicados y Boletines de Prensa.....	7
7.2.	Procedimiento Comunicaciones Externas.....	9
7.3.	Para tener en cuenta en las Comunicaciones Externas	9
7.4.	Relacionamiento con el Distrito	10
7.5.	Atención al Ciudadano	11
8.	COMUNICACIONES INTERNAS	11
8.1.	Procedimiento Comunicaciones Internas.....	11
8.2.	Para tener en cuenta en las Comunicaciones Internas.....	11
8.3.	Manual de Marca para la Comunicación Institucional.....	13
8.4.	Red Distrital de Comunicación interna - RDCI	14
9.	COMUNICACIONES DIGITALES.....	14
9.1.	Presencia Digital de Canal Capital.....	15
9.1.1.	Sitio Web Institucional y de Medio (www.canalcapital.gov.co).....	15
9.1.2.	Redes Sociales Oficiales	15
9.2.	Roles y responsabilidades	15
9.3.	Gestión de contenidos Web.....	16
9.4.	Redes Sociales	16
9.5.	Análisis y métricas	16
9.6.	Soporte y actualizaciones.....	16
9.7.	Buenas Prácticas para Community Managers.....	16
9.8.	Buenas prácticas generales.....	17
9.9.	Edición web	17
9.10.	Manual plataformas 2.0 y web de Capital.....	18
9.11.	Página web:.....	20
9.12.	Plataformas digitales:	20

Si este documento se encuentra impreso no se garantiza su vigencia, por lo tanto es copia No Controlada. La versión vigente reposará en la intranet institucional. Verificar su vigencia en el listado maestro de documentos.

	MANUAL DE COMUNICACIONES 2025-2028	CÓDIGO: EGCM-MN-005	 <small>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</small>
		VERSIÓN: 01	
		FECHA: 04/07/2025	
		RESPONSABLE: COMUNICACIONES	

9.13. Responsabilidad editorial:.....	21
9.14. Integración de Inteligencia Artificial en el Manual de plataformas 2.0 y web de Capital	22

	MANUAL DE COMUNICACIONES 2025-2028	CÓDIGO: EGCM-MN-005	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA: 04/07/2025	
		RESPONSABLE: COMUNICACIONES	

1. OBJETIVO

Este Manual de Comunicaciones tiene como objetivo ser una guía para servidores, servidoras y contratistas de Canal Capital, en relación con los lineamientos y procedimientos que se deben tener en cuenta para la gestión de las comunicaciones internas y externas y un documento de consulta en cuanto a divulgación de mensajes, diseño de piezas, uso de los canales de difusión y todo lo relacionado con la gestión y operación del sitio web y canales digitales de Canal Capital.

2. ALCANCE

Los lineamientos establecidos en el presente manual están alineados con aspectos del Manual Estratégico de Comunicaciones en el Distrito Capital, que se contemplan en las comunicaciones internas y externas, que buscan visibilizar entre nuestros públicos de interés el trabajo adelantado por Capital como empresa industrial y comercial del estado y principalmente como el canal público de televisión de Bogotá.

3. VALORES Y PRINCIPIOS

Las acciones comunicativas en Canal Capital están enmarcadas en los principios del Código de Integridad del Servicio Público Distrital adoptado por la Alcaldía Mayor de Bogotá en el Decreto Distrital 118 de 2018 y que contempla cinco valores como línea de acción cotidiana para nuestros servidores:

Honestidad: Actuamos con transparencia, integridad y sinceridad en todas las interacciones, respetando la verdad y fomentando la confianza.

Respeto: Reconocemos y valoramos la dignidad, las ideas y los derechos de cada persona, promoviendo un ambiente inclusivo y colaborativo.



Compromiso: Asumimos con responsabilidad los objetivos y deberes, trabajando con dedicación para alcanzar metas comunes y cumplir promesas.

Diligencia: Realizamos las tareas con esmero, prontitud y atención, priorizando la excelencia en el desempeño.

Justicia: Tomamos decisiones imparciales y equitativas, garantizando el trato igualitario y el cumplimiento de principios éticos.

4. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

Este Manual de Comunicaciones de Canal Capital está integrado a la Política de Comunicación, cuyo objetivo es entregar directrices que se deben seguir a la hora de comunicar a Capital a los distintos públicos de interés: ciudadanía, audiencias, autoridades, entidades del Distrito y del Estado, entes de control, medios de

	MANUAL DE COMUNICACIONES 2025-2028	CÓDIGO: EGCM-MN-005	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA: 04/07/2025	
		RESPONSABLE: COMUNICACIONES	

comunicación, industria audiovisual, academia, clientes, proveedores, coproductores, colaboradores y servidores, entre otros.

La política completa se puede consultar en: <https://acortar.link/MA57EZ>

5. LINEAMIENTOS GENERALES

La comunicación en Canal Capital es cercana, oportuna, confiable y está regida por cinco lineamientos, cuatro de ellos contemplados también en el Manual Estratégico de Comunicaciones en el Distrito Capital.

Empatía: Tanto en nuestras comunicaciones internas como externas utilizamos un lenguaje cálido, empático y cercano, buscando establecer una conexión significativa con nuestras audiencias.

Oportunidad: La información compartida es entregada con suficiente anticipación, en el momento oportuno y con contenidos de interés real para el público al que está destinada.

Veracidad: Los contenidos entregados en nuestras comunicaciones son precisos y confiables y cuentan con la verificación de la fuente primaria.

Claridad e Inclusión: Especialmente por ser el canal público de Bogotá, ciudad que habitan personas de todo el país y el mundo, garantizamos una comunicación clara y el manejo de un lenguaje incluyente.



Al servicio del ciudadano: Como entidad pública distrital centramos nuestra comunicación en las necesidades de los y las ciudadanas.

6. LENGUAJE CLARO, INCLUYENTE Y NO SEXISTA

Bogotá es una ciudad donde se mezclan voces, acentos y sonidos diversos que constituyen un conjunto de identidades compuesto por personas de distintas edades, condición socio económica, etnias y géneros, por ello en Canal Capital implementamos en nuestras comunicaciones los lineamientos de lenguaje claro, incluyente y no sexista, para promover la igualdad de derechos de toda la ciudadanía. Se recomienda entonces:

6.1. Utilización de un lenguaje claro

El lenguaje claro es una forma de comunicación escrita y verbal que busca que la información sea fácil de entender para el público objetivo, utilizando un estilo simple, directo y conciso. Se enfoca en la claridad y la facilidad de comprensión, eliminando tecnicismos innecesarios y utilizando estructuras gramaticales y frases sencillas.

	MANUAL DE COMUNICACIONES 2025-2028	CÓDIGO: EGCM-MN-005	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA: 04/07/2025	
		RESPONSABLE: COMUNICACIONES	

Según la *Red de Lenguaje Claro de Colombia*, una comunicación está escrita en lenguaje claro si su audiencia puede: encontrar lo que necesita, entender lo que encuentra y usar lo que encuentra para satisfacer sus necesidades, de ahí el reto de los servidores y servidoras públicos de Canal Capital de contar con competencias y habilidades en este campo.

Esto nos permite reducir el número de personas en la cadena de comunicación, aumentar la eficiencia de la información, promover la transparencia y el acceso a la información, facilitar el control y la participación ciudadana y fomentar la inclusión social.

Para mejorar en el uso de lenguaje claro, la *Red de Lenguaje Claro de Colombia*, de la que es miembro adherente la Veeduría Distrital de Bogotá, ofrece diversas opciones de formación en lenguaje claro, tanto para funcionarios como para ciudadanos, con el objetivo de mejorar la comunicación y la participación en la gestión pública de Bogotá, lo que fomenta la confianza en las instituciones.

Para conocer más ingresa a: www.redlenguajeclarocolombia.com/
Curso en: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/red/aula-virtual/lenguaje-claro>

6.2. Utilización de un lenguaje incluyente

El Departamento Administrativo del Servicio Civil Distrital tiene a disposición de los servidores y servidoras públicas el documento *En el lenguaje incluyente está toda la gente*, que contiene los lineamientos de la Política de Comunicación Incluyente que contribuye a la construcción de una sociedad garante de derechos, diversa e incluyente.

Este es un instrumento de fácil consulta que detalla la manera correcta de comunicar lo referente a población en general, a los grupos étnicos, a discapacidad, habitabilidad en calle, prostitución, víctimas, personas desplazadas transfronterizas, población rural, infancia y adolescencia, juventud, adultez, vejez y personas LGBTI.



Esta necesaria e interesante publicación se puede consultar en: <https://bit.ly/4bPb9vT> ¡y recuerde que hay que pensar antes de hablar... o escribir!

6.3. Utilización de un lenguaje no sexista

En Canal Capital nos aseguramos de que nuestras comunicaciones tengan un enfoque de género incluyente y no sexista, que reconocen a las personas en sus diferencias y diversidad, sin estereotipos ni discriminación por su diversidad sexual, identidad de género u orientación sexual.

Para conocer y aprender sobre esta importante temática, la Secretaría de la Mujer de Bogotá, cuenta con el *Manual para una comunicación libre de sexismo y discriminación para la prevención y eliminación de las violencias contra las mujeres*, que trae una serie de estrategias gramaticales simples, que aplicadas en los mensajes logran una comunicación incluyente y no discriminatoria.

Si este documento se encuentra impreso no se garantiza su vigencia, por lo tanto es copia No Controlada. La versión vigente reposará en la intranet institucional. Verificar su vigencia en el listado maestro de documentos.

	MANUAL DE COMUNICACIONES 2025-2028	CÓDIGO: EGCM-MN-005	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA: 04/07/2025	
		RESPONSABLE: COMUNICACIONES	

El documento también enseña cómo eliminar modos discriminatorios para referirse a los grupos étnicos, a las personas con discapacidad, a las personas que ejercen las actividades sexuales pagadas (ASP), a las personas de sectores LGTBI y a otras poblaciones diversas en la comunicación visual y escrita.

Finalmente entrega algunas recomendaciones básicas para tener en cuenta a la hora de adjuntar o crear imágenes para documentos oficiales, piezas comunicativas, correos electrónicos y cualquier tipo de archivo oficial.

Este documento puede ser consultado en: <https://acortar.link/Utniq5>

7. COMUNICACIÓN EXTERNA

Las comunicaciones externas de Canal Capital están a cargo del equipo de Comunicaciones de la entidad, que depende directamente de la Gerencia. Su objetivo principal es fortalecer la reputación de la marca Canal Capital, informando sobre la producción de contenidos, los talentos, alianzas, premios y reconocimientos y en casos específicos el desempeño administrativo.

7.1. Comunicados y Boletines de Prensa

Estos documentos son la principal herramienta con la que se cuenta para el *Free press*, como se le conoce a la táctica que permite lograr publicaciones de contenido editorial en los distintos medios de comunicación, sin que esto represente costo alguno para la entidad.



Comunicado de Prensa: Este documento de carácter oficial es elaborado por Comunicaciones y aprobado por la Gerencia o, en su defecto, por la Secretaría General o Dirección Operativa, de acuerdo con la temática del contenido.

El comunicado tiene como características:

- Expresa una posición frente a un tema oficial.
- Está enfocado en una temática única y su desarrollo es conciso.
- Maneja un lenguaje formal.
- Va firmado y fechado.
- Es de carácter inmediato y busca que su contenido sea publicado como única reacción en la comunicación.

Boletín de Prensa: Su mayor finalidad es dar a conocer los estrenos, contenidos, transmisiones especiales, talentos, premios y reconocimientos que hacen parte de la parrilla de programación de Canal Capital y Eureka tu canal. La aprobación de estos está a cargo del Profesional Especializado de Comunicaciones quien podrá solicitar, o no, visto bueno del responsable de la producción.

El boletín tiene como características:

	MANUAL DE COMUNICACIONES 2025-2028	CÓDIGO: EGCM-MN-005	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA: 04/07/2025	
		RESPONSABLE: COMUNICACIONES	

- Variedad de temas y extensión diversa.
- Redacción en distintos formatos periodísticos.
- Los contenidos se basan en información entregada en un *brief* por los responsables del producto audiovisual o por entrevistas a director, productor o protagonistas.
- Su contenido tiene un tono más informativo y de menor urgencia, pero contemplando los tiempos de cierre de los medios de comunicación.
- Va acompañado de otros materiales periodísticos como fotos, tráiler, promos, entrevistas en video, afiches, entre otros.
- Busca lograr su publicación y/o generar interés en los periodistas de otros medios para que desarrollen sus propios contenidos.

Su estructura tradicional es:

- Antetítulo y Título.
- Sumario o *bullets*.
- Desarrollo de la información, con base en el *brief*, en la visualización del producto o en entrevistas. Puede llevar intertítulos, si el tema y la extensión lo ameritan.
- Resumen con datos de fechas, horarios y canales.
- Contacto del periodista de Comunicaciones.



Recomendaciones en la redacción:

- Utilizar un lenguaje claro, incluyente y no sexista.
- Redactar párrafos cortos y en tercera persona (preferiblemente).
- Evitar los adjetivos calificativos, pero resaltar con argumentos las fortalezas.
- Darle peso periodístico con testimonio de director o protagonistas.
- Si es posible lograr el testimonio de un experto o validador externo.
- Asegurarse de que la información entregada es veraz y confiable, especialmente si se trata de cifras.
- Contemplar a conciencia las reglas de ortografía, lo que incluye la manera correcta de escribir los nombres propios.

Otras recomendaciones:

- Asegúrese de conocer los medios de comunicación, sus intereses editoriales, sus tiempos de cierre.
- Mantenga una comunicación permanente con los periodistas de los medios de comunicación y gane su confianza con respeto y honestidad.
- Analice constantemente los cambios en el mecanismo para la recepción de la información, unos pueden preferir el correo electrónico, otros la comunicación vía WhatsApp en grupos o de manera individual y varios una llamada directa.
- La competencia en los espacios editoriales de los medios de comunicación ya no es solo con otros canales de televisión pública o privada a nivel nacional, sino también con plataformas internacionales, eventos culturales, estrenos cinematográficos y con información publicada en redes sociales, así que deberá ser muy estratégico a la hora de 'ofrecer o vender' los contenidos del Canal.
- Sea selectivo, no todo es de interés para los periodistas, más cuando las salas de redacción se han minimizado en número de personas y ya son pocos los periodistas especializados en la fuente de televisión y/o cultura.

Si este documento se encuentra impreso no se garantiza su vigencia, por lo tanto es copia No Controlada. La versión vigente reposará en la intranet institucional. Verificar su vigencia en el listado maestro de documentos.

	MANUAL DE COMUNICACIONES 2025-2028	CÓDIGO: EGCM-MN-005	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA: 04/07/2025	
		RESPONSABLE: COMUNICACIONES	

- Trabaje en conjunto con coproductores, entidades u organizaciones, para unir esfuerzos en el *free press*, así se logrará un mayor impacto mediático con el que todas las marcas se benefician.

7.2. Procedimiento Comunicaciones Externas

Comunicaciones cuenta con un Procedimiento para las Comunicaciones Externas. Este documento establece los flujos de información, desde la identificación de necesidades comunicativas hasta la difusión de mensajes, pasando por la creación y distribución de contenidos, y concluye con el seguimiento de resultados.

Este procedimiento puede ser consultado en:

<https://intranet.canalcapital.gov.co/intranet/docdownncc/index.php?pg=508&cadep=38>

7.3. Para tener en cuenta en las Comunicaciones Externas

Definición de tema, enfoque y público objetivo

Si el tema a comunicar es catalogado por la Gerencia del Canal como de alto impacto, se definirá una estrategia de sinergia interna en la que cada una de las áreas involucradas será responsable de definir sus acciones de promoción, comunicación y/o divulgación dentro de una misma presentación. Esta estrategia será presentada en el comité editorial para su respectiva aprobación.

Si se considera que el tema debe ser comunicado únicamente desde el área de Comunicaciones, el Profesional del área definirá el tema, enfoque y los medios a contactar.

Levantamiento de información y redacción de documento de prensa

Se realiza levantamiento de información mediante entrevistas, consulta de *brief* recibido y visualización de la producción para redactar el documento de prensa. También se podrá apelar a información entregada por el coproductor del contenido o entidad para la que se hace la transmisión.



Aprobación de documentos de prensa

Se solicita la aprobación por parte del Profesional del área de Comunicaciones, quien definirá si requiere también de la opinión de la producción.

Diseño de Press Kit y envío masivo

El documento de prensa generado por Comunicaciones se incluye en una carpeta de prensa donde también se alojarán otros materiales complementarios como promo, tráiler, videos de entrevistas y fotografías, entre otros.

Esta carpeta se comparte con públicos de interés como medios de comunicación tradicionales, alternativos y comunitarios, así como con los encargados del boletín semanal de *Imperdibles* de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, que

	MANUAL DE COMUNICACIONES 2025-2028	CÓDIGO: EGCM-MN-005	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA: 04/07/2025	
		RESPONSABLE: COMUNICACIONES	

garantiza visibilizar a Canal Capital entre funcionarios del Distrito Capital, agremiaciones culturales y ciudadanía en general.

Este envío se hace a través de correo electrónico, grupos de WhatsApp de periodistas de todo el país y de los jefes de prensa de entidades del Distrito y de las entidades adscritas a la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte.

Gestión de publicaciones

Se mantiene una relación constante con los periodistas de los distintos medios de comunicación para gestionar la publicación de los documentos de prensa enviados, o para lograr entrevistas con talentos y voceros de la entidad.

Esta comunicación se hace uno a uno con los periodistas identificados en las bases de datos para la publicación en medios, impresos y/o digitales, radiales y de televisión (en menor escala ya que al ser Capital un canal de televisión, somos directa competencia).

Monitoreo de Medios

Entre tanto Canal Capital no cuenta con recursos para la contratación de una firma especializada en el Monitoreo de Medios que permita conocer a ciencia cierta el impacto que se logra con el *free press*, el seguimiento a publicaciones sobre las marcas Capital y Eureka se debe realizar utilizando herramientas como Google alertas.

Informe de Gestión



Mensualmente se realiza un informe que recoja los impactos alcanzados en los medios de comunicación como resultado de las acciones de Free Press, que incluya: fecha, medio de comunicación, tipo de medio, *link* o evidencia y valor.

7.4. Relacionamiento con el Distrito

La comunicación externa de Capital también involucra la relación con las oficinas de la Consejería Distrital de Comunicaciones y con la Secretaría de Cultura, Recreación y Deportes - SCRD y sus entidades adscritas, para lo cual el equipo de Comunicaciones de Capital asiste a reuniones periódicas y atiende recomendaciones del Manual Estratégico de Comunicaciones en el Distrito Capital.

Este relacionamiento, de doble vía, permite establecer los lineamientos generales para la implementación de los planes de comunicación a nivel externo en las entidades distritales y, en algunos casos, el trabajo con los medios de comunicación. También es el escenario para mantener informado al sector sobre los avances de nuestro canal.

De manera particular este relacionamiento exige la entrega de información a la SCRD sobre los estrenos o contenidos de Capital y Eureka o noticias de interés para el sector o la ciudadanía como convocatorias, para ser publicadas en los boletines semanales de *Imperdibles*, *planes x Bogotá*.

	MANUAL DE COMUNICACIONES 2025-2028	CÓDIGO: EGCM-MN-005	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA: 04/07/2025	
		RESPONSABLE: COMUNICACIONES	

7.5. Atención al Ciudadano

Canal Capital cuenta con múltiples canales de atención a la ciudadanía, entendiendo el derecho que tienen las personas al acceso oportuno, eficaz, eficiente y digno a los servicios que presta el Estado para satisfacer sus necesidades y garantizar el goce efectivo de los mismos.

Es la Oficina de Atención al Ciudadano del Canal la encargada de liderar esta atención a la ciudadanía bajo el principio de la mejora continua, permitiendo a las personas el acceso a la información pública por los diferentes canales, garantizando así que obtengan la información necesaria, clara y oportuna de acuerdo con sus requerimientos.

La Oficina de Atención al Ciudadano tiene el apoyo permanente de Comunicaciones, especialmente al momento de entablar comunicación con el público interno, manejar la relación con los medios y definir los mensajes a comunicar de cara a la ciudadanía.

Puedes consultar el Manual de Servicio a la Ciudadanía en: <https://acortar.link/MoMlvt>

8. COMUNICACIONES INTERNAS

Las comunicaciones internas de Canal Capital también están a cargo del equipo de Comunicaciones de la entidad, que como ya se había mencionado, depende directamente de la Gerencia. Uno de sus grandes objetivos es proponer las tácticas y herramientas para comunicar internamente, de manera efectiva, la información de las diferentes áreas.

8.1. Procedimiento Comunicaciones Internas

Comunicaciones, al igual que los demás procesos, se basa en una programación por lo que es importante que las áreas contemplen los pasos específicos y detallados que se necesitan para dar cumplimiento a sus necesidades comunicacionales y asegurar así que se puedan atender en los tiempos que se requieren. Para ello se cuenta con un Procedimiento para las Comunicaciones Internas que puede ser consultado en:



<https://intranet.canalcapital.gov.co/intranet/docdowncc/index.php?pg=508&cadep=38>

8.2. Para tener en cuenta en las Comunicaciones Internas

Recepción de la solicitud

Las solicitudes de comunicación se reciben vía correo electrónico por parte del área misional o de apoyo, dirigida al responsable de comunicación interna y al correo

Si este documento se encuentra impreso no se garantiza su vigencia, por lo tanto es copia No Controlada. La versión vigente reposará en la intranet institucional. Verificar su vigencia en el listado maestro de documentos.

	MANUAL DE COMUNICACIONES 2025-2028	CÓDIGO: EGCM-MN-005	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA: 04/07/2025	
		RESPONSABLE: COMUNICACIONES	

propio del área. Las solicitudes se reciben únicamente por esta vía, cualquier solicitud recibida por algún otro medio exige un correo de solicitud para iniciar el desarrollo del procedimiento. Las información que debe contener es:

- Objetivo de la comunicación.
- Público objetivo.
- Fecha sugerida de publicación o envío.
- Contenido, texto sugerido.
- Insumos que se crean necesarios para el desarrollo de la comunicación (fecha, día, hora, lugar, entre otros datos).
- Indicar si esta solicitud se realiza en el marco de alguna estrategia o campaña ya existente.

Definición de acciones

Definir qué acción (estrategia, campaña o producto/pieza) responde a la necesidad de comunicación. El área de Comunicaciones realiza el análisis de la necesidad de comunicación y asesora al área solicitante en la definición de las acciones y canales más adecuados para una comunicación efectiva.

Conceptualización de la estrategia, campaña o producto

Comunicaciones realiza la planeación / redacción / revisión / edición de textos y solicitud de información adicional al área solicitante (de ser necesario).

Solicitud de diseño

Ya sea que se defina realizar una estrategia o campaña (para lo que se requería una línea gráfica), o solo una pieza gráfica, se solicita al diseñador gráfico del área, a través de la plantilla *EGCM-FT-009 Matriz de Tráfico para Diseño*, su elaboración.

El diseñador gráfico del área de Comunicación es quien gestiona con las diferentes áreas de la entidad, los insumos gráficos necesarios para la producción de las líneas o piezas gráficas.

Diseño y/o creación de piezas o productos



Sobre textos y formatos aprobados por el profesional especializado del área de Comunicaciones o quien haga sus veces, el diseñador procede a la creación de las piezas o productos.

Revisión y aprobación

El diseñador entrega la pieza o producto diseñado para revisión del responsable de comunicación interna y posteriormente al profesional especializado del área de Comunicaciones, o quien haga sus veces, para su respectiva revisión y aprobación final.

Desde Comunicaciones se envía un correo al área solicitante para su revisión y aprobación definitiva. En caso de no aprobarse se ajusta el diseño de la línea o piezas gráficas, de acuerdo con los cambios solicitados.

Envío y distribución

	MANUAL DE COMUNICACIONES 2025-2028	CÓDIGO: EGCM-MN-005	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA: 04/07/2025	
		RESPONSABLE: COMUNICACIONES	

Una vez aprobada la línea o las piezas gráficas de comunicación, por parte del área solicitante, se definen fechas y horarios en que se realizará la publicación o envío, observando el cuadro de distribución de Comunicaciones.

Tiempos de respuesta de solicitudes

El área de Comunicaciones trabaja con la plantilla *EGCM-FT-011 Matriz de solicitudes Comunicaciones Internas*, por lo cual responde a los requerimientos de acuerdo con el orden de recepción y al tiempo establecido para atender los diferentes tipos de solicitudes. Este tiempo podrá variar teniendo en cuenta el flujo de trabajo.

Las únicas solicitudes que se responden de manera inmediata son las que requieren una reacción rápida del área, teniendo en cuenta su impacto e importancia para todo el equipo del Canal, así como fechas de cumplimiento definidas a último momento, para lo cual se requiere una información clara, concisa y valedera de parte del área solicitante.

Estos son los tiempos de respuesta con los que cuenta el área de Comunicaciones para atender los diferentes tipos de solicitudes:

Solicitud de conceptualización de campaña o estrategia: Ocho (8) días hábiles.

Solicitud de diseño: mínimo tres (3) días y máximo cinco (5) días hábiles (dependiendo de la cantidad de piezas y diseños pendientes).

Solicitud de publicación de nota en intranet: cuatro (4) días hábiles.

Solicitud de apoyo en la organización de un evento interno: Mínimo quince (15) días hábiles antes de la fecha del evento.

Solicitud de divulgación por correo masivo: dos (2) días hábiles.

Solicitud de envío de mensaje al grupo de WhatsApp 'Capital Comunica': Un (1) día hábil.



Actualización Matriz de solicitudes

Mensualmente el equipo de Comunicaciones actualiza la matriz de solicitudes y elabora un informe de gestión que expone las acciones y canales de envío utilizados.

8.3. Manual de Marca para la Comunicación Institucional

Esta herramienta sirve como guía para los lineamientos y características de nuestra identidad corporativa. En él se encuentran formatos de memorandos y oficios, plantilla de presentación y recursos de diseño como logos, fuentes y links. Estos deben usarse en toda la documentación oficial y el desarrollo de material gráfico del Canal.

Si este documento se encuentra impreso no se garantiza su vigencia, por lo tanto es copia No Controlada. La versión vigente reposará en la intranet institucional. Verificar su vigencia en el listado maestro de documentos.

	MANUAL DE COMUNICACIONES 2025-2028	CÓDIGO: EGCM-MN-005	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA: 04/07/2025	
		RESPONSABLE: COMUNICACIONES	

El documento general del Manual de Marca de Canal Capital describe los colores y sus usos, logos y sus usos correctos e incorrectos, uso del eslogan y todo el paquete gráfico en general. Entre tanto, los demás anexos como la plantilla de presentación o los formatos de Memorandos y Oficios, pueden ser descargados y utilizados para el desarrollo del trabajo diario.

En estos enlaces puedes consultar el Manual de Marca de Canal Capital y sus anexos:

<https://intranet.canalcapital.gov.co/intranet/docdowncc/DocSistema/2024/Manual/EGCM-MN-004%20MANUAL%20DE%20MARCA.pdf>

<https://intranet.canalcapital.gov.co/intranet/docdowncc/index.php?cardep=417>

8.4. Red Distrital de Comunicación interna - RDCI

Canal Capital, a través de Comunicaciones, hace parte y apoya la Red Distrital de Comunicación Interna – RDCI, de la Alcaldía Mayor de Bogotá, desde donde se definen estrategias para el desarrollo conjunto de acciones, productos y campañas internas entre las entidades que la conforman.

Esta red, está bajo la coordinación de la Oficina Consejería Distrital de Comunicaciones y permite asegurar la unidad de conceptos y mensajes para que todas las secretarías y entidades distritales orienten sus esfuerzos hacia unos objetivos comunes y de ciudad, que se reflejan en la comunicación hacia las personas vinculadas al Distrito y hacia la ciudadanía.

Las solicitudes de la RDCI se atienden, teniendo en cuenta sus indicaciones de publicación como fechas, canales y enlaces, dentro de los tres días siguientes a su recepción. La decisión editorial y el medio usado para la publicación de cada una de las solicitudes está a cargo de la persona responsable de Comunicación Interna o del Profesional Especializado de Comunicaciones. Además, se tiene contacto permanente con la RDCI y se asiste a las reuniones y capacitaciones asignadas.



Lo concerniente a la RDCI en el Manual Estratégico de Comunicaciones en el Distrito Capital (Capítulo 9), se puede consultar en: <https://acortar.link/Gqz4pF>

9. COMUNICACIONES DIGITALES

Web y Redes Sociales

Este capítulo tiene como objetivo regular el uso, gestión y operación del sitio web y canales digitales de Canal Capital, el canal público de Bogotá. Dado que Canal Capital integra en un único sitio web tanto su rol como medio de comunicación como el de

Si este documento se encuentra impreso no se garantiza su vigencia, por lo tanto es copia No Controlada. La versión vigente reposará en la intranet institucional. Verificar su vigencia en el listado maestro de documentos.

	MANUAL DE COMUNICACIONES 2025-2028	CÓDIGO: EGCM-MN-005	 <small>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</small>
		VERSIÓN: 01	
		FECHA: 04/07/2025	
		RESPONSABLE: COMUNICACIONES	

entidad pública, este documento define las políticas y procesos necesarios para diferenciar, armonizar y optimizar ambos enfoques desde lo digital.

El área digital de Canal Capital es responsable del manejo de contenidos misionales en el sitio web y redes sociales, lo cual incluye la producción, curaduría y publicación de contenidos en formatos multiplataforma. Por su parte cada área del canal debe cargar sus documentos al sitio web y la infraestructura debe brindar la herramienta para ello.

9.1. Presencia Digital de Canal Capital

9.1.1. Sitio Web Institucional y de Medio (www.canalcapital.gov.co)

Incluye secciones diferenciadas:

- Entidad Distrital: Información institucional, normativa, presupuestal y de atención al ciudadano.
- Medio Público: Noticias, programas, especiales, transmisiones en vivo y VOD.

9.1.2. Redes Sociales Oficiales

Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, TikTok, LinkedIn

Con identidad visual unificada, pero segmentación editorial según objetivo de cada red.

9.2. Roles y responsabilidades

Área Digital Canal Capital:



- Curaduría de contenido misional para medios digitales.
- Producción editorial para redes y sitio web.
- Gestión de campañas digitales, UX y datos.

Equipo técnico de TI – Infraestructura digital:

- Operación del *backend*, integraciones con plataformas institucionales.
- Escalabilidad, seguridad y arquitectura web.

Áreas administrativas:

- Cargan información institucional

	MANUAL DE COMUNICACIONES 2025-2028	CÓDIGO: EGCM-MN-005	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA: 04/07/2025	
		RESPONSABLE: COMUNICACIONES	

9.3. Gestión de contenidos Web

El sitio web debe cumplir con los lineamientos de:

- Gobierno Digital (Ley 1712 de 2014, Decreto 620 de 2020).
- Accesibilidad y usabilidad (WAI-ARIA, WCAG 2.1).
- Derecho de autor y protección de datos (Ley 1581 de 2012).

Tipos de contenido en el sitio web:

- Noticias, especiales, transmisiones.
- Información institucional.
- Participación ciudadana.
- Recursos multimedia.

9.4. Redes Sociales

Línea editorial del canal

Reglas para publicaciones:

- Priorizar el lenguaje claro.
- Respetar la identidad visual de la marca.
- Promover la interacción ciudadana.

9.5. Análisis y métricas

El área digital debe monitorear:

- Tráfico web (Google Analytics, AWS CloudWatch).
- Alcance e interacciones en redes (Meta Business, X Analytics, YouTube Studio).
- Indicadores de UX (bounce rate, tiempo en página).

9.6. Soporte y actualizaciones

El manual será revisado cada 12 meses. Cualquier cambio de infraestructura, proveedor de nube o estrategia editorial deberá quedar registrado y validado por las áreas de Comunicaciones, Digital y Jurídica.

9.7. Buenas Prácticas para Community Managers



Funciones del Community Manager

El CM es responsable de:

Gestión de contenido: Crear, programar y publicar contenido alineado con la identidad y línea editorial de Canal Capital.

Interacción con la audiencia: Responder comentarios, mensajes y menciones de manera oportuna y profesional. En caso de detectar alguna posible crisis de comunicación informar lo antes posible a través de los canales establecidos para ello (informar de inmediato al editor a cargo).

Si este documento se encuentra impreso no se garantiza su vigencia, por lo tanto es copia No Controlada. La versión vigente reposará en la intranet institucional. Verificar su vigencia en el listado maestro de documentos.

	MANUAL DE COMUNICACIONES 2025-2028	CÓDIGO: EGCM-MN-005	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA: 04/07/2025	
		RESPONSABLE: COMUNICACIONES	

Monitoreo y análisis: Evaluar métricas clave (alcance, *engagement*, conversiones) y ajustar estrategias en consecuencia.

Colaboración interna: Trabajar con equipos de producción y comunicación para mantener coherencia en el contenido.

9.8. Buenas prácticas generales

- ✓ Conoce la audiencia: Entiende quién consume el contenido para adaptar el tono y estilo adecuado.
- ✓ Mantén coherencia visual y editorial: Usa plantillas, hashtags y estructuras homogéneas para fortalecer identidad de marca.
- ✓ Publicar en horarios estratégicos: Aprovecha las horas de mayor actividad según la red social.
- ✓ Utiliza lenguaje claro y directo: Facilita el consumo rápido del contenido.
- ✓ Fomenta la interacción: Motiva a la audiencia con preguntas, encuestas y dinámicas de participación.

¿Qué evitar?



- ✗ Ignorar comentarios o mensajes de la audiencia.
- ✗ Publicar sin revisar ortografía y coherencia.
- ✗ Usar lenguaje agresivo o poco profesional en respuestas.
- ✗ Compartir información sin verificar fuentes.
- ✗ Recurrir a contenido demasiado promocional sin aportar valor.

9.9. Edición web

El rol que desempeña la edición web es fundamental en la estrategia digital del equipo, asegurando la coherencia y calidad del contenido publicado en múltiples plataformas. Su labor comienza con la participación en reuniones estratégicas, donde se definen prioridades editoriales y se coordinan acciones clave.

Además, realiza una serie de tareas clave que mantienen la calidad y relevancia del contenido digital. Entre sus funciones se encuentra la asignación y revisión de copys para redes sociales, la edición de notas para la página web y la supervisión de insumos para piezas gráficas y audiovisuales. También son responsables de la revisión de subtítulos, metadatos y comentarios en redes sociales, asegurando que cada publicación mantenga precisión y resonancia, respetando los lineamientos editoriales definidos por Canal Capital.

Si este documento se encuentra impreso no se garantiza su vigencia, por lo tanto es copia No Controlada. La versión vigente reposará en la intranet institucional. Verificar su vigencia en el listado maestro de documentos.

	MANUAL DE COMUNICACIONES 2025-2028	CÓDIGO: EGCM-MN-005	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA: 04/07/2025	
		RESPONSABLE: COMUNICACIONES	

La clave de una buena estrategia de posicionamiento radica en crear contenido de calidad, actualizado y fácilmente accesible.

9.10. Manual plataformas 2.0 y web de Capital

El Manual de plataformas 2.0 y web de Capital es un documento de consulta y actualización permanente que permite darle claridad y concreción al trabajo cotidiano de producción de contenidos digitales, según los parámetros expuestos en la misión y visión de la entidad y desde los conceptos de calidad informativa y ética periodística, conformes a un Estado Social de Derecho.



Los contenidos de Capital son:

- Respetuosos e incluyentes de todas las expresiones culturales y formas de vida.
- Crean en la vida y en los derechos inalienables de las personas.
- Para el entretenimiento, teniendo como referente permanente el respeto.
- Buscan ayudar en el propósito de recuperar y conservar la memoria de la nación.
- Privilegian la interacción.
- Aportan elementos para el análisis del contexto y para el reconocimiento de los talentos.

Este Manual está dirigido a todas las personas, profesionales y técnicos que interna o externamente intervengan en cualquiera de las fases de la programación y producción de contenidos en plataformas 2.0 a cargo de Capital.

Estilo en línea:

- Los textos en las páginas web o plataformas digitales de Capital deben estar organizados de manera concisa y estructurada para captar la atención del lector desde el primer párrafo. Se escribe con claridad y se evita el uso de términos de difícil comprensión para los lectores. La comunicación debe desarrollarse de manera asertiva evitando el exceso de lírica y formalismos. Dejar por fuera la información innecesaria.
- La historia debe contarse en los primeros cuatro párrafos. La noticia debe estar en el primero, y no al final.
- Cada párrafo debe ser claro, balanceado, y dar contexto.
- En la web los usuarios “escanean” el texto en vez de leer palabra por palabra por lo que la organización de este debe facilitar esta tarea con una escritura concisa (Frases cortas).
- Se recomienda resaltar (en negrilla) las palabras claves del texto.
- Se deben ahorrar las expresiones para entregar la información y ofrecer una sola idea por párrafo, mencionando solo lo más importante (Índice de niebla de Gunning).
- Se recomienda que los verbos aparezcan de forma directa (Preferir el modo infinitivo al presente perfecto u otros compuestos).
- Para mejorar la comprensión del texto las explicaciones y acciones deben ofrecerse en términos afirmativos. Se debe evitar la redacción en negativo.

	MANUAL DE COMUNICACIONES 2025-2028	CÓDIGO: EGCM-MN-005	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA: 04/07/2025	
		RESPONSABLE: COMUNICACIONES	

- Los adjetivos se deben reducir a los estrictamente necesarios. (Se evita reflejar una opinión personal del periodista) Adverbios y adjetivos no deben ser valorativos, sino descriptivos y exactos.
- Al momento de describir no utilizar términos ambiguos.
- Se pueden utilizar los modelos de pirámide. Además de la pirámide invertida existen otros modelos como la pirámide inclinada (Unidad básica, explicación, contextualización y exploración). Guillermo Franco describe algunos en su libro *Cómo escribir para la web* (.pdf, 3.5 MB).
- La elección de la estructura de la nota obedece al objetivo de comunicación de la información.
- El uso de texto, enlaces, vídeos, imágenes y otros recursos debe estar sujeto a pensar en cada momento cuál es el modo más efectivo de comunicar nuestro mensaje y emplear ese formato en combinación de los demás.

Contexto: la información geográfica, histórica debe ser presentada de manera que se entienda en cualquier región.

Pertinencia: la información debe ser presentada desde el rigor periodístico, nunca desde la admiración personal de cualquier tipo.

Sobre lo público: están excluidos intereses personales.

Títulos y subtítulos:

Estos se resaltan en negrita. Su extensión máxima debe ser de 64 caracteres (incluyendo espacios):



- Deben ser comprensibles aún sin contexto.
- Las palabras usadas deben ser atractivas para que el lector de clic.
- Los títulos deben plantearse en términos neutrales con respecto del tiempo, por ejemplo, usar 'este jueves' en vez de 'mañana'.
- La idea es que una sola oración 'venda' la historia en la página web y las redes sociales.
- Se debe revisar que el titular corresponda con la historia.
- Evitar duplicar palabras del primer párrafo.
- Añadir las palabras o términos que hagan falta. A veces uno se 'come' los artículos.
- Los títulos en línea deben informar del tema y atraer la atención del lector, tener impacto. Dicen con pocas palabras lo que la gente quiere saber, tienen que vender la historia en una oración.
- Se recomienda el uso del verbo en presente para dar vigencia a las noticias.

Revisión de títulos:

- Los títulos y subtítulos deben ser revisados para garantizar que el contenido sea relevante.
- Deben revisarse si es necesario antes de la publicación.
- Tener cuidado en la identificación de palabras que no correspondan al contenido.
- La precisión del contenido del título garantiza la fidelidad del lector.

Estructura:

La información en internet se consume de manera diferente a otros formatos, por tanto, el contenido debe tener en cuenta aspectos visuales y estructurales, de acuerdo con las características de los diferentes tipos de lectores (En pantalla y en celular).

	MANUAL DE COMUNICACIONES 2025-2028	CÓDIGO: EGCM-MN-005	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA: 04/07/2025	
		RESPONSABLE: COMUNICACIONES	

- La información de las plataformas 2.0 se divide en:
Encabezado: donde va el título y se hace una contextualización.
Entradilla: que es el primer párrafo. Debe contener la noticia principal.
Desarrollo: se encuentra a continuación del titular y la entrada y consta de la explicación y los datos.
Conclusión: Es la parte final donde se da a entender la síntesis del contenido.
Cierre: donde se da la firma de la persona responsable de la nota.

La información de la Plataforma 2.0 se desarrolla de acuerdo con la relevancia y la actualidad del tema.

9.11. Página web:

Es una forma de expresión, comunicación e información. La página web de Capital se constituye en la ventana por donde se proyecta la imagen institucional.

Mantenimiento de la página web:



- Se debe realizar un mantenimiento periódico para garantizar su óptimo funcionamiento.
- Se deben actualizar las noticias de manera continua.
- Se deben revisar los enlaces para asegurarse de que estén activos.
- Se debe revisar la accesibilidad de la página para garantizar que sea accesible para todas las personas, incluidas aquellas con discapacidades.
- Se debe revisar la seguridad de la página para protegerla contra posibles ataques.
- Se debe revisar el diseño y la navegación de la página para garantizar que sean intuitivos y fáciles de usar.
- Se deben corregir los errores que se encuentren en la página, como errores de ortografía o gramática.

9.12. Plataformas digitales:

Capital cuenta con varias plataformas digitales para la difusión de contenidos, entre las que se encuentran la página web, las redes sociales y otras plataformas digitales. Es importante tener en cuenta algunas consideraciones al momento de publicar contenido en estas plataformas:

Redes sociales:

- Se debe tener en cuenta la audiencia de cada red social para adaptar el contenido a sus intereses y preferencias.
- Se deben utilizar imágenes y videos de alta calidad para llamar la atención de los usuarios.
- Se deben utilizar hashtags relevantes para aumentar la visibilidad del contenido.
- Se deben responder a los comentarios y mensajes de los usuarios de manera oportuna y profesional.
- Se debe medir el impacto del contenido en las redes sociales para evaluar su efectividad y hacer ajustes si es necesario.

	MANUAL DE COMUNICACIONES 2025-2028	CÓDIGO: EGCM-MN-005	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA: 04/07/2025	
		RESPONSABLE: COMUNICACIONES	

- Se debe tener en cuenta la frecuencia de publicación en las redes sociales para mantener a los usuarios comprometidos sin abrumarlos con demasiado contenido.

Otras plataformas digitales:

- Se deben utilizar otras plataformas digitales, como blogs y podcasts, para llegar a diferentes audiencias y diversificar el contenido.
- Se debe adaptar el contenido a las características de cada plataforma digital para garantizar su efectividad.
- Se deben utilizar herramientas de análisis para medir el impacto del contenido en estas plataformas y hacer ajustes si es necesario.
- Se debe tener en cuenta la seguridad y la privacidad al publicar contenido en estas plataformas para proteger la información y la reputación de Capital.

9.13. Responsabilidad editorial:

Es importante tener en cuenta que todos los contenidos publicados en las plataformas digitales de Capital son responsabilidad editorial de la entidad. Por lo tanto, se deben seguir ciertos principios y valores éticos al momento de producir y difundir estos contenidos:

Precisión: Se debe verificar la información antes de publicarla para garantizar su precisión y exactitud.

Equilibrio: Se deben presentar diferentes puntos de vista sobre un tema para garantizar el equilibrio y la imparcialidad.

Integridad: Se deben evitar los conflictos de interés y garantizar la transparencia en la producción y difusión de los contenidos.

Respeto: Se deben respetar los derechos y la dignidad de todas las personas y comunidades representadas en los contenidos.



Ética: Se deben seguir los principios éticos del periodismo, como la veracidad, la objetividad y la independencia, en la producción y difusión de los contenidos.

Conclusiones:

El Manual de plataformas 2.0 y web de Capital es una herramienta fundamental para garantizar la calidad y la ética en la producción y difusión de contenidos digitales.

Proporciona pautas claras y concretas para el desarrollo de contenidos que sean respetuosos, inclusivos y relevantes para la audiencia. Al seguir estas pautas, se puede garantizar que los contenidos publicados en las plataformas digitales de Capital cumplan con los más altos estándares de calidad periodística y contribuyan al fortalecimiento de la democracia y el Estado de Derecho.

Se aplican las mismas reglas de publicación que las cuentas institucionales

	MANUAL DE COMUNICACIONES 2025-2028	CÓDIGO: EGCM-MN-005	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA: 04/07/2025	
		RESPONSABLE: COMUNICACIONES	

9.14. Integración de Inteligencia Artificial en el Manual de plataformas 2.0 y web de Capital

La integración de la inteligencia artificial (IA) en el Manual de plataformas 2.0 y web de Capital se presenta como una herramienta innovadora para mejorar la eficiencia y la calidad en la producción y difusión de contenidos digitales. A continuación, se detallan las directrices para el manejo adecuado de la IA en este contexto:

Automatización de procesos

- La IA puede utilizarse para automatizar procesos de producción de contenido, como la generación de titulares y subtítulos relevantes y atractivos para la audiencia.
- Se deben establecer protocolos claros para la supervisión y validación de los contenidos generados por IA, garantizando su coherencia y precisión.

Análisis de datos y tendencias

- La IA puede emplearse para analizar grandes volúmenes de datos y tendencias en las plataformas digitales, identificando temas relevantes para la audiencia y proporcionando *insights* para la creación de contenido.
- Se deben establecer criterios para la interpretación de los resultados obtenidos por la IA, asegurando su relevancia y utilidad en la toma de decisiones editoriales.

Personalización de contenidos:

- La IA puede utilizarse para personalizar los contenidos digitales según las preferencias e intereses de la audiencia, mejorando la experiencia del usuario y aumentando la interacción.
- Se deben definir parámetros claros para la personalización de contenidos, respetando los principios éticos y la privacidad de los usuarios.

Optimización de la experiencia del usuario:

- La IA puede emplearse para optimizar la experiencia del usuario en las plataformas digitales, mediante la recomendación de contenidos relevantes y la mejora de la navegación.
- Se deben realizar pruebas periódicas para evaluar la efectividad de las herramientas de IA en la optimización de la experiencia del usuario, realizando ajustes si es necesario.



Monitoreo y análisis de la interacción:

- La IA puede utilizarse para monitorear y analizar la interacción de la audiencia con los contenidos digitales, identificando patrones de comportamiento y retroalimentación para mejorar la estrategia de contenido.
- Se debe establecer un sistema de seguimiento y análisis de métricas para evaluar el impacto de la IA en la interacción de la audiencia y ajustar las estrategias en consecuencia.

Bibliografía Comunicaciones Digitales

Ramón Salaverría (2013). Técnicas de escritura de enlaces. salaverria.es. Documento Pdf.
Equipo Fuerza de Tarea Digital. Manual de sinergias digitales del Gobierno Nacional de Colombia. Urna de Cristal. Documento pdf.

Si este documento se encuentra impreso no se garantiza su vigencia, por lo tanto es copia No Controlada. La versión vigente reposará en la intranet institucional. Verificar su vigencia en el listado maestro de documentos.

	MANUAL DE COMUNICACIONES 2025-2028	CÓDIGO: EGCM-MN-005	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 01	
		FECHA: 04/07/2025	
		RESPONSABLE: COMUNICACIONES	

Juan Carlos Camus. Tienes 5 Segundos. www.tienes5segundos.cl. Documento pdf.

Eugenia Siapera and Andreas Veglis. The Handbook of Global Online Journalism. © 2012 John Wiley & Sons, Inc. Documento pdf Fecha de consulta 19/03/2015

José Manuel Pérez Tornero y Santiago Tejedor. Escribir para la red, reflexiones sobre la nueva (y vieja) escritura informativa 'online'. © Gabinete de Comunicación y Educación, 2014. <http://goo.gl/tv5gcw> Documento pdf.

Marco González T. M.Sc. y Salim Mattar V. Ph.D. El índice de niebla y la escritura científica. Rev.MVZ Córdoba 18(Supl):3605-3606, 2013. Documento pdf.

Guillermo Franco. Cómo escribir para la web <http://goo.gl/BWHuND> Centro Knight para el Periodismo en las Américas de la Universidad de Texas. Documento pdf. Fuerza de Tarea Digital. Protocolo de interacción en redes sociales, ministerio y entidades nacionales. Urna de Cristal. Documento pdf.

Fuerza de Tarea Digital. Manual de gestión de la comunicación en redes sociales Gobierno de Colombia. Urna de Cristal. Documento pdf.