

Fecha

11-2024

Autor(es)

Laura Sofía Hernández Matiz

Janis Isabella Quintero Villa

Director(es)

Laura Sofia Villa

Sebastián Gónima

Evaluador(es)

Consejo académico del L.D.L.A

Publicador

Liceo De Los Andes

Publicreandino

Laura Sofía Hernández Matiz

Janis Isabella Quintero Villa

Grado Once

Dirigido por:

Mr. Sebastian Gonima Lopez

Mrs. Laura Sofía Villa

2024

INDÍCE:

Contenido

1. INTRODUCCIÓN.....	5
2. ABSTRACT.....	5
3. RELEVANCIA.....	6
3.1 Vocacional.....	6
3.2 Socio-Ética.....	6
3.3 Impacto LDLA.....	7
4. PROBLEMÁTICA.....	7
4.1 Pregunta problema.....	9
4.2 Preguntas derivadas	9
5. HIPÓTESIS DE TRABAJO.....	9
6. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.....	10
OBJETO DEL PROYECTO.....	10
6.1 Marca.....	10
6.2 Logo.....	10
6.3 Etiqueta.....	10
6.4 Precio.....	11
6.5 Estrategia de promoción.....	11
6.6 Estudio de mercado.....	12
7. PROPÓSITO GENERAL.....	13
8. LECTURA DE LA REALIDAD.....	14
8.1 Matriz DOFA.....	14
9. BATERÍA CONCEPTUAL.....	15
9.1. Mentefacto Conceptual.....	15
9.2 Entramado proposicional.....	16
9.3 Entrevista	19
9.4 Estado del arte.....	21
10 PROYECTOS ANTERIORES.....	26
11. PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA.....	27
12. DIARIO DE CAMPO Y EXPERIENCIA.....	34
13. ANÁLISIS DE DATOS.....	45

14. BALANCE GENERAL Y CONCLUSIONES.....	50
14.1 Ganancias.....	50
14.2 Fallas.....	50
14.3 Avances.....	51
14.4 Conclusiones.....	51
15. LEGADO PARA FUTUROS PROYECTOS.....	52
16. ANEXOS.....	52
17. BIBLIOGRAFÍA.....	69

NOTA DE ACEPTACIÓN:

Jurado 1:

Jurado 2:

Jurado 3:

1. INTRODUCCIÓN.

Las herramientas digitales actualmente son un elemento indispensable, no solo para el mercado de productos, sino también en la oferta de servicios y experiencias. Hoy en día para los colegios y universidades es importante tener visualización en redes sociales, para tener mayor visibilidad en los proyectos educativos y atraer nuevos estudiantes, esta visualización se basa en la creación de sitios web y páginas de redes sociales tales como Facebook, Instagram, YouTube, X entre otras.

Se evidenció que las redes y páginas del colegio no eran actualizadas tan frecuentemente o no se mostraban todas las actividades que se realizaban en la institución, por lo que los padres de familia y los posibles interesados no podían ver el panorama completo de lo que el L.D.L.A. ofrece; muchas veces la poca frecuencia de las publicaciones se debe a que no hay una persona encargada únicamente de las redes del colegio.

El mayor problema es que si no hay una constante actualización, las familias que ya están involucradas en el proyecto educativo podrían buscar otras opciones al no saber las actividades que realizan sus hijos en la institución.

Este proyecto pretende ayudar al área de mercadeo del L.D.L.A., aumentando la cantidad de publicaciones y haciendo visible todas las actividades tanto curriculares como extracurriculares que se realizan en el colegio, asimismo aumentando la visualización de la institución, esto se realizó mediante herramientas de diseño gráfico y marketing que consideramos adecuadas para una institución educativa que busca atraer a las personas correctas.

2. ABSTRACT.

Digital tools are currently an indispensable tool, not only for the product market, but also in the offer of services and experiences. Nowadays it is also important for schools and universities to have visualization on social networks, to show educational projects and attract people, this visualization is based on the creation of websites and social media pages.

It was evident that the school's networks and pages were not updated as frequently or did not show all the activities carried out at the institution, so parents and interested parties could not see the full picture of what the L.D.L.A. offers. , many times the infrequency of publications is due to the fact that there is no person in charge solely of the school networks, workers have other obligations if they cannot focus only on that.

The biggest problem is that if there is no constant updating, it is less likely that new families will be attracted, and even that families that are already in the Lyceum will be able to see what is being done.

This project aims to help the advertising area of the L.D.L.A. by improving the publications, making them more attractive and therefore improving the reach they have, this was done through graphic design and marketing tools that we consider appropriate for an educational institution that seeks to attract people correct.

3. RELEVANCIA.

3.1 Vocacional.

Este proyecto para mí, Sofía Hernández, representa una gran y emocionante oportunidad para entrar en el mundo del diseño gráfico, pero sobre todo en la fotografía, edición de videos, lo audiovisual y multimedia. Esto no solo me ofrece explorar a fondo mis intereses, sino que también servirá como un medio para descubrir si poseo las habilidades y el talento que es necesario para estas áreas. Por otro lado, esto me permitirá enfrentarme a los distintos desafíos que se me presenten en el camino, lo cual me facilitará un crecimiento personal que será fundamental para mi futuro proyecto de vida.

Este proyecto me brinda a mí, Janis Quintero, la oportunidad de adquirir habilidades de gestión de contenidos, estrategias de comunicación y análisis de la audiencia, las cuales son muy necesarias para la carrera de comunicación social. Además, este proyecto me da la oportunidad de aprender sobre la creación de contenido atractivo y la medición del impacto de publicaciones. Voy a poder comprender cómo funcionan distintos medios de comunicación y cómo comunicarme efectivamente con diferentes audiencias.

3.2 Socio-Ética.

En el mundo actual, con los avances tecnológicos y digitales, se puede observar que existe una gran cantidad de información que, la mayoría de veces, promueve y genera un gran desconocimiento en

la sociedad sobre los temas y problemáticas, por lo que el adecuado uso de las nuevas tecnologías supone un aporte significativo para contrarrestar la falta de información, con el fin de generar un pensamiento crítico (saber si lo que veo es real o no), además de un aporte para combatir la desinformación que existe en el mundo digital. Acceder de manera efectiva a las distintas plataformas les permite a las personas estar mayormente informadas acerca de los acontecimientos globales lo que, a la vez, prepara a toda la sociedad para identificar y priorizar la información relevante a nivel mundial y que así se promueva un entorno de mayor conocimiento respecto a los sucesos que hacen parte del contexto global.

3.3 Impacto LDLA.

Este proyecto tiene como objetivo ampliar el alcance de la institución por medio de la estrategia publicitaria, llegando a un mayor número de familias, brindándoles la oportunidad de conocer el programa educativo del Liceo de los Andes. La implementación de este proyecto busca atraer a distintas personas a través de publicaciones en las redes sociales institucionales, con la finalidad de atraer a nuevas familias, causar cierto interés en la comunidad, padres y estudiantes de la institución educativa e informar a la comunidad de aquellas actividades o eventos que se desarrollan en el colegio, con el propósito de que los padres de familia sepan qué es lo que sus hijos hacen en la institución.

Por otro lado, tiene como meta generar un mayor interés en los estudiantes del colegio hacia las problemáticas que abarcan el contexto global. Se busca fomentar su interés tanto en la investigación como en la comunicación de estas cuestiones globales. La intención es cultivar una conciencia crítica que les permita identificar entre la información esencial y la información irrelevante que invade el internet y las redes sociales. Así, se pretende enfocar su atención hacia lo verdaderamente importante, promoviendo un entendimiento de las temáticas globales que impactan en nuestra sociedad.

4. PROBLEMÁTICA.

Actualmente, en el mundo se presentan una gran cantidad de problemas globales los cuales necesitan de soluciones globales, como lo dice el autor Yuval Noah Harari “Los problemas globales necesitan de respuestas globales”. (Harari, 2018) Así mismo, vivimos en un mundo conectado a las redes sociales, según un estudio “A partir de 2018, el uso promedio diario de las redes sociales por parte de los internautas a nivel mundial se situó por encima de los 140 minutos por día, destacando especialmente el año 2022, cuando el promedio superó los 150 minutos.” (Fernández, 2024).

Muchas veces consumimos contenido, el cual no nos ayuda a generar una conciencia mundial, para la solución de estos problemas que nos involucran a todos. Además, a menudo las redes sociales repercuten en la identidad de las personas, por la misma razón de que se hace uso excesivo de estas, cosas como el habla se ven gravemente afectadas, el habla, como nos dice Saussure en su libro *Los fundamentos de la lingüística*, son las expresiones individuales tomadas de un sistema abstracto compartido con una comunidad, sin embargo, actualmente el habla se ve reducido a simples letras sin un significado real, lo que repercute también en la educación de los niños, empiezan a dejar de interesarse por lo que no está dicho en su habla.

En la actualidad, se puede percibir una gran falta de comunicación en la sociedad colombiana, lo cual tiene una significativa influencia en diferentes aspectos de la vida cotidiana. La información que realmente posee relevancia y podría contribuir al desarrollo humano muchas veces es excluida por los medios de comunicación más importantes del país. Los noticieros, en lugar de informar sobre asuntos verdaderamente importantes que afectan a la nación, a menudo prefieren centrarse en noticias amarillistas y sensacionalistas. “No es formar, ni educar, ni siquiera informar. Siembran el pánico, acosan con el miedo, reiteran la catástrofe, arrojan basura a nuestras salas limpias, ensombrecen el pensamiento de nuestros hijos, desinforman, degradan, agreden y nos dañan los medios días” (Pérez, 2004) Esto no solo repercute en el desinterés que existe por parte de la comunidad, sino que también se logra evidenciar en las instituciones educativas las cuales muchas de las veces usan esta información basura como herramienta para educar a los estudiantes.

Existen diferentes maneras en las que la ausencia de una buena comunicación puede llegar a perjudicar e impactar en la educación. Una de ellas es donde los niños y jóvenes colombianos demuestran una falta de interés muy significativa hacia las problemáticas del mundo real. Los estudiantes no son bien informados acerca de los desafíos globales que abarcan y afectan a la sociedad, lo que dificulta formar un lazo entre la formación académica y la realidad que los rodea.

La problemática de la poca atención que se le da a los asuntos cruciales de la sociedad también se manifiesta en el Liceo de los Andes, pues los alumnos suelen estar enfocados únicamente en sus asuntos personales sin demostrar interés en los asuntos globales, así construyendo cada vez más un obstáculo para el flujo de información relevante y comprometiendo el desarrollo de un país informado. Así mismo, el mal manejo de las redes sociales es un gran factor que se evidencia actualmente y en el colegio, ya

que los estudiantes dedican la mayor parte de su atención a consumir otro tipo de contenido generalmente de entretenimiento, streaming, videojuegos, etc.

En el Liceo de los Andes surge otra problemática: la falta de información más detallada para los padres sobre las actividades realizadas por sus hijos en las instalaciones escolares. La ausencia de una comunicación eficiente ha causado en la institución el desgaste del vínculo que debería existir entre los padres y el colegio, pues cuando los padres de los estudiantes no están bien informados acerca de las actividades diarias realizadas por sus hijos dentro de las instalaciones escolares, estas familias experimentan una desconexión sobre el día a día de sus hijos, así mismo las familias nuevas que quieren entrar al colegio no poseen tanta información de las actividades del colegio, lo que se hace dentro de este y si es un buen entorno para sus hijos.

4.1 Pregunta problema.

¿Cómo se pueden implementar estrategias efectivas para fomentar una mayor información a estudiantes en actividades escolares, al mismo tiempo que mantienen a los padres informados sobre lo que sucede en el colegio, en un contexto de saturación mediática donde la calidad y la originalidad del contenido son cruciales para captar la atención y generar compromiso?

4.2 Preguntas derivadas.

1. ¿Qué tipo de contenido se debería destacar para generar un mayor interés y participación de estudiantes, padres y la comunidad en las actividades del Liceo de los Andes?
2. ¿Cómo se podría impulsar y motivar a los estudiantes del Liceo a participar en videos informativos los cuales serán posteriormente publicados en las redes?
3. ¿De qué manera se podrían hacer publicaciones más creativas y llamativas que atraigan a toda la comunidad (estudiantes y padres Liceandinos)?
4. ¿Qué estrategias se podrían implementar para generar una cultura de la información?

5. HIPÓTESIS DE TRABAJO.

La implementación de este proyecto se espera que tenga un impacto en el nivel de conciencia y compromiso de los padres hacia la institución educativa. Se anticipa que tanto como los padres y estudiantes estarán más informados sobre las actividades escolares y tendrán una comprensión más profunda de lo que sucede tanto dentro de la escuela, como en el entorno global. Esto podría conducir a

una mayor participación y apoyo de los padres en iniciativas relacionadas con la escuela. Sin embargo, es importante tener en cuenta que los resultados pueden variar según diversos factores y que el impacto exacto del proyecto no puede garantizarse de antemano.

6. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.

OBJETO DEL PROYECTO.

6.1 Marca.

La marca de proyecto o nombre es “*Publicreandino*” y nuestro eslogan es “*Jóvenes informados, problemas globales enfrentados*”

6.2 Logo.



Figura 1

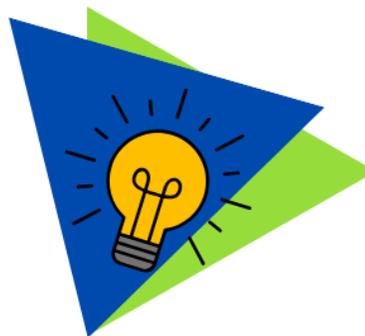


Figura 2

6.3 Etiqueta.

Publicreandino es un proyecto enfocado hacia una publicidad más informativa y educativa, que busca informar a los padres o familias que ya sean parte de la comunidad educativa del Liceo de los Andes; así mismo, apunta a brindar información a las familias que buscan colegio para sus hijos y podrían estar interesadas en nuestra institución.

Este proyecto incluye publicaciones diarias y/o semanales, se propone subir aproximadamente dos o tres publicaciones en las que se informe ya sea sobre un evento ocurrido en la institución y/o una

noticia o un hecho importante que haya sucedido a nivel nacional e internacional, esto con el propósito de informar a toda la comunidad.

6.4 Precio.

Nuestro proyecto como tal no tuvo ningún precio fijo por la razón de que es un proyecto que no es extracurricular, sino un servicio, así mismo no tuvimos que pagar invertir en nada y cobrar nada, ya que teníamos herramientas propias o herramientas que se nos prestaban. Sin embargo, investigamos y sacamos un aproximado de precios sobre el trabajo de una persona que se dedica a la edición y realización de videos para las redes sociales.

Presupuesto:

-Publicación por post: \$8,351.66 COP

-Edición por hora: \$120.000 COP

-1 minutos de video: \$80.000 COP

-1 hora de trabajo: \$5.000 COP

6.5 Estrategia de promoción.

Nos encontramos a 30 de septiembre y, hasta el momento, en nuestro proyecto la estrategia de promoción consiste en la aparición del logo en las distintas publicaciones y videos que hemos realizado. Aunque aún no hemos presentado el proyecto a la comunidad, el 23 de septiembre se llevó a cabo un reportaje sobre la fundación "Tapitas x Patitas", donde por primera vez se mostró el nombre del proyecto en la introducción del video, permitiendo a la comunidad observar quiénes realizaron el reportaje.

Sin embargo, la aparición del nombre en este reportaje fue la última y única vez donde se dio el nombre del proyecto, ya que no se nos dio la oportunidad de seguirlo haciendo por distintos factores como lo son el tiempo. Finalmente, podemos decir que nuestra estrategia de promoción fue la aparición del logo en distintas publicaciones o videos que aparecieron en las redes sociales de la institución

6.6 Estudio de mercado.

La investigación de mercado analiza el comportamiento de los consumidores y las tendencias económicas, lo que permite a las empresas desarrollar y optimizar sus ideas y estrategias comerciales. A través de la recopilación y análisis de datos, ayuda a entender mejor el mercado objetivo.

La investigación de mercado es el proceso de evaluación de la viabilidad de un nuevo servicio o producto a través de una investigación realizada directamente con clientes potenciales. Permite a una empresa definir su mercado objetivo y obtener opiniones y otros comentarios de los consumidores sobre su interés en un producto o servicio. (Twin, 2024)

Nuestro proyecto ha realizado un estudio sobre las competencias (colegios) y sus redes sociales, en el que abordaremos dos casos: el Colegio campestre Principado de Mónaco y el Colegio Innova.



El Principado de Mónaco, al igual que el Liceo de los Andes, ubicado en Cota, Cundinamarca, es una institución con más de cuarenta años de trayectoria. En la cuenta de Instagram del colegio Principado de Mónaco, se puede observar una notable consistencia en el diseño de sus publicaciones, lo que refleja claramente su identidad. Además, se destaca la diversidad de su contenido, ya que en algunas publicaciones se abordan temas relacionados con hábitos saludables, como la práctica de deportes o la alimentación equilibrada, mientras que otras destacan aspectos como el bienestar escolar y la promoción del bilingüismo.

(Mónaco, s.f.)

El colegio Innova School es una institución educativa con presencia tanto a nivel internacional como nacional, y cuenta con sedes en Tunja, Niza, Zipa, Mosquera y, más recientemente, en Cota. Este colegio ha ganado gran reconocimiento por su enfoque pedagógico innovador, y su visibilidad ha crecido significativamente gracias a su activa presencia en redes sociales y su página web. Además, destacan por su sólido equipo de marketing y publicidad, especializado en fortalecer su imagen y comunicación institucional.



(Schools, s.f.)

7. PROPÓSITO GENERAL.

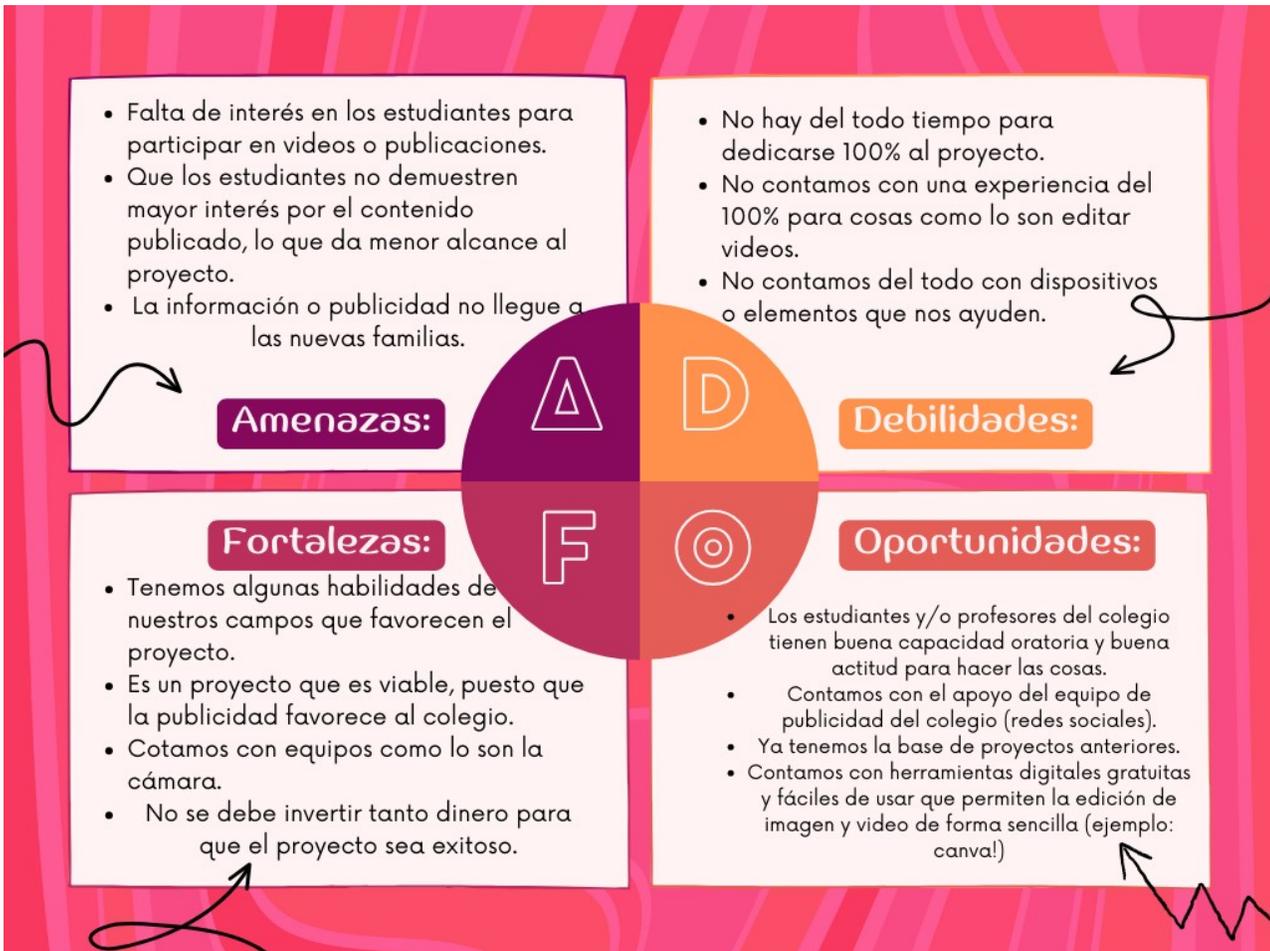
Realizar y publicar contenido que muestre las actividades que realiza el colegio dentro y fuera de la institución, de esa forma incrementar la cantidad de visualización del colegio en las redes sociales, permitiendo generar interés en nuevas familias.

7.1 PROPÓSITOS ESPECÍFICOS

- Crear contenido activamente que beneficie al colegio
- Planificar un cronograma que conecte las actividades del colegio con las publicaciones que realizamos
- Medir el impacto de nuestras publicaciones en la comunidad

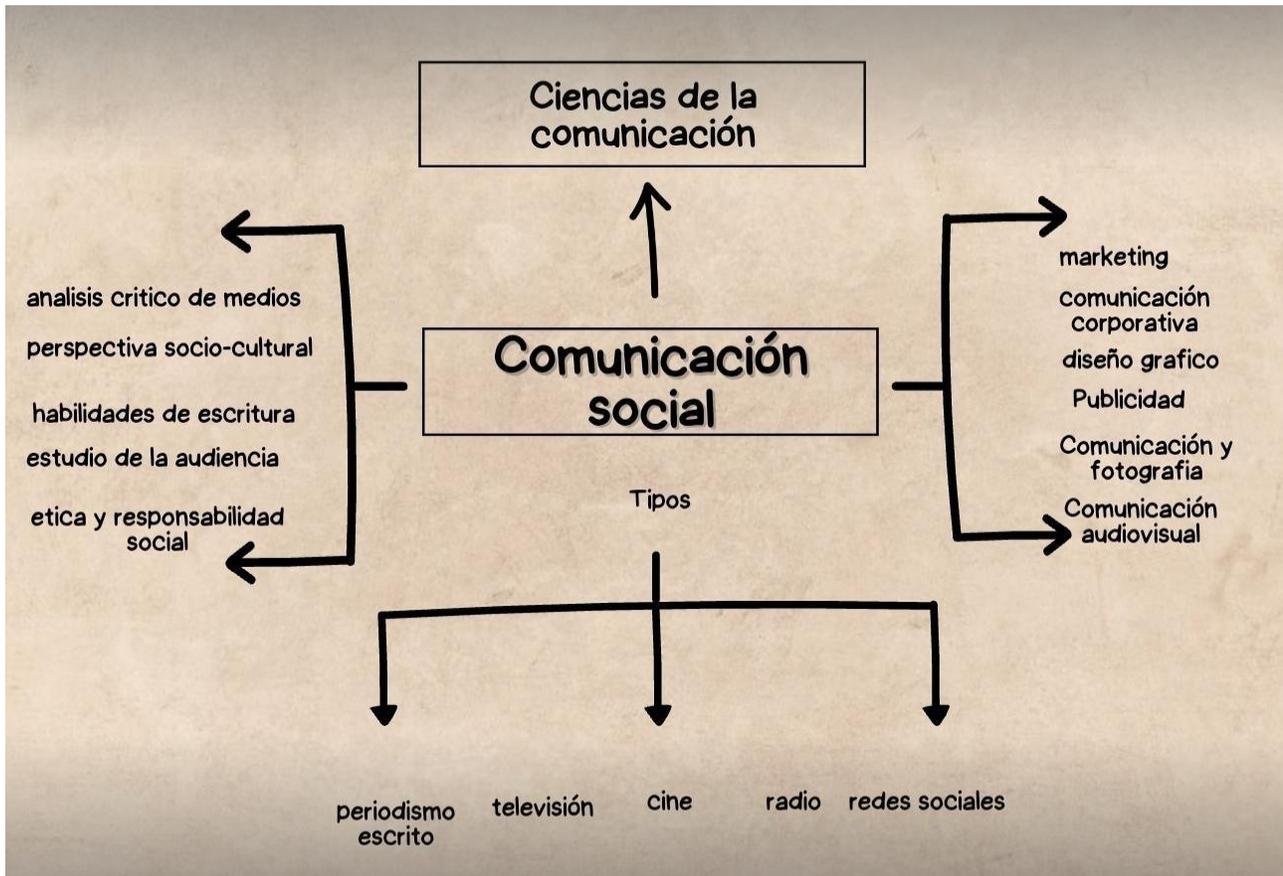
8. LECTURA DE LA REALIDAD

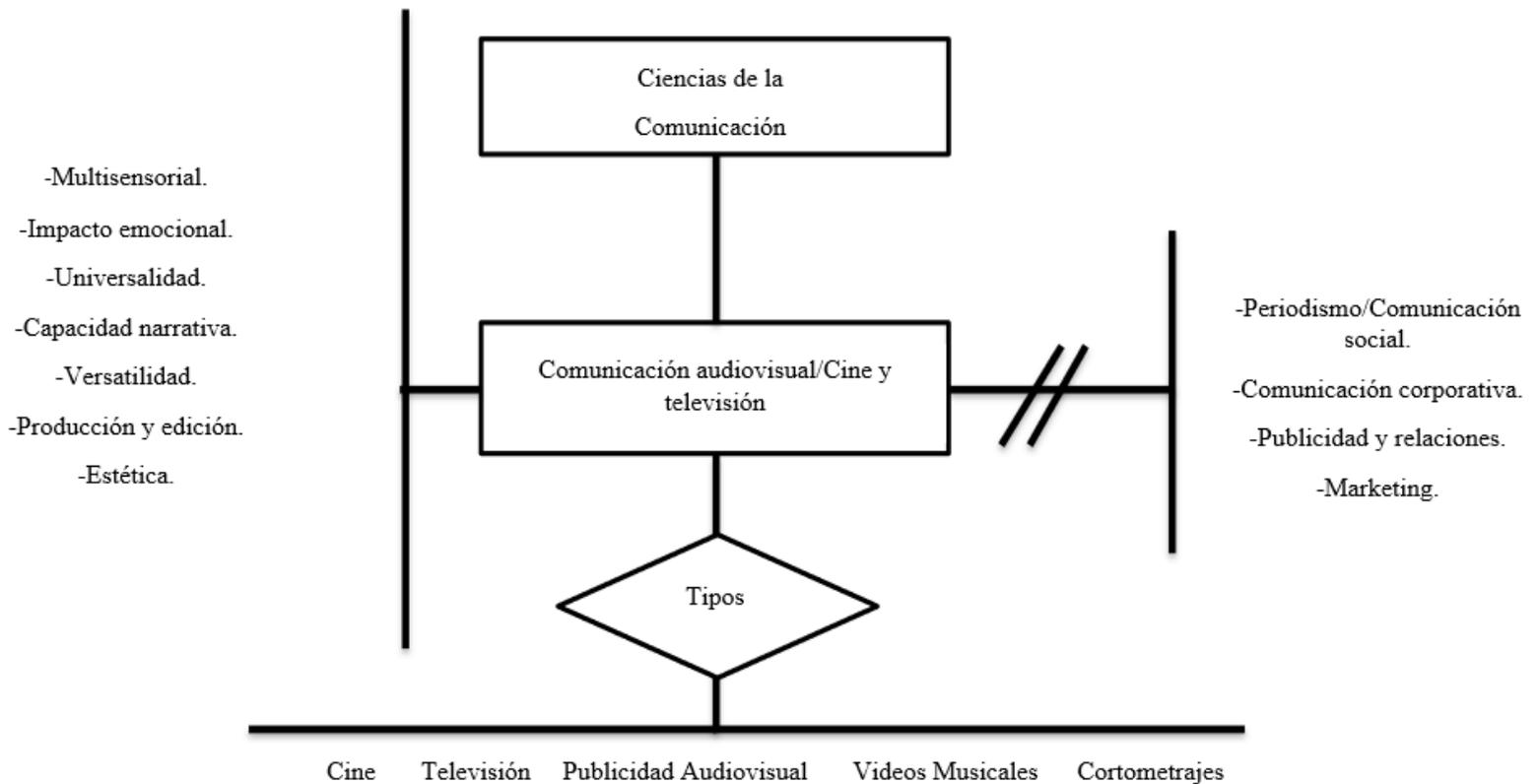
8.1 Matriz DOFA.



9. BATERÍA CONCEPTUAL.

9.1. Mentefacto Conceptual.





9.2 Entramado proposicional.

-Comunicación social:

P1: Las ciencias de la comunicación son un conjunto de disciplinas que estudian la comunicación humana y el cómo se transmite la información entre las personas.

P2: Marketing busca diseñar cosas que satisfagan las necesidades del consumidor, la comunicación social busca los medios para difundir información, aunque ambas son ciencias de la comunicación.

P3: La comunicación corporativa busca crear y difundir mensajes, pero a diferencia de la comunicación social, la primera busca el crecimiento de un negocio.

P4: Aunque el diseño gráfico es una ciencia de la comunicación, se centra más que nada en la creación de elementos, no tanto en su comunicación.

P5: La fotografía busca utilizar imágenes para captar audiencia y al tiempo transmitir un mensaje.

P6: En la comunicación social se busca transmitir cosas verdaderas y certezas, la publicidad busca solo informar sobre un producto.

P7: Comunicación audiovisual se centra más en la creación de herramientas para cine y televisión

P8: En comunicación social se aprende a analizar críticamente a los medios de comunicación y su influencia en las sociedades.

P9: En comunicación social se examina la perspectiva socio-cultural y su impacto en la manera de transmitir mensajes.

P10: En comunicación social se estudia cómo captar la atención de las audiencias y cómo estas reciben mensajes.

P11: En comunicación social son importantes las habilidades de escritura al momento de redactar noticias o incluso libretos.

P12: En comunicación social es importante la ética al momento de crear, modificar y transmitir un mensaje o noticia.

P13: El periodismo y la comunicación social buscan difundir noticias en pro de la sociedad.

P14: La tv es una rama de la comunicación social ya que es un medio de comunicación que hace posible la transmisión de mensajes.

P15: El cine es un medio de comunicación que nos ayuda a conocer nuestro entorno e incluso también el de otros.

P16: La radio es un medio de comunicación con mucha cobertura capaz de llegar a más público y que sea más diverso.

P17: Las redes sociales permiten una comunicación pública, rápida e inmediata.

-Comunicación audiovisual:

P1: Las ciencias de la comunicación son el estudio interdisciplinario de los procesos, medios y efectos de la comunicación en la sociedad.

P2: La comunicación audiovisual es la transmisión de información y mensajes a través de medios que combinan imágenes y sonidos, como el cine, la televisión y los medios digitales.

P3: El periodismo se enfoca en la recolección, redacción y distribución de noticias e información. Incluye el periodismo escrito, digital y radiodifusión.

P4: La comunicación corporativa involucra la gestión de la comunicación interna y externa de una empresa u organización, incluyendo estrategias de comunicación, relaciones con los empleados y comunicación de crisis.

P5: La publicidad se centra en la promoción de productos, servicios y la gestión de la imagen pública de organizaciones y personas.

P6: El marketing abarca una gama más amplia de actividades, incluyendo investigación de mercado, desarrollo de productos y estrategias de ventas.

P7: El cine es la producción de películas, tanto de ficción como documentales, es una forma importante de comunicación audiovisual. Involucra la narrativa visual y sonora para contar historias o presentar información.

P8: La televisión incluye programas de noticias, series de televisión, documentales, reality shows y otros contenidos que se transmiten a través de canales de televisión.

P9: La publicidad audiovisual son anuncios comerciales y promocionales que se emiten en televisión, internet, cines y otros medios, utilizando imágenes y sonido para atraer al público y vender productos o servicios.

P10: Videos musicales son aquellos que acompañan a canciones y se utilizan para promover la música y los artistas. Pueden ser altamente creativos y estilizados.

P11: Los cortometrajes son producciones audiovisuales de corta y larga duración que pueden presentarse en festivales, en línea o en otras plataformas.

P12: La comunicación audiovisual combina elementos visuales y auditivos, permitiendo una experiencia más rica y completa para el receptor. Esto facilita la transmisión de emociones e información de manera más efectiva.

P13: La comunicación audiovisual es la combinación de imágenes en movimiento, sonido, música y efectos especiales puede crear un fuerte impacto emocional en el espectador, influyendo en su percepción y comportamiento.

P14: La comunicación audiovisual contiene lenguaje audiovisual el cual es más universal que el lenguaje escrito, ya que las imágenes y los sonidos pueden ser comprendidos por personas de diferentes culturas y niveles de alfabetización.

P15: La comunicación audiovisual permite contar historias de manera dinámica y atractiva, utilizando técnicas cinematográficas como el montaje, la edición, los ángulos de cámara, y la dirección de arte para construir narrativas complejas.

P16: La comunicación audiovisual puede ser utilizada en una amplia variedad de contextos, desde la educación y el entretenimiento hasta la publicidad y la comunicación corporativa.

P17: La comunicación audiovisual es la creación de contenido audiovisual involucra procesos de producción y edición que permiten mejorar la calidad y la claridad del mensaje. Esto incluye el guion, la filmación, la edición, el sonido y los efectos visuales.

P18: En la comunicación audiovisual la calidad estética de los elementos visuales y sonoros juega un papel crucial en la comunicación audiovisual, ya que la presentación atractiva puede captar y mantener la atención del espectador.

9.3 Entrevista

-Comunicación social:

Entrevistada: Andrea Ramírez

Fecha: 5 de abril de 2024

El motivo de esta entrevista era averiguar más acerca de la carrera de comunicación social desde la perspectiva de alguien que la estudió y actualmente trabaja de eso, de esta manera se pudo ver las complicaciones y oportunidades de la carrera.

Teniendo en cuenta el objetivo mencionado previamente, se entrevistó a Andrea Ramírez una egresada de la universidad Sergio Arboleda en la carrera de comunicación social y periodismo que actualmente trabaja en el área de marketing digital.

A continuación, se narrará cómo ocurrió la entrevista y las respuestas de la persona entrevistada.

Primero preguntamos a la persona entrevistada sobre que la llevó a estudiar este pregrado, nos contó sobre su pasión por la investigación y sobre sus deseos por influir en la sociedad a través de la comunicación, cuando investigó acerca de la carrera, pensó que sus habilidades podrían ser aptas para esta.

Posteriormente quisimos indagar acerca de las salidas laborales de la carrera, la entrevistada habló de que las salidas laborales en Comunicación Social son varias, principalmente las áreas de la televisión, radio, comunicación corporativa, producción audiovisual y marketing digital. Actualmente, se encuentra enfocada en el campo del marketing digital.

A continuación, preguntamos sobre las amenazas y oportunidades que presenta el mundo de la comunicación social, nos comentó sobre la manipulación de la información como una amenaza, hablándonos de que aceptar cualquier información no es correcto. En cuanto a las oportunidades resaltó la amplitud del campo y las oportunidades que ofrece en términos de diversidad de enfoques y en las oportunidades laborales que tiene.

Hablamos acerca de la relevancia del mundo en la sociedad actual, considera que la comunicación social es fundamental ya que influye en la opinión pública y permite el intercambio de información a nivel global, contribuyendo así a la formación de una sociedad informada y participativa.

Le preguntamos qué creería que pasaría si el pre grado desapareciera y la persona entrevistada opinó que la desaparición de la carrera significa la pérdida de personas capacitadas para investigar y difundir información no manipulada y real, lo que podría afectar la calidad de lo que llega a la sociedad y todo sería aún más manipulado.

Nos indicó también sobre las habilidades que son importantes para la carrera, destacó la importancia de aptitudes como la escritura creativa y la capacidad de investigación, que le ayudaron mucho al momento de estudiar. Habló sobre la educación que recibió en la escuela y las capacidades tanto investigativas como de escritura que le ayudaron en la universidad.

Nos interesaba saber la dificultad que había al tratar de encontrar trabajo y nos comentó sobre la competencia en el mercado laboral de la comunicación social debido a la saturación en el mercado y la cantidad de gente que estudia esta carrera, pero también señaló que la dificultad para encontrar trabajo puede variar según la especialización y las oportunidades disponibles en el campo laboral específico, ya que son más solicitados algunos campos que otros.

En resumen, la entrevista nos proporcionó una amplia vista del pregrado en sí y de sus oportunidades a futuro por lo que en este caso me motivó más a estudiar la carrera, ya que me considero capaz de estudiar esta, considero que tengo las capacidades y veo que puedo tener un futuro en este campo.

9.4 Estado del arte

LIBROS COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL:

Título: "*Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano*" (Understanding Media: The Extensions of Man)

Autor: Marshall McLuhan

Publicación original: 1964

Descargado en PDF.

Marshall McLuhan fue un académico, filósofo y profesor canadiense. Es conocido más que todo por sus estudios sobre los medios de comunicación y su impacto en la sociedad. McLuhan introdujo conceptos que se han vuelto fundamentales en la teoría de los medios, como "el medio es el mensaje" y "aldea global".

La crítica interna del libro se enfoca más en las innovaciones conceptuales que nos da el autor, como sus desafíos en términos de accesibilidad y estructura. El autor introduce ideas que pueden ser

revolucionarias como "el medio es el mensaje" y las "extensiones del ser humano", ofreciendo una visión integral y global del impacto de los medios de comunicación en la sociedad.

El autor usa la capacidad para interconectar diversos medios y fenómenos culturales, y proporciona una perspectiva única que ha influido profundamente en los estudios de comunicación. Además, su enfoque se basa en observaciones generales que, en datos concretos, y su organización no sigue una estructura tradicional, lo que puede parecer desorganizado y desconectado.

El estilo provocador y poético, que logra captar la atención y ayuda a estimular el pensamiento crítico, puede ser visto tanto como un atractivo distintivo como una barrera para la comprensión.

La crítica externa del libro se centra en cómo el libro se conoce por su visión pionera y la capacidad para anticipar el impacto de futuros medios de comunicación, como lo son el Internet. El autor ha sido reconocido por su capacidad de pensar de manera innovadora y por introducir conceptos fundamentales en la teoría de los medios, lo que ha influido profundamente en los estudios de comunicación y cultura. Su idea de la "aldea global" predijo acertadamente la interconexión del mundo a través de la tecnología de la comunicación. Las personas, académicas y profesionales de los medios han encontrado que en McLuhan una fuente invaluable de ideas para comprender la transformación de la sociedad bajo la influencia de los medios.

Sin embargo, ha sido objeto de críticas por parte de algunos académicos que consideran que su enfoque es demasiado determinista y sobreestima la influencia de los medios en comparación con otros factores sociales, económicos y políticos. Críticos argumentan que su estilo, aunque provocador, a veces carece de claridad y rigor académico, lo que puede llevar a interpretaciones erróneas o superficiales de sus conceptos. Además, algunos han señalado que sus observaciones, aunque brillantes, carecen de un respaldo empírico, lo que disminuye su validez científica.

La idea principal del libro es que los medios de comunicación no son solo canales pasivos para el contenido que transmiten, sino que son, en sí mismos, poderosos agentes de cambio que influyen profundamente en la sociedad y en la manera en que los individuos piensan, perciben y se relacionan con el mundo. El autor encierra la idea con la frase "el medio es el mensaje", sugiriendo que las características y la naturaleza de un medio (por ejemplo, la televisión, la radio, la prensa) afectan más a la sociedad que el contenido específico que transmiten. Según McLuhan, los medios son extensiones de

las capacidades humanas y cada nuevo medio transforma la experiencia humana y las estructuras sociales de manera significativa.

El desarrollo del libro se estructura en dos partes principales: la primera introduce conceptos clave como "el medio es el mensaje" y la idea de los medios como extensiones de las capacidades humanas, diferenciando entre medios calientes y fríos y explorando cómo estos modifican la percepción y la organización social. La segunda parte analiza una variedad de medios específicos, desde la televisión y la radio hasta la prensa y la computadora, así como medios menos convencionales como la ropa y el dinero, describiendo sus características e impactos culturales y sociales. El autor concluye con reflexiones sobre el futuro de los medios, anticipando la llegada de la "aldea global" y su capacidad para transformar la comunicación y la estructura social.

El autor destaca que los medios son fuerzas activas que transforman la experiencia humana al actuar como extensiones de nuestras capacidades, influyendo en la percepción y la organización social más que el propio contenido que transmiten, encapsulado en su famosa frase "el medio es el mensaje." El autor anticipa la creación de una "aldea global" donde las tecnologías de comunicación eliminan barreras de tiempo y espacio, conectando a las personas instantáneamente y transformando culturas, aunque también plantea desafíos sobre la homogeneización cultural. Subraya la importancia de comprender los medios para adaptarse a los cambios sociales y culturales que provocan, instando a una mayor conciencia crítica sobre su impacto.

-Título: *Tú habla, que yo te leo: Las claves de la comunicación no verbal*

-Autor: José Luis Martín Ovejero

-Año: 2016

José Luis Martín Ovejero, es experto en comunicación no verbal, utiliza un estilo claro y accesible para desglosar los aspectos fundamentales de la comunicación no verbal. El autor recurre a ejemplos cotidianos y estudios científicos para explicar cómo los gestos, las posturas y las expresiones faciales influyen en la percepción y la interacción humana. El libro es práctico y didáctico, con ejercicios y consejos aplicables en diversas situaciones, desde entrevistas laborales hasta relaciones personales.

El libro ha sido bien recibido por críticos y lectores, quienes elogian su enfoque práctico y la capacidad del autor para traducir conceptos teóricos en herramientas utilizables. Sin embargo, algunos críticos señalan que podría haber profundizado más en ciertos temas y que algunas secciones son demasiado básicas para lectores con conocimientos previos en comunicación no verbal. Aun así, la obra se considera una introducción valiosa para aquellos que buscan mejorar sus habilidades comunicativas.

El libro se estructura en capítulos que abordan diferentes aspectos de la comunicación no verbal. Comienza con una introducción a la importancia de la comunicación no verbal, seguida de secciones que explican cómo interpretar y utilizar el lenguaje corporal, las expresiones faciales y el contacto visual. Martín Ovejero también dedica capítulos a la congruencia entre comunicación verbal y no verbal, y cómo detectar mentiras y verdades a través de señales no verbales.

La idea principal del libro es destacar la importancia de la comunicación no verbal en nuestras interacciones diarias y proporcionar herramientas prácticas para interpretar y utilizar el lenguaje corporal de manera efectiva. Martín Ovejero argumenta que la comunicación no verbal puede influir significativamente en la percepción que los demás tienen de nosotros y en nuestra capacidad para comunicar de manera efectiva.

"Tú habla, que yo te leo: Las claves de la comunicación no verbal" de José Luis Martín Ovejero es una guía práctica y accesible para comprender y mejorar la comunicación no verbal. A través de ejemplos claros y consejos prácticos, el autor muestra cómo el lenguaje corporal puede complementar y a veces contradecir nuestras palabras. El libro es una herramienta valiosa tanto para profesionales como para cualquier persona interesada en mejorar sus habilidades comunicativas y comprender mejor a los

LIBROS COMUNICACIÓN SOCIAL:

Título del libro: *Saussure y los fundamentos de la lingüística*

Autor: Ferdinand de Saussure

Editorial: Centro Editor de América Latina

Año de publicación: 1976

El libro "Saussure y los fundamentos de la lingüística" es un texto que explora el cómo funciona la lengua y nos habla del estudio de los signos. El autor nos muestra la lingüística como parte de la ciencia general que estudia los signos, lo que él llamó Semiología. Nos explica conceptos clave como el signo lingüístico, las dicotomías lingüísticas y la diferencia entre lengua y habla.

Saussure analiza cómo funciona el lenguaje a través de dos perspectivas diferentes y opuestas: la sincronía y la diacronía, explorando su estructura desde estas perspectivas y mostrando su complejidad.

El texto hace un análisis profundo de la estructura del lenguaje y su influencia en la comunicación humana, nos muestra como una de las cosas más complejas de nuestro diario vivir es nuestro lenguaje y nos muestra que es algo más complejo que simples palabras.

Saussure nos habla de que el signo lingüístico consta de dos partes: el significante, que es la forma física, y el significado, una idea o concepto asociado con el significante.

La sincronía, que es el estudio de un sistema lingüístico en un punto específico, es crucial para comprender la estructura de la lengua. Saussure dijo que el objetivo de la filología es estudiar las relaciones en un sistema.

La diacronía, es decir, los estudios del desarrollo lingüístico en toda su historia, también es relevante. Sin embargo, Saussure creía que la sincronía era más útil para comprender la lengua como tal.

El autor nos habla sobre el concepto de oposición binaria, una situación donde todos los elementos lingüísticos se distinguen o definen en términos de cuáles no son. Por ejemplo, se puede decir alto-no alto.

En el libro, Saussure nos habla de diferentes conceptos que nos explica mediante ejemplos y que están estrictamente relacionados con el lenguaje, buscando explicar y mostrar lo extenso y complejo que es nuestro lenguaje en realidad.

El autor Saussure hizo importantes contribuciones al estudio del lenguaje, por algo es llamado el "padre de la lingüística" en este texto logró reconocer y exponer diferentes conceptos que usamos diariamente

sin darnos cuenta, pero que influyen en cómo vivimos, en cómo nos comunicamos y en cómo entendemos nuestro mundo.

Mediante este libro nos permitió agrandar nuestro vocabulario, además de conocer nuevos conceptos que son de gran ayuda para el proyecto y además nos ayudó a darnos cuenta de lo complejo que es el lenguaje, más allá de lo que nosotros vemos y hacemos normalmente.

10 . PROYECTOS ANTERIORES.

Primero pudimos ver la proyectografía de *Navegandes* (Belarcazar, 2019) dirigido por la egresada Paula Belalcázar en el año 2019 en este proyecto solo se subían algunas frases en las redes sociales. Luego en 2022 el primer *publicreandino* (Giraldo, 2022) dirigido por Julián Giraldo y Laura Torres, el cual empezó creando el logotipo y dándole fuerza el proyecto. Luego de estos dos nadie retomó el proyecto hasta este año (2024) dirigido por Sofía Hernández y Janis Quintero.

11. PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA.

Marzo

MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN
				1	2	3
4	5	6	7	8 Publicación Día de la mujer.	9	10
11 Video prometeo Micología	12 Publicación relatografía	13	14	15	16 Video laboratorio 4to	17
18	19 Publicación día del hombre	20	21 Video salida octavo	22 Publicación día del agua	23 Video salida Jaime Duque	24
25	26	27 Publicación día del teatro	28	29	30	31

Abril

MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN
1	2	3 Publicación actividad concejo de padres	4	5	6	7
8	9	10	11 Video trailer podcast ingles	12	13	14
15 Publicación día del Arte	16	17	18	19	20	21
22 Publicación día de la tierra	23 Publicación día del idioma	24	25 Video diversificación ciencias de la salud. Video biblioteca a móvil	26	27	28
29 Publicación taller de padres segundo y tercero	30 Video TECA Prekinde r y Kinder					

Mayo

MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN
		1 Publicación TECA Séptimo. Publicación TECA Transición	2 Publicación TECA Quinto	3 Video TECA Séptimo	4 Publicación TECA Décimo	5
6 Video TECA Primero. Publicación TECA Tercero	7 Publicación TECA Primero	8 Publicación TECA Transición	9	10 Publicación Circo de los sueños	11 Video convocatoria reto Booktube	12 Publicación día de la madre
13 Video día del profesor	14	15	16	17 Video reto Booktube	18 Video día del reciclaje	19
20 Videos reto Booktube	21 Publicación día de la Afrocolombianidad	22 Publicación intercollegiados	23	24 Publicación día de las humanidades	25 Video conversatorio día de las humanidades	26 Publicación taller día de las humanidades
27	28	29	30	31		

Junio

MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN
					1	2
3	4	5 Publicación intercolegios	6	7 Video trailer obra sexto	8	9
10	11	12	13	14 Publicación conversatorio egresados	15	16
17	18	19	20	21	22 Video festival FELICE	23
24	25 Publicación Open house	26	27	28	29	30

Julio

MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20 Carrousel sobre el 20 de Julio	21
22	23	24	25	26	27	28
29 Publicación Open House	30	31				

Agosto

MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN
			1	2	3	4
5	6	7 Publicación celebración Batalla de Boyacá	8	9 Video 6 razones por las que somos el mejor colegio.	10 Publicación bienvenida Canadá.	11
12	13	14	15	16	17 Video día de la familia.	18
19	20	21	22	23	24	25
26 Video pijamentos segundos.	27 Carrousel salida pedagógica a quinto.	28	29	30	31	

Septiembre

MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN
						1
2	3 Publicación día C	4	5	6 Publicación día de los abuelos	7	8
9	10 Publicación prevención suicidio	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20 Video sobre prometeo	21	22
23 Reportaje fundación perritos	24	25	26 Video feria de salud integral	27	28	29

12. DIARIO DE CAMPO Y EXPERIENCIA.

Publicación: Día de la mujer (Películas que hablan sobre empoderamiento femenino)

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PROPÓSITOS PERSEGUIDOS	RESPUESTA POBLACIONAL	ASPECTOS A MEJORAR
En un carrusel de 4 imágenes se incentivó y se conmemoró de manera creativa a las mujeres o chicas del colegio a que miraran 3 películas que hablan sobre la mujer.	Observar cuánto enganche tuvo la primera publicación del proyecto y demostrar que películas hablan sobre las mujeres.	Esta publicación tuvo un total de 50 Likes en Instagram.	Fue una publicación que salió con errores en la imagen, así que hay que tener cuidado.

Publicación: Día del hombre (Profesores del colegio)

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PROPÓSITOS PERSEGUIDOS	RESPUESTA POBLACIONAL	ASPECTOS A MEJORAR
Carrusel de 3 imágenes donde se conmemoró y se felicitó a los profesores hombres por su día, dándoles un detalle.	Mostrarle a la comunidad como el colegio, felicito a los profesores por su día.	Esta publicación obtuvo 61 Likes en Instagram.	Faltó poner un mensaje de agradecimiento.

Publicación: Día del teatro (obras que se han hecho en los últimos años)

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PROPÓSITOS PERSEGUIDOS	RESPUESTA POBLACIONAL	ASPECTOS A MEJORAR
Carrousel con 8 imágenes que contienen fotos sobre las últimas obras hechas en el colegio.	Mostrar y volver a recordar algunas obras del colegio en celebración del día del teatro.	Esta publicación obtuvo 81 Likes en Instagram.	Posiblemente fue más creativo poner videos también.

Publicación: Video Prometeo Micología

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PROPÓSITOS PERSEGUIDOS	RESPUESTA POBLACIONAL	ASPECTOS A MEJORAR
Video donde participaron los estudiantes del Prometeo de Micología y realizaron un laboratorio sobre inoculación de bacterias.	Aprender y enseñar sobre lo que es la inoculación de bacterias.	Esta publicación obtuvo 24 Likes y 964 Reproducciones en Instagram.	Mostrar quien acompañó la actividad.

Publicación: Video salida parque Jaime Duque (Ciclo uno, Primero y Quinto)

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PROPÓSITOS PERSEGUIDOS	RESPUESTA POBLACIONAL	ASPECTOS A MEJORAR
-----------------------------	------------------------	-----------------------	--------------------

Video sobre la salida que se realizó al parque con los estudiantes donde aprendieron y se divirtieron.	Mostrarle a la comunidad la salida pedagógica.	Esta publicación obtuvo 46 Likes y 1,074 Reproducciones.	No hay que mejorar.
--	--	--	---------------------

Publicación: Collage actividad consejo de padres (Día de la mujer)

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PROPÓSITOS PERSEGUIDOS	RESPUESTA POBLACIONAL	ASPECTOS A MEJORAR
Collage de fotos sobre la actividad de entrega de detalles que realizó el consejo de padres a las niñas del colegio.	Reconocer la actividad que realizó el consejo de padres.	Esta publicación obtuvo 35 Likes .	Falto poner más contenido como videos, la ortografía hay que revisarla mejor.

Publicación: Día del Arte.

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PROPÓSITOS PERSEGUIDOS	RESPUESTA POBLACIONAL	ASPECTOS A MEJORAR
Carrusel con 7 imágenes donde se muestran algunos pintores de arte reconocidos y sus pinturas también.	Reconocer y mostrarle a la comunidad a algunos pintores con sus obras en	Esta publicación obtuvo 39 Likes.	No hay que mejorar.

	conmemoración del Día del arte.		
--	------------------------------------	--	--

Publicación: Taller de padres (Segundo y Tercero)

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PROPÓSITOS PERSEGUIDOS	RESPUESTA POBLACIONAL	ASPECTOS A MEJORAR
Carrusel con 7 imágenes donde dio a conocer como fue la actividad para padres e hijos que se realizó.	Mostrar la actividad realizada tanto para la comunidad, pero sobre todo a otros padres.	Esta publicación obtuvo 34 Likes.	Se hubiera podido poner videos donde los padres dieran su opinión sobre la actividad.

Publicación: Video tráiler podcast inglés.

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PROPÓSITOS PERSEGUIDOS	RESPUESTA POBLACIONAL	ASPECTOS A MEJORAR
Video donde se da a conocer el nuevo proyecto mostrando algunas ideas y clips de lo que va a tratar el podcast.	Darle a conocer a la comunidad el nuevo proyecto de podcast en inglés.	Esta publicación obtuvo 58 Likes, 1,569 reproducciones y 1 Comentario.	Mejorar la edición.

Publicación: Video TECA (Prekínder y Kínder)

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PROPÓSITOS PERSEGUIDOS	RESPUESTA POBLACIONAL	ASPECTOS A MEJORAR
Video sobre TECA de música con los niños de Prekínder y Kínder donde se mostros la habilidad que están desarrollando.	Iniciar la semana de publicaciones sobre TECAS.	Esta publicación tuvo 31 Likes y 944 Reproducciones.	No hay que mejorar.

Publicación TECA sociales y pensamiento (grado séptimo)

DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	PROPÓSITOS PERSEGUIDOS	RESPUESTA POBLACIONAL	ASPECTOS A MEJORAR
Carrusel de fotos mostrando como se realizó este TECA	Mostrar cómo se realizó este TECA, y a la vez mostrar cómo se realizan estos	Tuvo 28 likes	La calidad de las imágenes

Publicación: Circo de los sueños

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PROPÓSITOS PERSEGUIDOS	RESPUESTA POBLACIONAL	ASPECTOS A MEJORAR
-----------------------------	------------------------	-----------------------	--------------------

Carrusel de fotos mostrando algunas cosas que pudimos ver en el circo	Mostrar las cosas que se vieron en el circo de los sueños que trajo la personería de cota al colegio	Tuvo 64 likes	No hay que mejorar
---	--	---------------	--------------------

Publicación: Intercolegiados 2024

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PROPÓSITOS PERSEGUIDOS	RESPUESTA POBLACIONAL	ASPECTOS A MEJORAR
Collage de fotos mostrando algunos de los equipos que nos iban a representar en los Intercolegiados 2024	Visibilizar la participación del liceo en unos Intercolegiados después de muchos años	Tuvo un total de 67 likes	Las fotos que se pudieron en la publicación no cubrían todos los equipos, además de la letra en la publicación, no era fácil de leer

Publicación: TECA who? (grado séptimo)

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PROPÓSITOS PERSEGUIDOS	RESPUESTA POBLACIONAL	ASPECTOS A MEJORAR
Video mostrando un TECA de inglés realizado por grado séptimo	Mostrar a las familias un ejemplo de cómo se hacen los TECAS	Tuvo 23 likes y 906 reproducciones	La calidad del video

Publicación: Día de las Humanidades

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PROPÓSITOS PERSEGUIDOS	RESPUESTA POBLACIONAL	ASPECTOS A MEJORAR
Video mostrando una parte del día de las Humanidades, específicamente el conversatorio con escritoras colombianas	Mostrar a las familias un poco del día de las Humanidades	Tuvo 27 likes y 1,045 reproducciones	No hay que mejorar

Publicación: Resultados Intercolegiados 2024

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PROPÓSITOS PERSEGUIDOS	RESPUESTA POBLACIONAL	ASPECTOS A MEJORAR
Collage de fotos con los equipos que nos representaron en los Intercolegiados y los premios que ganaron	Visibilizar lo que los equipos del colegio ganaron, mostrando que quedaron en tercer y cuarto lugar	Tuvo 78 likes	No hay que mejorar

Publicación: Conversatorio con egresados

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PROPÓSITOS PERSEGUIDOS	RESPUESTA POBLACIONAL	ASPECTOS A MEJORAR
Collage de fotos de un conversatorio	Mostrar como los egresados	Tuvo 37 likes	La posición del logo del proyecto y su

entre ciclo 5 y egresados del colegio	aconsejaron a los estudiantes de ciclo 5		tamaño
---------------------------------------	--	--	--------

Publicación: Obra la diestra de Dios padre

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PROPÓSITOS PERSEGUIDOS	RESPUESTA POBLACIONAL	ASPECTOS A MEJORAR
Video de 2 estudiantes de grado 6 mostrando un poco de la obra, donde y cuando se realizará	Promocionar la obra de 6a y 6b para que más personas la vieran	Tuvo 53 likes y 1,632 Reproducciones	No hay que mejorar

Publicación: Festival liceoandino de creación y expresión (FELICE)

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PROPÓSITOS PERSEGUIDOS	RESPUESTA POBLACIONAL	ASPECTOS A MEJORAR
Video mostrando los talentos y actividades que se presentaron en el día de FELICE	Mostrar a los padres de familia lo que se realizó este día y su importancia	Tuvo 40 likes y 937 Reproducciones	No hay que mejorar

Publicación: 20 de Julio

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PROPÓSITOS PERSEGUIDOS	RESPUESTA POBLACIONAL	ASPECTOS A MEJORAR
Publicación tipo carrusel sobre la celebración del 20 de julio. 6 datos que no sabías de esta fecha.	Mostrar a la comunidad datos que de pronto no sabían sobre esta fecha.	Tuvo 40 likes.	Pudo ser más interactivo al hacerlo video

Publicación: 7 de agosto

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PROPÓSITOS PERSEGUIDOS	RESPUESTA POBLACIONAL	ASPECTOS A MEJORAR
Publicación sobre el 7 de agosto mostrando un mensaje.	Demostrar que el 7 de agosto no es solo celebración si no también, conmemoración.	Tuvo 32 likes	No hay que mejorar

Publicación: Llegada estudiante de Canadá

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PROPÓSITOS PERSEGUIDOS	RESPUESTA POBLACIONAL	ASPECTOS A MEJORAR
Publicación tipo collage, sobre la llegada de los estudiantes que fueron al	Informar a la comunidad la llegada de los estudiantes del campamento	Tuvo 99 likes.	Pudo ser un video mostrando más a fondo lo que hicieron en Canadá y las opiniones

campamento en Canadá			
----------------------	--	--	--

Publicación: Salida pedagógica grado quinto

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PROPÓSITOS PERSEGUIDOS	RESPUESTA POBLACIONAL	ASPECTOS A MEJORAR
Publicación tipo carrusel sobre la salida pedagógica de grado quinto	Mostrar fotos sobre la salida de los estudiantes	Tuvo 55 likes	Se pudo complementar las imágenes con texto sobre la actividad

Publicación: PEI

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PROPÓSITOS PERSEGUIDOS	RESPUESTA POBLACIONAL	ASPECTOS A MEJORAR
Video corto promocional sobre el PEI	Mostrar a personas de afuera del colegio 6 razones por las que somos el mejor colegio	Tuvo 71 likes y 1,561 reproducciones	No hay que mejorar

Publicación: Regreso de pijamento

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PROPÓSITOS PERSEGUIDOS	RESPUESTA POBLACIONAL	ASPECTOS A MEJORAR
Video sobre el pijamento que se	Mostrar el regreso de los pijamentos al	Tuvo 38 likes y 948 reproducciones	Algunas fotos tienen baja calidad

realizó con grado segundo	colegio		
---------------------------	---------	--	--

Publicación: Día “c” calidad educativa

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PROPÓSITOS PERSEGUIDOS	RESPUESTA POBLACIONAL	ASPECTOS A MEJORAR
Carrusel sobre la realización del día C en el colegio	Mostrar a la comunidad la participación en el día C	Tuvo 51 likes	No hay que mejorar

Publicación: Día de los abuelos

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PROPÓSITOS PERSEGUIDOS	RESPUESTA POBLACIONAL	ASPECTOS A MEJORAR
Carrusel mostrando lo que fue el día de los abuelos en la institución	Mostrar algunos momentos de la celebración del día de los abuelos	Tuvo 56 likes	Hubiera sido buena manera hacer un reportaje sobre esto

Publicación: Prevención del suicidio

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PROPÓSITOS PERSEGUIDOS	RESPUESTA POBLACIONAL	ASPECTOS A MEJORAR

Carrusel sobre el día de prevención del suicidio	Hablar sobre temas como lo son el suicidio y su prevención	Tuvo 49 likes	La publicación tuvo diseños diferentes
--	--	---------------	--

Publicación: Video sobre Prometeo

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PROPÓSITOS PERSEGUIDOS	RESPUESTA POBLACIONAL	ASPECTOS A MEJORAR
Video sobre lo que es Prometeo y que hace el colegio en este espacio	Mostrar mediante un video lo que es Prometeo y para qué sirve este espacio	Tuvo 51 likes y 910 reproducciones	Algunas fotos tienen baja calidad

Publicación: Video sobre visita de la secretaria de salud

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PROPÓSITOS PERSEGUIDOS	RESPUESTA POBLACIONAL	ASPECTOS A MEJORAR
Video sobre la visita de la secretaria de salud del municipio al colegio	Mostrar la feria de salud integral que realizó la secretaria de salud	Tuvo 20 likes y 723 reproducciones	Edición y creatividad

13. ANÁLISIS DE DATOS.

Con este apartado, buscamos analizar y comparar los datos del año 2023 y del año 2024, donde se compara la publicación de inicio y fin de mes, además de los likes que tuvieron. Este análisis de datos lo realizamos con el fin de comparar la visualización de las redes en 2023 y 2024, para así poder

observar si en realidad hubo un cambio en las redes del colegio o si realmente no se pudo visualizar un cambio del todo.

Año 2023

MES	PUBLICACIÓN INICIO DE MES	PUBLICACIÓN FINAL DE MES
Marzo	Carrusel actividad sobre ciberseguridad, tuvo 55 likes	Video sobre cumpleaños del rector, tuvo 79 likes

MES	PUBLICACIÓN DE INICIO DE MES	PUBLICACIÓN DE FIN DE MES
Abril	Carrousel de fotos actividad sensorial para niños de kínder, tuvo 52	Carrousel de fotos actividad día del niño con mochuelos, tuvo 63 likes

MES	PUBLICACIÓN DE INICIO DE MES	PUBLICACIÓN DE FIN DE MES
Mayo	Fotos TECA de grado segundo, tuvo 55 likes	Video promocional de la obra Footloose, tuvo 59 likes

MES	PUBLICACIÓN DE INICIO DE MES	PUBLICACIÓN DE FIN DE MES
Junio	Póster promocional obra	Video de familias liceo

	Footloose, tuvo 54 likes	andinas, tuvo 65 likes
--	--------------------------	------------------------

MES	PUBLICACIÓN DE INICIO DE MES	PUBLICACIÓN DE FIN DE MES
Julio	Foto conversatorio online para padres, tuvo 22 likes	Carrousel de fotos niños de transición en corporeidad, tuvo 42 likes

MES	PUBLICACIÓN INICIO DE MES	PUBLICACIÓN FINAL DE MES
Agosto	Video acerca de la dimensión humana que busca el colegio, tuvo 48 likes	Fotos taller sobre violencia escolar, tuvo 48 likes

MES	PUBLICACIÓN INICIO DE MES	PUBLICACIÓN FINAL DE MES
-----	---------------------------	--------------------------

Septiembre	Fotos niños de kínder, un día donde se convirtieron en panaderos, tuvo 42 likes	Fotos acerca de un teca del área de matemáticas 41 likes
------------	---	--

Año 2024

MES	PUBLICACIÓN DE INICIO DE MES	PUBLICACIÓN DE FIN DE
Marzo	Conmemoración día de la mujer, tuvo 50 likes	Foto conmemorativa día del teatro, tuvo 81 likes

MES	PUBLICACIÓN DE INICIO DE MES	PUBLICACIÓN DE FIN DE MES
Abril	Actividad consejo de padres por el 8 de marzo, tuvo 35 likes	Taller de padres segundo y tercero, tuvo 34 likes

MES	PUBLICACIÓN DE INICIO DE MES	PUBLICACIÓN DE FIN DE MES
Mayo	TECA séptimo, tuvo 28 likes	Collage Intercolegiados

		2024, tuvo 67 likes
--	--	---------------------

MES	PUBLICACIÓN INICIO DE MES	PUBLICACIÓN FIN DE MES
Junio	Collage resultado Inter colegiados, tuvo 78 likes	Collage de conversatorio con egresados, tuvo 37 likes

MES	PUBLICACIÓN DEL MES
Julio	Dia de la independencia, tuvo 42 likes

MES	PUBLICACIÓN INICIO DE MES	PUBLICACIÓN FINAL DE MES
Agosto	Publicación acerca de la batalla de Boyacá, tuvo 32 likes	Fotos, salida pedagógica grado quinto, tuvo 55 likes

MES	PUBLICACIÓN INICIO DE MES	PUBLICACIÓN FINAL DE MES

Septiembre	Publicación acerca del día c 51 likes	Información acerca del mes contra la prevención del suicidio, tuvo 49 likes
------------	--	---

14. BALANCE GENERAL Y CONCLUSIONES.

14.1 Ganancias.

En nuestro proyecto logramos que se hiciera mayor uso de las historias de Instagram, lo que permite mayor visualización e interés tanto en las personas que ya pertenecen a la institución, como a personas nuevas interesadas. Además, el proyecto de Publicreandino logró que profesores y estudiantes se interesarán en aparecer en videos y publicaciones para las redes, estaban felices y dispuestos a ayudar con su aparición en las publicaciones.

Otra gran ganancia fue que logramos realizar y mostrar retos y actividades hechos por nosotras generando más interés en las redes.

Por último, nuestro proyecto permitió que tuviéramos una ganancia intelectual permitiendo que realizáramos contenido y supiéramos como interesar más a las personas para que conozcan el proyecto educativo.

14.2 Fallas.

En las fallas de Publicreandino pudimos divisar que la falta de un equipo especializado únicamente en las redes del colegio, no permite una actualización constante lo que no es de gran ayuda para las visualizaciones.

Además, no se logró que se viera una uniformidad en las redes, cosa que otras instituciones tienen, con esto nos referimos a tener una paleta de colores o un solo de tipo de letra que permitiera un reconocimiento más fácil de la institución.

Otra falla que pudimos reconocer fue la falta de disponibilidad que teníamos al momento de cubrir algún evento, muchas veces no nos era posible hacer una publicación de algo que ocurrió en el colegio, por la falta de tiempo disponible que teníamos, tanto para cubrir como la actividad como para realizar la publicación.

14.3 Avances.

Desde inicio de año se implementó la estrategia de crear cronogramas para saber qué eventos importantes se realizaban en el colegio y de esa forma poder cubrir correctamente la actividad o el evento. Fue un proyecto muy fructífero y se hacían publicaciones muy seguidas.

Igualmente, progresivamente se lograron implementar las historias de la aplicación de Instagram para captar más fácil la atención de las personas. Así mismo se realizaron videos promocionales para el colegio enfocándonos en la parte de marketing de la institución.

14.4 Conclusiones.

El proyecto de Publicreandino, logró mantener informados a los padres de familia sobre las actividades que realizan sus hijos en la institución, asegurándose de que la institución es la correcta para sus hijos.

Pudimos ver que el contenido que debía destacar para generar mayor interés en las actividades del L.D.L.A eran más que nada videos y carruseles de fotos donde se muestre como se realiza la actividad y lo que quiere lograr, de esta manera las personas En redes se enteraban y se interesaban por lo que ocurría en la institución.

Realmente desde un inicio los estudiantes y profesores mostraban una gran emoción y disposición al momento de pedirles su ayuda para aparecer en un video informativo para las redes del colegio, muchas veces los estudiantes se ofrecían voluntariamente para aparecer en estas publicaciones e incluso se mostraban motivados para grabar estos videos, los profesores igualmente estaban dispuestos a realizar las grabaciones.

La manera que encontramos de hacer publicaciones más llamativas fue poniendo fotos de los estudiantes, de esta manera había más participación de parte de los padres, ya que estos les daban like a las publicaciones donde podían ver a sus hijos.

Lamentablemente debido al reducido tiempo no se logró generar videos de información de cultura general para los estudiantes, con el propósito de que estos pudieran saber qué está pasando en el mundo, en la actualidad.

15. LEGADO PARA FUTUROS PROYECTOS.

Como legado para futuros proyectos, dejamos como tal el proyecto de *Publicreandino* que se basa en crear publicaciones para las redes sociales del colegio, cubriendo las actividades de la institución y mostrando el proyecto educativo con el motivo de mantener a las familias en el colegio y atrayendo a nuevas personas.

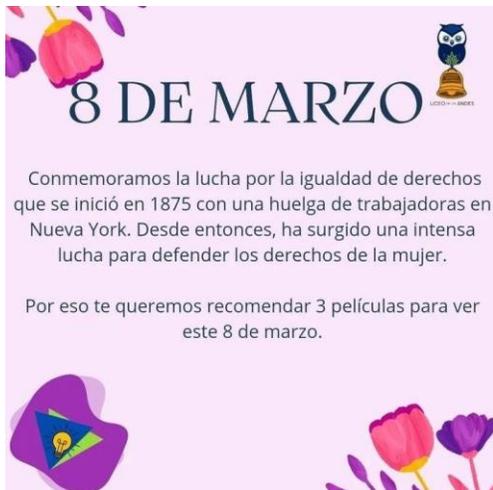
También como legado dejamos la meta de lograr consolidar más la imagen corporativa en redes aumentando el marketing digital de la institución. Además de una linealidad de que en un proyecto futuro se continúe con lo que se hace desde el primer *Publicreandino*, continuando con el mismo logo y la intención de dar más visualización al colegio en las redes digitales.

16. ANEXOS

• *Análisis base de datos:*

- *Marzo:*

- *Publicaciones:*



El 8 de marzo fue la primera publicación obtuvo un total de:

-50 Likes.



Esta publicación fue a mitad de mes y tuvo:

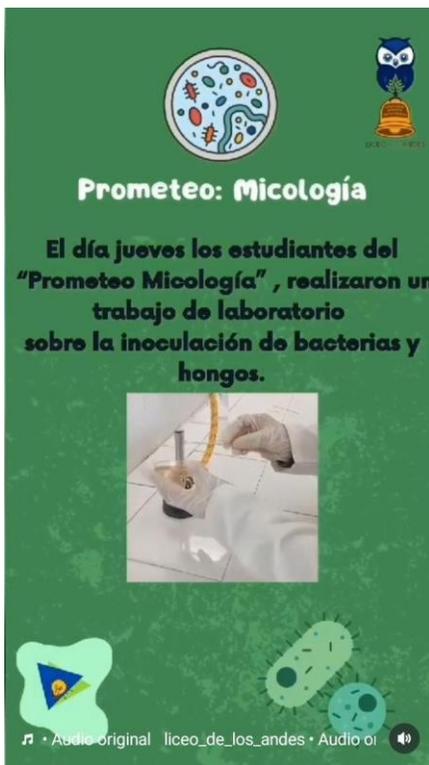
-61 Likes.



Esta publicación fue la última del mes y tuvo:

-81 Likes

- **Videos:**



Este video es de a inicios de mes y tuvo:

-34 Likes.

-961 Reproducciones.



Este video fue a final de mes y tuvo:

-46 Likes.

-1,074 Reproducciones.

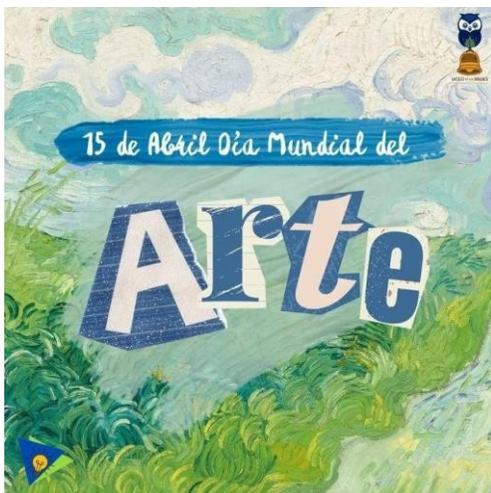
Abril:

- ***Publicaciones:***



Esta publicación fue a inicio de mes y tuvo:

-35 Likes.



Esta publicación fue a mitad de mes y tuvo:

-39 Likes.



Esta publicación fue a final de mes y tuvo:

-34 Likes.

- **Videos**



-58 Likes.

-1,569 Reproducciones.

-1 Comentario.



-31 Likes.

-944 Reproducciones.

Mayo:



Esta publicación fue la primera del mes, tuvo:

-28 Likes



Esta publicación fue a mitad de mes y tuvo:

-64 Likes



Esta publicación fue a fin de mes y tuvo:

-67 Likes

:

- *Videos*



- 23 Likes

-906 Reproducciones



-27 Likes

-1,045 Reproducciones

Junio:



Esta fue la primera publicación del mes y tuvo:

-78 Likes



Esta fue la última publicación del mes y tuvo:

-37 Likes

- Videos



-53 Likes

-1,632 Reproducciones



-40 Likes

-937 Reproducciones

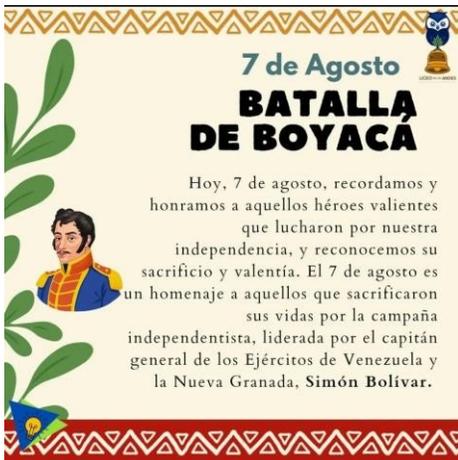
Julio:



Esta fue la publicación del mes y tuvo:

- 42 likes

Agosto:



Esta fue la primera publicación del mes y tuvo:

- 32 likes



esta fue una publicación a mitad de mes y tuvo:

- 99 likes



Esta fue la última publicación del mes y tuvo:

- 55 likes

- Videos



- 71 likes

- 1,561 Reproducciones



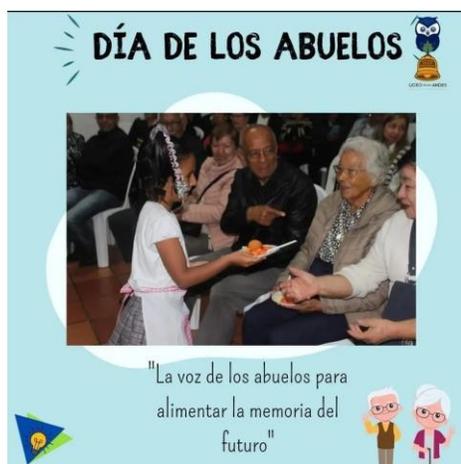
- 38 likes

- 948 Reproducciones

Septiembre:



Esta fue la primera publicación del mes y tuvo 51 likes



Esta fue la publicación de mitad de mes y tuvo 56 likes



Esta publicación se realizó a fin de mes y tuvo 49 likes

- Videos



-910 Reproducciones

- 51 likes

67



-723 Reproducciones

-20 likes

17. BIBLIOGRAFÍA

Referencias

Belarcazar, P. (2019). *Navegandes*.

Fernández, R. (7 de 02 de 2024). *Statista*. Obtenido de Statista

Giraldo, T. (2022). *Publicreandino*.

Harari, Y. N. (2018). *21 lecciones para el siglo XXI*.

Mónaco, P. d. (s.f.).

Pérez, O. (21 de 12 de 2004). *El tiempo*. Obtenido de El tiempo

Schools, I. (s.f.).

Twin, A. (26 de 07 de 2024). *Investopedia*. Obtenido de Investopedia

<https://es.statista.com/estadisticas/513084/cantidad-tiempo-uso-diario-redes-sociales/#:~:text=%C2%BFCu%C3%A1nto%20tiempo%20pasan%20las%20personas,promedio%20super%C3%B3%20los%20150%20minutos>.

<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1557159>

<https://www.investopedia.com/terms/m/market-research.asp>