

Signo y 37 Pensamiento

Volumen XIX - Año 2000

Revista del
Departamento de
Comunicación •
Facultad de
Comunicación
y Lenguaje •
Pontificia
Universidad
Javeriana

Gabriel Jaime Pérez, S.J.
Jürgen Horlbeck
DIRECTORES

Catalina Montoya Londoño
COORDINADORA DE PUBLICACIONES

Gabriel Alba
Jorge Iván Bonilla
Juan Guillermo Buenaventura
Catalina Montoya Londoño
José Miguel Pereira
COMITÉ EDITORIAL

María Cristina Mata (Argentina)
Daniel Prieto Castillo (Argentina)
Carlos Eduardo Cortés (Colombia)
Jesús Martín Barbero (Colombia)
Germán Rey (Colombia)
Jorge González (México)
Guillermo Orozco (México)
Rosa María Alfaro (Perú)
COMITÉ ASESOR

Gabriel Jaime Pérez, S.J.
Luis Ignacio Sierra
Gloria Inés Ceballos
Guillermo Olarte
COORDINACIÓN DEL NÚMERO

REDACCIÓN:
Revista Signo y Pensamiento
Departamento de Comunicación
Facultad de Comunicación y Lenguaje
Pontificia Universidad Javeriana
Transversal 4 No. 42-00 Ed. 67, piso 6
Bogotá, D.C. - Colombia
Teléfono: (571) 3208320 Ext. 4587
Fax: (571) 3208320 Ext. 4576
catalina.montoya@correo.javeriana.edu.co

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN:
Mónica Patricia Medina Correa

CORRECCIÓN DE TEXTOS
Gustavo Patiño Díaz

IMPRESIÓN Y FOTOMECÁNICA:
Javegraf
Calle 40 No. 5-23
Bogotá, D.C.

Licencia 003697 del 7-XII-81
ISSN 0120-4823

Signo y Pensamiento es integrante de la
Red Iberoamericana de Comunicación y Cultura
y de la Asociación de Revistas Culturales Colombianas, ARCCA.

COLABORACIONES

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

- ▶ El material deberá ser preferentemente inédito. En caso contrario, se deberá incluir el nombre de la publicación en la que ha aparecido y fecha, la dirección del editor y una carta del autor o del editor en la que se autoriza su reproducción.
- ▶ Deben ser preferentemente escritos en castellano, aunque se aceptan artículos en inglés, francés y portugués.
- ▶ Los artículos deben tener una extensión entre diez y quince páginas escritas a espacio y medio en hoja tamaño carta. O 25.000 caracteres aproximadamente, sin espacios.
- ▶ Debe incluir las notas y citas bibliográficas a pte de página, numeradas siguiendo el sistema arábigo (1,2,3, etc.). Debe citarse: Apellido, nombre, título, ciudad, editorial, año, página. La bibliografía completa debe citarse al final del artículo siguiendo el mismo sistema.
- ▶ El artículo debe incluir un resumen en español entre cien y ciento veinte palabras, y de ser posible, su traducción al inglés.
- ▶ Los cuadros y gráficas deben enviarse por separado.
- ▶ Los artículos deben enviarse por duplicado en papel y en disquete en programa Word para Macintosh o compatible (especificar). También pueden ser enviados por correo electrónico.
- ▶ Debe enviarse una hoja separada con los datos del autor: nombre, dirección, teléfono, fax, E.Mail, nacionalidad, listado corto de publicaciones recientes, afiliación institucional y áreas de interés.
- ▶ Las colaboraciones deben ser enviadas a:

CATALINA MONTOYA LONDOÑO
REVISTA SIGNO Y PENSAMIENTO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJE
PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
TRANSVERSAL 4 No. 42-00 EDIFICIO 67 PISO 6°
BOGOTÁ, D.C. - COLOMBIA
E.MAIL: catalina.montoya@correo.javeriana.edu.co

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.

POLÍTICA EDITORIAL

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 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, el periodismo, la producción audiovisual, editorial y radiofónica 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.

INDICES

Signo y Pensamiento se encuentra indizada en:

- ▶ El Banco de datos DARE (Unesco). Centro de Documentación en ciencias sociales.
- ▶ El CICH-UNAM en la Base de Datos CLASE, Citas latinoamericanas en ciencias sociales y humanidades. Universidad Autónoma de México.
- ▶ Base de datos ISIS - Chile.

Estos son nuestros servicios justílicos!

● Servicio de correo ordinario ● Servicio de correo certificado ● Servicio de certificado especial ● Servicio encomiendas aseguradas ● Encomiendas correo reembolso ● Servicio cartas aseguradas ● Servicio de fletos ● Servicio de gros ● Servicio electrónico burofax ● Servicio internacional APR/SAL ● Servicio CORRA ● Servicio respuesta comercial ● Servicio tarifa postal reducida ● Servicios especiales.

Teléfonos para quejas y reclamos 334 03 04 - 341 56 36 Bogotá

Correos de Colombia



Adpostal

Cuente con nosotros
Hay que creer en los Correos de Colombia

A NUESTROS LECTORES

GABRIEL JAIME PÉREZ, S.J.
Comunicación y trascendencia
Pensar lo religioso desde la comunicación
Página 7

HIBRIDACIONES

GUILLERMO OLARTE PÁEZ
El lenguaje y el mercado de la
Nueva Era en los medios de
comunicación
Página 12

JOSEPH CHAMP
Haciendo fila para ver "La Guerra
de las Galaxias": ¿fanatismo
extremo o devoción religiosa?
Página 27

FERNANDO URREA Y FERNANDO PUERTO
Expresiones de religiosidades
populares y prácticas
de curación en un área urbana
de Cali
Página 39

REPRESENTACIONES MEDIÁTICAS

STEWART M. HOOVER
Los mundos convergentes
de la religión y los medios
Página 49

LUIS IGNACIO SIERRA
Inculturación del mensaje
mediático en culturas mediáticas
de América Latina
Página 59

ALMA GARCÍA GÓMEZ
Interacciones mediáticas y
experiencia religiosa.
Apuntes sobre comunicación
masiva y religión.
Página 69

HORIZONTES

GLORIA INÉS CEBALLOS
Comunicación para la pastoral:
una experiencia de género
Página 75

JORGE JULIO MEJÍA, S.J.
La palabra y las palabras
Página 85

AMPARO BELTRÁN
Comunicación, evangelización
y ecumenismo
Página 91

RESEÑAS

Carlo María Martini
"Comunicar a Cristo hoy".
Comunicación, Cultura y Religión, 2.
Página 107

RESÚMENES

RESÚMENES Y ABSTRACTS
Página 108

Comunicación y trascendencia

Pensar lo religioso desde la comunicación



"Religión", según Thomas Luckmann, "es un concepto que generalmente se refiere a una parte concreta de la existencia humana, la 'sobrenatural', la de los 'últimos significados' de la vida y la de la 'trascendencia'"¹. El mismo autor afirma también que "la religión consiste en *construcciones sociales* de 'otra' realidad 'extraordinaria'", que "estas construcciones están fundadas en *reconstrucciones comunicativas* de experiencias de trascendencia"², y que "en otras palabras, la experiencia humana, sea lo que sea en realidad, es además un flujo continuo de trascendencia, desde los niveles más simples hasta los más complejos"³.

Hace 15 años, siete pensadores latinoamericanos liderados por Manfred Max Neef compendaban en nueve las necesidades humanas fundamentales, según lo que llamaron las "categorías axiológicas", en el marco de un proyecto titulado *Desarrollo a escala humana* y formulado con el mismo título en una publicación ampliamente difundida. Estas nueve necesidades (subsistencia, protección, afecto, entendimiento, participación, ocio, creación, identidad, libertad) aparecen en el proyecto descritas dentro de una matriz de coordenadas, en relación con otras cuatro "según categorías existenciales"

¹ Luckmann, Th., "Religión y condición social de la conciencia moderna", en K.O. Apel et al, *Razón, ética y política —el conflicto de las sociedades modernas—* (X. Palacios y F. Jarauta, eds.), Anthropos, Barcelona, 1989, p. 90.

² *Ibid.*, p. 93.

³ *Ibid.*, p. 95.

⁴ Cf. Max Neef, M. et. al. *Desarrollo a escala humana —Una opción para el futuro—*. Número especial en español de la publicación periódica sueca Development Dialogue, Cepaur-Fundación Dag Hammarskjöld, Santiago de Chile, 1986, p. 42. ("Esta publicación constituye la formulación de un proyecto que a su vez fue elaborado mediante una serie de seminarios realizados en varias universidades e instituciones latinoamericanas bajo el liderazgo del Centro de Alternativas de Desarrollo CEPAUR, dirigido por Manfred Max Neef y autodefinido como "una organización profesional no gubernamental de proyección internacional dedicada, mediante investigaciones de tipo transdisciplinario y proyectos de acción, a reorientar el desarrollo a través de formas de autodependencia local y de la satisfacción de las necesidades humanas fundamentales y, en un sentido más general, a promover un Desarrollo a Escala Humana". La publicación que aquí se cita fue editada como "versión de Manfred Max Neef, Antonio Elizalde y Martín Hopenhayn, con la colaboración de Felipe Herrera, Hugo Zemelman, Jorge Jatobá y Luis Weinstein".

(ser, tener, hacer, estar), dando así lugar a su vez a la descripción de los "satisfactores" de ambos tipos de necesidades, frente a los cuales se oponen los "destructores" (o "violadores") que aniquilan su posibilidad de satisfacción.

La pregunta que les podríamos plantear a los expositores del proyecto mencionado, *Desarrollo a escala humana*, reconociendo todo lo enormemente valioso de su propuesta, es si no cabría la exigencia de incluir explícitamente una décima necesidad según las categorías axiológicas, a la que llamaríamos *trascendencia*, y una quinta según las categorías existenciales, a la que llamaríamos precisamente *ex-sistir* (es decir, ser proyectado hacia fuera o más allá de lo fáctico actual, como sujeto que se abre a la pregunta por la posibilidad y al reto de comunicarse con su propia interioridad espiritual, con la de los otros y con el misterio del Otro).

Algo similar podríamos plantearle a Edgar Morin, quien más recientemente ha escrito un documento para la UNESCO bajo el título *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*⁵. A los siete saberes propuestos por Morin (saber lo que es conocer, conocer los principios de un conocimiento pertinente, enseñar la condición humana, enseñar la identidad terrenal, enfrentar las incertidumbres, enseñar la comprensión, tomar conciencia de la ética del género humano —y en este sentido enseñar la democracia—), podríamos, como lo sugiere Gerardo Remolina, añadir un octavo saber —o completar algunos aspectos de aquéllos, en el sentido de la necesidad de enseñar la trascendencia—⁶.

Sin embargo, surgen interrogantes que es preciso abordar a fondo, desde la comunicación como fenómeno social y también como problema existencial, ante la desvalorización de lo religioso:

Por una parte, en la llamada *modernidad*, por efecto de la también llamada *secularización* (es decir, el proceso por el cual se ha desacralizado la concepción del ser humano y del mundo, tanto en la estructuración del saber, del sentir y del expresarse como en los ámbitos más simples de la vida cotidiana), "sectores de la sociedad y de la cultura cada vez más numerosos se han ido sustrayendo a la dominación de las instituciones y símbolos religiosos", en "un proceso socioestructural que como dice Peter L. Berger, 'afecta a la totalidad de la vida cultural e ideológica, y puede observarse en el declinar de los temas religiosos en las artes, en la filosofía, en la literatura', etc."⁷.

Por otra, en la denominada *posmodernidad*, como resultado de un movimiento surgido de la desilusión y el desencanto frente a los proyectos de un paraíso

en la tierra propuestos por la racionalidad moderna tanto de tipo individualista mediante el capitalismo propulsor del mercado libre, como de tipo colectivista mediante el socialismo propulsor de la planificación estatal impuesta

parece que se está produciendo un *reencantamiento del mundo*, aunque por vía de una trivialización de lo religioso [...] en horóscopos, ufologismos (del inglés UFO —unidentified flying objects—, que equivale en castellano a OVNI —objetos voladores no identificados—) o búsqueda de experiencias místicas por los caminos de Oriente [...], un pulular de 'misterios' y prácticas encaminadas a alcanzar el *éxtasis* [con toda la plurivalencia de este término, en ámbitos tan disímiles como el de lo erótico, el de la droga o el de las místicas religiosas], y el encuentro con uno mismo⁸.

En este contexto ambivalente —por un lado de negación de la fe religiosa desde la razón instrumental y científica moderna, opuesta a todo cuanto aliene la conciencia del sujeto humano, y por otro de apelación posmoderna a una espiritualidad ligera, paradójicamente comercializada en los ámbitos neoliberales de la sociedad de consumo postindustrial y que constituye a su vez una desvalorización superficial de la dimensión trascendental de la existencia humana— proponemos un replanteamiento del abordaje filosófico y sociológico de lo religioso desde lo comunicacional, como un campo de investigación abierto a preguntas de indole tanto hermenéutica como crítica.

En la relación comunicación-cultura es significativo el fenómeno religioso, particularmente en dos aspectos: la secularización que se ha venido experimentando en América Latina y el surgimiento de nuevas formas de manifestación de la religiosidad. El propósito del estudio de la relación entre comunicación y religiosidad como campo de investigación es indagar sobre esta relación y abordarla en campos de problemas pertinentes a sus distintas manifestaciones, desde diferentes enfoques interdisciplinarios y teóricos:

⁵ Morin, Edgar. *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*. UNESCO, París, 1999. Reproducido con permiso de la UNESCO en *Orientaciones Universitarias*, No 28 (Publicación periódica de la Rectoría de la Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá).

⁶ Cfr. Presentación de G. Remolina, Rector de la Pontificia Universidad Javeriana, a la obra de E. Morin anteriormente citada, pp. 11 y 12.

⁷ Fernández del Riesgo, Manuel, "La posmodernidad y la crisis de los valores religiosos", en Vattimo G. y otros, *En torno a la posmodernidad*, Anthropos, Barcelona, 1990, p. 82, citando a Peter L. Berger, *Para una teoría sociológica de la religión*, Kairós, Barcelona, 1971, p. 155.

⁸ *Ibid.*, p. 90.

► DESDE LA REALIDAD ANTROPOLÓGICA SOCIOCULTURAL

La dimensión religiosa humana no sólo se halla presente en el dominio íntimo y privado al que la han relegado los procesos de racionalización de la sociedad moderna, sino que subyace a lo social, penetrando y transformando el denso tejido de las relaciones intersubjetivas espontáneas, de las organizaciones sociales y de las relaciones interpersonales y comunitarias. No existe cultura sin manifestaciones o expresiones religiosas.

- Con respecto a la *intersubjetividad espontánea*, tanto el crecimiento personal como los procesos de socialización vienen mediados por aprendizajes, prácticas y creencias religiosas que se comunican en la familia, la escuela y el vecindario. Estas mediaciones son comunicativas cuando articulan las experiencias religiosas o las referencias a lo misterioso y lo trascendente con procedimientos a través de los cuales se construye y comparte sentido.
- Con respecto a las *organizaciones sociales* (movimientos, grupos, iglesias o instituciones de carácter religioso), la religiosidad manifiesta sus modalidades sacrales y su normatividad en los tiempos de calendarios y festividades, en los lugares de culto, en los objetos sacros y tabúicos; establece normas de pertenencia y exclusión; determina contenidos de fe y prescripciones morales; asigna tareas y funciones a sus creyentes; define usos canónicos del lenguaje y de las prácticas religiosas; desarrolla modalidades de interlocución entre sus miembros y de relación con otras instituciones y grupos.
- Con respecto a las *relaciones interpersonales y comunitarias*, las religiones son causa y consecuencia de opciones individuales y grupales orientadas a constituir historias significativas. Estas opciones se encuentran mediadas comunicacionalmente, tanto en la apropiación crítica de una determinada tradición religiosa, como en su desarrollo, legitimación y transformación a la luz de exigencias presentes y futuras.

► DESDE LA CONSTITUCIÓN COMUNICATIVA DE LO RELIGIOSO

- Todas las expresiones religiosas se concretan en símbolos verbales y no verbales que pueden ser transmitidos y compartidos a través de procesos donde intervienen medios y mediaciones de co-

municación. En su pluralidad y diversidad, los discursos y las prácticas religiosas se encuentran constituidos por el mensaje que un Ser Trascendente comunica a los seres humanos; por la experiencia de fe o de respuesta a este mensaje, objetivada en prácticas rituales y conductas morales en los niveles personal y comunitario; asimismo, por la comunicabilidad de dicha experiencia tanto en el interior de la comunidad creyente como hacia el exterior de ella. Es inconcebible una experiencia religiosa reducida a lo individual aislado, sin ninguna referencia comunitaria; en este sentido, incluso las vivencias místicas y sus formas de expresión implican siempre la dimensión comunicativa, manifestada a lo largo de la historia de las culturas, tanto orientales como occidentales, en la poesía y los escritos sapienciales.

- La dinámica comunicativa de lo religioso puede examinarse en el seno mismo de las comunidades de creyentes, para determinar las formas de recepción y usos de los mensajes, así como los grados de libertad de expresión y opinión, de apropiación crítica y de participación de sus integrantes, y las formas de propiedad y de utilización de los medios de comunicación en ellas, con determinados propósitos, acciones y resultados.
- La dimensión comunicativa de lo religioso se constituye, así, en un punto de vista para abordar objetos de estudio en torno a los cuales pueden confluir interdisciplinariamente la comunicología y la teología, teniendo en cuenta que a esta última le compete propiamente la reflexión desde la fe sobre los contenidos y el sentido del discurso religioso y sus procesos constitutivos, mientras que a la comunicología, en diálogo interdisciplinario con otros campos del saber, le corresponde el estudio de las mediaciones de construcción compartida de sentido a través de las cuales este discurso y sus formas de institucionalización se expresan culturalmente.

► DESDE EL RECONOCIMIENTO Y ANÁLISIS DE LOS PROBLEMAS DE LA RELACIÓN ENTRE COMUNICACIÓN Y RELIGIÓN

- La relación entre *mito* y *rito*, como problema de comunicación, constituye estructuras de creencias y de expresión simbólica relacionadas con lo inexplicable, lo desconocido y lo trascendente; con la corporalidad, la sexualidad y la transmisión de la vida; con la búsqueda de estados mentales

o de sensaciones psíquicas (por ejemplo en las drogas); con los comportamientos ligados al mundo de lo esotérico: trances, éxtasis, visiones; con el sentimiento y la vivencia de lo sagrado y sus implicaciones en los modos de constitución del *homo religiosus*. ¿Cómo se manifiestan estas estructuras y con qué implicaciones, en procesos comunicacionales?

Las formas de expresión, apropiación y usos de mitos y ritos religiosos son abordables como problemas en el marco del conflicto entre incomunicación y comunicación. Cabe, entonces, preguntar por la marginalidad de los símbolos respecto de los no creyentes o no iniciados; por los modos o los grados de comunicabilidad de las mediaciones simbólicas relacionadas con santuarios, imágenes, objetos, fiestas, celebraciones litúrgicas o culturales, rezos, prácticas rituales, procesiones, representaciones plásticas y dramáticas de acontecimientos sagrados. ¿Cómo en estas formas operan las referencias a lo *santo* (en el sentido de respeto a una realidad trascendente) y lo *mágico* (en el sentido de utilización de fuerzas concebidas como superiores, para el beneficio o el maleficio)?, y ¿con qué implicaciones de sentido social, económico, político? ¿Qué pueden significar en todos estos fenómenos, ligados con frecuencia a *frentes culturales* populares⁹, las modalidades de sincretismo o de pluralidad combinatoria?

- La relación entre *lenguaje* y *discurso* constituye, a su vez, un problema de comunicación con respecto a la construcción, producción, circulación, recepción, apropiación y usos del discurso religioso. En el contexto de la relación entre el discurso oficial (clerical o de las jerarquías) y el no-oficial (laico o de las bases populares), cobran importancia especial las preguntas referentes a dos tipos de problemas: por una parte, la distancia (con frecuencia en términos de relativa incomunicabilidad) entre los contenidos de los documentos oficiales —doctrinales y morales— y sus formas de recepción apropiación y usos; por otra, los modos y grados de comunicabilidad efectiva en celebraciones litúrgicas y en festividades religiosas.
- Las referencias directas o indirectas a *lo religioso en los medios masivos* constituyen un campo importante de investigación acerca de la representación y apropiación de imágenes de las insti-

tuciones y movimientos ligados a creencias religiosas, específicamente en los contenidos de información periodística y opinión pública, en las expresiones artísticas (caso de la música, el humor y los dramatizados, por ejemplo), en la propaganda política y en la publicidad. Lo religioso aparece, con frecuencia, como campo de interés en los medios de comunicación y en la sociedad en general cuando su dogmatismo o su demagogia afectan al Estado o a las instancias seculares de la sociedad; cuando el Estado hace uso de lo religioso para congraciarse externamente con grupos populares tradicionalmente religiosos cuando teme los enfrentamientos abiertos con las iglesias o instituciones religiosas; cuando se dan relatos de apariciones, espectáculos masivos de curaciones o de viajes de los máximos líderes religiosos; cuando se acusa de escándalos sexuales o financieros a los ministros de lo sagrado; asimismo, cuando se acusa a iglesias o grupos confesionales de causar la rebelión, ser instrumentos de delincuencia política o hacer resurgir la violencia religiosa.

¿Cómo se manifiesta, y con qué implicaciones de sentido, el imaginario religioso —con su referencia a lo místico, por un lado, y a la institución visible, por otro— en los distintos medios de comunicación colectiva? Aquí cabe tener en cuenta no sólo los espacios o temáticas de contenido directamente religioso, sino también aquéllos donde la referencia religiosa surge en forma imprevista, implícita o explícitamente (información y expresiones en torno a catástrofes naturales o acciones terroristas, por ejemplo).

- Las *mediaciones electrónicas* de información y comunicación de movimientos y organizaciones de carácter religioso, hoy elevadas a la máxima potencia en virtud de internet y de la televisión satelital con sus implicaciones en los procesos socioculturales, constituyen otro aspecto de este campo de problemas: el de la religión como espectáculo de masas, como objeto de mercado y de transnacionalización. ¿Cómo inciden estas

⁹ Cfr. las investigaciones realizadas por el comunicólogo mexicano Jorge González, quien a partir de ella ha acuñado el concepto de *frentes culturales*.

formas de circulación y apropiación de los contenidos religiosos, y con qué repercusiones, en las identidades culturales y en relación con la realidad social, económica y política de nuestros países latinoamericanos?

- Los *procesos comunicacionales en las organizaciones religiosas* constituyen, a su vez, un campo de problemas que corresponde a la pregunta por las políticas y por la planeación y evaluación de procesos de comunicación interna y con respecto al contexto social: los modos y grados de participación como instancia comunicacional en las formas de interacción y organización de las instituciones y prácticas religiosas; las estructuras de propiedad y usos de medios y entidades de comunicación por parte de las iglesias; las formas de presencia de éstas en el mundo de la comunicación social.
- Un ámbito interesante de problemas es el de la pregunta por las *formas comunicacionales de acción y participación política de grupos, instituciones y movimientos de carácter religioso* en ámbitos locales, regionales, nacionales e internacionales. ¿Cómo han venido incidiendo y con qué perspectivas las mediaciones comunicacionales en la conformación y el desarrollo de movimientos, organizaciones y comunidades religiosas ligadas a procesos de resistencia contra la injusticia y en pro de la liberación sociopolítica, o de neoconservadurismo represivo y de reacción reivindicadora de posiciones fascistas, autoritarias y represivas?
- Otro ámbito es el de la relación entre *lo privado y lo público en el ámbito de expresión y comunicación de lo religioso*. Esta cuestión tiene que ver, a su vez, con las implicaciones de la privatización y la desprivatización del discurso y de las prácticas de la religiosidad en los comportamientos éticos y morales, y su incidencia en relación con lo político. Aquí también aquí cuestiones referentes a las relaciones de poder y sus implicaciones. Los Estados autoritarios teocráticos, por la imposición del fanatismo religioso, hacen que el ateísmo se convierta en signo de oposición valiente. A su turno, en los Estados totalitarios antirreligiosos, el ateísmo intolerante convierte en héroes y mártires a los creyentes. Estas experiencias hacen que las religiones se constituyan en instrumentos áulicos de los sistemas de poder vigentes o en instancias de

resistencia y crítica existencial a los nacionalismos, fundamentalismos y totalitarismos. Las ortodoxias protegidas inquisitorialmente por las respectivas estructuras de poder conducen a éticas violentas impuestas por líderes dogmáticos, a catecismos y fanatismos intolerantes. ¿cómo influyen y con qué repercusiones las mediaciones comunicacionales en la reactivación de estructuras tanto neoteocráticas como neoantirreligiosas?

Constituyen asimismo un aspecto importante en este ámbito de problemas los fenómenos de fanatismo religioso o antirreligioso ligados a posiciones ideológicas neoconservadoras, neoliberales o neosocialistas, como también a controversias sociopolíticas de carácter interétnico-territorial, ¿cómo se manifiestan y con qué implicaciones comunicacionales.

► DESDE LA RELACIÓN ENTRE RELIGIOSIDAD, MODERNIDAD Y POSMODERNIDAD

Las preguntas acerca de la incidencia del proceso de secularización (es decir, de reconocimiento y afirmación de la autonomía de los saberes, las ciencias, las artes y las prácticas sociales fuera del ámbito de lo sacral), en los comportamientos de interacción simbólica y en las prácticas comunicacionales, pueden abordarse en los usos corrientes del lenguaje verbal y de las formas no verbales de comunicación pertenecientes al ámbito de los rituales sociales, al del ordenamiento jurídico, al de los referentes y conductas morales (de la hegemonía del referente moral religioso a las cuestiones sobre la ética civil), al de las formas de representación o participación política y al de las formas posmodernas de lo religioso.

En este mismo sentido, las relaciones de lo religioso con las utopías y contrautopías (con su referencia implícita o explícita a la exigencia o al rechazo del *sacrificio* en el plano de la moral social, económica y política; al culto o a la desmitificación de líderes, ídolos y superhéroes; a la sacralización o desacralización de la tradición) implican el cuestionamiento sobre las formas de mediación simbólica-comunicacional de la opinión pública en los distintas modalidades de la comunicación masiva.

Dada la amplitud de esta problemática multiforme, y en el filo de lo que significa para el ámbito de lo religioso el paso del año 2000 al 2001 de la Era Cristiana en el contexto del Jubileo, hemos visto necesario y conveniente dedicar este número de SIGNO Y PENSAMIENTO

MIENTO a la relación entre comunicación y religiosidad en el ámbito de los estudios culturales, con un conjunto de artículos tanto de profesores del Departamento de Comunicación de la Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana como de otros autores invitados a expresar sus puntos de vista en torno a las *hibridaciones*, las *representaciones mediáticas* y los *horizontes* de dicha relación.

Concluye el número con una *reseña* de un interesante texto de Carlo María Martini, el cardenal jesuita ex rector de la Universidad Gregoriana y actualmente Arzobispo de Milán, quien se ha distinguido,

entre otras características, por su reconocimiento explícito, tanto en distintas publicaciones escritas como en alocuciones radiales y televisivas, de la importancia de la dimensión comunicacional en la evangelización de la cultura moderna y posmoderna, con un particular interés en la incidencia de los nuevos medios de comunicación de la era electrónica en las juventudes de hoy y de mañana.

GABRIEL JAIME PÉREZ, S.J.
DECANO ACADÉMICO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJE