



INSTITUTO TÉCNICO INDUSTRIAL PASCUAL BRAVO

PROYECTO DE COMUNICACIONES I.T.I PASCUAL BRAVO

1. IDENTIFICACIÓN

TIPO DE PROYECTO:	INSTITUCIONAL	VIGENCIA:	2026
ÁREAS RELACIONADAS:	NO APLICA		
LÍDER DEL PROYECTO:	ERIKA GUTIERREZ BUSTAMANTE		
INTEGRANTES DEL PROYECTO:	ERIKA GUTIERREZ BUSTAMANTE IVETH SANTOS ORTEGA		

2. SITUACIÓN PROBLEMATIZADORA

El *Instituto Técnico Industrial Pascual Bravo* enfrenta la necesidad de mejorar la comunicación interna y externa, así como la gestión de la información y los contenidos de su página web y redes sociales. La falta de una estrategia coherente y efectiva para la comunicación y la gestión de la información puede generar confusión y desinformación entre los actores involucrados, lo que puede afectar negativamente la comunicación efectiva y la satisfacción de los usuarios.

Ante la falta de una estrategia de comunicación interna y externa en el Instituto Técnico Industrial Pascual Bravo, ha surgido frecuentemente desinformación en varios escenarios de la comunidad educativa, incluyendo al personal docente, administrativo, estudiantil y acudientes, esto afecta la comunicación efectiva y la satisfacción de todos los usuarios involucrados, es por esto, que se hace necesario adoptar estrategias de divulgación y conectividad que faciliten la publicación de noticias, eventos, logros de los estudiantes, para así, fomentar y potenciar el sentido de pertenencia entre toda la familia pascualina.

PREGUNTA PROBLEMATIZADORA:

¿Cómo puede el ITIPB implementar un proyecto de comunicaciones efectivo que mejore el flujo de información, fortalezca la colaboración y aumente la satisfacción de todos los miembros de la comunidad educativa?

3. DEFINICIÓN O JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El objetivo principal del proyecto es implementar una estrategia integral de comunicaciones entre ellas la página web institucional que permita la gestión efectiva de la información y la comunicación interna y externa, garantizando la claridad, utilidad, confiabilidad y oportunidad de la información publicada.

Este proyecto no solo aborda una necesidad crítica, sino que también representa una inversión en el futuro del *Instituto Técnico Industrial Pascual Bravo*, asegurando su sostenibilidad y éxito a largo plazo. Por estas razones, es imperativo desarrollar e implementar una estrategia de comunicación integral que atienda tanto las necesidades internas como externas de la comunidad educativa.



INSTITUTO TÉCNICO INDUSTRIAL PASCUAL BRAVO

PROYECTO DE COMUNICACIONES I.T.I PASCUAL BRAVO

Una estrategia de comunicación bien definida y ejecutada en el *Instituto Técnico Industrial Pascual Bravo* permitirá:

1. **Mejorar la transparencia y la confianza:** Al proporcionar información clara y precisa, se fortalecerá la confianza entre todos los miembros de la comunidad educativa, promoviendo un ambiente más colaborativo y participativo.
2. **Optimizar la coordinación y eficiencia:** una comunicación efectiva facilita la coordinación entre diferentes departamentos y equipos, mejorando la eficiencia operativa y permitiendo una gestión más ágil de los recursos y procesos educativos.
3. **Aumentar la satisfacción y el compromiso:** al asegurar que todos los actores involucrados estén bien informados y alineados con los objetivos y actividades de la institución, se incrementará la satisfacción y el compromiso de estudiantes, docentes, administrativos y acudientes.
4. **Reducir la desinformación y los malentendidos:** con una estrategia de comunicación clara, se minimizarán los malentendidos y la desinformación, permitiendo que todos los miembros de la comunidad educativa tengan acceso a la información correcta en el momento adecuado.
5. **Mejorar la imagen y reputación institucional:** una comunicación externa efectiva ayudará a mejorar la percepción pública de la institución, porque es fundamental estar a la vanguardia de las nuevas formas de comunicación y la interacción en las redes sociales, permite mayor visibilidad que puede desencadenar deseo y motivación para ser parte del instituto.
6. **Facilitar la adaptación a cambios y nuevas normativas:** una comunicación eficiente es crucial para la adaptación rápida y efectiva a cambios en políticas, normativas y situaciones imprevistas, asegurando que la institución se mantenga a la vanguardia y cumpla con los estándares educativos.
7. **Fortalecimiento de la comunidad escolar:** un proyecto de comunicaciones puede fortalecer significativamente la comunidad escolar al integrar activamente a los estudiantes en la creación de contenido. Esta colaboración fomenta un sentido de pertenencia y compromiso, ya que los estudiantes se convierten en protagonistas en la difusión de noticias, eventos y logros del colegio. Al asumir roles de liderazgo en la producción de contenido, no solo desarrollan sus habilidades de comunicación, sino que también contribuyen a construir una comunidad escolar más unida y participativa.
8. **Estar a la vanguardia:** como sociedad digital, es fundamental estar alineados con las nuevas formas de comunicación de los estudiantes y la nueva generación de padres de familia, por lo que fortalecer el proyecto de comunicaciones posibilitará tener mayor visibilidad, alcance y persuasión entre la comunidad pascualina.

4. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar e implementar una estrategia integral de comunicaciones en el *Instituto Técnico Industrial Pascual Bravo* para gestionar eficazmente la información en sus diversos canales internos y externos, asegurando la claridad, utilidad, fiabilidad y puntualidad de la información publicada.

5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diseñar y establecer canales de comunicación efectivos entre el personal docente, administrativo y estudiantil, garantizando un flujo de información claro y oportuno para mejorar la coordinación y eficiencia en las actividades diarias.
- Desarrollar una estrategia de comunicación externa que incluya la gestión de contenidos en la página web y redes sociales, así como la relación con acudientes y otros actores externos, para asegurar que la información



relevante llegue de manera precisa y oportuna a todos los interesados.

- Implementar programas de capacitación en habilidades comunicativas y uso de herramientas digitales para el personal docente y administrativo con el objetivo de fomentar una cultura de comunicación abierta y efectiva dentro de la institución.
- Capacitar a los estudiantes del ITIPB para que participen activamente en la creación y difusión de contenidos a través de los canales de comunicación establecidos, promoviendo su desarrollo de habilidades en comunicación oral y escrita, la colaboración y liderazgo dentro de la comunidad escolar

6. MARCO TEÓRICO O LEGAL

Desde la teoría de la comunicación, se establece que el intercambio efectivo de información es fundamental para el desarrollo de cualquier comunidad. Según Shannon y Weaver (1949) la comunicación es un proceso que incluye la transmisión, la recepción y la interpretación del mensaje. En un contexto escolar, un proyecto de divulgación de la información facilita este proceso, asegurando que muchos de los miembros de la comunidad educativa estén informados y conectados.

Así mismo, el constructivismo social, propuesto por Lev Vygotsky (1988) establece que el aprendizaje es un proceso social y cultural, en consecuencia, el proyecto de comunicaciones le permite a los estudiantes del *Instituto Técnico Industrial Pascual Bravo* participar activamente de las dinámicas sociales y académicas de la institución, por lo que se fomenta un ambiente de aprendizaje más dinámico y participativo que conecta con lo propuesto por la teoría del aprendizaje experiencial, en la que Kolb (2005) sustenta que el aprendizaje es más efectivo cuando se basa en la experiencia directa, por lo que un proyecto de comunicaciones en el que los mismos protagonistas sean los estudiantes, lleva a un proceso de experimentación que va desde la investigación, planificación, producción y difusión del contenido. Esta experiencia transversaliza los conceptos aprendidos en el aula y prepara a los jóvenes para enfrentar los desafíos del mundo real, en el que las habilidades de expresión oral y comunicación escrita cumplen un papel fundamental.

En Colombia la constitución política de 1991, en el artículo 75, contempla que todas las personas tienen derecho a la información pública generada en los diferentes órganos del Estado , y el Instituto Técnico Industrial Pascual Bravo le brinda este derecho a la comunidad a través de su proyecto de comunicación. Por su parte, el artículo 4 **de la Ley General de Educación (1994)** establece los fines de la educación, entre los cuales se incluye el desarrollo de competencias comunicativas, la formación en el uso de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para la promoción del desarrollo integral del individuo, así mismo, las directrices internacionales de la UNESCO buscan promover el uso de las TIC en los diferentes escenarios educativos del país, respaldando la creación e integración de proyectos de comunicación en el currículo escolar, reforzando así su papel en el desarrollo de competencias digitales y la promoción de una cultura de aprendizaje participativo.



7. METODOLOGÍA

1. Fase de diagnóstico:

- Realizar encuestas y entrevistas a la comunidad educativa (docentes, administrativos, estudiantes y acudientes) para identificar las principales deficiencias y necesidades en la comunicación.
- Evaluar los canales de comunicación existentes (página web, redes sociales, correo electrónico, circulares informativas, etc.) y su efectividad.
- Analizar los flujos de información y detectar puntos críticos de desinformación o malentendidos.
- Investigar y documentar estrategias de comunicación exitosas en otras instituciones educativas similares.
- Identificar herramientas y tecnologías que puedan ser implementadas en el instituto.

2. Fase de planificación:

- Clarificar y detallar los objetivos específicos del proyecto basados en los hallazgos del diagnóstico.
- Diseñar un plan de comunicación interno que incluya la estructura de los canales de comunicación, frecuencia de la información, y responsabilidades.
- Desarrollar un plan de comunicación externa enfocado en mejorar la presencia en la web y redes sociales, así como en fortalecer la relación con los acudientes.
- Identificar los recursos necesarios (humanos, tecnológicos, financieros) para la implementación del proyecto.
- Crear una convocatoria para que los estudiantes hagan parte de este proyecto, haciendo un análisis de sus capacidades en el tema de manejo de plataformas digitales.
- Asignar roles y responsabilidades a los miembros del equipo de trabajo.

3. Fase de implementación:

- Rediseñar la página web y actualizar las plataformas de redes sociales para asegurar que sean intuitivas y accesibles.
- Implementar nuevas herramientas de comunicación interna.
- Organizar talleres y sesiones de capacitación para el personal docente, administrativo y estudiantil sobre el uso de los nuevos canales de comunicación y herramientas digitales.
- Desarrollar material de apoyo (manuales, guías) para facilitar la adopción de la nueva estrategia de comunicación.
- Lanzar oficialmente la nueva estrategia de comunicación con campañas de sensibilización, promoción y motivación a la participación de los estudiantes.
- Asegurar un monitoreo continuo del uso de los canales y la efectividad de la comunicación.



4. Fase de evaluación y mejora continua:

- Establecer indicadores clave de desempeño (KPIs) para medir la efectividad de la comunicación interna y externa.
- Realizar evaluaciones periódicas.
- Recopilar retroalimentación constante de la comunidad educativa para identificar áreas de mejora.
- Ajustar y mejorar continuamente las estrategias y herramientas de comunicación con base en los resultados obtenidos.
- Compartir los éxitos y buenas prácticas con toda la comunidad educativa para mantener el compromiso y la participación activa.

Esta metodología asegura un enfoque estructurado y participativo para mejorar la comunicación en el Instituto Técnico Industrial Pascual Bravo, que garantice que las acciones emprendidas sean efectivas y sostenibles a largo plazo.

8. RECURSOS

Recursos humanos: se contará con personal capacitado para la ejecución de tareas relacionadas con el equipo de comunicaciones.

Recursos tecnológicos: se utilizarán herramientas de tecnología de la información y comunicación para la gestión de la información y la comunicación, incluyendo la página web y redes sociales, herramientas de colaboración interna como correos institucionales y servidores y almacenamiento en la nube.

Recursos financieros: se establecerá un presupuesto para la compra de software, licencias, y servicios de desarrollo web, costo de los talleres, materiales de formación, y cualquier honorario asociado a los facilitadores de capacitación y presupuesto para campañas de sensibilización y promoción de la nueva estrategia de comunicación.

Recursos materiales: compra de manuales, guías, presentaciones, y cualquier otro material didáctico necesario para los talleres y sesiones de formación. Folletos, carteles, y material gráfico para promover el uso de las nuevas herramientas y canales de comunicación.

Recursos institucionales: compromiso y apoyo continuo de la alta dirección (Rectoría) para asegurar la implementación efectiva del proyecto y uso de espacios físicos necesarios para la realización de actividades del proyecto.

9. BIBLIOGRAFÍA

Donsbach, W. (2008). Enciclopedia Internacional de la Comunicación. México: Editorial Limusa.

Colombia. (1994). *Ley 115 de 1994: Por la cual se expide la ley general de educación*. Recuperado de https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85906_archivo_pdf.pdf

Kolb, D. A. (2005). *El aprendizaje experiencial: experiencia como fuente de desarrollo y aprendizaje* (A. M.



INSTITUTO TÉCNICO INDUSTRIAL PASCUAL BRAVO

PROYECTO DE COMUNICACIONES I.T.I PASCUAL BRAVO

Aguirre, Trad.). Pearson Educación.

Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). Enciclopedia de las Teorías de la Comunicación. Madrid: Editorial Síntesis.

Ortega, F. (2014). La información en la era digital. Barcelona: Editorial UOC.

Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *La teoría de la comunicación*. Ediciones de la Universidad de Illinois.

Vygotski, L. S. (1988). *El desarrollo de los procesos psicológicos superiores*. Crítica.

10. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Durante todo el año escolar:

ACTIVIDAD	OBJETIVO	RECURSOS	FECHA DE EJECUCIÓN (2026)
Lanzamiento campaña inicio de año escolar	Dar la bienvenida y motivar a los estudiantes al inicio del año académico		ENERO
Fortalecer la identificación institucional y el sentido de pertenencia *Posters para efemérides y celebraciones especiales *Acompañamiento comunicativo continuo con todos los estamentos del instituto para promocionar actividades planificadas *Videos informativos del SIEE, Pautas de bienvenida sobre manual de convivencia para estudiantes y padres. *Bienvenida a la generación 91.	Fortalecer la identificación institucional y el sentido de pertenencia	Diseño gráfico, fotografía, redes sociales, material POP, impresora, papelería, base de datos, página web, publicaciones digitales, impresiones, Apoyo de todos los estamentos del Instituto, material gráfico, videos, administrador web, contenidos digitales, estadísticas redes sociales, evidencias fotográficas Nota: Es fundamental mantener la página web actualizada con información relevante y oportuna para garantizar su buen funcionamiento y efectividad en la comunicación con la comunidad educativa. Esto implica una revisión constante y un mantenimiento regular para asegurar que la información sea precisa y esté disponible para todos.	FEBRERO
Fortalecer la identificación institucional y el sentido de pertenencia *Posters para efemérides y celebraciones especiales *Acompañamiento comunicativo continuo con todos los estamentos del instituto para promocionar actividades planificadas por estos y ser promocionadas *Acompañamiento al Gobierno Escolar	- Promocionar las actividades y celebraciones especiales a través de un acompañamiento comunicativo continuo. - Fomentar la participación activa de todos los estamentos del instituto en las actividades planificadas. - Apoyar al gobierno escolar en su gestión y promoción de actividades.		MARZO



INSTITUTO TÉCNICO INDUSTRIAL PASCUAL BRAVO

PROYECTO DE COMUNICACIONES I.T.I PASCUAL BRAVO

Fortalecer la identificación institucional y el sentido de pertenencia *Promover la lectura y la expresión escrita *Posters para efemérides y celebraciones especiales como son: día del árbol, autismo, idioma, secretaria, bibliotecóloga, de la niñez. *Acompañamiento comunicativo continuo con todos los estamentos del instituto para promocionar actividades planificadas por estos y ser promocionadas	Fomentar la participación activa de todos los estamentos del instituto en las actividades planificadas.		ABRIL
Fortalecer y el sentido de pertenencia *Posters para efemérides y celebraciones especiales como son: día del trabajo, madres, profesor, *Acompañamiento comunicativo continuo con todos los estamentos del instituto para promocionar actividades planificadas por estos y ser promocionadas			MAYO
Reconocer y motivar a los estudiantes *Posters para efemérides y celebraciones especiales como son: campaña prevención, poster de vacaciones, motivación de regreso a clases segundo semestre del año, día del padre. *Acompañamiento comunicativo continuo con todos los estamentos del instituto para promocionar actividades planificadas por estos y ser promocionadas	- Promocionar las actividades y celebraciones especiales a través de un acompañamiento comunicativo continuo. - Fomentar la participación activa de todos los estamentos del instituto en las actividades planificadas.		JUNIO



INSTITUTO TÉCNICO INDUSTRIAL PASCUAL BRAVO

PROYECTO DE COMUNICACIONES I.T.I PASCUAL BRAVO

Fortalecer valores y respeto en la comunidad educativa *Posters para efemérides y celebraciones especiales como son: día de la independencia *Acompañamiento comunicativo continuo con todos los estamentos del instituto para promocionar actividades planificadas por estos y ser promocionadas			JULIO
Acompañamiento integral en la preparación y presentación de las Pruebas Saber *Posters para efemérides y celebraciones especiales como son: batalla de Boyacá, día de la independencia de Antioquia. *Acompañamiento comunicativo continuo con todos los estamentos del instituto para promocionar actividades planificadas por estos y ser promocionadas	Acompañamiento integral en la preparación y presentación de las Pruebas Saber"		AGOSTO
Fomentar la sana convivencia escolar *Posters para efemérides y celebraciones especiales como son: amor y amistad * Material P.O.P para la SEMANA PASCUALINA. INSTITUCIONAL *Acompañamiento comunicativo continuo con todos los estamentos del instituto para promocionar actividades planificadas por estos y ser promocionadas	Promover la presentación y el intercambio de proyectos institucionales desarrollados por los estudiantes, con el fin de fomentar la creatividad, la innovación y el aprendizaje colaborativo, y mostrar los logros y avances del Instituto		SEPTIEMBRE



INSTITUTO TÉCNICO INDUSTRIAL PASCUAL BRAVO

PROYECTO DE COMUNICACIONES I.T.I PASCUAL BRAVO

Fortalecer valores y respeto en la comunidad educativa *Posters para efemérides y celebraciones especiales *Acompañamiento comunicativo continuo con todos los estamentos del instituto para promocionar actividades planificadas por estos y ser promocionadas			OCTUBRE
Fomentar la reflexión y la gratitud en los estudiantes al finalizar el año escolar, *Posters para efemérides y celebraciones especiales *Fotografías de graduación *Acompañamiento comunicativo continuo con todos los estamentos del instituto para promocionar actividades planificadas por estos y ser promocionadas			NOVIEMBRE
Cerrar el año escolar destacando logros institucionales *Posters para efemérides y celebraciones especiales como son: poster de graduación, gala pascualina, vacaciones, navidad, año nuevo	Promover la comunicación efectiva y el compromiso de la comunidad educativa a través de estrategias y canales de comunicación innovadores y efectivos.		DICIEMBRE