



Comunicación y Hombre

ISSN: 1885-365X

j.conde@ufv.es

Universidad Francisco de Vitoria
España

Martínez-Fresneda Osorio, Humberto
"Los nuevos modelos de comunicación, reflejo de la cultura"
Comunicación y Hombre, núm. 3, 2007, pp. 19-20
Universidad Francisco de Vitoria
Pozuelo de Alarcón, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=129412635001>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

“Los nuevos modelos de comunicación, reflejo de la cultura”

A nadie se le escapa la influencia que los medios de comunicación hoy en día tienen en la formación de la sociedad. Los medios de comunicación se han constituido en una vía de formación que de manera sutil se introduce en la vida de las personas, en la vida de la sociedad.

Bajo un aparente diálogo entre el emisor y el receptor las estrategias comunicativas de los medios buscan intervenir en una sociedad a la que, a veces, no parece dar excesiva importancia los contenidos que consume diariamente.

Y es que los medios de comunicación trabajan con realidades fácilmente reconocibles, se nutren de la propia vida y son reflejo de un sistema de valores, donde la instantaneidad y la rentabilidad están por encima de otros valores universales.

Parece ser, de esta manera, que los medios de comunicación se constituyen en protagonistas eficaces de la sociedad del futuro. Es un hecho, por tanto, que no pueden caminar de espaldas a la sociedad sino con la sociedad, integrando dentro de sus estrategias todo el bagaje personal, intelectual, social y cultural que se origina en y desde el acontecer diario.

Supone un esfuerzo de apertura por parte de los medios de comunicación, una renovación de sus planteamientos, un reciclaje de sus profesionales y un cambio de mentalidad donde tengan cabida nuevos planteamientos que ayuden a la sociedad a crecer.

Los medios de comunicación, como reflejo de la cultura y factor de influencia en la formación de la sociedad son un claro referente de la vida cotidiana y se constituyen en escuela abierta a la sociedad.

Esto supone una apuesta por un replanteamiento del concepto de comunicación que potencie la capacidad de reflexión, el análisis crítico, la autonomía y la capacidad de decisión.

De esta manera, se otorga un nuevo rol a la sociedad, redimensionando su relación con los medios de comunicación, haciendo que sea partícipe y, a la vez, protagonista de su proceso de formación.

La relación de los medios de comunicación con la sociedad debe aportar elementos y claves que dan una nueva perspectiva al conjunto del aprendizaje y sentido al proyecto personal de la sociedad con el objetivo de su participación efectiva en la misma.

En este sentido, en este número 3, contamos con la participación del profesor de la Universidad Francisco de Vitoria, Álvaro Abellán, que presenta un estudio acerca del pensamiento relacional como fundamento para una nueva teoría de la comunicación, en donde propone el pensamiento personalista para abordar de manera adecuada la comunicación y su papel en el desarrollo integral de la persona.

Junto a él participan gran número de profesores de diversas Universidades. En este

número colaboran profesores de la Universidad de Alcalá de Henares, la Universidad de Navarra, la Universidad Piura, de Perú, la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, de México y la Universidad San Jorge, de Zaragoza además de profesores de la Universidad Francisco de Vitoria.

En la revista se incluyen, además, una serie de reseñas de algunas de las publicaciones más destacadas en nuestro ámbito de estudio e investigación.

A todos ellos agradecemos desde Comunicación y Hombre su participación pues con ella se enriquece el debate en torno a la Ciencias de la Comunicación y Humanidades.

Humberto Martínez-fresneda Osorio

Director de Comunicación y Hombre