ABIERTO

Anuario de Investigaciones
Escuela de Comunicación Mónica Herrera

Acreditada
Comisión de Acreditación de la Calidad Académica

federación latinoamericana de facultades de comunicación social

icograda
IDA

MÓNICA HERRERA
EDICIONES

Anuario de Investigaciones
Escuela de Comunicación Mónica Herrera

INVESTIGACIÓN

La investigación, según los estatutos de la institución, estará orientada a crear, recrear y transferir conocimientos y tecnologías que contribuyan a solucionar problemas de la realidad que favorezcan la pertinencia, eficiencia y eficacia en la docencia en la interacción social. Se sustenta en la obtención sistemática de nuevos conocimientos, producción de nuevas tecnologías y sistemas, y/o en la comprobación, demostración y adaptación de lo ya existente, utilizando procesos racionales y métodos rigurosos.

Misión: Generar proyectos de investigación científica en el área de la comunicación, el marketing y el diseño estratégico abordando temas que tengan relevancia tanto para los procesos educativos, como para el mercado en que se inserta nuestro egresado y cuyos resultados sean un aporte a la sociedad.

Visión: Contribuir a que la institución se consolide como un referente regional en el área de las comunicaciones estratégicas, a través de la generación y actualización permanente del conocimiento.

Objetivos:

- Integrar la investigación institucional, cátedra y de tesis en programas que construyan conocimientos complementarios y secuenciales.
- Definir líneas y agendas de investigación apegadas a la realidad de las comunicaciones, que aporten a la función académica y proyecten nuevos conocimientos a la sociedad.
- Formar y fomentar en nuestra comunidad académica una cultura de investigación.

Líneas de investigación institucional y formativa:

- Conocimiento del cliente/consumidor/usuario
- Desarrollo sostenible
- Práctica y gestión de CIM / DE
- Investigación evaluativa

CRÉDITOS

CONSEJO DE DIRECTORES

Dirección General: Teresa Palacios de Chávez

Dirección Académica: Federico Harrison

Dirección Administrativa: Hermann W. Bruch

CONSEJO EDITORIAL

Coordinación de Investigación Institucional
Dirección y Coordinación de publicación: Verónica Márquez

Asistente de Investigación: German Rosa

Cuidado de la Edición: Eva Cruz

Diseño de Portada: Andrea Tobar

Diagramación: German Rosa

Plataforma: InDesign

Tipografía: Gill Sans

ISSN 1999-4044
El contenido de los artículos es de exclusiva responsabilidad de los autores.

Queda rigurosamente prohibida, sin la autorización escrita de los titulares del copyright, bajo las sanciones establecidas por la ley de propiedad intelectual, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía (fotocopia) y el tratamiento informático.

Hecho el depósito que manda la ley.
© 2013, Escuela de Comunicación Mónica Herrera.
Av. Manuel Gallardo # 3-3, Santa Tecla, depto. de La Libertad, El Salvador.
monicaherrera.com

ÍNDICE

Presentación **pág. 8**

Investigación de cátedra

Ensayos Cátedra Seminario de Titulación:

Ensayo I: Un regalo no es un objeto: es un significado **pág. 10**
Ensayo II: El Surgimiento de las Modas **pág. 14**
Ensayo III: El Fanatismo de los Grupos por los Símbolos **pág. 19**

Investigación Cátedra Investigación en Comunicación:

El Ciberespacio, ¿Amenaza o Refugio? **pág. 24**

Opinión docente

La Responsabilidad en el Diseño Sostenible **pág. 44**

Tesis

Análisis de la Participación Comunitaria en las Comunidades Pertenecientes al Municipio de Apaneca en el Departamento de Ahuachapán **pág. 60**

El Proceso de Decisión de Compra de los Adolescentes entre las Edades de 12 a 16 años en la Categoría de Tecnología **pág. 70**

Diseño de Plataforma Digital de Información Turística para Playa el Tunco, El Salvador **pág. 80**

[Presentación]

ABIERTA es la revista que compila el trabajo de investigación más relevante realizado durante el transcurso del año en la Escuela de Comunicación Mónica Herrera. En ella se exponen temas de interés institucional, abordados desde diferentes perspectivas de la comunicación, el marketing y el diseño estratégico, involucrando opiniones de diversos actores. A continuación, se presenta la edición número siete de esta revista.

En la primera sección, **Investigación de cátedra**, se presentan los ensayos que los estudiantes de quinto año de la carrera de Comunicaciones Integradas de Marketing realizaron para la cátedra de Seminario de Titulación. Dichos ensayos parten de diferentes teorías de la comunicación para comprender fenómenos sociales de la vida cotidiana: dar un obsequio, vestir a la moda e ir a ver un juego de fútbol. El análisis realizado de tales fenómenos lleva a una comprensión de símbolos y significados que permite conocer de mejor manera a los usuarios y su relación con las marcas y subculturas.

Los estudiantes de cuarto año de la carrera de Comunicaciones Integradas de Marketing presentan una investigación en la que exponen cómo el bullying ha evolucionado junto al ciberespacio, ocasionando que esta plataforma represente un refugio o ambiente hostil para ciertas personas.

Luego en la sección de **Opinión docente**, el catedrático Eugenio Menjívar escribe sobre la responsabilidad en el diseño sostenible para comprender cómo a lo largo de la historia ciertas acciones humanas han marcado el rumbo del desarrollo en las sociedades modernas.

En la sección de **Tesis**, se muestra el documento, "Comunicación Participativa" que corresponde al trabajo de graduación de los licenciados en Comunicaciones Integradas de Marketing, Rodrigo Molina, Carlos Navarro y Héctor Peña, quienes analizaron los fenómenos que afectan la participación ciudadana en el municipio de Apaneca mediante el modelo de análisis: Mecanismo de Participación.

Luego continua el trabajo de graduación, "Proceso de decisión de los adolescentes entre las edades de 12 a 16 años en la categoría de tecnología", de las licenciadas en Comunicaciones Integradas de Marketing, Adriana Bonilla, Dianna Escobar y Mary Carmen Sandoval, en el que se describen todos los factores que influyen y motivan a los jóvenes a comprar productos tecnológicos de determinadas marcas.

Se cierra este número con el trabajo de graduación de la licenciada en Diseño Estratégico, Rachel Katstaller, quién presenta el diseño de una plataforma digital de información turística que responda a las necesidades de Playa El Tunco.

Verónica Márquez
Coordinación de investigación