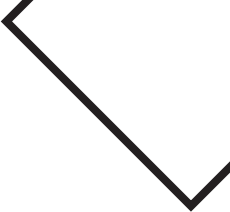


**[ Presentación ]**



**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, quien presenta el diseño de una plataforma digital de información turística que responda a las necesidades de Playa El Tunco.

**Verónica Márquez**  
Coordinación de investigación