



Trabajo final para la obtención del grado de
Magíster en Comunicación Política y Asuntos Públicos
Universidad Adolfo Ibáñez

Campaña

Crisis Educacional, Caso: Reconstrucción de la imagen de marca del Instituto Nacional

Alumnos:

Vicente Cáceres Z

Nicolás Pizarro J.

Profesor Guía:

Ernesto Escobar Ch.

Fecha

31 de Julio de 2024

Resumen

El siguiente trabajo aborda la crisis y los desafíos que enfrenta la educación pública chilena, enfocándose en el deterioro significativo de la imagen de un liceo emblemático como el Instituto Nacional, José Miguel Carrera. El objetivo es actualizar y reposicionar la imagen del Instituto Nacional destacando su legado histórico de excelencia académica y contribuciones sociales y culturales, así como su compromiso con la educación pública de calidad. Utilizando una metodología de investigación integral que incluye revisión de literatura, análisis de datos secundarios y entrevistas semiestructuradas, esta investigación examina los factores legislativos, sociopolíticos y económicos que impactan al Instituto Nacional. Los principales hallazgos indican que el Instituto Nacional ha sufrido un deterioro de su imagen e identidad, debido a intervenciones políticas, disturbios sociales y cambios en las políticas educativas, el fin de la selección y el impacto de la ley Aula Segura. La estrategia de comunicación propuesta tiene como objetivo reconstruir la imagen del Instituto Nacional a través de una campaña por fases dirigida tanto a los stakeholders internos como externos, aprovechando los medios digitales y alianzas estratégicas. Esta investigación releva la importancia de revitalizar el Instituto Nacional para restaurar su prestigio y reforzar su papel como un referente de excelencia en la educación pública chilena.