
SIGNO Y PENSAMIENTO No. 7

ISSN 01290 - 4823

Licencia 00697 del 7-XII-81

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

Coordinación General: MARILUZ RESTREPO DE GUZMAN
Directora del Departamento de Comunicación

Consejo Editorial: JOAQUIN SANCHEZ G., S.J.
Decano Académico
EDUARDO VALENCIA J. S.J.
Decano del Medio Universitario
MARILUZ RESTREPO DE GUZMAN
Directora del Departamento de Comunicación
GABRIEL JAIME PEREZ, S.J.
Director del Departamento de Expresión
JORGE SALAZAR M.
Coordinador de Prácticas
GILBERTO BELLO D.
Representante de profesores
MA. CLAUDIA PEÑARANDA G.
Representante de estudiantes

Comité de Trabajo PATRICIA TELLEZ G.
Asistente de la Coordinación General
ANGELICA SAMPER C.
Distribución y Canje
Estudiantes:
ADRIANA GARZON C.
CLAUDIA GODOY N.
MONICA SARMIENTO D.

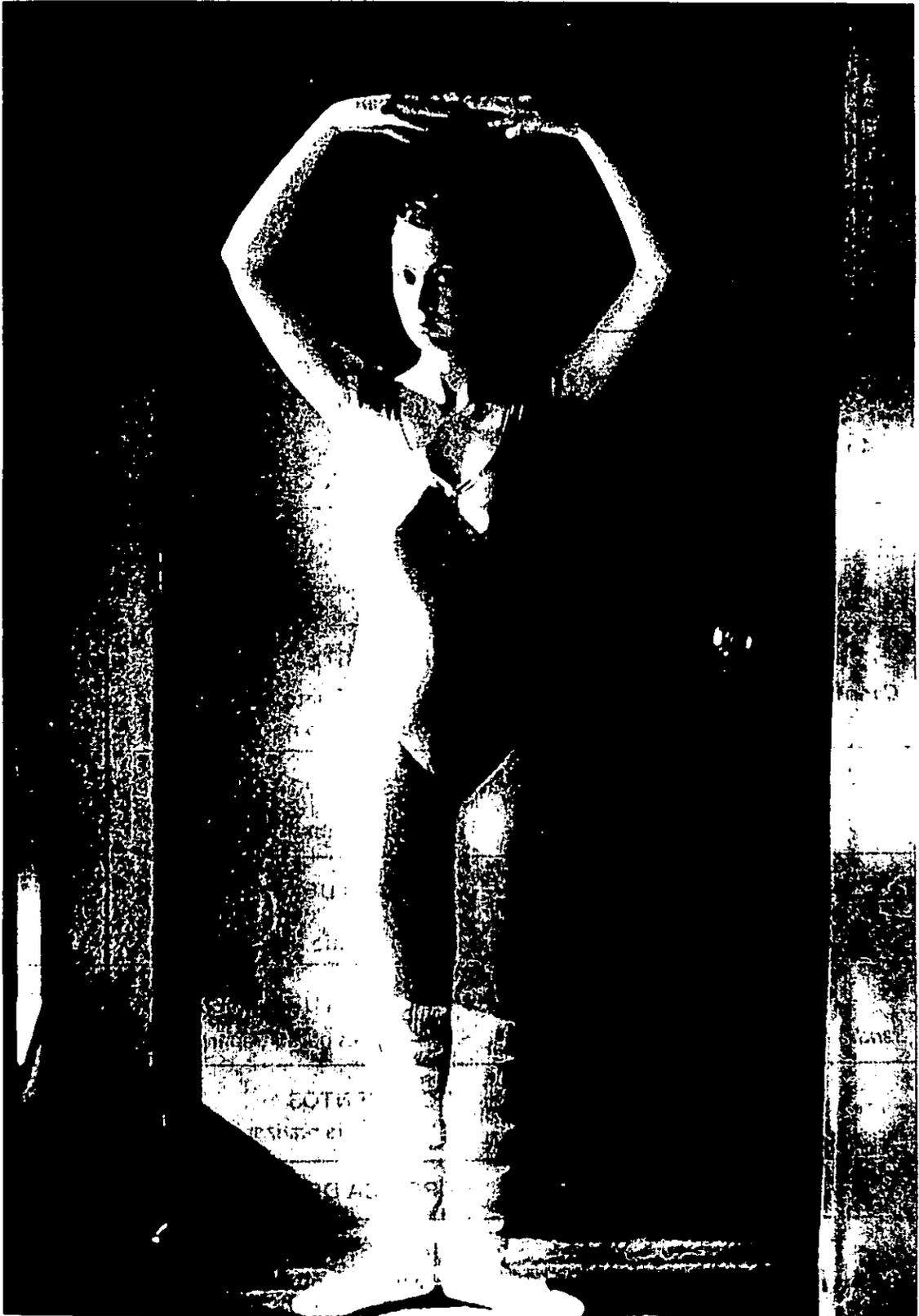
Armada e Impresión:  PUBLICACIONES
Universidad Javeriana

Suscripciones: 1 ejemplar \$400.00 US\$10
Anual (2 ejemplares) \$800.00 US\$20

Volumen 4
Año 4 Número 7
2o. Semestre 1985

Sumario

	5	Editorial
		ENSAYOS
<i>Germán Rey Beltrán</i>	9	● Comunicación y Psicología: Espacios de encuentro
<i>Ana María Lalinde Posada</i>	29	● Estado y discurso jurídico. Una perspectiva de lectura
		COMENTARIOS
<i>Fernando Ramírez Moreno</i>	43	● Cine: ¿Los mensajes son para el cartero?
<i>Angela María Godoy Fajardo</i>	49	● Reflexiones en torno a la práctica académica de la Comunicación Social
		PONENCIAS Y RESUMENES
<i>Gabriel Jaime Pérez, S.J.</i>	57	● El mensaje: Una opción académica
		ENTREVISTAS
<i>Carlos Eduardo Cortés Sánchez</i> <i>Onofre de la Rosa</i>	67	● Daniel Prieto Castillo: El discurso nunca fue el reino nuestro
		INVESTIGADORES INVITADOS
<i>Jesús Galindo Cáceres</i>	81	● La urdimbre del tejido social - II Parte
		TRABAJO DE GRADO
<i>Gary Martínez Romero</i> <i>Patricia Wieler de Fosca</i>	93	● ¡El desafío de la potencia!
		DE LOS ESTUDIANTES
<i>Sandra Mónica Cubillos Sánchez</i>	107	● Apuntes para atrapar al mensaje
	115	DOCUMENTOS
		● Colombia realizará un nuevo censo
	125	CRONICA DE LA FACULTAD
		BIBLIOGRAFIA
	129	● Nuevas adquisiciones
	131	● Reseñas de Trabajos de Grado



"PRIMERA POSICION", Carolina Jaramillo (Alumna III Semestre).

Veinte años de la Facultad de Comunicación Social

Se cumplen veinte años de la creación de la Facultad de Comunicación con un programa de cuatro años de duración.

Los cursos de Periodismo que comenzaron hace 50 años (1936), dieron origen a lo que es hoy la Facultad de Comunicación. Una historia larga y llena de experiencias es la que ha traído, hasta el día de hoy, los resultados que podemos recoger. En ella han pasado personas importantes que han dejado su huella como los jesuitas Celestino Andrade, Francisco González, Angel Valtierra y José Rafael Arboleda y los doctores Alvaro Ortíz Lozano y Francisco Gil Tovar. Todos ellos han contribuido a la conformación de los estudios de Comunicación Social que hoy podemos presentar a 500 estudiantes de la Facultad.

También encontramos en nuestra historia la preocupación constante de los decanos y directores por actualizar permanentemente el currículo de la Facultad, de tal manera que responda acertadamente a las necesidades sociales de nuestro país. En una última etapa, después de siete años de trabajo, hemos comenzado en enero de 1984 el nuevo currículo de la Facultad que busca responder a muchas necesidades y preocupaciones de estudiantes, egresados y personas de los medios; pero sobre todo a lo que el equipo de profesores que trabajó durante estos años, ha detectado como un servicio a la sociedad que necesita profesionales que transformen creativamente los sistemas de comunicación en formas más participativas, humanas y justas.

Cuando hablamos de un comunicador social capaz de "dar cuenta de las condiciones constitutivas y reproductivas, tanto de su propio discurso científico como de los mensajes, los cuales constituyen el objeto de estudio de esta disciplina" nos referimos a una visión diferente que se aparta de la línea tradicional de los estudios de comunicación que han hecho énfasis en las características del emisor en la búsqueda de canales adecuados y en los efectos en el perceptor. Parecería que lo que es esencial a esa comunicación, el mensaje, es algo secundario y ajeno al estudio de la comunicación. En este sentido somos conscientes de que el estudio de la comunicación debe responder a una demanda profesional, que tiene su propia visión del comunicador, sin embargo, esto no puede, constituirse en el determinante de los programas de formación.

Formar un comunicador para la Universidad Javeriana es crear las condiciones para que este profesional pueda desempeñarse competentemente y no adaptarse pasivamente a unas condiciones de trabajo.

Formar un profesional de la comunicación es ofrecer al alumno un clima de análisis crítico y actualizado de los procesos culturales en los cuales se mueven continuamente los mensajes.

Formar un comunicador social es proporcionar a los alumnos una permanente actualización acerca de lo que está ocurriendo en el ámbito de la comunicación a nivel mundial y muy especialmente de América Latina, con el objeto de buscar alternativas diferentes de comunicación, que respondan más y mejor a las necesidades de nuestro país.

Formar un comunicador profesional es orientar todos los esfuerzos a crear políticas justas de comunicación en el país, de manera que tendamos cada día hacia una comunicación más democrática y participativa.

Es hacer, finalmente, que nuestros profesionales sean actores conscientes de los cambios que necesita Colombia, dentro de los cuales la comunicación juega un papel importante.

En este sentido, no hablamos de productores de mensajes o de simples "instrumentadores" o portadores de mensajes de otros. Nos referimos, más bien, a profesionales que sean capaces de generar sus propios mensajes desde el punto de vista de quien los recibe, desde las condiciones que hacen posible que estos sean transformadores de la sociedad.

Hemos decidido, dentro de las muchas posibilidades de abordar la comunicación, centrarnos en el MENSAJE como elemento fundamental que reúne los componentes claves de una comunicación con sentido. A partir de éste, estudiamos la comunicación como un proceso humano insertado fundamentalmente en la cultura, que responde a unas necesidades muy

concretas de la sociedad y que contribuye a la construcción de una "mejor sociedad", más humana y más justa, dentro de la dimensión cristiana que alienta nuestra acción educativa en la Universidad Javeriana.

Los objetivos generales de la Facultad consigan este pensamiento así: "La Facultad de Comunicación Social, se propone formar integralmente profesionales de la comunicación que estudien científicamente la comunicación, fundamenten su quehacer desde el interior de nuestra cultura y desarrollen habilidades en la producción de mensajes, dentro de un criterio ético orientado por una visión cristiana del mundo y de la profesión".

Joaquín Sánchez G., S.J.
Decano Académico

Nota de Redacción:

En el número 4 de nuestra Revista (2o. Semestre de 1983) por error de armada se omitió el nombre de PATRICIA ANZOLA como co-autora, junto con AMPARO CADAVID, del trabajo titulado "Mujer y Publicidad – Más allá de una imagen".

Las fotografías que ilustran la Revista corresponden a trabajos realizados por estudiantes para la asignatura FOTOGRAFIA (II Semestre) durante el primer período académico de 1985 (Profesor Orlando Sánchez).



"EXPRESIONES", Blanca Helena Tovar (Alumna de III Semestre).