

Editorial

María Antonieta Rebeil Corella¹

En México y en otros países, la producción científica está siendo redirigida hacia los problemas que enfrenta la humanidad, sean éstos analizados desde los campos de estudio de las ciencias sociales como desde las ciencias naturales. Ello ha implicado para las universidades y centros de investigación retos que se suman a los tradicionales, que básicamente consistían en producir conocimiento nuevo con el mayor rigor científico para detonar el progreso de la nación. En la actualidad hay que hacer lo mismo, no obstante, con la mirada concentrada en los problemas nacionales, regionales y globales que se enfrentan. Este esfuerzo, que se dicta desde los organismos que rigen la producción científica en cada país, y para el caso de México desde el Consejo Nacional para la Ciencia y la Tecnología (Conacyt), tiene un sentido profundo: reorientar la capacidad científica del pensamiento humano a que trabaje y contribuya para la mejora y el bienestar común.

La investigación científica dedicada también a atender las situaciones problemáticas de la sociedad, así como a producir recomendaciones, innovaciones y desarrollos para la calidad de vida de connacionales y de habitantes de otros países se convierte en una hélice que impulsa la economía del conocimiento. Uno de los motores que detonan el desarrollo es la

¹ Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad Iberoamericana, con Maestría en Educación por la Universidad de Stanford y licenciada en Comunicación por el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Fundadora/directora del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA) y coordinadora académica del Doctorado en Investigación de la Comunicación de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) Nivel II del Conacyt. Ha coordinado más de diez libros y publicado artículos científicos en diversas revistas. Es vicecoordinadora del Grupo de Comunicación Organizacional en Alaic y en Ibercom. Es evaluadora de Conac y CLAEP.

ciencia aplicada a la solución de los problemas que derivan del mismo dinamismo social; por ello dicha investigación científica debe ser cada vez más consciente de sus repercusiones en la *casa común*, atendiendo problemas bajo el vértice de una ecología integral.

En este contexto, los temas de *Fortaleza institucional para un México en paz*, *Desarrollo social para un México incluyente*, *Capital humano para un México con educación de calidad*, *Igualdad de oportunidades para un México próspero*, *Proyección internacional para un México con responsabilidad global*, con sus tres estrategias transversales: *Democratizar la productividad*; *Gobierno cercano y moderno*; *Perspectiva de género* (DOF, 2013-2018), atraen los objetivos de los proyectos que se llevan a cabo en las instituciones de educación superior, así como en los centros e institutos de investigación.

Derivado de lo anterior, el Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA) de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México da inicio a una reorientación de sus esfuerzos de investigación y divulgación científica, así como de formación de nuevos investigadores, a través de su Doctorado en Investigación de la Comunicación (DEIC), en dos líneas de generación y aplicación del conocimiento (LGAC): 1) realidad social, políticas públicas, comunicación y tecnología; y 2) estudios institucionales, organizacionales y comunicación.

La idea no es otra que plantearse con rigor el problema del ordenamiento del pensamiento desde esta pregunta: ¿Cómo orientar la comunicación hacia la preocupación de las problemáticas sociales, como la pobreza, la educación, la salud, los medios de comunicación colectiva, el uso de las tecnologías digitales de la información y comunicación? Es decir, ¿cómo ha de ser abordada la comunicación siendo que en ella confluyen las diversas problemáticas sociales? Hoy en día todos los problemas relevantes que atañen al presente y al porvenir de la humanidad tienen una vertiente comunicativa.

Asimismo, el CICA vuelve la mirada hacia las organizaciones privadas, las instituciones públicas y las asociaciones del tercer sector con el fin de llevar a cabo investigaciones científicas que ayuden a entender mejor sus problemáticas y ofrecer soluciones que empleen las tres dimensiones de la comunicación integral para las organizaciones: 1) comunicación mercadológica y publicitaria, que busca la mejor colocación de productos y servicios en el mercado; 2) comunicación corporativa, que se aboca a construir y consolidar la imagen y reputación de los tipos de organizaciones/instituciones; y 3) comunicación interna, que se dedica a construir el consenso, la productividad, la alineación de los integrantes con las metas generales y la misión, para que el trabajo se lleve a cabo en el contexto del logro de la calidad, la ética y la responsabilidad social.

La pregunta central es cómo orientar la comunicación hacia la preocupación de las organizaciones e instituciones existentes en la sociedad para que no solamente produzcan bienes

y servicios, y se reproduzcan, sino para que también lo hagan en el marco de la eficiencia, la calidad, la ética y la sustentabilidad. Se trata de atender a un mundo que exige que las personas desarrollen múltiples capacidades dentro del ámbito de comunidades de participación. Las instituciones son también espacios para la formación de competencias que permitan la realización de la cooperación, la solidaridad y la responsabilidad social.

Los textos incluidos en este número de *Sintaxis* responden al marco de las preocupaciones que exponen estas LGAC, mismas que se han alineado al Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 del país.