

# Signo y Pensamiento

FACULTAD DE COMUNICACION Y LENGUAJE • PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

*Miradas  
de época*

**27**

**Signo y Pensamiento** es una publicación académica dedicada a reseñar los avances en teoría, investigación, práctica y políticas de comunicación. Pretende ser un foro de discusión y divulgación de los aportes de docentes e investigadores prioritariamente en las áreas de:

- Fundamentación de la comunicación como disciplina científica, humanística y artística y reflexión acerca de las diferentes metodologías de investigación y construcción del conocimiento en comunicación.
- Análisis de problemas contemporáneos de comunicación y los contextos culturales que la comunicación reproduce y transforma.
- Ética de la comunicación.
- Relación de la comunicación con fenómenos de la expresión religiosa.
- Análisis de diversas formas de expresión y la multiplicidad de lenguajes propios de los medios de comunicación.
- Análisis de los procesos y lenguajes propios de la interacción entre nuevas tecnologías y comunicación.
- Análisis y enseñanza de la publicidad, la comunicación educativa, el periodismo y la comunicación organizacional entendidos como campos profesionales y objetos de estudio de la comunicación.
- Políticas, planeación y legislación de la comunicación.
- Comunicación y cultura política.

#### COMITE ASESOR:

Ma. Cristina Mata (Centro de Estudios Avanzados, Argentina);  
 Daniel Prieto Castillo (Universidad Nal. de Cuyo-Argentina);  
 Carlos Eduardo Cortés (OCIC-UNDA-AL- Ecuador);  
 Jesús Martín Barbero (Universidad del Valle-Colombia);  
 Germán Rey (Fundación Social-Colombia);  
 Jorge Gonzalez S. (Programa Cultura- Colima, México);  
 Guillermo Orozco (Universidad Iberoamericana-México);  
 Rosa María Alfaro (Asociación Calandria-Perú);

#### NOTA A LOS COLABORADORES:

**Signo y Pensamiento** invita a docentes e investigadores de la comunicación a enviar colaboraciones. Estas deberán acogerse al siguiente formato:

- El material deberá ser preferiblemente inédito. En caso contrario, se deberá incluir el nombre de la publicación en la que ha aparecido y la fecha de publicación, así como la dirección del editor.
- Deben ser preferentemente escritos en español, aunque aceptamos artículos en inglés, francés y portugués.
- Los artículos deben tener una extensión entre quince y treinta páginas escritas a doble espacio en hoja tamaño carta.
- Deben incluir las notas y citas bibliográficas a pie de página, numeradas siguiendo el sistema arábigo (1,2,3, etc.). Debe citarse: Apellido, nombre, título, ciudad, editorial, número de página. La bibliografía completa debe citarse al final del artículo siguiendo el mismo sistema.
- El artículo debe incluir un resumen en español de no más de cien palabras y de ser posible, su correspondiente traducción en inglés.
- Los cuadros y gráficas deben anexarse por separado.
- Los artículos deben enviarse por triplicado en papel e, idealmente, en diskette en programa Word para Macintosh o compatible (especificar). Debe acompañarse de una hoja separada con los datos del autor: Nombre completo, dirección, teléfono, fax o E-Mail, nacionalidad, listado corto de publicaciones recientes, afiliación institucional y áreas de interés.
- Las colaboraciones deben ser enviadas a:

**ANA MARIA LALINDE**  
 Revista Signo y Pensamiento  
 Facultad de Comunicación y Lenguaje  
 Pontificia Universidad Javeriana  
 Carrera 7 # 43-82 Ed. Valtierra 7o. piso  
 Santafé de Bogotá, D.C. - COLOMBIA

**Nota:** El material será evaluado por el Comité Editorial que determinará la fecha de publicación. Previa a su publicación, se le informará al autor. El material enviado no será devuelto.

#### SIGNO Y PENSAMIENTO

ISSN 0120-4823

LICENCIA 003697 del 7-XII-81

Volumen XIV, N° 27, Segundo Semestre de 1995

**Signo y Pensamiento es una publicación semestral de la Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana**

**Dirección**  
**JOAQUIN SANCHEZ G., S.J.,**  
 Decano Académico  
**EDUARDO VALENCIA J., S.J.,**  
 Decano del Medio Universitario

**Coordinación editorial**  
**ANA MARIA LALINDE**  
 Programa de Publicaciones

**Corrección de textos**  
 Gabriel Arrabal

**Comité Editorial**  
 Juan Guillermo Buenaventura  
 Omar Gerardo Rincón

**Ilustraciones**  
 • Ilustraciones libres para  
 ilustradores: Dover Publications.  
 New York

**Fotomecánica e Impresión**  
 JAVEGRAF.

La suscripción para el Volumen XIV de 1995 (26 y 27) tiene un valor de \$8.500.00 para Colombia y US25.00 para el extranjero, incluido el porte de correo. Los cheques deben ser girados a nombre de PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA, Nit. 860-013720-1, y enviados a Revista Signo y Pensamiento, Carrera 7 # 43-82 Ed. Valtierra 7o. piso, Santafé de Bogotá, Colombia. Teléfono: 2883788 ext. 201. Fax: (571) 2871775. E-Mail: alalinde@javercol.javeriana.edu.co

**INTEGRANTE DE LA RED IBEROAMERICANA DE COMUNICACION Y CULTURA**



**Adpostal**

*Estos son nuestros servicios ¡utilícelos!*

- VENTA DE PRODUCTOS POR CORREO
- SERVICIO DE CORREO NORMAL
- CORREO INTERNACIONAL
- CORREO PROMOCIONAL
- CORREO CERTIFICADO
- RESPUESTA PAGADA
- ENCOMIENDAS
- POST EXPRESS
- FILATELIA
- CORRA
- FAX

Teléfonos para quejas y reclamos:

Tel: 2438851/3410304

Fax: 2833345 Línea Gratis: 980015503  
 Santafé de Bogotá, D.C. - COLOMBIA

**CAMBIAMOS PARA SERVIRLE MEJOR A COLOMBIA Y AL MUNDO**

**SUMARIO**

# Miradas de época

*Miradas de época*

*Entrevista*



11

Comunicación, cultura y ciudad  
JOSE MIGUEL PEREIRA



71

Pensar el nuevo paisaje mediático  
CARMEN GOMEZ MONT



21

Mujeres y Educación para la  
Recepción Televisiva  
MERCEDES CHARLES



*Ponencias*

81

Del desencanto a la reinención  
democrática de la política  
FABIO LOPEZ



33

Samba, tango y cultura en  
tiempos del nacionalismo  
DORIS FAGUNDES HAUSSEN



91

Los medios ante la crisis  
JAVIER DARIO RESTREPO



43

Para pensar la comunicación visual  
MARILUZ RESTREPO

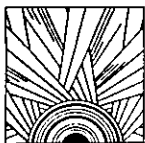


97

La escrituralidad desde una  
perspectiva cultural  
MARIA SOLEDAD MORENO

49

Argos: arqueología de la  
mirada moderna  
NINA CABRA  
GERMAN CAMELO  
GERMAN CENTENO



*Documenta*

105

Ética y comunicación desde la  
perspectiva de las identidades culturales  
GABRIEL JAIME PEREZ, S.J.

57

Voltaje sin límites: la onda  
del Radio Recreo  
MARTHA TORO



125

*Reseñas*

129

*Resúmenes y abstracts*

---

A nuestros lectores...

## Miradas de época



a comunicación, que nace dependiente de la práctica periodística, se ha constituido en un campo del saber durante la última mitad del siglo XX. Aunque para la mayoría de la sociedad periodismo y comunicación son conocimientos sinónimos, en los últimos veinte años la comunicación se ha convertido, teórica e investigativamente, en una disciplina con un capital simbólico propio. Este capital está conformado por las transformaciones de significación que se dan en una sociedad. Además, la comunicación se comprende de manera diversa según la posición desde la cual se ingrese a su estudio, a su investigación, a su producción y a su reflexión.

—I—

Ya que a cada lugar de entrada corresponde un paisaje simbólico distinto, una rápida y subjetiva descripción del campo de la comunicación nos indica que si defendemos que la comunicación es *transporte* o transmisión lineal de información, seguiremos insistiendo en que el saber comunicativo se agota en los medios masivos de comunicación y en sus efectos directos en audiencias pasivas. Sin embargo, si la palabra *comunicación* significa poner en común recursos, conceptos, saberes, sentimientos; entonces, debemos avanzar hacia la comunicación como *socialización* de saberes sin importar qué se comparte ni con qué sentido. Y si al socializar le añadimos el diálogo y la búsqueda de consenso, el saber comunicativo implica el *intercambio*, la interacción y la negociación de sentidos. Además, si a esta negociación de saberes la inscribimos en los receptores y dentro del horizonte de la cultura, comprenderemos que la *comunicación es un*

*lugar de encuentro cultural* en el que cada comunidad o productor/receptor ingresa con una tradición, unas representaciones, unas posibilidades interpretativas y unas formas específicas de hacer su significado.

En la década de los noventa, la comunicación se ve abocada a transformar aún más la comprensión de sí misma. Esto debe ser así porque lo importante, en esta época, no es tanto la interacción sino el contacto y la conexión a través de formas de significación. De la misma manera, las imágenes-mundo son necesarias para vivir con referentes comunes mientras cada sujeto como receptor/productor construye su propio paisaje simbólico. En nuestra delirante y encantadora época, el campo de la comunicación acepta que lo que hace es poner en evidencia indicios para hacer que otros nos entiendan y se junten. Y lo hace en otro estilo: a partir de mensajes que funcionan a la manera de *red*, que se transforman en medio del movimiento, que se elaboran según la manera en que productores y receptores se conectan y se relacionan, y que dependen del ritmo de recorrido de cada uno. El campo de la comunicación se conforma como *tensión de significaciones que se conectan en forma de red*. La comunicación es, entonces, contacto y conexión.

### —II—

Esta comprensión del campo de la comunicación como red de significaciones compartidas por sujetos en contacto/conexión asume lo siguiente:

- La comunicación constituye el valor de época más importante. Por lo tanto, desde sus formas de producción y recepción, representación y percepción, investigación y reflexión, se podrán encontrar interesantes entradas para la descripción, explicación y comprensión de nuestra cultura-mundo.

- La comunicación, en sus redes de significación, tiene que ver con los modos de transformación, las maneras de sentir, los estilos de imaginación y las formas de valorar de una sociedad. La función de la comunicación y de sus medios de expresión se relaciona, entonces, con la puesta en público de las formas de percibir y representar de una sociedad.

- Las prácticas expresivas de la comunicación no se agotan en los medios masivos, sino que abarcan las formas compartidas de significación que se hacen en la músicas, los bares, las *rumbas*, los cuerpos, las modas. Por tanto, la comunicación es el campo de expresión de las formas de significar de una sociedad que parece inscribirse más en estilos de sensibilidad, niveles de goce, maneras de reunirse, que en lógicas racionales que prometen unas éticas y unas políticas mejores.

### —III—

Dentro de esta comprensión del campo de la comunicación como *redes de significación que al compartirse se convierten en lugar de encuentro, contacto y conexión*, **Signo y Pensamiento** plantea este número bajo el título de **Miradas de época**. Con esto se pretende unir, en una única red, todas estas nuevas formas de comprender el campo de la comunicación que han venido apareciendo: nuevos puntos de vista, —ciudad, músicas, nuevas tecnologías—, nuevos sujetos —mujeres, jóvenes— y, sobre todo, nuevas sensibilidades —miradas que se pierden en el abismo y en el deseo— prometedoras de otras razones/sentimientos para vivir y significar en nuestro tiempo.

La *ciudad*, para el habitante de hoy, no es sólo un lugar para vivir sino que se constituye en el medio expresivo para significar. La ciudad dejó de ser un asunto de planeación económica o de edificación arquitectónica para convertirse en el sitio donde nos hacemos significado cada día. La comunicación se interesa por la ciudad en tanto ésta signifi-

ca, en tanto funciona como red de significados que junta gente y en cuanto permite la construcción de relatos para la vida. José Miguel Pereira plantea el panorama teórico de cómo se ha venido construyendo la relación comunicación-ciudad para luego mostrar, a través de una serie de estudios realizados en la ciudad de Bogotá, un campo sugestivo de estudio para los investigadores y los productores de la comunicación.

La *mujer* nos ha venido abriendo los ojos hacia otras posibilidades para comprender y hacer la vida. La sensibilidad femenina ya se acepta como una perspectiva teórica para comprender la realidad, como una actitud de vida y como una inscripción para la acción de significar y vivir social. A todos los hombres nos corresponde desarrollar esa sensibilidad para construir un mundo más plural y diverso. Llegará el día en que una producción comunicativa sea femenina no por sus palabras o postura teórica, sino porque una sensibilidad de mujer se hace forma comunicativa. Esto parece ser lo que propone estudiar Mercedes Charles cuando nos introduce en la investigación de la recepción televisiva: que las mujeres y los hombres entremos a los medios de manera distinta, que la categoría de género debe servir más allá del análisis de mensajes y que es necesario reconocer en la vida cotidiana las formas propiamente femeninas de recepción y las maneras en las que la mujer construye su identidad a través de este acto comunicativo. Este ensayo hace un interesante recorrido por los principales hallazgos que la investigación de la recepción televisiva ha encontrado en relación con la mujer, para luego plantear un Programa de Educación para la Televisión enfocado hacia la formación de receptoras críticas.

La *música* es un lugar privilegiado para estudiar la Comunicación porque a través de ella se expresa la identidad y sensibilidad múltiple de los jóvenes, se construye la memoria simbólica de cada generación, se reafirman las identidades locales, se conforman las imágenes-mundo y se viabilizan otras voces, otros colores, otras vidas. La música es,

hoy, la red que más junta; la red de significaciones que más se comparte; la red más múltiple, diversa y conflictiva que habita la tierra. Doris Fagundes Haussen entiende la música como red de significaciones y sensibilidades que se deben desentrañar desde el horizonte político. En este ensayo, la investigadora brasileña nos recuerda cómo mientras Getulio Vargas usó la samba dentro de su proyecto nacionalista, Perón no pudo hacer lo mismo con el tango que siguió cantando las historias de barrio y las nostalgias sin dejos políticos. Esta relación política-música nos abre perspectivas nuevas para hacer la historia comunicativa de nuestro continente.

Mariluz Restrepo plantea, por su parte, la necesidad de una mirada juiciosa hacia la *especificidad de lo visual*; esto es, profundizar en el campo semántico de lo visual y sus usos metafóricos: ojo, visión, mirada, espejo, pantalla, mimesis, representación, luz, claridad, color; reconocer sus características tales como sus dimensiones, su relación con el espacio y con el tiempo; y distinguir, relacionando, aspectos tales como ícono, imagen, figura, forma, que, en el lenguaje ordinario, se toman como sinónimos.

La *mirada* contemporánea tiene su historia. Siempre ha buscado ir más lejos, intentar nuevas relaciones, buscar otros lugares y sentir diversas experiencias de sentido. Lo cierto es que no siempre hemos mirado de la misma manera como lo documentan Cabra, Camelo y Centeno. Ellos nos recuerdan cómo la pintura y las expresiones comunicativas han venido taladrando el tiempo y tejiendo nuevos espacios. Este interesante ensayo se centra en el análisis de la mirada de las vanguardias modernas para terminar asumiendo el punto de vista de lo figural que busca captar un mundo que se mueve y que encuentra en el abismo del cine la posibilidad máxima de recorrido.

Los *jóvenes* se han tomado la palabra y escriben la historia de sus vidas en presente. Esto significa que han dejado de ser signo de futuro y reflejo de

las miradas adultas. Los jóvenes no son más sujetos pasivos, arman sus propias redes de significación y sentido sin grandes discursos pero plenos de prácticas. Aunque aceptan las imágenes-mundo que se les propone, en su forma de vida y de juntarse han logrado proponer nuevas entradas a la vida y al sentido. Martha Toro, al presentarnos su sugestiva investigación etnográfica sobre la radio escolar, nos recuerda que a los jóvenes sí les gusta ir a la escuela, pero no entrar a clase. Así mismo nos advierte que en la educación, como espacio privilegiado de socialización, la radio puede cumplir un papel fundamental al representar y expresar los deseos y necesidades de los habitantes educativos en tiempos de la globalidad.

Las *nuevas tecnologías* expresan nuevas formas de percibir y representar, otros estilos de conexión y contacto, paisajes simbólicos experimentales que hacen que nuestra época produzca espacios de significación totalmente novedosos. Las nuevas tecnologías llevan a que nos imaginemos nuevas formas de narrar y otros estilos de conexión-apropiación de los significados. Los estudios de comunicación deben comprender que hay un nuevo campo de expresión y acción para significar, unas nuevas relaciones para experimentar y, sobre todo, una nueva conformación del paisaje simbólico. La investigadora mexicana Carmen Gómez Mont explica cómo frente a la aparición de un nuevo paisaje mediático, suscitado por las nuevas tecnologías de la comunicación, es necesario comenzar a estudiar las nuevas sensibilidades y narrativas que ellas suscitan, construir teorías y metodologías diferentes para acceder a los procesos de producción, circulación y uso que proponen dichas tecnologías y transformar la mirada que tenemos de medios tradicionales, como la televisión.

Las *ponencias* que destaca este número de **Signo y Pensamiento** se refieren a análisis comunicativos desde la mirada de lo político y lo educativo. El investigador de la relación comunicación-política Fabio López de la Roche presenta, a través del proceso de reinserción del movimiento guerrillero Ejército Popular de Liberación, los nuevos sentidos que están surgiendo en Colombia en torno a lo político. Javier Darío Restrepo, en el marco del foro *Los medios ante la crisis* organizado por nuestra Facultad, pone de presente la obligación que tienen los medios de comunicación en la actual crisis política en Colombia de decir la verdad, como parte fundamental del derecho de la comunicación y de la información. Por su parte, la investigadora de la comunicación educativa María Soledad Moreno reflexiona sobre la escritura académica y argumenta que esta práctica ha venido desconociendo las dimensiones cultural y cognoscitiva inherentes al acto escritural mismo.

Por último, el lector encontrará como *documento*, la amplia reflexión que sobre la relación comunicación y ética desde el concepto de las identidades culturales realiza el experto en el tema Gabriel Jaime Pérez, S.J. **Signo y Pensamiento** piensa que este escrito será de gran utilidad para investigadores, docentes y estudiantes de las escuelas de comunicación, por cuanto representa una mirada global a la ética de la comunicación en estos tiempos de privilegio de las estéticas.

De aquí en adelante el lector encontrará **Miradas de época** que han transformado las formas de significar, que se han imaginado nuevas redes de sentido y que permiten suponer que existe un prometedor campo de investigación para la comunicación.

OMAR RINCÓN  
AGOSTO DE 1995

\* Omar Rincón. Profesor-investigador del Departamento de Comunicación de la Facultad de Comunicación y Lenguaje. Miembro del Comité Editorial de Signo y Pensamiento.