

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 47 - NOVIEMBRE 1993

Director

Asdrúbal de la Torre

Editor (E)

Jorge Mantilla Jarrín

Consejo Editorial

Jorge Mantilla Jarrín

Edgar Jaramillo

Luis Castro

Nelson Dávila

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

Presidente, Tiberio Jurado, Rector de la
Universidad Central del Ecuador.

Presidente Alterno, Rubén Astudillo,

Min. Relaciones Exteriores.

Eduardo Peña Triviño,

Ministro de Educación.

Luis Castro, UNP.

Fernando Chamorro, UNESCO.

Flavio de Almeida Sales, OEA.

Raúl Izurieta, AER.

Julio Camba, Universidad Estatal de
Guayaquil.

Fernando Naranjo Villacís, FENAPE.

Jefe de Redacción

Kintto Lucas

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Portada

Fernando Torres

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Portada, Imprenta Mariscal

Chasqui es una publicación de CIESPAL
que se edita con la colaboración de la
Fundación Friedrich Ebert de Alemania

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador

Tel. 506-149. Telex: 22474 CIESPAL ED

Fax (593-2) 502-487 - E-mail/correo

electrónico: editor@chasqui.ec

editor%chasqui@ecuanex.apc.org

Registro M.I.T., S.P.I.027

Los artículos firmados no expresan
necesariamente la opinión de CIESPAL o
de la redacción de Chasqui.



EDUCOMUNICACION

La comunicación ofrece
amplias posibilidades a los
procesos educativos, más
allá de la oferta de los
instrumentos tecnológicos. La
tecnología debe supereditarse al
objetivo pedagógico. La
comunicación debe hacer
factible el proceso educativo
dentro de márgenes de
creatividad, expresión y
participación.

- 4 ¿Qué significa aprender?,
Francisco Gutiérrez P., Daniel
Prieto Castillo
- 11 La Santa inquisición,
Enrique E. Sánchez Ruiz
- 14 Mario Kaplún: Cultura de
imágenes, no de sentidos,
Guillermo Orozco Gómez,
Sergio Inestrosa González
- 18 Lo uno y lo diverso, José
Rojas Bez
- 21 El poder de la palabra, Kintto
Lucas

ENTREVISTAS

- 25 Antonio Buero Vallejo: De la
humanidad se puede pensar
todo incluido lo peor, Jesús
Milla Alonso, Consuelo Pérez
Benítez
- 29 Fernando "Pino" Solanas: El
viaje hacia un lenguaje propio,
Lauro Marauda
- 31 Armando Rollemberg:
Desafíos y perspectivas de la
comunicación, Edgar
Jaramillo S.

FORTALECIMIENTO DE LA RADIO



Las radios populares deben
competir con las
comerciales. No se pueden
quedar rezagadas a pequeños
espacios. Con creatividad,
innovaciones y participación
real de la población deben ir
ganando espacios importantes
dentro de las comunicaciones,
contribuyendo a la creación de
procesos democráticos y
pluralistas dentro del marco de
la libertad de opinión y decisión.

- 35 Un sueño hecho realidad,
Colectivo CX 44
Panamericana

- 41 ¿Podemos hablar?, *Sara Fletcher Luther*
- 45 Irlanda: Liberar las ondas, *Margaretta D'Arcy*
- 47 La radio universitaria se mueve, *Gloria Rodríguez Garay*
- 49 Diexismo, *Enrique Ramírez Cortez*
- 53 La radio comunitaria, *Robbin D. Crabtree*
- 57 ¿Radio popular o comunitaria?, *María Cristina Mata, ALER.*
- 60 Argentina: Una radio dentro del colegio, *Jorge González*

IMPACTO DE LA TELEVISION



- 72 "Yo soy Batman, tu sos Robin", *Alvaro Pan, Daniel Erosa*
- 76 Fernando Andacht: La TV y la falta de estereotipos, *Alvaro Pan, Daniel Erosa*
- 77 México: Propuestas televisivas y proyecto político, *Sergio Inestrosa*
- 80 Nicaragua: Una televisión melodramática, *Roberto López*
- 81 Colombia: Sexo y violencia en la pantalla, *María Isabel Gracia*
- 82 El enlatamiento televisivo del arte, *Reynaldo Pareja*



El crecimiento de la televisión rebasa todas las expectativas. Se ha constituido en una escuela paralela con una amplia influencia en la sociedad.

- 61 Televisión regional en la Europa de las Identidades, *Bernat López*
- 66 España: "Telebasura" y TV de supermercado, *Pablo Azócar*
- 67 ¿Quién se queda con la TV por satélite en Asia?, *Joyana Sharma*
- 68 La televisión segmentada, *Luiz Guilherme Duarte*

UNICEF

- 91 El poder sutil de la telenovela, *Patricia Iriarte*
- 93 El tercer canal, *George McBean*
- 94 Las comadronas y su oficio ritual, *Oscar Liendo*

ACTIVIDADES DE CIESPAL

- 96 Lucía Lemos: De a poquito en las nuevas tecnologías, *Martha Rodríguez*
- 99 RESEÑAS

NUESTRA PORTADA

Carnaval de los animales, serigrafía de Fernando Torres, 1991, 75 cm x 55 cm.

El autor es ecuatoriano y su obra ha sido expuesta en diversas muestras nacionales e internacionales
Taller: Jorge Washington 656 y Amazonas. 2do. piso. Telf. 527 629
Quito - Ecuador

Fotografía: Ramiro Jarrín

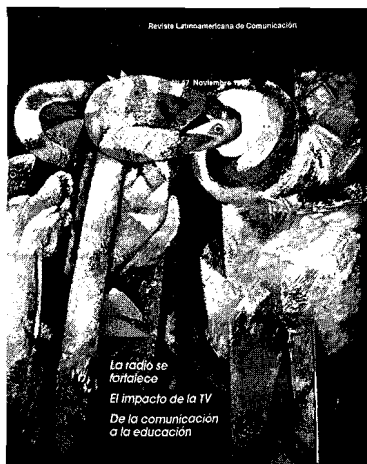
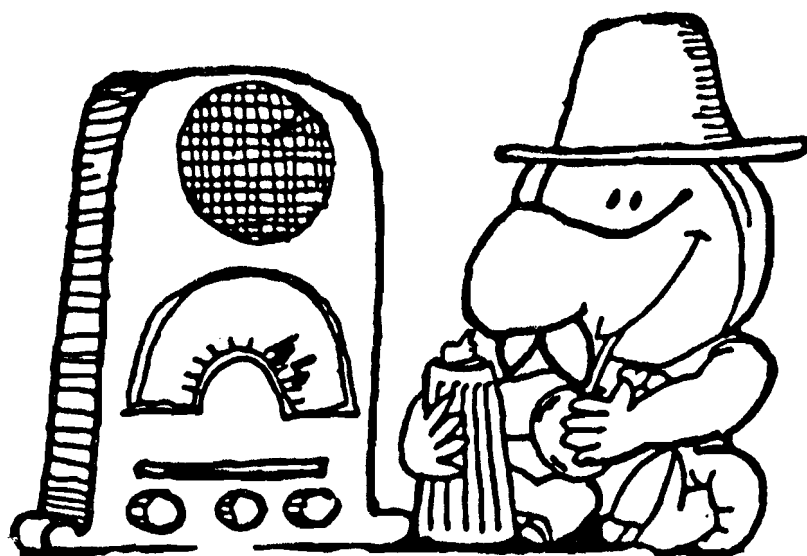


FOTO DE PORTADA INTERIOR

Oscar Bonilla
PRISMA

Agencia de Imágenes de
América Latina

Av. Bartolomé Mitre 1488, of. 202
Casilla C.10985. Telf. 963-273
Montevideo - Uruguay



La radio de la gente y los tupamaros

Un sueño hecho realidad

En pocos países las radios comunitarias logran estar entre las tres emisoras más escuchadas y con un rating envidiado por medios de mucho poder económico. Ese es el caso de CX 44 Radio Panamericana de Uruguay, la emisora de los tupamaros. Fieles al pensamiento de su legendario líder Raúl Sendic para quien las comunicaciones fueron parte importante del quehacer político, cuando eran la guerrilla urbana más famosa de América Latina, los ex guerrilleros supieron instrumentar una radio popular que compite con las radios comerciales. Decretada la amnistía general en 1985, los tupamaros instrumentaron distintos proyectos de comunicación como parte de su actividad política en la nueva coyuntura. Fue así que fundaron la revista Mate Amargo, que se constituyó en un fenómeno dentro de las publicaciones uruguayas post dictadura, no solo por el tiraje (25.000 ejemplares en un país de tres millones de habitantes) sino por su creatividad e innovación, dejando atrás las viejas publicaciones de Izquierda. En esa misma línea surgió el Sello Discográfico Canto Libre, la editorial Tupac Amaru y, posteriormente, CX 44 Panamericana, "La radio de la gente" que supo ganarse un lugar preponderante en la comunicación del país.

Parecía casi un sueño imposible... pero de eso ya hace varios años. Hoy es una realidad: en la República Oriental de Uruguay, un pequeño país de esta América existe una radio alternativa, comprometida y popular que acompaña, promociona y gestiona otros sueños, que son alimentados y compartidos por miles de escuchas

El Movimiento de Liberación Nacional (Tupamaros), la guerrilla urbana que se planteaba seriamente instrumentar la lucha política con armas en la década del 60, y que fuera derrotada militarmente a principios de los 70 es el encargado (dos décadas después) de instrumentar una radio popular que se plantea la política de los cambios, introduciendo una propuesta participativa donde no existe ningún espacio fijo para su movimiento, pero pone en movimiento a múltiples nucleamientos de gente organizada. Una radio siempre en movimiento. Esa es la clave de esta quijotada. Junto a la gente, desde la gente, con toda la gente. No anunciar y enunciar pluralidad, democracia, solidaridad, sino contribuir a fortalecerlas una y otra vez, todos los días, de corazón y por convicción. No teorizar sobre la participación, abrir los micrófonos a todos, no temer al intercambio de ideas, permitir que la gente se exprese a través de las líneas telefónicas, por carta, en encuestas, mesas redondas; pero también, salir a buscarla y escucharla en las esquinas, los barrios, en todos los rincones del país. Decirle no al "no se puede".

Perfil propio

La programación está integrada por diferentes propuestas con perfil propio que se detienen en diversas temáticas. En conjunto construyen un mosaico de temas múltiples y plurales, como la vida misma. El resultado funciona como un juego de espejos donde se reflejan y se redimensionan -en un proceso enrique-

Esta nota fue realizada especialmente para Chasqui por el Colectivo de Dirección de CX 44 Panamericana, La radio de la gente.

FORTALECIMIENTO DE LA RADIO

cedor de ida y vuelta- los problemas, los logros, las preocupaciones de la sociedad toda.

Ciertas temáticas particulares no solo son abordadas por los diferentes programas y por un afiatado y activo departamento de prensa, sino que cuentan con un espacio y un horario propio. Tal es el caso de los trabajadores organizados y sus sindicatos.

Uruguay es un país con una rica y heroica tradición de luchas gremiales. Historiar estos hechos, analizar el presente y fundamentalmente tender líneas de trabajo hacia el futuro, constituyen una preocupación constante de la radio.

La prensa sindical recoge parte de nuestros espacios sobre estos temas y es frecuente encontrarse con volantes y afiches de los sindicatos, invitando a escuchar los programas gremiales que emitimos.

La formación sindical, el asesoramiento legal de abogados especializados que aconsejan a los oyentes y analizan nuestra legislación laboral, la difusión de las diversas propuestas de las distintas tendencias gremiales, son algunos de los aspectos a destacar en este sentido.

Nuestros periodistas han acompañado las marchas y huelgas de todos los

sindicatos. Han transmitido en vivo y en directo desde las ollas populares, desde las ocupaciones fabriles, desde las barricadas en medios de la represión policial. Han sido también un efectivo eslabón en la cadena de solidaridad que se genera entre los trabajadores en conflicto y el resto de la población. Basta como ejemplo enunciar una experiencia que se desarrolló en el marco de uno de los conflictos laborales más duros que enfrentó al gobierno con un sindicato del interior del país. La radio, instalada en Juan Lacaze (localidad cercana a la frontera con Argentina), en medio del campamento de los huelguistas, y transmitiendo durante tres horas, logró que frente a la puerta de sus estudios centrales, en pleno centro de Montevideo, se recolectaran más de dos toneladas de alimentos para quienes realizaban la medida de lucha.

Los 40 trabajadores profesionales de la emisora están sindicalizados. El Comité de Empresa, constituido por delegados elegidos en comicios con voto secreto, en los que participan todos los trabajadores, integra la Asociación de la Prensa del Uruguay

En estos momentos, es la única radio que posibilita -por identidad de intereses



Carlos Amérigo, Dimensión Visual

Concentración bajo los estudios de Radio Panamericana en el Referendum - 1988

entre sindicato y administración- emisiones bajo control en oportunidad de medidas de lucha de la Central Unica de Trabajadores (PIT-CNT).

Apuesta a la cultura

La cultura, ese amplio espacio que encierra la creación humana en todas sus expresiones, es recogida, mostrada y promovida en su diversidad.

Los espacios que genéricamente se conocen bajo el rótulo de "culturales", amalgaman -guiados por esa definición primaria y abarcativa- una constelación que va desde el más virtuoso y conocido de los músicos hasta el "hacedor de sonidos" de cualquier esquina ciudadana; desde el escritor laureado hasta aquel que quizás nunca llegue a publicar; desde las obras teatrales instaladas en las salas hasta el teatro callejero; desde el técnico galardonado fuera de fronteras hasta el vecino conocedor de los secretos del "yuyito" de campo; desde los plásticos ubicados en galerías y museos hasta los ejecutores de pinturas casi anónimas y colectivas que dan color a los muros de las ciudades.

Privilegiando el quehacer cultural nacional, pero con un criterio abierto a recibir y proyectar todo lo bueno que llega de otras partes del mundo, conformamos la "propuesta cultural" de salida al aire.

Abriendo espacios a expresiones musicales de neto corte popular como la murga (difundida incluso en un programa especialmente dedicado a ella), alternando el tango con el rock, la fusión con el folklore, los temas de las grandes compañías discográficas con las grabaciones caseras, las canciones pletóricas de amor con las malheridas por el dolor, se construye un abanico de sonidos donde no hay ritmos silenciados ni vedados. En definitiva, una apuesta sin falsas dicotomías entre "cultura popular" y "cultura académica". Una apuesta a la cultura.

Producción alternativa

La propuesta radial de *CX 44* no se ha limitado a difundir y apoyar actividades. Ha sido generadora de talleres participativos, ha editado un boletín informativo, ha publicado tres libros (*Los niños cuentan*, recopilación de dibujos y cuentos realizados por escolares de todo el país; *Grafitis en el aire*, escrito por cientos de oyentes que los confecciona-

Una radio siempre en movimiento. Esa es la clave de esta quijotada. Junto a la gente, desde la gente, con toda la gente. No anunciar y enunciar pluralidad, democracia, solidaridad, sino contribuir a fortalecerlas una y otra vez, todos los días, de corazón y por convicción.

ron y *Ecoapicultura*, un proyecto a escala humana, manual práctico y epílogo de lo que fuera el Primer Curso de Ecoapicultura del Uruguay, instrumentado desde la radio con el apoyo de catorce entidades gubernamentales y ONGs nacionales y extranjeras. Se editaron también tres series de casetes: un montaje de la cobertura realizada en Chile durante la resistencia a la dictadura; la historia de Aparicio Saravia (uno de los caudillos nacionales de principios de siglo) y una investigación periodística sobre un establecimiento de salud pública.

Además, un sello discográfico nacional, editó dos casetes con música que emite *CX 44*. En un caso, "música tropical", sumamente popular en el país y en otro, una compilación de tres décadas de temas uruguayos de raíz urbana.

Sin embargo, la edición de casetes más importante, es la que realizan a diario los oyentes, que graban parte de la programación y la envían -por propia iniciativa y asumiendo costos- a distintas partes del mundo. (Se supone que más de un millón de uruguayos viven en el exterior).

La circulación, en casetes caseros, de materiales emitidos por la radio y remitidos por la audiencia, merecería, por su peculiaridad, un estudio sociológico.

Fomentando la participación

La inserción social de un medio de comunicación, la apuesta tendiente a acortar distancias geográficas y culturales, el fomento de la participación, pueden ser buscados por diversos caminos.

Uno de los transitados tiene que ver con la organización de excursiones que parten del local de la emisora hacia distintos puntos del país.

Cuando veintinueve omnibuses recorrieron -en un clima de fiesta y camaradería las calles capitalinas para dirigirse a la ciudad de Minas (situada a 100 kilómetros), esta reiterada experiencia alcanzaba su verdadera dimensión simbólica. A la caravana inicial de unidades de transporte se le unieron en el camino residentes de diversas localidades.

La recorrida por uno de los cerros que enmarcan la ciudad serrana en la que participaron excursionistas y habitantes del lugar, fue una especie de síntesis del encuentro de sentimientos que la radio pretende y logra generar.

El grupo de amigos

Uno de los puntales de todo el proyecto lo constituye un activo grupo de amigos de la radio, que desde el primer día de emisión, instrumenta diversas actividades de apoyatura. Organizando recitales, excursiones, campañas solidarias, tareas de difusión, procuran recolectar fondos.

En potencia el apoyo es amplísimo. Por ejemplo, hasta el día de hoy, miles de oyentes adheridos con un bono solidario mensual, esperan ser visitados para concretar su aporte. Sin embargo, como espínosa paradoja económica, la falta de medios de locomoción propios (se llegó al límite de tener que vender un vehículo para pagar deudas con el servicio de energía eléctrica) y las dificultades para rentar cobradores hace difícil efectivizar ese apoyo en crecimiento.

Los estudios de la radio dan muestra de la colaboración: fueron pintados con pintura y trabajo aportados por esos amigos.

Pese a las dificultades económicas, desde esos mismos estudios se han llevado adelante reiteradas campañas solidarias cuyos destinatarios fueron gremios, fuerzas sociales, gente que fuera de fronteras atravesaba situaciones críticas.

Tal vez cueste entender todo esto, pero la energía, los recursos humanos y la creatividad militante siempre apuntaron hacia afuera más que hacia adentro de los estudios.

Ese espíritu de solidaridad es quizás la fuerza impulsora que ha permitido a esta emisora -a pesar de sus gravísimos problemas económicos- no solo seguir "en el aire" sino "de aire" cobijar muchísimos sueños colectivos.

Otros vientos

Unidades móviles recorriendo las calles, puestos fijos de transmisión en barrios populosos, líneas telefónicas con incesante trasiego de llamadas. Gente que iba y venía hasta el segundo piso, venta de bonos, alcancías en las esquinas, vecinos golpeando puertas de otros vecinos, invitándolos a escuchar la emisión, a colaborar con lo que fuera.

En los estudios, el diálogo de los periodistas con los oyentes se mantuvo durante horas y horas. Se estaba en medio de una campaña solidaria.

El huracán que asoló a la Nicaragua de las utopías, el que tumbó casas y esfuerzos, encontró la increíble réplica de una jornada significativa y cargada de emoción, instrumentada en un pequeño país con forma de corazón, por un equipo de uruguayos que cree en la fraternidad sin fronteras.

Casi tres años después de aquellos vientos en Centroamérica, no se podía comprender cómo, guerrilleros salvadoreños, que lograron mantener en plena guerra una radio clandestina, subían a ese segundo piso para hacer suya parte de una experiencia de comunicación y aplicarla en su país natal; porque aquella radio clandestina, ahora es legal y también quiere ser "la radio de la gente".

Ciudad e interior

Pese a las pequeñas dimensiones de nuestro país, definido muchas veces como "país de cercanías", sin marcados regionalismos, el macrocefalismo de una capital que concentra casi la mitad de la población y ejerce un centralismo absorbente, constituye un problema no resuelto.

Nuestra radio, instalada en la principal avenida de Montevideo, a pocas cuadras del punto cero desde donde se miden -y se sienten- las distancias hacia el resto del país, se planteó desde el comienzo el desafío de una propuesta integradora campo-ciudad, interior-capital.

La problemática particular de la campaña, a través del diálogo esclarecedor entre profesionales expertos en temas del agro y quienes siembran y cosechan los frutos del campo, prácticamente inicia la programación diaria de la emisora.

Los pequeños y medianos productores tienen también, a última hora de la tarde, un panorama preciso de los pre-

cios que se pagan en el mercado por sus productos, para poder decidir la forma más ventajosa de comercializarlos.

Una red de periodistas amigos del interior nos permite difundir las noticias que se generan en todo el territorio nacional.

Tender puentes de comunicación, redescubrir el país en su verdadera dimensión, es la premisa que dirige también el esfuerzo de transmitir mensualmente desde una localidad del interior, en duplex y simultáneamente con radios colegas de esas localidades. Problemas económicos no nos permiten llegar con nuestras ondas a todo el territorio. No podemos transmitir con la potencia a que estamos autorizados. Válvulas recicladas, de desecho, reparadas una y otra vez, posibilitan la salida al aire pero acortan el radio de llegada.

Saber que estas válvulas no se han podido comprar, pese a su costo relativamente bajo (8.000 dólares), no ha mellaado el empeño de los comunicadores que con ingenio y constancia hacen lo imposible para llegar a todos sus coterráneos, pese a las carencias técnicas.

Democracia y pluralismo

En 1989, las fuerzas progresistas nucleadas en la coalición de izquierda Frente Amplio obtuvieron el gobierno de la capital de país. Por primera vez en la historia, casi la mitad de la población uruguaya que se concentra en Montevideo, cuenta con una comuna popular. El único programa radial que intenta ser nexo entre los vecinos y las nuevas autoridades se emite en CX44.

Las comisiones barriales, los nucleamientos sociales, las propuestas y reclamos colectivos e individuales, tienen un canal para viabilizar sus aspiraciones. La radio es una herramienta eficaz, un espacio de comunicación de ida y vuelta, donde constantemente los directores de la Intendencia (Alcaldía) reciben planteos, explican planes, dan respuestas a los reclamos de los vecinos.

Los acuerdos que el Intendente doctor Tabaré Vázquez y sus colaboradores realizan semanalmente en los barrios son transmitidos a todo el país.

El propio intendente fue columnista de la emisora hasta un día antes de ser electo y luego de alcanzar el cargo, la primera "interpelación" popular fue orga-

nizada y transmitida por CX 44 desde un céntrico teatro capitalino, donde se dieron cita un gran número de montevidanos.

Los opositores que integran la minoría de la Junta Departamental, cuentan también con los micrófonos de la emisora donde no solo explican sus posiciones sino que intercambian opiniones con los oyentes en un ejercicio real de democracia y pluralidad. Mensualmente, en distintas zonas de Montevideo, se instalan por varias horas micrófonos para que se efectúen debates, asambleas públicas entre las autoridades y los vecinos.

Estos verdaderos cabildos a micrófono abierto, son emitidos en directo y escuchados por otros vecinos de gran parte del país, constituyendo una experiencia radiofónica sin antecedentes.

Una pasión de multitudes

El fútbol es, sin lugar a dudas, el deporte más popular dentro de fronteras. Este pequeño país -no por casualidad- fue dos veces Campeón Olímpico, dos Campeón Mundial, Campeón del Mundialito de selecciones campeonas del mundo y otras tantas veces Campeón de América. La suma de trofeos obtenidos por sus equipos en la Copa Libertadores de América e Intercontinental marca también un récord.

En este contexto, un nutrido grupo de periodistas deportivos de la radio, no solo transmite los partidos más importantes, sino también difunde las actividades de las divisiones menores incluidas las de baby fútbol.

El estadio centenario cuenta desde hace unos años con un equipo de jóvenes que al no poder -por los costos- emitir desde una cabina, realizan su tarea desde las tribunas mezclados con el público. Esta forma de driblear con creatividad los problemas económicos, también se realiza desde el interior del país y los estadios donde no juegan los denominados equipos grandes como Nacional y Peñarol.

El deporte, en todas sus ramas y expresiones, halló una voz independiente que difunde

actividades y comenta, por fuera del círculo comercial tradicional, los aspectos sociales, económicos y políticos que lo rodean.

Los temas tabú

Temas ignorados o tratados generalmente desde una perspectiva retórica y frívola fueron abordados en nuestra programación con un enfoque serio, didáctico y sobre todo, respetuoso.

La homosexualidad, por ejemplo, un tema que en nuestro país sigue despertando prejuicios y preconceptos basados en la ignorancia y la intolerancia fue presentado, en más de una oportunidad, desde una óptica que permitiera entender "al distinto" sin tomar partido por ninguna opción sexual.

Este aspecto puntual de la sexualidad asumida en forma diferente a la media general, posibilitó programas removedores y esclarecedores. No se trató de restringir el tema a las exposiciones médicas, a las charlas de sexólogos, a las opiniones de psicólogos o al acopio de estadísticas sino que se posibilitó el diálogo entre las minorías sexuales y los oyentes, en un clima de respeto e interés.

El nucleamiento gay pionero en Uruguay, expuso públicamente e intercambió sus puntos de vista, sus vivencias y su realidad con los radioescuchas, en lo que fuera su primer diálogo abierto, sin censura ni condicionamientos de ningún tipo.

Este esquema de trabajo: sumar técnicos, escuchar a los protagonistas, confrontar ideas en un clima de tolerancia, realizar mesas redondas y micros de divulgación se aplica constantemente a temas controvertidos y en algunos casos prácticamente tabúes por diferentes motivos.

La condición de la mujer, la violencia doméstica, las religiones y creencias minoritarias, la negritud, el redescubrimiento de la raíz indígena, la temática de los minusválidos, la ecología, el SIDA, entre otros, son temas que se debaten en un marco que contribuye a reformular la capacidad crítica y la libertad de opinión y decisión.



Oscar Bonilla, Uruguay, 1992

El manicero en su recorrido

FORTALECIMIENTO DE LA RADIO

Si estos objetivos cumplidos constituyen de por sí una conquista a resaltar, no puede dejar de mencionarse por su especial relevancia el papel que la radio cumple como palanca de cambio, como herramienta de logros concretos.

La defensa del medio ambiente, sirve para visualizar este aspecto. Abordada desde nuestra realidad, la de un país del Tercer Mundo, y despojada de snobismo, la ecología implica un reto a la acción en busca de una vida más digna y plena del ser humano.

Desde esta perspectiva, el debate se articuló con actividades prácticas como plantaciones de árboles en distintas partes del país; la siembra de ideas estuvo acompañada por la distribución de miles de paquetes de semillas.

No solo denunciarnos las agresiones al medio ambiente y los intereses económicos que rodean estos actos, sino que procuramos que la toma de conciencia se efectivizara en acciones concretas. Eludiendo la comodidad de un medio de comunicación solo comentador, simple testigo o espectador de situaciones, quisimos ser generadores, motivadores de cambios en las actitudes. Marcando un camino "sembramos ideas" y semillas.

Las firmas de la esperanza

Durante 1988 los uruguayos transitaban el país, puerta a puerta buscando recolectar las 555.701 firmas que se necesitaban para posibilitar un plebiscito en defensa de los derechos humanos. Superando el número requerido, el gobierno, a través de la Corte Electoral puso en duda miles de esas firmas.

En un solo día debían presentarse los ciudadanos impugnados en medio de una serie de presiones para que no lo hicieran.

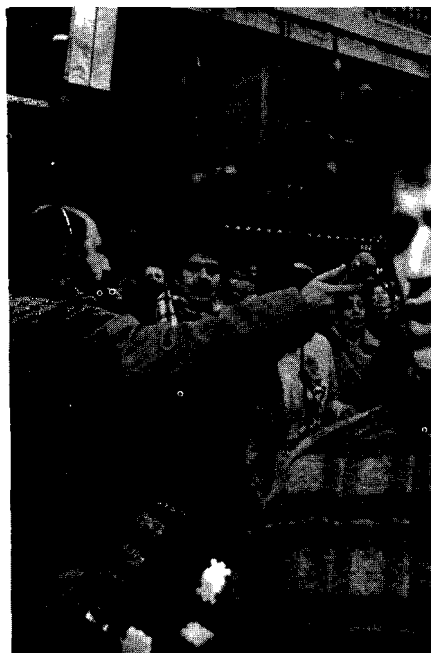
Durante tres días, en forma ininterrumpida, la radio acompañó la movilización de miles de uruguayos para concretar la opción por la justicia. Su rol fue decisivo.

Desde los estudios se coordinaron los esfuerzos, una cadena de teléfonos y direcciones para ubicar a aquellos que no sabían que su firma había sido puesta en duda. Autos para trasladar a quienes aún padeciendo una enfermedad querían volver a firmar. Voces y más voces que exhortaban con emoción y convicción a evitar el fraude.

Faltando media hora para que expirara el plazo legal, los periodistas anunciaban que según sus cálculos se llegaba. En los locales de presentación, la gente formaba cordones humanos para facilitar el arribo de los rezagados, para victoriarlos. Una ambulancia se detiene y una mujer embarazada en trabajo de parto desciende para estampar su firma: todo un símbolo.

En cada una de las mesas de recepción se escuchaba CX 44. Después, la fiesta: caravanas, bailes, risas y llantos en todo el país. En Montevideo, miles de personas eligen, como epicentro de su festejo, la puerta de la emisora.

Las fotos que recorrieron el mundo mostrando a los uruguayos exteriorizar en un mar de abrazos y emociones su alegría, fueron tomadas desde nuestros balcones.



CX44 en las calles

La radio, que entregó lo mejor de sí para esta causa, sin proponérselo, había ganado otro plebiscito: el del cariño y reconocimiento por su tarea. A pocos metros, en un muro, alguien escribió: "Ganamos: Fraude cero. Justicia diez".

La radio en Uruguay

Extraños y significativos datos: Uruguay es el país de América Latina con mayor cantidad de emisoras de radio en relación a su población. Las pruebas de emisión comenzaron antes que la BBC de Londres y aunque no hay estadísticas, debe ser el país donde más gente concurre a las canchas de fútbol con una radio portátil para escuchar los relatos que le cuentan lo que está viendo.

En esta particular realidad, una emisora que no registraba escuchas, que figuraba con un cero en las mediciones de audiencia realizadas por empresas especializadas, pasó de la noche a la mañana no solo a conseguir oyentes sino que se instaló desde el principio en los registros, entre las tres más sintonizadas del país.

"Llegar no es lo importante, lo importante es mantenerse", sentencia una máxima popular a propósito de emprendimientos públicos. CX 44, conocida como "la radio de la gente" no solo llegó, sino que se mantiene. Sin una estructura económica sólida, supera a empresas de comunicación de gran poder financiero.

Con una propuesta auténticamente alternativa ha logrado ser escuchada y no escucharse a sí misma como ocurre con muchas apuestas en este sentido.

Tal vez la perspectiva del tiempo permita explicar cabalmente cómo fue y es posible este "fenómeno" de comunicación a contrapelo de modas mundiales, que emite desde la "intemperie" económica, edificando con esfuerzo un espacio de comunicación que acompaña y ahuyenta soledades; desaloja el silencio y los grises y tinte de sonidos, palabras, abrazos y colores el cielo de un lugar chiquitito proa al mar; que motiva y fortalece el hombre y da vuelo a las mejores utopías libertarias.

"Buenos días amigos. Como todos los días, en contacto con ustedes, CX 44, la radio de la gente, desde los 1410 kilohertzios AM". Una suerte de David con walkman, perdido en el sur". ●

Radio Panamericana