PRESENTACIÓN

ABIERTA es la revista que compila el trabajo de investigación más importante realizado durante cada año en la Escuela de Comunicación Mónica Herrera, donde se exponen temas de interés institucional abordados desde diferentes perspectivas del ámbito de la comunicación, involucrando opiniones de diversos actores de la institución. A continuación, se presenta el número cuatro de esta revista, cuyo objetivo es transmitir conocimientos de investigación en el área de las comunicaciones.

En nuestra primera sección, **Investigación de cátedra,** iniciamos con la presentación de los resultados de la investigación sobre el tema "Uso del celular y el internet con fines académicos entre los alumnos y docentes de segundo año de la Escuela de Comunicación Mónica Herrera", realizada por los alumnos de segundo año de la carrera de Comunicaciones Integradas de Marketing, en la cual se plantea la importancia del uso de recursos tecnológicos en el ámbito educativo.

En la actualidad nos encontramos inmersos en una cultura digital y estamos tan habituados a convivir diariamente junto a aparatos tecnológicos que no solemos darnos cuenta de la influencia que estos tienen en nuestras vidas. Con el objetivo de describir esta interacción cotidiana se presentan los resultados de la "Investigación etnográfica sobre el uso y consumo de aparatos tecnológicos en jóvenes universitarios".

Para continuar, se presenta el artículo escrito por la catedrática Ivón Rivera, quien entrega los resultados de la investigación "Usos y aplicaciones de la web 2.0 en empresas salvadoreñas", que se llevó a cabo en la cátedra de "Cibercultura", materia que se imparte en el cuarto año de la carrera de Comunicaciones Integradas de Marketing.

En **Opinión docente,** el artículo escrito por el director académico Federico Harrison titulado "De puntos de contacto a nuevas relaciones", es una reflexión sobre la importancia de las redes sociales como punto de referencia para la formulación de nuevos modelos de gestión de la comunicación cuyo objetivo final sea la construcción de relaciones auténticas entre marcas y consumidores.

Los alumnos de quinto año de la carrera de Diseño Estratégico participan en este número exponiendo su opinión sobre la importancia de la visión individual del diseñador sobre esta apasionante disciplina. Ana Urquilla, diseñadora y catedrática de la materia Diseño Antropológico seleccionó los tres ensayos más representativos sobre el tema.

La opinión de los ex alumnos tiene su espacio en ABIERTA y, en este caso, son Dianne Pérez y René Mauricio Lemus quienes entregan el artículo titulado "Los personajes en la blogósfera: Análisis de las actuaciones de los bloggers en sus blogs" en el cual exponen un análisis sobre el comportamiento de los autores de algunos de los blogs más reconocidos en El Salvador.

Abre la sección **Institucional** el área de proyección social través del artículo "¿Cuándo van a regresar? Proyecto Cine Móvil, abriendo la oportunidad de ser escuchados a jóvenes en situación de riesgo", escrito por Larissa Hernández, quien nos relata la experiencia de la aplicación y resultados del modelo Cine Móvil en diferentes centros escolares de nuestro país.

El apoyo a las iniciativas emprendedoras y las MYPES es de suma importancia para la institución. PENSA Executive Class, área de educación continua de la Escuela, realizó dos seminarios dirigidos a este sector para su especialización en la exportación a mercados europeos. Los éxitos obtenidos son relatados en el artículo "Todo inicia como un sueño, el reto es perseverancia: El caso de Alianza Exportadora", por Francisca Beltrami, coordinadora de PENSA.

Claudia Meyer, coordinadora del Taller Profesional de Cine y Televisión, nos ofrece el artículo "Taller de jóvenes filmando: una experiencia de y para la vida", una iniciativa novedosa que ha sido implementada con la metodología de "aprender haciendo", capacitando a los jóvenes participantes para enfrentarse a los retos de la producción audiovisual como una forma de expresión e involucramiento con su desarrollo y el de sus comunidades.

El artículo que abre la sección de **Tesis,** lleva por tema "Fenómeno Kidult: Estudio del comportamiento de los consumidores con alma de niño y bolsillo de adulto en El Salvador", y es la tesis de grado realizada por los licenciados Carmen Arévalo y Carlos Bolaños, quienes profundizaron en el comportamiento del consumidor con "corazón de niño y bolsillo de adulto". Los resultados obtenidos a través de este estudio ofrecen nuevas perspectivas sobre el consumo y preferencias de este segmento de mercado.

El trabajo de graduación de las licenciadas Daniela Moreno y Aida Larreynaga lleva por título "Propuesta de estrategias de comunicación para la organización de los procesos de información de la Alcaldía de Santa Tecla, respecto al traslado de las comunidades 14, 16 y María Victoria en su nuevo asentamiento en Zaragoza", y es el artículo que da continuidad al enfoque social de la institución desde el ámbito de la comunicación.

Cerrando este número de ABIERTA, encontramos los resultados de la tesis de investigación "Plan de comunicación integrada de marketing para el turismo sostenible: Los Cóbanos", a través de la cual se pretende contribuir e impulsar el desarrollo de los distintos lugares que operan bajo la filosofía del turismo sostenible.

Como toda institución de educación superior y según sus políticas de investigación, la Escuela de Comunicación Mónica Herrera tiene como actividades principales la formación profesional, las actividades académicas de tipo docente, la investigación institucional y la proyección social. La suma de esos elementos forma la base piramidal de una estrategia integral de acción social, donde el desarrollo sustentable de la sociedad constituye su fin último. No dudamos que esta cuarta entrega de ABIERTA pone a disposición de la ciudadanía de insumos favorables en materia de comunicación, en pro de la consecución de dichos propósitos.

Verónica Márquez
Coordinación de investigación institucional

INVESTIGACIÓN DE CÁTEDRA