

## COMUNICACIÓN Y RELIGIOSIDAD POPULAR

La religiosidad popular ocupa un lugar privilegiado dentro de los procesos de construcción de la cultura popular y la comunicación en América Latina.

Atendiendo a este hecho, hemos querido presentar a nuestros lectores un conjunto de ensayos vinculados con este tema en Brasil, Colombia y Perú, tres países de la región con una enorme riqueza de experiencias y testimonios que pueden dar cuenta de esta dimensión.

Pretendemos con ellos un acto de provocación. Buscamos incentivar estudios similares o de mayor alcance en otros países de América Latina en donde, ciertamente, la comprensión de otros procesos de religiosidad popular y las interconexiones en la diversidad de los mismos pueden resultar indispensables para una lectura eficaz de la comunicación en su sentido más amplio y profundo.

Los ensayos que hemos reunido en esta ocasión son apenas referentes o, para ser más justos, importantes referentes en la búsqueda de claves de interpretación para una teoría de la religiosidad popular, que no puede ignorar el componente comunicación. Este necesario enfoque obliga a que el tema sea preocupación también de investigadores y docentes de nuestras Escuelas de Comunicación en América Latina.

Y descubrir esta dimensión de la comunicación nos coloca en una línea de opción por la transdisciplinariedad, opción que hace posible una lectura eficaz de los procesos históricos de integración del pensamiento místico o ancestral de los grupos autóctonos y los postulados de la Iglesia Católica.

Pero los ensayos que presentamos van más lejos todavía. Además del acercamiento a algunos de los rituales y de las expresiones populares del catolicismo podremos encontrar, también, expresiones populares de otras religiones presentes en el contexto latinoamericano. Este es el caso de la religión umbandista, expresión de una religiosidad construida «desde dentro», en un país tan rico en expresiones religiosas como el Brasil.

Y uno de los ensayos colombianos nos advierte sobre la creciente irrupción de otras religiones que avanzan aceleradamente apoyadas «desde fuera», pero incorporadas en cada país a partir de procesos que han sido leídos como los de crisis de la fe y cambios religiosos. Cambios que ponen en confrontación a la Iglesia Católica Latinoamericana actual con sus formas históricas de legitimación, con los espacios (no sólo físicos) en los que ha actuado o no ha actuado y con las reivindicaciones económicas, políticas y sociales que hoy levantan los sectores populares de América Latina, las mismas que se vinculan indudablemente con nuevas lecturas de la fe que ahora se multiplican en la región.

Esperamos pues que los aportes reunidos animen un debate, incentiven estudios e investigaciones que, al atravesar espacios como el religioso, nos permitan a los comunicadores sociales una comprensión global del contexto social, en el que se sustentan las diferentes dimensiones de la religiosidad.

Otros temas de igual relevancia se incluyen en la presente edición. En la sección dedicada a difundir investigaciones incluimos dos ensayos que dan cuenta de los nuevos procesos que modifican y marcan el comportamiento actual de la comunicación masiva. Ellos son: «La Integración del Mercado Común Europeo y la Transformación de los Medios de Comunicación» de Javier Esteinou (México) e «Imaginario social en los Márgenes de la Modernidad» de Patricia Terrero (Argentina).

En ese mismo marco es posible entender también el nuevo aporte de Jesús Martín Barbero (Colombia), incluido en la sección Enseñanza, el mismo que lleva por título «Teoría / Investigación / Producción en la Enseñanza de la Comunicación».

Hasta aquí la presente edición.

*Walter Neira Bronttis*

*Director*