

Créditos

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
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: Karen Escobar
Diagramación: Karen Escobar
Plataformas: Adobe InDesign, Adobe Photoshop y Adobe Illustrator
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 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.

2022, 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. Gestión e impacto del diseño
2. Industrias culturales y producción de discursos tradicionales y transmediáticos
3. Estudios de audiencias y sus competencias mediáticas:
consumidores, clientes y usuarios
4. Teoría, práctica y gestión de las comunicaciones integradas de *marketing*,
el diseño estratégico y las estrategias de comunicación digital
5. 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 institucional	10 - 31
¡Hola, mucho gusto! Soy diseñador estratégico. Rubros, cargos, especializaciones y retos de los graduados de Diseño Estratégico de la Escuela de Comunicación Mónica Herrera, de 2011 al 2021	
Investigación institucional	32 - 43
El capital creativo comunitario como recurso de diseño para la innovación social. Análisis de cuatro proyectos de la Escuela de Comunicación Mónica Herrera en El Salvador, de 2016 a 2022	
Tesis Diseño Estratégico	44 - 61
Entre telas y tradiciones: los diseñadores de moda como guardianes de la cultura salvadoreña . Aportes de los diseñadores de indumentaria femenina y masculina salvadoreña a la cultura de diseño local durante el periodo 2015-2021	
Ensayo	62 - 68
Bauhaus y HFG Ulm: Escuelas de diseño que globalizaron la disciplina	

ADENTRÁNDONOS EN EL DISEÑO ESTRATÉGICO

Revista Abierta ha querido, esta vez, presentar un especial dedicado por completo al diseño estratégico. Se trata no solo de una de las carreras que distingue a la oferta académica de la Escuela de Comunicación Mónica Herrera, sino de un campo profesional aún poco comprendido, pero sumamente útil en las sociedades contemporáneas, gracias a su enfoque centrado en crear innovaciones que respondan a las necesidades y deseos de usuarios y consumidores.

Así, esta edición se conceptualizó como un conjunto de artículos que ofrecieran luz sobre lo que esta especialidad puede ofrecer y está ya ofreciendo a El Salvador y a la región. Para ello, docentes con muchos años de experiencia, así como estudiantes recién graduados, comparten tanto resultados de investigaciones como ensayos académicos que permiten a quienes desconocen sobre este terreno familiarizarse con él y a quienes bucean a diario por sus aguas, conocer más a profundidad algunos aspectos, particularmente en el contexto educativo y profesional local.

Bajo estas premisas, el artículo que abre la revista —“Hola, ¡mucho gusto! Soy diseñador estratégico”— pretende ser un mapeo lo más detallado posible del mercado laboral en que se mueven los graduados de Diseño Estratégico de la Escuela Mónica Herrera. El docente German Rosa y la directora de la

carrera, Marisela Avalos, obtuvieron información cuantitativa y cualitativa de 134 personas tituladas entre los años 2011 hasta 2021 para conocer qué tipo de labores realizan en la actualidad, qué clase de puestos desempeñan, cuáles son sus salarios, si continuaron especializándose y qué competencias desarrolladas durante sus años de universidad consideran que les han sido útiles en su vida profesional y cuáles hubieran deseado trabajar más.

Por su parte, el docente y experto Rene Lemus, en su texto “El capital creativo comunitario como recurso de diseño para la innovación social”, analiza la gestión del capital creativo en cuatro proyectos de diseño para la innovación social implementados entre 2016 y 2022 por docentes y estudiantes de la Escuela Mónica Herrera. En concreto, el autor identifica buenas prácticas en la gestión de este recurso comunitario, así como los ambientes creativos que fomentaron la participación e interacción de todos los actores clave.

Bajo el género del ensayo, German Rosa repite participación, esta vez con el texto “Bauhaus y HFG Ulm: Escuelas de diseño que globalizaron la disciplina”. Su fin es describir variadas dimensiones de la globalización que han desempeñado un papel fundamental en la difusión del legado de las principales escuelas vanguardistas en diversas regiones, incluyendo su influencia en

los primeros pasos del diseño en El Salvador; esto con el fin de poner en evidencia que la práctica del diseño se encuentra vinculada a las dinámicas sociales.

Finalmente, este especial les da cabida a jóvenes plumas, a estudiantes recién graduadas, quienes convirtieron su trabajo de graduación en el artículo “Entre telas y tradiciones: los diseñadores de moda como guardianes de la cultura salvadoreña”. En dicha versión resumida de su tesis de licenciatura, Adriana Andrade, Andrea Ayala y Erika Torres exploran los aportes de los diseñadores de indumentaria femenina y masculina a la cultura de diseño local durante el periodo 2015-2021.

Como puede apreciarse, la variedad de textos y enfoques representa justamente esa variedad de áreas en las que el diseño estratégico puede incidir. Esperamos que estos aportes también estimulen a continuar investigando sobre la especialidad.

Willian Carballo

Coordinador de investigación institucional