

SIGNO Y PENSAMIENTO

No. 1
BOGOTA, 1982

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
Facultad de Comunicación Social

CONTENIDO_____

	Pág.
1 Editorial	5
2 La Iglesia y el Derecho a la Información	11
3 Hombre Moderno y Comunicación Interpersonal	17
4 Humanismo, Cultura y Comunicación Social	24
5 Criterios para la Formación de Comunicadores	34
6 Educación, Comunicación y Cultura en las Facultades de Comunicación Social	74
7 La Investigación en las Facultades de Comunicación en América Latina	79
8 El Cine como Arte	90
9 Crónica de la Facultad: Proceso de Revisión del Currículo, Síntesis de Trabajo de Grado	106
10 Poemas de David Consuegra.	

SIGNO Y PENSAMIENTO

DIRECTIVAS DE LA UNIVERSIDAD

R.P. ALVARO RESTREPO, S.J.
Vice - Gran Canciller

R.P. ROBERTO CARO MENDOZA, S.J.
Rector Magnífico

R.P. JORGE HOYOS, S.J.
Vice - Rector Académico

R.P. FERNANDO LONDOÑO, S.J.
Vice - Rector del Medio Universitario

Dr. ALVARO DAVILA L. DE GUEVARA
Vice - Rector Financiero

Dr. GUILLERMO GALAN
Secretario General

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Decano Académico:
Joaquín Sánchez, S.J.

Decano del Medio Universitario:
Luis Carlos Herrera, S.J.

Directora (E) del Departamento de Comunicación y Expresión:
Lic. Maryluz Restrepo de Guzmán.

Director del Departamento de Cultura Selectiva:
Dr. Francisco Sierra.

Director Departamento de Investigación:
Dr. Gilberto Bello

REVISTA SIGNO Y PENSAMIENTO

Licencia 003697 del 7-XII-81
Director Fundador:
R.P. LUIS CARLOS HERRERA, S.J.

COMITE DE REDACCION

Joaquín Sánchez, S.J. Decano Académico
Miguel Ramón Martínez
Francisco Sierra, Director Departamento de Cultura Selectiva.
Gilberto Bello, Director Departamento de Investigación.
Maryluz R. de Guzmán, Directora (E.) Departamento de Comunicación y Expresión.

PUBLICIDAD

Héctor Téllez.

Publica dos ediciones al año.

Valor del ejemplar \$350.00 - US\$10.00
Valor al año \$600.00 - US\$20.00

DIRECCION

Facultad de Comunicación Social
Universidad Javeriana
Cra. 7a. No. 40-62
Bogotá - Colombia

CARATULA:
Emma Inés Bonilla

DIBUJANTES
David Consuegra
Juan Rosillo
Lucía Lozano

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA.

Fundada en 1622 - Restablecida en 1930.

EDITORIAL

Nuestra revista SIGNO Y PENSAMIENTO no pretende ser una revista más. Quiere ser la expresión de nuestra Facultad de Comunicación Social y transmitir su reflexión, su pensamiento y su investigación a las demás Facultades de Comunicación Social del país, a los investigadores de Comunicación, a quienes cuentan con la Comunicación Social para el desarrollo, a los medios que forman opinión pública, a los centros de documentación y a las publicaciones afines del área de América Latina, EE.UU. y Europa. En el proceso de comunicación el Signo es la expresión bajo cuya clave se encierra el Pensamiento. Gracias a los medios de comunicación podemos extender casi sin límites la difusión de nuestras reflexiones, comunicar la verdad y llegar al corazón del hombre y suscitar adhesión y compromiso.

La comunicación es un medio de interacción humana, de poner en común nuestros valores, de compartir al saber para intentar realizar una nueva sociedad participante.

La Universidad Javeriana en diversas situaciones históricas ha generado renovaciones dentro del país. Cuando diversos grupos intentan un cambio de estructuras en busca de nuevos sistemas económicos, políticos y sociales, es necesario aportar pensamiento y acumular reflexión universitaria hacia nuevos destinos.

La Facultad de Comunicación Social ha tomado conciencia de este compromiso. Sabemos que la formación no es solo una manera de crearse una posición, de acumular riquezas, sino un modo de servir mejor a la sociedad en que vivimos. Urge edificar nuevas estructuras más humanas y más justas que las actuales.

Nos sentimos comprometidos en la transformación social de la patria. Debemos poner el granito de arena en restablecer la moral, la seguridad, la paz, el trabajo y la dignidad de la vida por una Colombia mejor y la manera de hacerlo desde la Universidad es aportando pensamiento.

El comunicador, el periodista de hoy, tiene mucho que aportar con su nueva visión del mundo y del hombre, de la historia y del destino colombiano.

El enfoque creativo y crítico de la realidad, la visión positiva del futuro, lo llevan a colocarse en la vanguardia de este cambio hacia etapas más humanas y más justas del progreso.

PREGUNTAS ESENCIALES

Frente a estas grandes preocupaciones, las discusiones sobre periodismo y comunicación, su diferencia y su implicación mutua, es tema superado ya, no solo a nivel universitario, sino en el ámbito continental. Entre nosotros surge como novedad a propósito de una determinación del Consejo de Estado.

Estamos frente a cambios importantes en todo sentido: en lo económico, en lo político, en lo social. . . Junto a esto, el deterioro de los valores morales y culturales llegan a neutralizar un auténtico desarrollo y volverlo de signo negativo.

Dejando a un lado la diferencia y la implicación obvia, nuestro cuestionamiento se centra en algo más importante:

- ¿Qué calidad de profesionales queremos formar?
- ¿A qué intereses sociales sirve el Comunicador?
- ¿Qué clase de periodista requiere el medio social?

Nadie ignora la situación actual del periodismo, excelente en Colombia en muchos aspectos, pero que dista mucho de lo que debe ser en otros muy importantes tales como el compromiso con la verdad, con los derechos del destinatario a ser informado, con el respeto a su dignidad, con la defensa de los derechos fundamentales del hombre, con la libertad de información y de acceso a las fuentes, el sentido crítico y el justo equilibrio entre la novedad y la importancia. . . de la noticia.

Se libra una batalla contra la corrupción, la dependencia, el subdesarrollo y por la liberación integral del hombre colombiano y nos interesa saber de qué lado se coloca la comunicación.

Si no sabemos para dónde vamos, cualquier formación es suficiente. Basta cumplir con los niveles mínimos señalados por el Estado o con las exigencias de las empresas.

Una formación que responda a todos estos interrogantes y que intente una formación integral, sería la única que justificaría la existencia de nuestras facultades de comunicación de nivel verdaderamente universitario.

El técnico y el práctico no van a poder responder a la problemática comunicacional del país. . .

La atención casi exclusiva a los medios de comunicación, nos ha hecho descuidar la naturaleza de la comunicación y su finalidad. Al dar la espalda al problema filosófico y a su dramática dimensión social -que consiste no en cómo, sino en qué comunicar- hemos retornado a las preocupaciones técnicas del trabajo y empleo y no a las de contenido y propósito.

La promoción del hombre como protagonista de la historia debiera ser

el primordial empeño del verdadero profesional del futuro. De ahí la necesidad de comprender la amplia gama de los medios alternativos y una plenitud de sentido de la comunicación. A veces se reduce a lo masivo, entendido como información selectiva y despersonalizante. El periodista como testigo del hecho cotidiano tiene en este sentido una responsabilidad extraordinaria. Ha de transformar la información en auténtica comunicación que lleve a interactuar, a participar y crear comunidad de valores y devolver la voz a las mayorías marginadas de un progreso privilegiante. El problema gravísimo de encontrar la propia identidad cultural, en nuestros pueblos en desarrollo, viene interferido por los medios y por los intereses de monopolios y transnacionales. Hay un interés banal de informar sobre todo lo que "ahora" sucede. La rapidez de información es el parámetro de los valores; no hay reflexión sobre lo duradero y trascendente pues el cúmulo de información malogra la formación armónica del hombre que exige un ritmo pausado y personalizante contrario a las políticas de dominio y monopolio, de consumismo y eficacia momentánea que impide el esfuerzo de superación del subdesarrollo cultural.

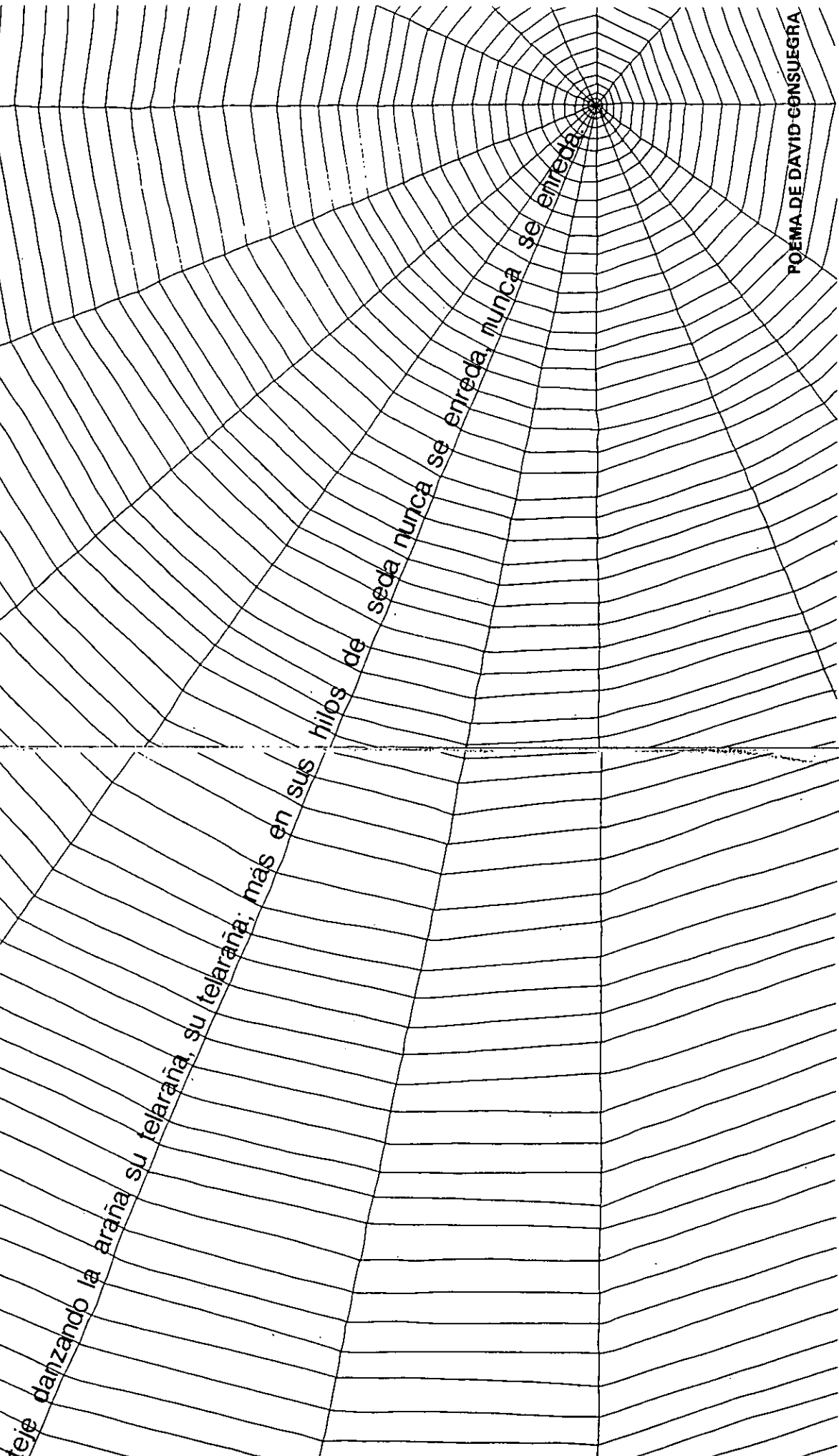
El cambio de Escuelas de Periodismo a Facultades de Comunicación no ha sido solo un cambio de nombre. La Facultad de Comunicación Social de la Universidad Javeriana al reflexionar sobre estos temas y sobre sí misma, empieza, a través de su revista y de otras publicaciones, a entregar su respuesta académica a los interrogantes que estos problemas suscitan. Estamos convencidos de que todos los sectores de la sociedad actual están impregnados por el tema de la comunicación y de la información. La relación entre personas en el grupo social, la intercomunicación de todo tipo de organizaciones, la información masiva en el aspecto de la opinión pública, las conexiones del tráfico internacional y el hecho de las transmisiones culturales y científicas, han dado lugar a que los estudios sociales aislen el tema de la comunicación como objeto intelectual de primera categoría.

"La comunicación como necesidad inherente a la naturaleza humana y social de la persona, constituye un campo de interés académico y de compromiso para la actividad científica y profesional, puesta al servicio del desarrollo integral del hombre colombiano y de la sociedad.

Los avances científicos y tecnológicos en el campo de la información y de la comunicación, al ser orientados por intereses de dominación, han generado una mentalidad consumista y acrítica que produce una despersonalización creciente y se manifiesta en la deformación de las diversas dimensiones de la comunicación y de sus efectos.

Así, los medios y los mensajes, en vez de mejorar las relaciones humanas y de contribuir al desarrollo integral de las personas y de la sociedad, son mantenedoras de estructuras injustas y dependientes que favorecen y refuerzan los intereses económicos y de poder que impiden una auténtica comunicación y participación".

El Director



teje danzando la araña su telaraña, su telaraña; más en sus hilos de seda nunca se enreda, nunca se enreda, nunca se enreda.

POEMA DE DAVID CONSUEGRA