

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

La comunicación parece enfrentarse hoy, más que nunca, a distintos problemas y retos en todos los niveles, latitudes y alcances. Un ejemplo de ello, a nivel global, es la estrategia del Pacto Mundial de la ONU 2021-2023 que tiene como objetivo que las organizaciones puedan incorporar los principios para el logro de la Agenda 2030 y, para ello, se apoya en la comunicación dado que incorpora la importancia que tiene para la coordinación de esfuerzos y para dar a conocer el progreso que logra en cada uno de los principios que le permiten generar empresas responsables, crecimiento equilibrado de las redes locales y regionales para la cobertura global, el impacto en áreas prioritarias de derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción así como en la acción colectiva de las pymes, entre otras acciones que permitan tener una sociedad más resiliente después de la pandemia y enfocada en el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (Naciones Unidas, 2021). A este respecto, de manera regional en el Foro OCDE celebrado en el contexto de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara 2022 tuvo como propósito “generar conocimiento e información de manera clara y concisa sobre los principales retos económicos, sociales e institucionales que enfrentan las naciones en la etapa pospandemia” (OCDE, 2022). Es decir, nuevamente la comunicación se presenta como un aspecto fundamental para el logro de este objetivo y con ello el avance en temas como la inclusión, la equidad, la protección a los derechos humanos y el llamado bienestar creativo y sostenible que incluye a las industrias creativas y al desarrollo sustentable, respectivamente.

En este contexto, la prioridad a nivel global, regional y nacional está en avanzar dentro de la Agenda 2030 y construir en términos generales una sociedad más sólida en todo sentido,

con mayores oportunidades y con mejores perspectivas de futuro. En todo ello la comunicación está fuertemente implicada, pues no solo se trata de generar estrategias o establecer procesos y rutas para el desarrollo, sino de integrar a las personas involucradas en todos los niveles para que dichas rutas, procesos, acciones y voluntades se unan en función del logro de los objetivos. Es ahí donde es muy pertinente la investigación y la reflexión en este número de la revista *Sintaxis* para dar cuenta de cómo es posible que la comunicación aporte valor en el camino de la mejora y del crecimiento de la sociedad en su conjunto. Las problemáticas abordadas en los distintos artículos que integran este número permiten observar el alcance a nivel micro, meso y macro que puede tener la comunicación en la sociedad. La implicación de la comunicación en aspectos como el comercio, la política, la salud, la educación, las universidades, la ciencia, las organizaciones, los migrantes o los medios de comunicación, son sólo algunos ejemplos que se pueden revisar en esta edición. La búsqueda del bien común y la identificación de oportunidades para aplicar el conocimiento en comunicación dentro de la sociedad, sus organizaciones e instituciones será una tarea que como lectores podemos realizar.

REBECA-ILLIANA ARÉVALO-MARTÍNEZ

Directora del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada

[rebeca.arevalo@anahuac.mx](mailto:rebeca.arevalo@anahuac.mx)

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

<https://doi.org/10.36105/stx.2023n10.01>

## REFERENCIAS

OCDE (2022). *Objetivo Bienestar: sociedades incluyentes, sostenibles y creativas*. <https://www.oecd.org/centrodemexico/foroocdemx/>

Naciones Unidas (2021). Estrategia del Pacto Mundial de la ONU 2022-2023. [https://ungc-communications-assets.s3.amazonaws.com/docs/publications/UN-GLOBAL-COMPACT-STRATEGY\\_es-LA.pdf](https://ungc-communications-assets.s3.amazonaws.com/docs/publications/UN-GLOBAL-COMPACT-STRATEGY_es-LA.pdf)

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

