

Carta de la Directora del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada

En este número convocamos a investigadores y académicos a reflexionar sobre el papel de la comunicación ante los desafíos éticos y políticos que enfrentan los sujetos, los grupos, las organizaciones y las instituciones, partiendo del hecho de que la comunicación es más que la simple producción de mensajes o la causa que determina efectos en su audiencia, sino que sucede y participa en la conformación de la compleja realidad. En este sentido, el presente número de la revista *Sintaxis* reflexiona acerca de la comunicación humana, la cual se entrelaza casi de manera imperceptible en cada uno de los procesos y en todos los aspectos de la vida diaria para darle sentido, un sentido particular, a la realidad. La comunicación puede concebirse como un proceso que se produce en un momento determinado, lo que la hace única. Los sistemas socioculturales se definen por el modo de comunicación que los caracteriza, de manera que existe una interdependencia entre comunicación e identidad, y entre comunicación y acción social (Quere, 1982). Es así que las personas que se presentan en los artículos que conforman este número son sujetos que se comunican dentro de estos sistemas socioculturales donde el proceso de la comunicación sucede con base en significados compartidos, interacciones y voluntades que se entrelazan para producir, compartir, conservar, controlar o transformar la realidad (Gifreu, 1991).

Los desafíos de la ética ante estas posibilidades de la realidad a partir de la comunicación son muchos, en todos los casos sin duda sería aplicable el imperativo categórico (Kant, 2004) según el cual la voluntad de actuar conforme al deber obedece a la razón. No obstante, de manera específica en el ámbito de la comunicación la ética se vuelve aún más relevante pues parte desde el respeto a los derechos humanos en los mensajes, estrategias

y procesos, y llega hasta el comportamiento ético de los profesionales que la ejercen con integridad, honrando la verdad y manteniendo siempre el interés público por encima de cualquier interés particular, favoreciendo la toma de decisiones informada en una sociedad democrática (PRSA, 2021).

Entre los desafíos económicos, políticos y sociales a nivel global para 2021, se vislumbraron la robotización, la competitividad económica que impone China, el bajo crecimiento demográfico de Europa, la inmigración masiva, la falta de privacidad derivada del uso de datos personales por parte de las empresas de tecnología y las crecientes deudas públicas de los países en todo el mundo (The Economist, 2020). Los autores que se han incluido en este número reflejan sin duda estas preocupaciones en sus artículos, lo que hace patente la enorme diversidad de escenarios donde la comunicación adquiere un papel trascendente para la búsqueda del bien común: nutrición en menores de dos años, periodistas emprendedores, migrantes, jóvenes de movimientos sociales, personas de comunidades étnicas, académicos universitarios y empleados de empresas de la frontera, así como en organizaciones multiculturales y en empresas comprometidas con el medio ambiente.

Enhorabuena a todos quienes hicieron posible este número para mostrarnos una vez más que las oportunidades para incidir en la mejora de la sociedad desde la comunicación deben ser aprovechadas a fin de transformar la realidad y enfrentar los desafíos que se nos presentan.

REBECA ILLIANA ARÉVALO MARTÍNEZ

rebeca.arevalo@anahuac.mx

<https://orcid.org/0000-0003-1163-6752>

REFERENCIAS

- Gifreu, J. (1991). *Estructura general de la comunicació pública*. Barcelona: Pòrtic.
- Kant, I. (2004). Tránsito de la filosofía moral popular a la metafísica de las costumbres. En *Fundamentación de la metafísica de las costumbres* (Cap. II., pp. 36, 37, 43, 49). México: Porrúa.
- Public Relations Society of America (PRSA) (2021). Code of Ethics. PRSA. Recuperado de: <https://www.prsa.org/about/prsa-code-of-ethics>
- Quere, L. (1982). *Des miroirs équivoques. Aux origines de la communication moderne*. París: Aubier Montaigne.
- The Economist (2020). *The world in 2021*. Recuperado de: <https://www.economist.com/the-world-in-2021>

Esta obra está bajo Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional.

