
Capítulo I

La comunicación en la Iglesia

Capítulo I

La comunicación en la Iglesia

"La Iglesia trabajará en la comunicación, intentando globalizar la comunión y la solidaridad, potenciando la inclusión social de los más pobres, formando comunicadores con hondo sentido evangélico y desarrollando en las personas, en las familias y las comunidades, un profundo sentido crítico.

La Iglesia en el continente debe desarrollar una verdadera Pastoral de la Comunicación, que dé respuestas evangelizadoras a los nuevos desafíos de nuestro tiempo"

(Mons. Alcides Jorge Pedro Cassaretto. Obispo de San Isidro. Argentina).

“Al intentar definir qué es comunicación, es preciso indicar lo que no es, y con mayor razón cuando todavía se la sigue confundiendo con las tecnologías o con determinadas funciones psicológicas y sociales de la interacción humana”. ^[3]

La comunicación no se limita al uso de medios y el comunicador católico la entiende como posibilidad de creación y/o fortalecimiento de comunidades. Como herramienta que visibiliza la Pastoral, desarrolla la cercanía de los grupos de base, facilita el trabajo en equipo y ejercita el uso de redes. La comunicación al ser más que medios, fortalece la hermandad sacerdotal. Es cara y sello de la Iglesia local. Los medios son recursos pedagógicos. Son comunión. Universalizan la Pastoral. Dinamizan la acción de la Iglesia en su territorio particular.

Durante años, el error ha hecho carrera y todos lo repetimos. Se habla de “los medios de Comunicación” y la verdad, los medios en la mayoría de los casos no comunican, informan. La propuesta para el comunicador católico es la de dejar de girar y girar y en una de esas tantas vueltas bajarse. Replantear el rumbo y hacer de una vez por todas que los medios católicos sean herramientas comunicantes. Pero, ¿Cómo hacerlo si en la mayoría de los casos lo único que se hace es envasar mensajes?

El discurso del comunicador católico está lleno de Dios, pero, también se identifica con el rostro del mismo Cristo desde la obra. La casa común de la comunidad donde vive. Es un lector de las escrituras y por eso - sólo porque las entiende - sabe leer la calle. Escribe y lee. Lee y escribe. Anuncia y denuncia.

El Documento de Aparecida en el numeral 161 recuerda: “La Iglesia es comunión en el amor. Esta es su esencia y el signo por la cual está llamada a ser reconocida como seguidora de Cristo y servidora de la humanidad. El nuevo mandamiento es lo que une a los discípulos entre si, reconociéndose

^[3] Consejo Episcopal Latinoamericano. CELAM. Comunicación Misión y Desafío. Manual pastoral de la comunicación social. 1986. Pág. 22.

como hermanos y hermanas, obedientes al mismo Maestro, miembros unidos a la misma Cabeza y, por ello, llamados a cuidarse 'los unos a los otros' (1 Co 13; Col 3, 12 -14). Dios se comunica definitivamente en el Verbo hecho carne. La palabra se hace liberadora y redentora para toda la humanidad en la predicación y en la acción de Jesús. Este acto de amor por el que Dios se revela, asociado a la respuesta de fe de la humanidad, engendra un diálogo profundo". ^[4]

No podríamos ver en los ojos y escuchar en la voz de un comunicador católico un discurso eclesial lleno de miles de documentos sobre la comunicación cuando la odia. Cuando se aleja de ella. Y simplemente no se puede dar, porque ella es un territorio vinculante, forzosamente abrasador del otro. Vinculado con la Diócesis y la Parroquia, porque la Parroquia es el mapa de encuentro del barrio. Y el barrio es su dolor, su espacio. Su lucha. Allí se problematiza. Se hace con la comunidad y la palabra que lee, la pone en práctica desde el territorio que lo fertiliza. Donde se alimenta de día y de noche. Su paso obligado.

El comunicador católico expresa su fe. Sabe hablar de Dios. Lo vive y lo transmite. No es un simple lector de la palabra. Es un lector de contextos, de arquitecturas solidarias, mixtas, de mapas comunes y es justamente comunicador y es justamente católico porque comunica, porque desciende el discurso de la cancillería y lo contextualiza, lo pasa de manera digerible a los oyentes. Lee en lo universal, pero se expresa en lo local. Sabe y puede hablar con honda claridad sobre lo que siente. Lo que conoce: el amor de Dios manifestado en la justicia, en la igualdad, en la defensa de los derechos humanos. Su corazón está en Cristo, en la realidad de la Diócesis. Así, desarrolla nuevas formas de ciudadanía y participación. Y así, utiliza los medios.

"Cualquier intento de definición de la 'comunicación' y de su ulterior especificación como 'comunicación social', es preciso hacerlo teniendo en cuenta la tensión entre el ser y el deber 'ser'. Desde el punto de vista del ser, tanto en el lenguaje corriente como en el

^[4] Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales. Instrucción Pastoral. Aetatis Novae. Ética en Internet. Ciudad del Vaticano, 22 de febrero de 2002.

científico suele usarse el vocablo ‘comunicación’ para describir procesos de emisión, conducción y percepción de mensajes mediante el uso de canales y de signos...

... pero hay otro nivel, el correspondiente al ‘deber ser’: el de la participación dialógica (comunicación propiamente tal) a la luz de la cual es preciso enfatizar el carácter de personas de los sujetos que intervienen en los procesos anteriormente mencionados.

Sujetos concientes y libres que intercambian mensajes, no reduciéndolos a ser uno ‘emisor’ y el otro ‘receptor’ tampoco limitándose este a dar respuestas como acción a los estímulos generados o promovidos por aquel, sino compartiendo ambos activa, autónoma, creativa y críticamente la revelación y la construcción del sentido de la realidad a partir del intercambio de información y de la expresión recíproca de ideas y de sentimientos”. [5]

Dentro del Tercer Congreso Latinoamericano de Ética, realizado en septiembre de 2007 en Bogotá, el periodista Javier Darío Restrepo habló de un tercer reto ético para el periodismo latinoamericano, “Me refiero al reto de una información humanizada y humanizante”.

“Hay una ética formulada en tono de No mayor, hecha de prohibiciones, condenas y sospechas. Como los médicos que sólo dicen lo que no se debe comer. Estos códigos acumulan nóes. Es todo un desafío pedagógico y político, entrar en la conciencia de cuantos operan desde los medios de comunicación para proclamar en un tono de Sí sostenido que comunicar es compartir y estimular lo mejor de los seres humanos, para fundamentar la dignidad de los receptores y entregar un conocimiento de la realidad, como primer avance para el ejercicio de la libertad”. [6]

La comunicación eclesial, con medios o sin ellos, estimula el pensamiento crítico, emprende el debate, argumenta desde distintos escenarios. Escucha y deja hablar. Tiene en cuenta las necesidades que no son suyas. Por eso, su discurso mediático no tiene porque ser necesariamente explícito sobre el Misterio de Salvación, el culto o la piedad. No es que no se deba hacer, es que debería abrirse. Ser plural. No fatigar al oyente. O al menos, provocar miradas desde la creación de nuevos formatos, que en cualquier caso si deben ser radiales. Muy radiales.

Imperdonable sería y se perdería el tiempo, si el lector - productor emprende un debate con el texto, desde lo evangélico, cuando aquí el planteamiento es

[5] Ibid

[6] RESTREPO, Javier Darío. Ponencia. Tercer Congreso Latinoamericano de Ética. Bogotá. Septiembre de 2007

radial – evangelizador. Se escribe sobre la evangelización desde los medios.

Es un libro para visualizar un servicio con oficios y compromisos. Alcances y limitaciones. No es un texto que pueda sacarse de ese contexto, para ponerlo en la orilla teológica.

Nunca se plantea la idea de “camuflar” la Palabra de Dios. La propuesta es que se hable de Dios. Se de testimonio, pero no necesariamente desde un discurso paralelo al púlpito. Abrir el camino y lograr la participación del otro. Claro, desde aquí ya empezamos a visualizar los “estilos” y las maneras de interpretar el papel estratégico de las comunicaciones en la Iglesia.

Un hombre lleno de Dios está llamado a cumplir con su más honda y profunda responsabilidad pública como es el bien común. El Cristo en el otro. Y todo esto lo hace desde un mecanismo que posibilita el aprendizaje de emisores y receptores. Visualiza la ciencia comunicativa como un todo y no como una producción que “envasa mensajes”. Su mundo radial sale del templo sin dejar de ser templo. Sale de la Diócesis sin dejar de ser Diócesis. Sale de la capilla sin ignorar el culto. Sale de la oración sin abandonarla. Es decir, su mirada tiene un contenido evangelizador que usa el lenguaje del medio y comprende la dinámica de las audiencias.

La comunicación desde la Iglesia es más que “envasar” mensajes. Rosarios, oraciones y toda suerte de sonidos que desconocen el lenguaje y los componentes que propone el medio. Por eso, las piezas producidas deben cuidar la ética, la estética narrativa y todas las estructuras dominantes de un programa. Más aún, habrá que cuidarlas cuando lo que se expresa es Palabra de Dios. Palabra sagrada.

Ahondamos en la búsqueda permanente y urgente de niveles profesionales en la producción, pues por muy interesantes que resulten los mensajes, no pueden separarse de una actitud crítica sobre las formas de pasar el mismo al Pueblo de Dios. En este supuesto, el otro es más que un frío e inmóvil sujeto. Pues deja de decir y decir, para ceder la palabra.

Entonces, ahí cae la frase:

"Los periodistas deben dejar de pensar en ellos como oráculos, porque no lo son; deben pensar en guiar y orientar al público hacia la información, aunque la haya elaborado la competencia {...}

...Dan Gillmor propone escuchar, pero, no necesariamente a las fuentes, sino a la gente. Entender que los lectores saben más que nosotros. Migrar a distintos medios. Pasar de ser un oráculo a ser un guía. Hay que ir más allá, como por ejemplo pidiendo a tus lectores que te ayuden. Con el bajo costo de estas posibilidades es el mejor momento de la historia para convertirte en un periodista emprendedor. Colaborar con otros". [\[7\]](#)

¿Cómo abrir la frontera?

He venido reconociendo, con el paso del tiempo y en mi propia piel, que el conocimiento no puede ser impuesto. Si usted lo hace de una forma, porque le dice el libro, pero el otro, el no "leyente" construye su camino; entonces, ¿cuál tiene más valor? ¿el que repite o el que nace a una nueva posibilidad? ¿el que descubre? ¿el "ignorante literario"? Entonces, la democracia comunicacional hecha raíces en el otro y ahí el capacitador o "discapacitador" descubre que no es el árbol con mejor sombra.

En la propuesta "Menos megáfono, más comunicación"; al ser emisores - receptores, se administra la información y se le da nuevo sentido a la comunidad, a la cuadra, al barrio. Nuevos significados.

El Documento de Aparecida en el numeral 170 recuerda que "la Diócesis, presidida por el Obispo, es el primer ámbito de la comunión y la misión. Ella debe impulsar y conducir una acción Pastoral orgánica renovada y vigorosa, de manera que la variedad de carismas, ministerios, servicios y organizaciones se orienten en un mismo proyecto misionero para comunicar vida en el propio territorio" y más adelante el documento señala la importancia de que sean "integradoras de movimientos de apostolado ya existentes, atenta a la diversidad cultural de sus habitantes, abiertas a los proyectos pastorales y supraparroquiales y a las realidades circundantes".

[\[7\]](#) GILLMOR, Dan. We the Media. Es el fundador y director del Center for Citizen Media. Publicado en Periódico El Tiempo. Colombia 2007

Tras la emisora está la Iglesia que es Una, Santa, Católica y Apostólica. Allí vive un infinito Misterio de Salvación, que en muchos medios no da signos de estar vivo. ¿Por qué? Porque aún trabajan desde el modelo emisor – emisor. “Envasa”. Se aleja del otro. Porque, sencillamente en términos de la comunicación los desconoce. En términos de la información es su amigo, pero es su “enemigo” comunicativo. Y es emisor – emisor, porque también, en muchos casos ignora el lenguaje del canal. El receptor sigue siendo receptor, cuando la comunicación de hoy, lo llama a ser emisor. Y como dice Monseñor Gregorio Rosa Chávez, Obispo de San Salvador. “Y pensar que eso se dijo hace tantos años.”

Rosa María Alfaro plantea el escenario radial como generador de **tres tipos de mediaciones**:

Mediaciones personales.- Son aquéllas por las que el individuo se constituye en persona social a través del "diálogo" entre su vida cotidiana personal, es decir, su encuentro consigo mismo (identidad individual), y su relación con los demás a partir del consumo radiofónico, estableciendo continuidades entre el "yo" y el "otro" en la formación del "nosotros" (colectivo-social). Alfaro añade que la radio "posibilita entender y reflexionar sobre lo vivido e integrarlo en la construcción de una opinión que va sustentando la creación de un saber popular". De tal manera, se valora y rescata la importancia de lo afectivo-sentimental, de la esperanza, la fantasía y el sueño, el placer, el entretenimiento, pero también la reflexión crítica de la realidad y el cambio social en la programación radiofónica.

Mediaciones sociales.- La radio no sólo le habla a los grupos y personas, sino que los acerca permitiendo que se comuniquen entre ellos, integrando a cada oyente en las acciones comunes, en las interlocuciones colectivas que dan lugar al "Nosotros Popular". La radio cumple de esta forma una función de intermediación, donde "dialogan" los ánimos, las ideas, como también las experiencias, generando solidaridades, generando estados de ánimo que se interfluyen, de esperanzas que se comparten. Por lo tanto, la práctica radiofónica debe posibilitar y generar otros espacios de encuentro y comunicación donde los diferentes actores se vean y reconozcan, dialoguen, debatan, lleguen a consensos y emprendan acciones comunes de desarrollo y transformación social.

Mediaciones políticas.- Por medio de la participación, la radio posibilita el desarrollo político del pueblo que se relaciona con la autoridad y el poder para protestar, proponer, fiscalizar y controlar. Esto permite gestar identificaciones compartidas en la búsqueda de un orden social justo y solidario, de una sociedad más democrática. Como acertadamente menciona Alfaro, "al ingresar al medio se legitima la palabra política del pueblo, se funda públicamente su autonomía y valor". [\[8\]](#)

[\[8\]](#) ALFARO, Rosa María

Para la región centroamericana y en especial para la Iglesia de El Salvador, la oralidad mediática jugó un papel decisivo en el proceso político que le “mostró” la democracia al país. El siguiente texto se lo leí a Monseñor Gregorio Rosa Chávez, Obispo de San Salvador. Lo escribió en el Encuentro Continental de Radialistas Católicos y todo estaba en sus anotaciones sobre el perfil de una emisora evangelizadora.

“Cuando el actual Cardenal de Belo Horizonte, Brasil, Dom Serafím Fernandes De Araujo formaba parte de la comisión episcopal del DECOS (1987-1991) pronunció una frase que me impresionó profundamente: ‘mi radio es mi catedral’. Él quería decir con esto que no entendía su Ministerio Pastoral sin el apoyo insustituible de Radio América, la emisora de esa Arquidiócesis brasileña. Dom Serafím añadió que para mantener en el aire a su emisora, estaría dispuesto incluso a vender los tesoros de su diócesis. (...) Terminó mi aporte con un interesante planteamiento que escuché en el aula sinodal durante el Sínodo de América:

La Iglesia trabajará en la comunicación, intentando globalizar la comunión y la solidaridad, potenciando la inclusión social de los más pobres, formando comunicadores con hondo sentido evangélico y desarrollando en las personas, las familias y las comunidades, un profundo sentido crítico. ‘La Iglesia en el continente debe desarrollar una verdadera Pastoral de la Comunicación, que dé respuestas evangelizadoras a los nuevos desafíos de nuestro tiempo’ (Mons. Alcides Jorge Pedro Casaretto, Obispo de San Isidro, Argentina)”. ^[9]

Concebimos la comunicación y al comunicador no como un mero hacedor de mensajes, un presentador de canciones, oraciones o entretenimiento. Lo leemos con un sentido de la horizontalidad, porque así la Iglesia sea jerárquica, ve al comunicador como sujeto vinculante que se nutre del entorno y está con el radio-participante en etapas del medio de Comunicación

“Cristo es a la vez el contenido y la fuente de lo que la Iglesia comunica cuando proclama el Evangelio. La Iglesia no es otra cosa que el ‘cuerpo místico de Cristo’ y plenitud misteriosa de Cristo glorificado, ‘Él llena todas las cosas’ . ^[10]. Por tanto, nos movemos en la Iglesia, por la palabra y los sacramentos, hacia la esperanza de unidad definitiva donde ‘Dios será todo en todos’ . ^[11]

^[9] CHÁVEZ, Rosa. Encuentro Continental de Radialistas Católicos. Quito, Ecuador, junio de 1998.

^[10] PCCS. Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales. Instrucción Pastoral Aetatis Novae

^[11] JUAN PABLO II. A los dirigentes, periodistas, técnicos y empleados de la Radio-Televisión Italiana.

El lector ahondará, de su cuenta, en la reflexión sobre el ser comunicacional. Sobre los caminos de una evangelización implícita o explícita. Porque, en la voz del Santo Padre Juan Pablo II, “ante una cultura de lo efímero, con frecuencia más atenta a las sensaciones que a los valores, los cristianos están llamados a ser ministros de la inagotable novedad de la palabra de Dios, transmitiendo, con su aportación, una sólida cultura de la vida, de la solidaridad, de la familia y de los derechos humanos. Es un recorrido indispensable, si se quiere contribuir a edificar la civilización del amor”.]”^[12]

“Con todo, creemos que el más noble servicio que está llamada a prestar es el de iluminar y educar al hombre orientando su mente y su corazón hacia las esferas cada vez más altas del espíritu. Oír la voz humana y poder seguir acontecimientos lejanos, permaneciendo dentro de las paredes de casa, y participar a distancia en las manifestaciones más variadas de la vida social y cultural, cosas que responden a un profundo deseo del hombre. Por ello no es maravilla que muchas casas hayan sido dotadas rápidamente de aparatos de radio, los cuales permiten abrir una misteriosa ventana sobre el amplio mundo, de donde llegan, día y noche, ecos de la actividad que palpita en las diversas culturas, lenguas y naciones, bajo la forma de innumerables problemas ricos en noticias, entrevistas, conferencias, transmisiones de actualidad y de arte, de canto y de música. ‘¡Que privilegio y qué responsabilidad -decíamos en un reciente discurso- para los hombres del presente siglo, y qué diferencia con los días lejanos en que la enseñanza de la verdad, el precepto de la fraternidad, las promesas de la bienaventuranza eterna, seguían el paso lento de los apóstoles sobre los ásperos senderos del viejo mundo! Hoy, en cambio, la llamada de Dios puede alcanzar en un mismo tiempo a millones de hombres’^{46]}.” ^[13]

En un reciente encuentro con estaciones católicas de Argentina, un pasaje sobre su mirada:

“Entendemos la comunicación como aquel auxilio prestado al hombre para que logre desarrollar plenamente sus condiciones físicas, morales e intelectuales. Participar activa, constructiva y provechosamente en la vida familiar y social. Apreciar con recta conciencia los valores humanos y cristianos, asumiéndolos de modo libre y personal.

... El primer anuncio, la catequesis o el ulterior ahondamiento de la fe, no pueden prescindir de (los) medios (de comunicación social) (...) La Iglesia se sentiría culpable ante Dios si no empleara esos poderosos medios, que la inteligencia humana perfecciona cada vez más. Con ellos la Iglesia pregona desde los tejados (cf. Mt 10, 27; Lc 12, 3) el mensaje del que es depositaria” (Evangelii Nuntiandi, 45).

^[12] Juan Pablo II. Sobre la civilización del amor. Ante la RAI. 27 noviembre de 2002

^[13] Pío XII. Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales. Miranda Prorsus. Sobre el cine, la radio y la televisión. Carta Encíclica del Sumo Pontífice. 8 de septiembre de 1957

Nuestras radios buscan ser un lugar donde la síntesis entre fe y cultura se integre a la vida, donde la pastoral no sea una suma de acciones anexas, sino el mismo eje generador de toda la vida institucional. Por tanto se trata de ser no una “radio con pastoral”, sino una “radio en pastoral”. Por lo tanto, ayudan a discernir y a guiar la propia vida según el proyecto de amor de Dios y a comprometerse en la construcción de su Reino”.

Comunicación eclesial: participación y acción.

“La alteridad, en el plano antropológico, no es contradicción, en todo caso es oposición, pero oposición reveladora: el otro es aquel que nos revela a nosotros mismos como nosotros, y nosotros, en cuanto otros de los otros, cumplimos la misma misión frente a ellos. El otro es mi correctivo antropológico, aquel que en su humanidad marca mis confines, mis límites, ayudándome a definirme como persona. En la relacionalidad y reciprocidad personal se descubre una dimensión originaria que compromete y estimula a ser hombres de la historia.

De esta dimensión no podemos prescindir si queremos instituir relaciones humanas auténticas y duraderas. Este nuevo planteo, exige una perspectiva como la revela Cicchese, *heterocéntrica-relacional*. Se trata de continuar siendo hombres que realizan siempre más su humanidad en el espacio de lo ínter subjetivo, de ese mundo humano que nos pertenece en la medida en la cual nos aleja de nuestro ego, construyéndonos continuamente en el encuentro. ^[14] El cristianismo ofrece un ‘plus’ antropológico, un suplemento de humanidad sea en clave personal, que en el sentido comunitario, y lo expresa antropológicamente como amor universal, capaz de encarnarse en la historia con cada prójimo y en la reciprocidad de los vínculos de fraternidad, donde el modelo Trinitario responde con una nueva imagen de Dios. ^[15]

Cerramos el capítulo con un texto del Evangelli Nuntiandi en su numeral 29. “La evangelización no sería completa si no tuviera en cuenta la interrelación recíproca que en el curso de los tiempos, se establece entre el Evangelio y la vida concreta, personal y social del hombre”. ^[16]

Independientemente del tipo de medio evangelizador en el que se encuentre, el comunicador social católico ante todo es eso, comunicador. Por eso está claro que la comunicación en ningún nivel se hace envasando mensajes. La comunicación es intercambio de actores y el reto es llegar allá con y desde la posibilidad mediática que se tiene.

[14] CICHSESE, G. Los itinerarios del Otro. Antropología, para una reformulación en clave heterocéntrica relacional y personalista, C.N. Diciembre 2005.

[15] BINGEMER, I. Ma. C., Solidaridad Misterio Humano-Divino, UCSF-CEDSI J.P. II Argentina,

[16] PABLO VI. Exhortación Apostólica Evangelli Nuntiandi. Numeral 29. 8 de diciembre de 1975

Experiencia radiofónica

Radio de comunicación directa

"Desde el lugar donde abunda el agua, pero nos falta en casa: Transmite. Radio Católica Kupia Kumi".

II

Vi el desfile. Por 10 lempiras – 50 centavos de dólar – el receptor que es emisor, entra a la cabina. Se sienta, saluda al que quiere, dice lo que quiere, habla como quiere y ahí, ahí es cuando la Kupia Kumi gana.

Pero no es un asunto de llenar la bolsa. Gana cuando dejan de decir. Entonces, la gente la hace suya. Sabe que en esa casita tiene un espacio. Que el sacerdote tiene un medio que es de todos. Y por eso el programa más escuchado es ese: Karma binka nani".

Son las diez de la mañana. El sol arde a los 38 grados. La calle es de tierra. El sudor sale de la frente. Los habitantes 5.000. Los colegios son tres. El calor es horrible. La laguna es una. Las salas de Internet son cuatro. Los pescadores son todos. La vida es una. Los curas son cuatro. La energía llega a las diez de la mañana. Las comidas no tienen horario. Las letrinas, en casa, son cuatro. El aeropuerto es una pista. Los idiomas son dos. Las emisoras son cuatro. Los alejados son todos. Las embarcaciones son muchas. Las salas de belleza son siete. Las necesidades rompen el corazón. Los niños. Los niños.



Entonces, en la Mosquitia, una zona selvática de Honduras viví para oír el grito de las aves. Desafiar el mar en una pequeña embarcación. Sentir la humedad del clima. Comer una tortilla a orillas del lago. Acostarme tarde viendo las estrellas. *Correr*. Correr por la calle destapada. Subir a un cayuco. Dormir y amanecer en él. Montar en bicicleta. Sentir el sudor, sacarlo en el mar y después de eso, escuchar la Kupia Kumi.

Entonces, a veces, uno se cansa de escuchar esas producciones que dicen que se debe hacer. “Tome pero no maneje, maneje pero no hable, hable pero cuidado con lo que dice”. “La bachata te aleja de la Iglesia” o, “El pecado está en cada esquina”. El derecho de expresión se limita a escuchar y obedecer.

Entonces, no hay funerarias. El cementerio es uno. Las discotecas son tres. Dos salas de cine. Cinco escuelas. Madres que entierran a sus hijos. El Sida, la mortalidad infantil, la muerte materna y la diabetes. Un hospital. Muchas madres solteras. Casitas de madera. Una plaza de mercado. Una cárcel.

Escucho la Kupia Kumi. Un medio con una única opción. Meterse en la realidad de la comunidad y sin prohibiciones bañadas por la doble moral vincularse a la expresión popular. Hablar en su lengua. La lengua de la población que se aleja de la fabricación de audiencias. La imposición de Cervantes. La imposición de la moda de las grandes ciudades o el ciego deseo de quien sólo escucha las campanas.

La arrogancia del que todo lo tiene. La Kupia Kumi no lo es. En las tardes la comunidad no manda cartas. No llama, no pide que la saluden. Aquí vienen. Sin intermediarios. Sin locutores que no saben pronunciar los nombres. Jajaja. Aquí no. Aquí prestan el micrófono.

Vi el desfile. Por 10 lempiras – 50 centavos de dólar – el receptor que es emisor, entra a la cabina. Se sienta, saluda al que quiere, dice lo que quiere, habla como quiere y ahí, ahí es cuando la Kupia Kumi gana. Pero no es un asunto de llenar la bolsa. Gana cuando dejan de decir. Entonces, la gente la hace suya. Sabe que en esa casita tiene un espacio. Que el sacerdote tiene un medio que es de todos. Y por eso el programa más escuchado es ese: Karma binka nani.

Ahora, andan con la idea de hacer un noticiero desde lugares apartados. Desarrollamos un taller. Se hicieron pruebas. Se redactaron noticias en dos idiomas y se le van a medir a la experiencia del noticiero. Enviarían información en cassettes que viajaran por agua, del agua a la avioneta y de la avioneta al dial. Así lo harán.

