

CONVOCATORIA

REVISTA RAZÓN Y PALABRA

Número titulado:

INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN APLICADA

Coordinadoras:

Dra. María Antonieta Rebeil Corella¹

Mtra. Rebeca Illiana Arévalo Martínez²

Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA)

Facultad de Comunicación, Universidad Anáhuac

Antecedentes a la Convocatoria para el tema Investigación en Comunicación Aplicada

A diez años de la creación del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada y a tres años del inicio del Doctorado en Comunicación Aplicada³, se retoma la idea de Kurt

¹ Directora del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada y Coordinadora Académica del Programa Doctoral en Comunicación Aplicada. Se desempeña como Coordinadora de Ética del Consejo de Acreditación de la Comunicación, A.C. (CONAC) y es evaluadora del Consejo Latinoamericano de Acreditación de la Educación del Periodismo (CLAEP). Estudió Comunicación en la Licenciatura en el ITESO, México, la Maestría en Educación en Stanford University y el Doctorado en Ciencias Sociales por la Universidad Iberoamericana. Ha escrito diversos capítulos de libros, artículos en revistas científicas y ha coordinado diez libros, entre los que se encuentran: *Ética, Medios y Democracia* (en prensa); *La Dimensión Emocional en el Discurso Televisivo*; *Responsabilidad Social Organizacional*; *Comunicación Estratégica en las Organizaciones*; *El Poder de la Comunicación en las Organizaciones*; *Ética e Identidad Cultural*; *Violencia Mediática e Interactiva*; *Ética, Violencia y Televisión*; tres *Anuarios de Investigación de la Comunicación CONEICC* (XIII, XIV y XV); entre otros.

² Profesora e investigadora de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México Norte en el Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA). Doctoranda del Doctorado en Comunicación Aplicada de la Universidad Anáhuac en la línea de investigación de Comunicación aplicada al desarrollo de las empresas e instituciones. Maestra en Comunicaciones Corporativas con Diplomado en *Branding* y Diplomado en Metodologías Activas por la Universidad Anáhuac. Licenciada en Ciencias de la Comunicación por el Tecnológico de Monterrey. Cuenta con más de quince años de experiencia profesional en áreas de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas en organizaciones privadas con presencia internacional. Más de diez años de experiencia docente. Ponente, panelista, cartelista y relatora en eventos académicos nacionales e internacionales. Autora y coautora de artículos publicados en revistas especializadas de divulgación y revistas arbitradas.

³ Programa Doctoral en Comunicación Aplicada (DCA), único en su género en México y América Latina y segundo en el mundo, con el fin de formar investigadores con el más alto nivel de liderazgo, que aporten valor a la sociedad mediante el diseño de estrategias y planes de acción encaminados a la solución de problemas sociales fundamentados en investigación empírica. El DCA tiene como misión formar profesionales con grado de doctorado capaces de formular interrogantes, investigaciones y estrategias que, desde la ética y la Comunicación Aplicada, aporten soluciones a asuntos macrosociales y estructurales —como la pobreza, la migración, la violencia, el calentamiento global, la escasez y mal uso del agua—, así como a la comunicación integrada de mercadotecnia y publicidad, la corporativa y la organizacional con el propósito de

Lewin que en 1951 dijera: “No hay nada más práctico que una buena teoría”. Por investigación de la comunicación aplicada se entiende el estudio teórico y metodológico de los procesos de comunicación a la luz de fundamentos conceptuales y metodológico-científicos, con el fin de buscar la verdad; además proponer vías de solución aplicables a los problemas de individuos, grupos, organizacionales, comunidades y sociedades específicas, sean éstos de la comunicación interpersonal, organizacional o de la colectiva.

Se trata pues de la combinación de la producción de conocimiento en un campo de la realidad social y por el otro, de hacer contribuciones para la solución de problemas sociales, con una fundamentación racional y de decisiones fundadas en la ética. Los principios de la ética son el supuesto fundamental de toda comunicación ya que toda comunicación humana se da entre personas y ello hace necesarios los principios de la ética.

Una comunicación aplicada, contrariamente a lo que se piensa, no prescinde de la teoría ni de la investigación metodológicamente rigurosa. Al contrario, retoma éstas como una exigencia necesaria para el logro de una eficacia comunicativa que pueda eventualmente lograr cambios y transformaciones en las organizaciones, en los grupos y en la sociedad más amplia. Se trata de un compromiso de doble vía a que hoy por hoy, es necesario considerar responsablemente los procesos de interacción e influencia recíproca en la comunicación.

En la década de 1940 en Estados Unidos se confirma la relevancia social de la disciplina de la Comunicación, entonces en sus albores, y es hasta los años 1970 cuando se planteó que la producción de conocimiento no sólo debería abarcar la problemática de los medios de comunicación sino que además, se dijo con contundencia que ésta tampoco debía limitarse al ámbito de la academia. Los profesionales que se habían formado en la práctica estaban desvinculados de la academia, por lo que con el paso del tiempo se fue marcando el valor incuestionable que tenía para la academia lograr sistematizar y dar sustento a lo que se hacía en la práctica. Es por ello que, la *National Communication Association* (NCA) integra formalmente en su agenda a la comunicación aplicada misma que define como el estudio de la forma en que la teoría, la investigación y las mejores prácticas de la comunicación incorporan la teoría a la solución de la realidad social con fines prácticos.

Derivado de lo anterior, la Comunicación Aplicada se ha convertido en una disciplina de estudio respetada e institucionalizada ya que es un Sub Campo de estudio de la Comunicación que hoy en día cuenta con tres condiciones fundamentales: 1) se forman comunicólogos en las universidades en Comunicación Aplicada (Boston University, Kent State University y Fitchburg State University); 2) se han fundado centros de investigación en comunicación aplicada o bien centros de investigación en Comunicación que cuentan con alguna línea de trabajo en la rama; 3) se tienen revistas científicas especializadas en Comunicación Aplicada en donde destaca el *Journal for Applied Communication Research*. Además, con respecto a la divulgación de la ciencia, se puede mencionar el *Handbook of Applied Communication* de Routledge.

En México, también se han iniciado esfuerzos internacionales para fortalecer la investigación en comunicación aplicada, como ha sido la conformación de la Red Internacional de Investigación y Consultoría en Comunicación (RIICC)⁴ a través de la cual se han realizado encuentros internacionales y cuyos miembros están desarrollando proyectos de investigación en temas que, a fin de cuentas, aportarán soluciones a las distintas realidades que abordan, desde la comunicación.

Convocatoria para el tema Investigación en Comunicación Aplicada

Esta convocatoria para el último trimestre de la revista *Razón y Palabra*, busca dar cuenta del avance del estado del arte de ese subcampo de la comunicación y presentar trabajos especializados en Comunicación Aplicada que se estén realizando por investigadores que pretenden precisamente sumar, a los planteamiento teóricos profundos, propuestas para la acción. Se convoca a todos los interesados en aportar artículos de investigaciones que vinculan a la Comunicación con los asuntos macrosociales como la

⁴ La Red Internacional de Investigación y Consultoría en Comunicación (RIICC), conformada formalmente el 24 de febrero de 2012, es una asociación de centros e institutos de investigación, cuerpos académicos de investigación, grupos e individuos para el desarrollo de actividades de producción de conocimiento y de asesoría a partir de proyectos específicos que tiene el objeto de compartir y complementar capacidades y talentos y trabajar colaborativamente en la generación de conocimiento y la elaboración de estrategias y programas de transformación de la realidad social desde la comunicación en los distintos contextos nacionales e internacionales. Actualmente se han celebrado cinco encuentros internacionales de la RIICC con la participación de más de 170 académicos, investigadores y/o representantes de cuerpos académicos, centros e institutos de investigación a nivel internacional. La formación de investigadores se ha fortalecido a través de la realización de cuatro estancias académicas organizadas por la RIICC, en las cuales se ha llevado a cabo un intercambio de experiencias entre alumnos de Doctorado y Maestría de las Universidades participantes, a fin de recibir retroalimentación, escuchar nuevas ideas, defender sus proyectos y generar vínculos sólidos de relación.

pobreza, la violencia, la inseguridad, las políticas públicas, los derechos de la audiencia; así como con los problemas de los distintos grupos poblacionales tales como la niñez, la juventud, la tercera edad; o las cuestiones estructurales como la salud, la educación; además con asuntos que tienen que ver con planteamientos que vinculan a la Comunicación con los ámbitos organizacionales e interpersonales, la comunicación e innovación, responsabilidad social, productividad, competitividad, comunicación integrada de mercadotecnia, relaciones públicas y comunicación estratégica, entre otros.

Los temas en los que pueden aportar artículos son:

- Panorama de la Investigación en la Comunicación Aplicada
- Ética, medios, nuevas tecnologías, comunicación y corresponsabilidad
- Pobreza, desigualdad comunicación
- Comunicación, ciudadanía y democracia
- Comunicación política y políticas públicas
- Comunicación, nuevas tecnologías globalización
- Comunicación y educación
- Comunicación y familia
- Comunicación y salud
- Comunicación y ambiente
- Comunicación y sectores poblacionales
- Nuevos medios, redes sociales y sociedad
- Comunicación integrada de mercadotecnia
- Responsabilidad social
- Comunicación e innovación
- Comunicación estratégica
- Comunicación y productividad

- Relaciones públicas
- Comunicación interna

Contribuciones a *RAZÓN Y PALABRA*

RAZÓN Y PALABRA es la principal publicación digital del PROYECTO INTERNET del Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México, y no persigue fines de lucro. Por tal motivo, **NO PAGAMOS** las colaboraciones que son sometidas a la consideración de nuestros consejos editoriales.

RAZÓN Y PALABRA se publica **trimestralmente** en el ciberespacio.

Todos los comentarios y opiniones expresados en ***RAZÓN Y PALABRA*** son **RESPONSABILIDAD EXCLUSIVA** de los autores, por lo que no necesariamente reflejan el punto de vista ni de ***RAZÓN Y PALABRA*** ni del Tecnológico de Monterrey.

Las personas interesadas en publicar textos, imágenes, fotografías, caricaturas, reseñas, etc., en ***RAZÓN Y PALABRA***, deben remitir sus materiales a la Dra. María Antonieta Rebeil Corella, a través de la siguiente dirección de correo electrónico: arebeil@anahuac.mx con copia a la Mtra. Rebeca Arévalo Martínez en la cuenta: rebeca.arevalo@anahuac.mx

Los archivos deberán enviarse como documentos adjuntos, en formato de texto plano, texto enriquecido (*rich format*) o en procesador de texto comercial (preferentemente MS Word). Los miembros de los comités editoriales dictaminarán si procede la publicación en ***RAZÓN Y PALABRA*** de los documentos recibidos.

Las colaboraciones son de acceso libre (Open Access) siguiendo los criterios de Creative Commons:



RAZÓN Y PALABRA acepta TEXTOS en español, inglés y portugués.

En ***RAZÓN Y PALABRA*** sólo publicaremos **documentos inéditos**, salvo en aquellos casos en los cuales se justifique la necesidad de incluir determinados textos ya publicados, atendiendo el interés de nuestra generosa comunidad de lectores.

Todo trabajo deberá ser enviado con la **Declaración de Originalidad** debidamente requisitada y firmada. La misma puede ser descargada de este espacio en formato de word o en formato pdf.



Los derechos de autor de todos los textos, fotografías y creaciones en general publicados en **RAZÓN Y PALABRA**, no cambian de dueño por el hecho de ser publicados en nuestra revista, por lo que continúan siendo responsabilidad exclusiva de sus creadores durante todo el tiempo que se encuentren en línea.

Todo archivo deberá incluir la siguiente información:

- **Género (artículo, caricatura, etc.)**
- **Título**
- **Autor**
- **Fecha**
- **Breve semblanza del autor:** Nombre completo, universidad, país, correo electrónico, sitio web y/o blog, publicaciones y datos relevantes.
- **Resumen** (abstract) en inglés como en el idioma empleado en el documento.
- Un máximo de 6 palabras clave (**keywords**) –en inglés y en el idioma utilizado–

NO ACEPTAMOS TEXTOS QUE NO CUMPLAN CON TALES INDICACIONES.

Las citas deberán ser incluidas **AL FINAL DEL DOCUMENTO**.

Con respecto a la estructura del documento y la forma de citar, **RAZÓN Y PALABRA** sugiere seguir los lineamientos del manual de estilo de publicaciones de la *American Psychological Association* (un breve extracto se encuentra disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/com/citas.html>). Daremos prioridad a las colaboraciones realizadas bajo ese formato.

Por ningún motivo aceptaremos textos para ser incluidos en los números anteriores.

Procedimientos

1. Los textos recibidos serán sometidos en primera instancia a valoración por el Consejo Editorial con el fin de evaluar la pertinencia de los mismos para su publicación en la revista, en función de los siguientes criterios:
 - a) Adecuación a las normas editoriales de la revista.
 - b) Originalidad del texto
 - c) Rigor científico y metodológico
 - d) Oportunidad, actualidad, interés y trascendencia de la temática abordada
2. Todos los originales valorados positivamente por el Consejo Editorial serán sometidos a evaluación confidencial de especialistas en la materia, mediante el método de pares ciegos elegidos al azar, quienes determinarán la aceptación, aceptación condicionada con cambios menores, aceptación condicionada con cambios significativos o la aceptación del mismo.
3. En el caso de juicios dispares, el trabajo será remitido a un tercer evaluador.
4. Luego de ser recibidos los resultados del arbitraje se informará al autor o autores los resultados del dictamen. En caso de aceptación del texto con reservas, éste será devuelto para que se realicen las modificaciones recomendadas por los evaluadores. Una vez realizada, se devolverá a la revista para reiniciar el proceso de evaluación.
5. Una vez finalizado el proceso de evaluación, se enviará al autor principal del trabajo la notificación de aceptación o rechazo de su publicación.
6. La dirección de RAZÓN Y PALABRA respetará y hará valer el juicio pericial de los dictaminadores, cuya decisión se comunicará a los colaboradores.

Sobre los dictaminadores

- a) La dirección de **RAZÓN Y PALABRA**, con la aprobación del **Consejo Editorial**, seleccionará a sus dictaminadores dentro de los académicos y profesionales de mayor autoridad en cada una de las especialidades que se requieran, a escala local, nacional e internacional. Para ello, elaborará su correspondiente registro de dictaminadores.
- b) **La identidad de los dictaminadores por ningún motivo será revelada.**

- c) La dirección de **RAZÓN Y PALABRA** designará un mínimo de dos evaluadores por texto.
- d) Todo dictamen se emitirá por escrito.




CALENDARIO DE EDICIÓN RAZÓN Y PALABRA

Coordinación de número:

Dra. María Antonieta Rebeil Corella.
Mtra. Rebeca Iliana Arévalo Martínez

arebeil@anahuac.mx
rebeca.arevalo@anahuac.mx

2013						
Julio						
D	L	M	MI	J	V	S
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			
Agosto						
D	L	M	MI	J	V	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31
Septiembre						
D	L	M	MI	J	V	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					
Octubre						
D	L	M	MI	J	V	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		
Noviembre						
D	L	M	MI	J	V	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
Diciembre						
D	L	M	MI	J	V	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				
2014						
Enero						
D	L	M	MI	J	V	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	
Febrero						
D	L	M	MI	J	V	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	
Marzo						
D	L	M	MI	J	V	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

	7 ago	Envío de convocatoria		18 dic	Notificación a autores sobre aceptación (o no)
	25 oct	Límite para envío de artículos		6 ene - 17 ene	Autores hacen adecuaciones
	28 oct - 8 nov	Distribución de textos al Consejo Editorial para revisión		20 ene - 14 feb	Preparación de edición
	11 nov - 13 dic	Revisión del Consejo Editorial		24 feb	Envío a Razón y Palabra

© Derechos Reservados 1996- 2010

Razón y Palabra es una publicación electrónica editada por el
Proyecto Internet del ITESM Campus Estado de México.