

CRÉDITOS

CONSEJO DE DIRECTORES

Rector: Federico Harrison

Dirección Administrativa Financiera: Verónica Salvatier

CONSEJO EDITORIAL

Director académico: Federico Harrison

Coordinador de investigación institucional: Willian Carballo

Coordinadora de proyección social: Larisa Hernández

Coordinadora de Syncros, Laboratorio de Diseño Estratégico: Ana Urquilla

Docente a tiempo completo: German Rosa

Dirección y coordinación de publicación: Willian Carballo

Contacto: wcarballo@monicaherrera.edu.sv

Corrección y revisión de estilo: Manuel Fernando Velasco

Diseño de portada: Jorge Orantes

Diagramación: Jorge Orantes

Plataformas: Adobe InDesign, Adobe Photoshop y Adobe Illustrator

Tipografía: Avenir Next

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 producción 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.

2019, Escuela de Comunicación Mónica Herrera.

Av. Manuel Gallardo #3-3, Santa Tecla, La Libertad, El Salvador.

monicaherrera.edu.sv

INVESTIGACIÓN

Según los estatutos de la institución, la investigación se orientará a crear, recrear y transferir conocimientos y tecnologías que contribuyan a solucionar problemas de la realidad. Se sustenta en la obtención sistemática de nuevos conocimientos, producción de nuevas tecnologías y sistemas y en la comprobación, demostración y adaptación de lo ya existente, por medio de 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:

1. Estudios de audiencias y recepción: consumidores y usuarios.
2. Industrias culturales y producción de discursos tradicionales y transmediáticos.
3. Teoría, práctica y gestión de las comunicaciones de *marketing* y el diseño estratégico.
4. Comunicación, diseño y educación.

SOBRE REVISTA ABIERTA

Objetivo

Publicar estudios, investigaciones, ensayos y tesis producidas por investigadores, docentes, profesionales y estudiantes, vinculados con la comunicación, el *marketing*, la publicidad, el diseño y otros campos afines, con el fin de contribuir al conocimiento y al debate para el desarrollo de la sociedad y la academia.

Temática

Se centra en la comunicación, el *marketing*, el diseño y la educación, siguiendo las líneas de investigación de la Escuela Mónica Herrera.

Público meta

Académicos, estudiantes y profesionales de la comunicación, el *marketing*, la publicidad, el diseño y otros campos afines, así como público en general interesado en estos temas.

Periodicidad

Anual.

ÍNDICE

Investigación	10 - 51
Diseño para el cambio o la innovación social: antecedentes y posturas. Una perspectiva de diseño social aplicada a proyectos de cátedra en la Escuela de Comunicación Mónica Herrera	
Investigación	52 - 69
Ocio digital: uso del teléfono celular en el tiempo libre de jóvenes universitarios salvadoreños	
Investigación	70 - 103
"¡Ya está aquí!". El monstruo de la (des)información en El Salvador asciende: retos, alcances y posibilidades de la alfabetización mediática e informacional	
Tesis de comunicaciones integradas de Marketing	104 - 121
Tríada de la amistad: marcas, emojis y consumidores	
Tesis de comunicaciones integradas de Marketing	122 - 131
Plan estratégico para la fundación Edificando Vidas, enfocado en educar a las mujeres salvadoreñas sobre la importancia de diagnosticar tempranamente el cáncer ginecológico	
Tesis diseño estratégico	132 - 145
Estrategia para el servicio de baja visión en el área de fisioterapia del Hospital Nacional de Niños Benjamín Bloom	

PRESENTACIÓN

En esta nueva edición de la Revista Abierta –el anuario de investigación de la Escuela de Comunicación Mónica Herrera– le damos cabida por primera vez a estudios producto del fondo de investigación de nuestra institución, un financiamiento creado para que los docentes y otros colaboradores contribuyan a la generación de conocimiento a través de trabajos cuantitativos, cualitativos o mixtos.

En este caso, se trata de tres textos subvencionados en 2019. Uno de ellos tiene que ver con diseño estratégico. Escrito por la directora de esa carrera, Marisela Ávalos, y denominado “Diseño para el cambio o la innovación social: antecedentes y posturas”, persigue como objetivo exponer diversas perspectivas y posturas que definen el diseño social desde su concepción hasta la definición de una profesión centrada en lo humano y enfocada en actuar sobre diversas problemáticas que aquejan a la sociedad. De esta forma, pone de manifiesto el interés de nuestro centro de estudios por enfocar el diseño, no como una profesión de manifestaciones meramente estéticas, sino que, por el contrario, como una que busca co-crear junto a los usuarios finales, solucionándoles problemas que le afectan directamente.

Luego nos adentramos al terreno de los dispositivos móviles. El docente hora clase, Héctor Maida, describe en “Ocio digital: uso del teléfono celular en el tiempo libre de jóvenes universitarios salvadoreños” la relación de los estudiantes de dos universidades privadas del país con dicho aparato durante su tiempo libre. La investigación permite conocer cómo esta tecnología ha trastocado la forma en que se entretienen cuando están lejos de sus responsabilidades laborales o estudiantiles.

Finalmente, exploramos el campo de las fake news. Omar Luna, también docente hora clase, escribe el artículo “¡Ya está aquí!”. El monstruo de la (des) información en El Salvador asciende”. En él, a través de grupos focales y entrevistas con especialistas, explica cuál es la situación actual del consumo (des) informativo en el país, así como el papel de los medios de comunicación, periodistas y audiencias en el tema.

Su texto se vuelve valioso en un contexto actual de posverdad, en el que, sobre todo vía redes sociales, las noticias falsas se viralizan de manera rápida.

Además, como es costumbre, Revista Abierta da cabida a las mejores tesis de los estudiantes graduados de nuestra Escuela. En esta ocasión, presentamos tres de los trabajos culminados en 2019 que fueron muy bien evaluados: “Tríada de la amistad: marcas, emojis y consumidores”, “Plan estratégico para la fundación Edificando Vidas enfocado en educar a las mujeres salvadoreñas sobre la importancia de diagnosticar tempranamente el cáncer ginecológico” y “Estrategia para el servicio de baja visión en el área de fisioterapia del Hospital Nacional de Niños Benjamín Bloom”. Los tres textos muestran grandes aportes de los estudiantes que finalizaron ese año sus respectivas carreras.

Son todas lecturas importantes sobre temas relevantes que, como siempre, pretenden ser un aporte de la Escuela hacia el país, desde donde nos corresponde: la investigación académica en el área del diseño estratégico y la comunicación. ¡Buena lectura!

Willian Carballo

Coordinador de investigación institucional