



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
CULTURA RECREACIÓN Y DEPORTE
Instituto Distrital de las Artes

GESTIÓN ESTRATÉGICA DE COMUNICACIONES

MANUAL DE ESTILO

GEC-MAN-01

V.2

27/04/2026

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	3
1. OBJETIVO.....	3
2. ALCANCE	3
3. RESPONSABLES	4
4. DEFINICIONES.....	4
5. CONDICIONES ESPECIALES DE OPERACIÓN	5
6. GENERALIDADES DE ESTILO.....	6
6.1 Puntuación	6
6.2 Mayúsculas y minúsculas	6
6.3 Negrita, negrilla	8
6.4 Itálicas	9
6.5 Siglas y acrónimos	9
6.6 Números.....	10
6.7 Citas.....	11
6.8 Direcciones.....	11
6.9 Fechas	11
7. LENGUAJE INCLUYENTE	11
8. PRODUCTOS COMUNICACIONALES	15
8.1 Boletín de prensa	15
8.2 Noticia	16

8.3 Comunicado de prensa	19
8.4 Eventos de la agenda web	19
8.5 Correos masivos	19

FIGURAS

Figura 1 ejemplo de noticias	15
Figura 2 Ejemplo de noticias	16
Figura 3 Noticia.....	18
Figura 4 Ejemplo.....	19

INTRODUCCIÓN

Este manual, además de contener algunas pautas ortográficas que pueden servir de apoyo a las servidoras y servidores encargados de las comunicaciones del Instituto Distrital de las Artes – Idartes, es una guía o referente de consulta en el proceso de construir, corregir o evaluar textos. Para tal efecto, su estructura ofrece una ruta que se fundamenta en lo avalado por la Asociación de Academias de la Lengua Española y por la Real Academia Española.

A lo largo del manual, se proponen los usos de mayor prevalencia en los textos de la entidad, las pautas ortográficas aplicables y la ejemplificación de aquellos errores en los que se suele reincidir. Con esto, Idartes busca facilitar la labor de sus comunicadores, motivar su desempeño profesional y fortalecer la imagen y el concepto de marca de la entidad, además de establecer criterios de unidad en cuanto a la forma de utilizar signos ortográficos y de tipografía, de referenciar fuentes y de escribir correctamente.

En ese orden, todos los productos que genere el Área de Comunicaciones de Idartes deberán responder a las pautas de estilo señaladas en este manual. En tal sentido, los comunicadores responsables de su contenido deberán garantizar que la información que contengan responda, sin excepción, a los lineamientos, intereses y necesidades de la entidad que, como corresponde, estarán en línea con el Manual de Estilo y el Manual de Uso de Marca Ciudad Bogotá.

Pese a que este documento funciona con un propósito normativo, es preciso mencionar que los lineamientos fijados aquí estarán siempre sujeto al análisis, discusión y actualización en los contextos apropiados, de manera que su implementación se ceñirá a los reajustes que se realicen en los usos gramaticales y morfológicas propios del idioma español.

1. OBJETIVO

Establecer los lineamientos de redacción, ortografía, estilo y lenguaje incluyente que deben aplicarse en todos los productos comunicacionales del Instituto Distrital de las Artes – Idartes. Este manual busca garantizar la coherencia, claridad y accesibilidad, fortaleciendo la identidad y la imagen de la entidad, y asegurando la adecuada representación del Instituto en todos sus canales de comunicación.

2. ALCANCE

El presente manual responde a la necesidad de optimización de los productos comunicacionales escritos del Instituto Distrital de las Artes – Idartes. Aplica a todas las servidoras y los servidores públicos de la entidad, así como a los contratistas, proveedores y equipos externos que participen en la creación, corrección, diseño, publicación o difusión de contenidos comunicacionales.

A través de la socialización de ciertas pautas gramaticales, la definición de algunos formatos informativos y la descripción del lenguaje incluyente, este documento pretende la estandarización estilística de los productos comunicacionales elaborados por el Instituto Distrital de las Artes – Idartes y promueve la elaboración de contenidos escritos de alta calidad apoyados en el uso correcto del español. Su campo de acción incluye la producción de textos para medios impresos, digitales, audiovisuales, redes sociales, boletines de prensa, comunicados, correos masivos, piezas gráficas y cualquier otro material que represente oficialmente al Idartes.

3. RESPONSABLES

- **Área de Comunicaciones del Idartes:** Encargada de la aplicación, supervisión y actualización del manual; además, de aprobar los contenidos comunicacionales antes de su publicación.
- **Servidoras y servidores del Idartes:** Deben aplicar las normas de estilo en todos los documentos y productos informativos, garantizando la coherencia con la identidad institucional.
- **Contratistas, periodistas, diseñadores y agencias externas:** Deberán acogerse a los lineamientos aquí descritos cuando produzcan material comunicacional para la entidad.
- **Dirección General:** Validará las actualizaciones y modificaciones del manual, así como las excepciones justificadas que se requieran en casos específicos.

4. DEFINICIONES

- **Abreviatura:** Representación reducida de una palabra.
- **Accesibilidad digital:** Facilidad con la que todas las personas, incluidas las que tienen discapacidades, pueden usar y entender contenidos digitales.
- **Acrónimo:** Palabra formada con las iniciales o partes de otras palabras (ejemplo: *ONU* por *Organización de las Naciones Unidas*).
- **Adjetivo:** Palabra que describe o califica a un sustantivo (ejemplo: *casa grande*).
- **Anglicismo:** Palabra o expresión tomada del inglés (ejemplo: *marketing, software*).
- **Boletín de prensa:** Documento informativo breve que una organización envía a los medios para comunicar noticias o eventos.
- **Cita:** Reproducción literal de palabras dichas o escritas por otra persona.
- **Coma (,):** Signo de puntuación que indica una pausa breve en una oración.
- **Comillas (“ ”):** Signos usados para destacar citas, títulos o palabras con sentido especial.
- **Comunicado de prensa:** Texto oficial con información relevante que una entidad entrega a los medios para su publicación.
- **Diagramas:** Representaciones gráficas que muestran relaciones o procesos (ejemplo: diagramas de flujo).
- **Dibujos:** Representaciones visuales hechas a mano o digitalmente.
- **Editor de texto:** Programa o aplicación usada para escribir y editar documentos (ejemplo: *Word, Google Docs*).
- **Epígrafes:** Frases breves que explican o acompañan imágenes, gráficos o capítulos.
- **Eslogan:** Frase corta y fácil de recordar que resume una idea o campaña publicitaria.
- **Exclamación:** Expresión que transmite emoción o sorpresa, generalmente entre signos de exclamación (¡!).
- **Extranjerismo:** Palabra tomada de otra lengua (ejemplo: *pizza, croissant*).
- **Figuras:** Elementos visuales dentro de un texto, como gráficos, tablas o imágenes.
- **Fotografía:** Imagen capturada con una cámara.
- **Fuente:** 1) Origen de la información; 2) Tipo de letra usada en un texto.
- **Géneros:** Tipos o clases en que se agrupan obras o textos según sus características (ejemplo: narrativo, informativo, publicitario).
- **Gentilicios:** Palabras que indican el origen o nacionalidad (ejemplo: *mexicano, chileno*).
- **Ilustraciones:** Dibujos o imágenes que acompañan un texto para hacerlo más claro o atractivo.
- **Interrogación:** Pregunta expresada con signos de interrogación (¿ ?).
- **Latinismo:** Palabra o expresión procedente del latín (ejemplo: *currículum, a priori*).
- **Legibilidad:** Facilidad con la que se puede leer un texto.
- **Lenguaje incluyente:** Forma de hablar o escribir que evita la discriminación por género u otras diferencias.

- **Lectura secuencial:** Lectura que sigue el orden lógico del texto, de principio a fin.
- **Mapas:** Representaciones gráficas de un territorio o espacio.
- **Mayúsculas:** Letras grandes que se usan al inicio de oraciones o en nombres propios.
- **Minúsculas:** Letras pequeñas usadas en la mayoría del texto.
- **Motores de búsqueda:** Sistemas que permiten encontrar información en internet (ejemplo: *Google, Microsoft Bing*).
- **Navegabilidad:** Facilidad con que un usuario puede moverse y encontrar información en un sitio web.
- **Noticia:** Relato breve que informa sobre un hecho reciente de interés público.
- **Normas lingüísticas:** Reglas que rigen el uso correcto del idioma.
- **Oración compuesta:** Oración formada por dos o más proposiciones unidas por conjunciones (ejemplo: *Estudí y luego salí*).
- **Pieza gráfica:** Elemento visual creado para comunicar un mensaje (ejemplo: *afiche, banner, cartel*).
- **Productos comunicacionales:** Materiales diseñados para transmitir información o promover algo (ejemplo: revistas, videos, publicaciones).
- **Prólogos:** Textos introductorios que presentan o explican una obra.
- **Publicación:** Difusión de un texto, imagen o contenido para hacerlo público.
- **Punto (.):** Signo de puntuación que indica el final de una oración o párrafo.
- **Receptor:** Persona o público que recibe el mensaje en el proceso de comunicación.
- **Redes sociales:** Plataformas digitales que permiten la interacción y el intercambio de información entre usuarios (ejemplo: *Facebook, Instagram*).
- **Reglas morfológicas:** Normas que rigen la estructura interna y formación de las palabras (ejemplo: *prefijos, sufijos, género, número*).
- **Siglas:** Conjunto de letras iniciales que representan una expresión (ejemplo: *ONG, OIT*).
- **Sitios web:** Conjuntos de páginas relacionadas alojadas en internet bajo un mismo dominio.
- **Sustantivos:** Palabras que nombran personas, animales, cosas o ideas (ejemplo: *niño, perro, mesa*).
- **Usabilidad:** Grado de facilidad con que una persona puede usar un producto digital o sitio web de manera efectiva.

5. CONDICIONES ESPECIALES DE OPERACIÓN

- Este manual deberá revisarse y actualizarse periódicamente, de acuerdo con los cambios en las normas lingüísticas, la evolución del lenguaje incluyente o las necesidades comunicacionales de la entidad.
- Cualquier excepción o modificación temporal a las pautas aquí establecidas deberá contar con la aprobación del Área de Comunicaciones.
- En caso de discrepancia entre este manual y otras directrices institucionales, prevalecerán las disposiciones definidas por la Dirección General y el Área de Comunicaciones.
- Los productos comunicacionales deberán ajustarse a las políticas de accesibilidad digital y usabilidad vigentes en la normatividad distrital.

6. GENERALIDADES DE ESTILO

6.1 Puntuación

Punto:

No se escribirá punto final: En nombres de autor en portadas y en firmas de epígrafes, prólogos y de cartas. En títulos, subtítulos y encabezados de tablas o de noticias. En eslóganes incluso cuando ocupen más de una línea.

Se deberá poner punto en textos de pie de fotos, figuras, mapas, ilustraciones, diagramas, dibujos, pantallazos, etc.

No se deberá escribir punto después de signo de interrogación o de exclamación.

No se pondrá punto final en las listas o enumeraciones a menos de que los elementos de esta sean frases con sentido completo, por ejemplo:

- Dentro de los artistas que participaran en el festival se encuentran, por ejemplo:
- Pintores
- Escultores
- Músicos

Estas son las frases que más me gustan de Gabriel García Márquez:

- Siempre he creído que no hay nada más hermoso en la naturaleza que una mujer hermosa.
- ¡Ese día me di cuenta de lo solas que estamos las mujeres en el mundo!
- El amor se hace más grande y noble en la calamidad

6.2 Mayúsculas y minúsculas

Se escribirán con mayúscula inicial:

- La primera palabra de un escrito.
- La palabra que sigue a un punto y seguido o a un punto y aparte.
- La palabra que va después de un signo de cierre de interrogación (?) o de exclamación (!)

Excepción: si hay coma o punto y coma después del signo de interrogación o exclamación, la palabra que va enseguida no se escribe con mayúscula inicial, por ejemplo:

- Cuéntamelo todo: ¿dónde?, ¿cuándo?, ¿cómo?
- ¡Espera!, ¿vale? Estoy acabando.

Colocar o no coma (,) dependerá de cómo conciba lo que quiere expresar. Si hay comas entre dos preguntas, significa que pertenecen a la misma oración compuesta y que, por lo tanto, tienen mucha cercanía en el significado o preguntan por el mismo asunto, por ejemplo:

- La palabra que se escribe a continuación de dos puntos, cuando indican el comienzo de una cita: Dijo César: "Vine, vi, vencí" o cuando la siguiente oración tenga sentido completo de manera independiente, en los demás casos deberá ir en minúscula.
- Los nombres de los planetas, constelaciones, estrellas, astros como nombres propios en

contextos astronómicos: el sistema solar tiene cuatro planetas terrestres, Mercurio, Venus, Tierra y Marte, y un planeta enano en el Cinturón de asteroides, Ceres. Por fuera del contexto astronómico las palabras como sol y luna se deberán escribir en minúsculas: Te regalo la luna.

- Los sobrenombres o calificativos que acompañan al nombre propio: Bolívar El Libertador; José Nemesio, alias Chino; María 'Navajitas' Mendoza; Ernesto 'Che' Guevara.
- Los apodos y los alias comienzan con mayúscula inicial y, si están precedidos de artículo, lo apropiado es escribirlo también con inicial mayúscula. Cuando se encuentran entre el nombre y el apellido se resaltan entre comillas.
- Los nombres de los periodos históricos, épocas, acontecimientos: El Renacimiento, la Edad Media, la Ilustración, la Reforma, la Primera Guerra Mundial, Baja Edad Media, Alta Edad Media, el 11 de septiembre.
- La primera palabra de los títulos de libros, películas, piezas de teatro, artículos, pinturas, etc.; también se escribirán con mayúscula inicial los sustantivos propios que formen parte de estos títulos: *Cien años de soledad*, *La vorágine*.
- En otras situaciones, se escribirá con mayúscula inicial solo la primera palabra de los títulos de los libros; los demás elementos del título se escribirán en mayúscula solo si corresponden a sustantivos propios: *El retrato de Dorian Gray*.
- Se escribirán con mayúscula inicial los sustantivos y adjetivos que formen parte del nombre de entidades, instituciones, establecimientos, los programas, proyectos, dependencias, unidades de gestión, escenarios, líneas estratégicas y programas: Instituto Distrital de las Artes, Alcaldía Mayor de Bogotá, Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, Planetario de Bogotá, Subdirección de Equipamientos Culturales, Gerencia de Música, por ejemplo:
 - Instituto Distrital de las Artes - Idartes
 - Teatro Municipal Jorge Eliécer Gaitán
 - Teatro al Aire Libre La Media Torta
 - Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo
 - Teatro El Ensueño
 - Centro Cultura Compartir Sumapaz - La Pilona 10
 - Galería Santa Fe
 - La Casona de la Danza
 - Escenario Móvil María Mercedes Carranza
 - Escenario Móvil María Armando de la Torre
 - Teatro El Parque
 - Cinemateca de Bogotá
 - Planetario de Bogotá
 - Teatro San Jorge
 - Línea Arte, Ciencia y Tecnología
 - Línea Arte y Memoria sin Fronteras
 - Crea
 - Nidos - Arte en primera infancia
 - Culturas en Común
 - Libro al Viento
 - Plataforma Bogotá
 - Comisión Fílmica

- Festivales al Parque
- Rock al Parque
- Hip Hop al Parque
- Salsa al Parque
- Vallenato al Parque
- Popular al Parque
- Jazz al Parque
- Joropo al Parque
- Colombia al Parque
- Festival de Teatro y Circo
- Al Parque con mi Pa (sin tilde ni apóstrofo)

No se escribirán en mayúscula los nombres genéricos como plaza, avenida, calle, programa, proyecto, festival:

- La mayoría de las marchas en Bogotá tienen como epicentro la carrera 7.^a y desembocan en la plaza de Bolívar.
- La calle 26 estrenó finalmente sus separadores.
- El programa Nidos estimula el uso del arte en la primera infancia.
- El proyecto Arte a la KY apoya dibujantes del espacio público.

Se escribirán sin mayúscula inicial los tratamientos, títulos nobiliarios y dignidades, profesiones, gentilicios y nombres de pueblos y etnias: raizal, directora, gerente, alcalde, gitano, muisca.

Se usará una sola línea entre Artes e Idartes: Instituto Distrital de las Artes – Idartes.

Los géneros musicales no se escribirán con iniciales mayúsculas: rock, salsa, tango, hiphop.

Las danzas *break dance* o *breakdance*, bambuco, mapalé, ballet, torbellino.

Las artes: música, danza, literatura, arte dramático, teatro, audiovisuales, artes plásticas, no se escriben con inicial en mayúscula.

6.3 Negrita, negrilla

Hay un acuerdo generalizado en que el uso de la negrita debe ser moderado para no interferir en la fluidez del texto y en el tipo de lectura de cada lector, pero, el lenguaje digital tiene sus propios usos.

Para algunos expertos es válido e incluso atractivo, además de mantener al lector atento, el uso de negrillas en el texto. Por eso, manteniendo una línea estilística equilibrada y evitando la saturación en los textos digitales del Idartes se usarán negritas en:

- El nombre de la entidad: **Instituto Distrital de las Artes – Idartes**
- Los nombres de todas sus gerencias, escenarios, programas y líneas estratégicas, que por lo menos una vez en cada texto deberán tener su hipervínculo respectivo.
- Para destacar ideas claves dentro del texto.

6.4 Itálicas

Se usará cursiva, bastardilla o itálica para:

- Nombres de obras (títulos de libro, puestas en escena, nombres de canciones, álbumes musicales)
- Las frases y abreviaturas de otro idioma que sean de uso común en español (*per se, a priori, a posteriori*)
- Los extranjerismos crudos, sobre todo latinismos y anglicismos:
 - aka
 - breakdance
 - b-boy/b-girl
 - caster
 - freestyle

Excepciones:

- Las palabras que se derivan de los extranjerismos siguiendo las reglas morfológicas del español se escriben en redonda:
 - hostear
 - castear
 - DJ (en mayúscula)
 - freestylear/freestalear
- La escritura de nombres propios de otra lengua irá en redondas:
 - Michael Jackson
 - Lollapalooza
 - Hamburgo
- Los nombres de los eventos irán en redondas
 - Al Parque con mi Pa
 - Rock al Parque
 - Lectura bajo los árboles

Cuando el formato no permita el uso de itálicas se deberá usar comillas sencillas, como es en el caso de algunas redes sociales, como Instagram y X.

6.5 Siglas y acrónimos

Las siglas y acrónimos deberán usarse con moderación. En los textos deberán escribirse las palabras que genera la sigla y luego la sigla entre paréntesis. Las siglas se escriben sin puntos ni blancos de separación:

- Arte, Ciencia y Tecnología (ACT)

Las siglas escritas en mayúscula sostenida no llevan nunca tilde.

Los acrónimos, esto es, las siglas cuya configuración permite su lectura secuencial como palabras, pueden lexicalizarse y convertirse en palabras a todos los efectos, incluido el gráfico,

pasando en ese caso a escribirse solo con mayúscula inicial:

- Unicef

Se deberá respetar el uso y estilo de los acrónimos de eventos o instituciones, de acuerdo como lo escribe el organizador o creador:

- FILBo
- MAMBo
- FIAR
- FIAV

6.6 Números

Los números ordinales de la primera, segunda y tercera decena deben escribirse en una sola palabra así: noveno, decimoctavo, vigesimonovena, trigésimoquinto, etc.

De la cuarta decena en adelante se escribirán en dos palabras así: cuadragésima quinta, octogésimos terceros, etc.

Las abreviaturas de los ordinales deben expresarse mediante la cifra correspondiente y la letra volada que representa el numeral abreviado. La letra volada es más pequeña y va en la parte superior derecha del respectivo ordinal, separada por un punto así: 1.^o, 4.^o, etc.

Se escribirán en palabras los números expresables en una sola palabra: del cero al nueve. De 10 en adelante se escribirán en números, cuando ascienda a miles o millones se escribirá el número acompañado de la palabra “miles” o “millones”:

- 40 mil
- 752 millones

Las cifras en títulos se redondearán para ser usadas. Por ejemplo: el presupuesto será de 30 millones 900 mil pesos; o, cerca de 70 mil personas se gozaron Rock al Parque.

Al escribir números de más de cuatro cifras, se usará punto separador de miles.

Los números de cuatro cifras se escribirán con punto separador de miles y sin espacio, para evitar la separación en líneas diferentes.

Nunca se escriben con puntos, comas ni blancos de separación los números referidos a años, páginas, versos, portales de vías urbanas, códigos postales, apartados de correos, números de artículos legales, decretos o leyes: año 2001, página 3142, código postal 28357.

Se usarán cifras para las horas, que irán acompañadas de las abreviaturas de ante meridiem (a.m.) o post meridiem (p.m.), separadas por espacio. Si llevan fracciones, estas deben ir separadas por dos puntos sin espacios entre sus componentes.

Ejemplo: La obra terminó a las 4:45 p.m.

- Se prescindirá de los ceros cuando la hora sea exacta: 7 p.m.

6.7 Citas

De usar textos o citas, deberá siempre incluirse la fuente.

Cuando una cita documental supere la extensión de tres líneas deberá ir en un párrafo aparte y con doble sangría, esto no aplica para las declaraciones dadas por voceros.

6.8 Direcciones

Las direcciones en todos los casos responderán a este formato, por ejemplo:

- transversal 9A sur No. 43B bis - 54 sur
- carrera 8 bis No. 141 - 77

6.9 Fechas

La fecha debe ir en este orden: día, mes, año, tanto en número como en letras.

Los nombres de los meses y días de la semana irán en minúsculas (a menos que empiece párrafo).

No deberá llevar coma entre el día de la semana y el número del día del mes (sábado 20 de agosto).

Los años no se escriben anteceditos de artículo (En 2015, no en el 2025).

7. LENGUAJE INCLUYENTE

Para usar el lenguaje incluyente, es necesario reemplazar generalizaciones sexistas o discriminatorias por expresiones neutras, colectivas o desdobladas, buscando visibilizar la diversidad y dar igual valor a todos los géneros. Algunas estrategias son: usar términos colectivos, emplear palabras con género neutro como persona o gente, desdoblar los sustantivos y referirse a las personas por su identidad, incluyendo a mujeres, personas no binarias y grupos étnicos con precisión y respeto.

En lo referente a población en general:

ASÍ NO ES

- Los bogotanos
- Los ciudadanos
- Los habitantes de Bogotá
- Los usuarios
- Los clientes internos

ASÍ ES

- La ciudadanía bogotana
- Las ciudadanas y los ciudadanos
- La población bogotana
- Personas que habitan
- La comunidad
- Personas que hacen uso de
- Las usuarias y los usuarios
- Las funcionarias y los funcionarios
- Los servidores y las servidoras

En cuanto a los grupos étnicos:

ASÍ NO ES

- Personas de color

- Indios
- Niche
- Mi sangre
- Mi raza
- Gente de color
- Persona de la raza negra
- Minorías

ASÍ ES

- Población o comunidad o persona: Negra, Afrocolombiana o afrodescendiente (de acuerdo con la manera como se auto reconozca cada persona)
- Raizal / Palenquera / Indígena / Gitana
- Pueblos indígenas
- Pueblo Gitano o Rom
- Personas de los grupos étnicos

En lo referente a discapacidad:

ASÍ NO ES

- Discapacitado/a
- Invidente, Minusválido/a
- Lisiado/a
- Imposibilitado/a
- Impedido/a
- Paralítico/a
- Mongolito/a
- Enano/a
- Personas en condición de discapacidad
- Personas diversamente hábiles
- Personas o niños(as) especiales
- Utilizar diminutivos como: sordito, cieguito, enfermito, enanito
- Utilizar lenguaje relacionado con sufrimiento o padecimiento de la discapacidad
- Los discapacitados
- Minusválido
- Anormal
- Personas diferentes

ASÍ ES

- Ciudadanía o población con discapacidad
- Niñez / juventud / adultez / vejez con discapacidad
- Personas con discapacidad física / visual / auditiva / psicosocial / cognitiva / múltiple / con sordera / con ceguera
- Persona o población de talla baja / ciega / con baja visión / sorda / con hipoacusia

En lo relacionado con prostitución:

ASÍ NO ES

- Prostituta o prostituto

ASÍ ES

- Personas en situación de prostitución
- Personas que ejercen actividades sexuales pagas

- Personas explotadas sexualmente en la prostitución
- Trabajadores o trabajadoras sexuales (algunas personas se autorreconocen como tales)
- Personas que ejercen la prostitución

En habitabilidad en calle:

ASÍ NO ES

- Indigentes
- Desechables
- Gamines
- Los habitantes de calle

ASÍ ES

- Población o ciudadanía habitante de calle
- Ciudadanas y ciudadanos habitantes de calle
- Habitantes de calle
- Personas en proceso de superación de la habitabilidad en calle

Personas desplazadas transfronterizas:

ASÍ NO ES

- Los migrantes
- Los refugiados

ASÍ ES

- Población migrante
- Personas migrantes
- Población refugiada
- Refugiado o refugiada
- Personas refugiadas

En lo referente a víctimas:

ASÍ NO ES

- Desplazados/as
- Los desplazados

ASÍ ES

- Víctimas de...
- Población víctima del conflicto armado
- Personas víctimas del conflicto armado
- Personas en situación de desplazamiento

Población rural:

ASÍ NO ES

- Utilizar diminutivos: Campesinitos/as

ASÍ ES

- Población campesina
- Personas campesinas
- Habitante rural

En lo relacionado con infancia y adolescencia:

ASÍ NO ES

- Menores
- Los niños
- Chiquitos/as
- Niñitos/as
- Pequeños/as
- Los adolescentes

ASÍ ES

- La infancia
- Población infantil
- Las niñas y los niños
- La adolescencia
- Población adolescente
- Las adolescentes y los adolescentes

Sobre juventud:

ASÍ NO ES

- Los jóvenes
- Pelados/as
- Chino/a
- Chico/a
- Diminutivos: jovencitos / jovencitas

ASÍ ES

- Las juventudes
- Ciudadanía juvenil
- Población joven
- Las y los jóvenes

Cuando se trata de adultez

ASÍ NO ES

- Los adultos

ASÍ ES

- Población adulta
- Personas adultas
- Las adultas y los adultos

En lo referente a vejez

ASÍ NO ES

- Abuelos / abuelas
- Tercera edad
- Viejitos/as
- Los ancianos

ASÍ ES

- Persona mayor
- Población mayor
- Viejos y viejas (dependiendo del contexto)

Sectores LGBTI:

ASÍ NO ES

- Población, personas no heterosexuales
- Población LGBTI
- Comunidad LGBT
- Persona LGBT

ASÍ ES

- Personas de los sectores LGBTI
- Hombre gay
- Mujer lesbiana
- Mujer / hombre / persona transgénero
- Persona bisexual
- Persona intersexual
- LGBTI

8. PRODUCTOS COMUNICACIONALES

8.1 Boletín de prensa

El boletín de prensa es un resumen de las noticias que se producen durante la semana, que se envía a los medios de comunicación por correo electrónico, con los enlaces a los kits de prensa y a las noticias publicadas en la página web.

Dicho boletín contiene un cabezote con una imagen del evento más destacado.

El lenguaje del boletín deberá estar en tercera persona.

Las noticias deben tener un titular, un *lead* y la información de contacto del periodista encargado y los enlaces al kit de prensa y a la noticia, así:

Figura 1 ejemplo de noticias

Los Rolling Ruanas, Velandia y La Tigra, talleres y un seminario internacional, en la segunda semana del FIAR

Hasta el 19 de octubre, Bogotá se transforma en un territorio de encuentro entre la creación artística, la memoria y la tierra con el **Primer Festival Internacional de Artes y Ruralidad – FIAR**, una iniciativa del **Instituto Distrital de las Artes - Idartes** que busca visibilizar los vínculos entre el campo y la ciudad a través del arte. Durante estas semanas, el festival despliega 42 colectivos y artistas en 21 escenarios de la ciudad, nueve rurales y 12 urbanos.

Contacto de prensa:
tatiana.lizarazo@idartes.gov.co
Celular: 311 214 0922

MÁS INFORMACIÓN | KIT DE PRENSA

Fuente: Boletín de prensa

Al final del boletín se incluirán menciones de otras noticias y actividades alojadas en la página, así:

Figura 2 Ejemplo de noticias

El Arte de la Imaginación se vive día a día en el **Teatro El Parque** y octubre no es la excepción, disfrute de los conciertos de la franja Sentidos Rebeldes junto a Zazous y el Conjunto Media Luna, disfrute del Festival Manuelucho de Títeres con las obras El niño de arena y Klatún, no deje que Halloween lo coja sin una máscara y aproveche el taller de Montunos este 18 y 19 de octubre, toda una programación variada con música, talleres, risas y mucha diversión. [Más información.](#)

El **Bogotá International Film Festival - BIFF** llega al **Teatro El Ensueño** este 17 de octubre a las 7:30 p.m. La undécima edición trae una programación robusta que incluye el tradicional Cine Concierto. Este año la protagonista es 'The Blot', película dirigida por una mujer en 1921 y musicalizada, en 2025, por las integrantes de la Orquesta Filarmónica de Mujeres, agrupación de la Filarmónica de Bogotá. Adquiera sus entradas en [Tuboleta](#) o la taquilla del teatro.

La **Sala Gaitán** presenta este 17 de octubre a las 7 p.m. **La Esclusa**, una mirada escénica al dolor y la paradoja de la libertad en las cárceles de mujeres en Colombia, donde la reinserción social se convierte en una condena aún más difícil que la prisión. Adquiera sus entradas en [Tuboleta](#) o en la taquilla.

Conciertos, festivales y nuevas propuestas artísticas llegan a **La Media Torta** gracias a las convocatorias públicas del sector cultura ofertadas en 2025. El mirador artístico de la ciudad recibirá entre octubre de 2025 y marzo de 2026 una variada programación que reúne a los ganadores de las Becas LEP de Mediano Formato, la invitación Súmate a la Programación y la convocatoria Arma tu Festival. [Más información.](#)

Fuente: Boletín de prensa

8.2 Noticia

La noticia es un texto periodístico, escrito en tercera persona, que se encarga de divulgar un hecho o actividad desarrollada por Idartes.

Publicación en sitios web:

- Se incluirán solo fotografías (nunca piezas gráficas) en el espacio “imagen”.
- Si está disponible se deberá incluir la pieza gráfica dentro del espacio de “contenido”
- El cuerpo deberá incluir al Idartes como principal gestor; de ser pertinente se mencionará y se vinculará la [Alcaldía Mayor de Bogotá](#).
- En las noticias que se publiquen en la página web de la entidad, además de las ya mencionadas, se tendrán en cuenta las siguientes instrucciones: Solo los títulos de obra, libros, películas, exposiciones, demás puestas en escena y similares incluidos en el titular estarán entre comillas “”, porque el formato no permite otra cosa.

A continuación, se citan algunos ítems que, por un lado, aportan al posicionamiento y optimización de información para motores de búsqueda y navegabilidad, y, por otro lado, mejoran la experiencia de usuario en cuanto a legibilidad del contenido, posibilitando además la lectura rápida al destacar las principales ideas de la publicación.

Se agregan acciones puntuales para la creación de contenidos digitales con el fin de dar cumplimiento a los criterios de usabilidad y accesibilidad enmarcados en la normatividad vigente expedida por los organismos reguladores, los cuales son aplicables a los sitios web de las entidades gubernamentales.

La aplicación de las recomendaciones a continuación le permitirá a personas con discapacidad usar herramientas disponibles (lectores de pantalla, extensiones de navegadores, software de apoyo, etc.), entender la jerarquía de la información e interpretar nuestros contenidos correctamente.

Así, los textos publicados en todas las páginas del Idartes deberán:

- Incluir párrafos cortos, que no superen las 5 líneas.
- Resaltar contenido relevante en negrita, esto ayuda al posicionamiento y a lectura de los motores de búsqueda.
- En Idartes, con el fin de mantener el equilibrio entre legibilidad y saturación visual dicho contenido relevante, deberá limitarse, en lo posible, a las puestas en escena, títulos de obra, el nombre de la entidad, sus unidades de gestión, líneas estratégicas, programas y equipamientos.
- Así mismo se destacarán en negrita y se vincularán las entidades del orden distrital y los aliados estratégicos según sea el caso.
- Es importante destacar y vincular de igual modo, a los referentes culturales de determinada trascendencia que ayuden a posicionar la entidad como un referente cultural y de conocimiento como La NASA - National Aeronautics and Space Administration, la Academy of Motion Picture Arts and Sciences, la Universidad Nacional o el Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo.
- Siempre que sea pertinente, se deben incluir hipervínculos a artículos, secciones internas o sitios web externos confiables que amplíen la información o aporten contexto al contenido. El objetivo es ofrecer al usuario más opciones de consulta y facilitar una navegación enriquecida. Los enlaces deben ser incluidos de las formas anteriormente descritas.
- Incluir siempre en noticias, correos masivos y eventos el material gráfico o audiovisual que ayude y brinde información adicional.
- No se usan URLs en forma de texto para hacer referencia a un enlace. Se debe identificar la idea o palabra clave que genera la acción e incluir el enlace, es decir, usar siempre la herramienta para vínculos ocultos, nunca completos:
 - Correcto: visite la página de [ldartes](#) para conocer toda la programación.
 - Incorrecto: encuentre toda la información en <https://www.facebook.com/ldartes/>
- Vincular siempre los distribuidores de boletería en línea para los eventos que lo ameriten, así como los espacios virtuales para los eventos que así lo requieran.
- Evitar el uso de altas sostenidas.
- El cuerpo de texto debería ser dividido en párrafos de entre 3 y 5 líneas.
- El texto no se justifica, se alinea a la izquierda.
- No se usan caracteres especiales como @ #, a menos que se referencien adecuadamente y se agregue hipervínculo con el respectivo hashtag o etiqueta de la cuenta en las redes sociales.
- Se recomienda la inclusión de subtítulos dentro del contenido para agrupar ideas y ayudar a la facilidad de lectura.
- Es importante definir dentro de los párrafos del texto las ideas principales y convertirlas en subtítulos los cuales deben ser marcados en el editor como Encabezado 2, Encabezado 3, etc, siguiendo la estructura jerárquica correspondiente, usando tantos como sea necesario.

Los títulos, subtítulos y negrillas permiten facilitar la navegabilidad además de identificar rápidamente de forma visual las principales ideas de la publicación. Así mismo existen programas que leen sólo títulos y subtítulos para ubicar al lector en el contenido de mayor relevancia (Lector de Pantalla).

- Usar las demás herramientas que ofrece el editor de texto, para ofrecer una buena legibilidad:

- Viñetas para listados
- Listas de numeración en donde sea pertinente

Generar el texto alternativo correcto a las imágenes y fotografías.

Al cargar imágenes en los portales web, nos encontramos con el campo de texto alternativo, que corresponde a la descripción textual de los elementos contenidos en la fotografía para facilitar el acceso a los lectores de pantalla de personas que no puedan verla. Por ejemplo:

Figura 3 Noticia



Fuente: noticias idartes

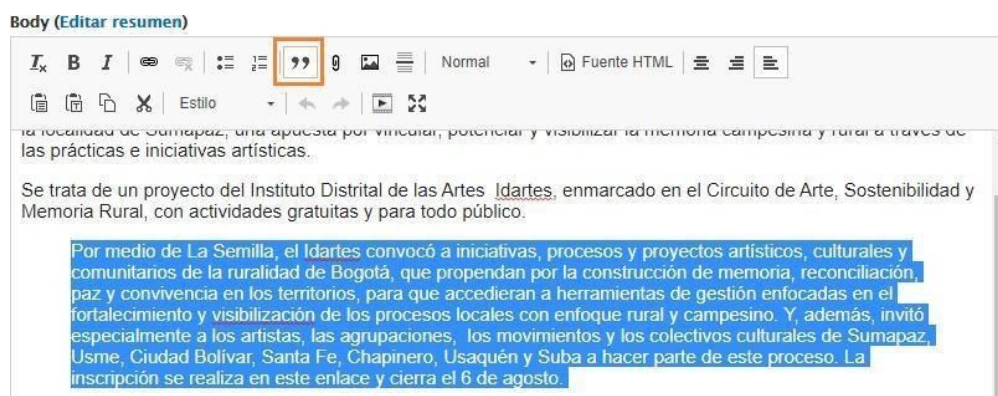
- Una imagen puede tener varias interpretaciones y la intención es poder ofrecer de forma textual la mejor descripción o la más precisa teniendo en cuenta el contexto.
- **I_x** e debe limpiar el formato del texto en caso de que sea copiado de otra fuente. En el caso de copiar texto de un editor de texto externo (word, google docs, notepad, excel, sitios web), es importante limpiar el formato del texto con el botón correspondiente, con el fin de que rechace las etiquetas html que no se ven a simple vista pero que cambian la interpretación técnica del mismo.

No se deben dejar párrafos vacíos (doble *enter*) para separar contenidos ya que algunos lectores de pantalla leerán, "en blanco, en blanco, en blanco" por cada párrafo vacío, generando ruido para el usuario.

Citas o encomillado en bloque.

Estas deben ser marcadas con el botón correspondiente cuando un párrafo es una cita completa.

Figura 4 Ejemplo



Fuente: Elaboración propia

- Todos los listados que se registren en las publicaciones deben ser marcados con los respectivos botones de asignación de viñetas o numeración. Esto ayuda a dinamizar la legibilidad del texto.

8.3 Comunicado de prensa

Llamaremos comunicado de prensa al PDF de la noticia alojado en la sección “Sala de prensa” de la página web de Idartes. Este deberá cumplir con los siguientes requisitos.

- Usar el formato dispuesto por el área de Comunicaciones.
- Se incluirá la información institucional y del comunicador a cargo en el *disclaimer* al final del boletín siguiendo el formato determinado.
- Deberá, a diferencia de la noticia publicada en web, incluir la fecha de publicación. Así: Bogotá, 10 de octubre de 2025. (ciudad, seguido de coma, día, mes, año y punto, en negrilla).

8.4 Eventos de la agenda web

- Los eventos que conforman la agenda del Idartes, deberán ser concisos pero atractivos e incitar al receptor a saber más, y, por supuesto, a asistir al espectáculo, charla, conferencia, actividad o puesta en escena a que se haga referencia.
- Los textos de los eventos no tendrán más de tres párrafos cortos, dentro del formato de la página.
- De tratarse de un evento virtual, deberán señalarse claramente los canales por los cuales será transmitido.

8.5 Correos masivos

El correo masivo es un contenido que se envía por la plataforma PhpList a bases de datos de grupos de interés, deberá ser una invitación que mueva al receptor a visitar la página institucional, por tanto, no deberá incluir toda la información, sino la necesaria para cumplir este objetivo.

Los correos masivos no deberán ser de más de dos párrafos cortos.

- Deberán incluir los hipervínculos de las unidades de gestión, escenarios, líneas o programas,

según el caso y remitir al lector a la noticia o a la programación de la página institucional, en la que siempre deberá tener su respaldo.

- Los correos masivos podrán incluir una pieza gráfica o fotografía, según el caso. Es importante tener en cuenta el tamaño de la imagen y si es el caso vincular esa imagen a un video o red social.
- El objetivo de estas comunicaciones es, además de informativo, promocional, por lo tanto, debe ser llamativo, atractivo y corto.



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
CULTURA RECREACIÓN Y DEPORTE
Instituto Distrital de las Artes

CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN	DESCRIPCIÓN DE CAMBIOS REALIZADOS
1	2022-07-06	Emisión Inicial
2	2026-04-27	Se realiza la actualización del Manual de Estilo para fortalecer y ampliar las orientaciones para la producción de contenidos institucionales, especialmente en los productos periodísticos y de difusión. Integra nuevas pautas de redacción, tono y tratamiento de la información, en coherencia con las transformaciones del lenguaje y las prácticas comunicativas actuales. Asimismo, la renovación del sitio web del Idartes hizo necesario incluir lineamientos específicos para la escritura digital, orientados a optimizar la visibilidad y el posicionamiento de los contenidos en motores de búsqueda. Con ello, se garantiza que la información producida por el Instituto sea clara, coherente con la identidad institucional y fácilmente accesible para la ciudadanía.

CONTROL DE APROBACIÓN

ESTADO	FECHA	NOMBRE	CARGO
ELABORÓ	2026-04-07	ANDRES ESTUPINAN NINO	ENLACE MIPG
REVISÓ	2026-04-21	SANDRA VIVIANA CRUZ SANCHEZ	REFERENTE MIPG
APROBÓ	2026-04-23	PAOLA ANDREA MENDEZ HERNANDEZ	LIDER DE PROCESO
AVALÓ	2026-04-27	DANIEL SANCHEZ ROJAS	JEFE DE LA OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

COLABORADORES

NOMBRE