

Comunicación para la democracia: **La radio popular y educativa en América Latina (*)**

De todos los medios masivos es el que llega a la más alta proporción de la población: 75 por ciento. Pero ese amplio acceso no es su única ventaja. Por su bajo costo y su relativa facilidad de operación la radio tiene también la virtud de prestarse más que ningún otro medio a la participación del pueblo en su manejo.

Estimados Colegas:

Hoy termina aquí una fiesta de una semana, pero comienza una alianza que habrá de durar largos años. La fiesta ha sido de confraternidad profesional y la alianza es de cooperación institucional.

Celebramos contentos este acontecimiento que podemos considerar histórico.

Marca, al fin, la conjugación de voluntades y recursos que pone, en buena hora, término al accionar aislado y promete la multiplicación de los frutos. Felicitemos a los gestores de esta iniciativa aglutinadora y elogiemos su acierto

al tomar como sede del encuentro al país fraterno que es centro del mundo y a la entidad matriz de la acción regional en nuestro oficio, CIESPAL. Ahora socio eminente de la promisorio "alianza de los ocho", el CIESPAL ha dado por muchos años decisivo aporte a la capacitación para la radiodifusión. Conferencias a cargo de personalidades salientes de nuestra profesión sentaron aquí bases de reflexión para los cuatrocientos participantes venidos de todos los caminos de nuestra América. Una diversidad de perspectivas sobre temas cruciales animó los debates cotidianos.

Los grupos de trabajo permitieron profundizar por especialidad las deliberaciones. Por último, exposiciones, literatura y audiciones redondearon una atmósfera de creatividad en camaradería.

La riqueza envuelta en todas esas actividades, diversas y simultáneas, torna inviable una síntesis que trasunte a cabalidad lo mucho de bueno que hubo aquí. Sin duda, la radio es el medio más instrumental a la lucha por conquistar la democracia. De todos los medios masivos es el que llega a la más alta proporción de la población: 75 por ciento. Pero ese amplio

Dr. Luis Ramiro Beltrán
Consejero Regional en
Comunicación
Centro para
Programas de
Comunicación
Universidad John
Hopkins



(*) FESTIVAL DE RADIOAPASIONADOS Y TELEVISIONARIOS
DE AMERICA LATINA Y EL CARIBE. Quito, Ecuador - Noviembre 21-25, 1995. C I E S P A L

acceso no es su única ventaja. Por su bajo costo y su relativa facilidad de operación la radio tiene también la virtud de prestarse más que ningún otro medio a la **participación** del pueblo en su manejo.

Aunque es privada y comercial en tanto como el 85 por ciento de los casos, la radio en la región no es oligopólica; está constituida, en general, por numerosas empresas más bien pequeñas. Ha sido por ésto, por el ímpetu del pueblo para comunicarse y por el respaldo que le ha brindado la Iglesia Católica que ha resultado posible la radio popular de vocación democrática en Latinoamérica.

Que ella sea minoritaria - cuando más el 10 por ciento sobre un total de alrededor de 6.000 emisoras- no le quita mérito ni le niega impacto. Con clara ventaja sobre otras regiones del mundo subdesarrollado, la nuestra ha venido forjando con tesón y talento una radiodifusión del pueblo, por el pueblo y para el pueblo. Frente a la obsesión mercantil y a la inopia gubernamental, la radio popular y educativa latinoamericana es una apuesta creativa y valerosa por el ideal democrático. El uso de la radio para la educación popular en favor de la democracia tiene ya casi medio siglo de experiencia en Latinoamérica. Comenzó

prácticamente al mismo tiempo, 1947, en dos de los países de aquella: Colombia y Bolivia. El inquieto párroco de la aldea colombiana de Sutatenza, Joaquín Salcedo, instaló en aquel año allá una elemental estación radiodifusora de corto alcance para llegar a los campesinos algo alejados de su circunscripción con mensajes religiosos. Poco tardó en agregar a la finalidad evangelizadora la intención alfabetizadora. Y, ante la acogida de los campesinos,

El uso de la radio para la educación popular en favor de la democracia tiene ya casi medio siglo de experiencia en Latinoamérica. Comenzó prácticamente al mismo tiempo, 1947, en dos de los países de aquella: Colombia y Bolivia.

tampoco demoraría mucho en añadir a su emprendimiento otros fines educativos en campos como la salud y la agricultura misma. La estrategia comunicativa de que se valió el joven sacerdote fue la de "escuela radiofónica". Consistía de programas especialmente producidos para los campesinos, a los que se organizaba en pequeños grupos y se orientaba por medio de un

auxiliar local capacitado para ello y provisto de materiales complementarios. La idea era que, asistiendo asiduamente a las audiciones en grupo, los campesinos subsanaran su falta de instrucción escolar, discutieran problemas y se organizaran para tomar acciones solutorias. El experimento cobró rápidamente amplia aceptación y considerable impacto.

Con apoyo formal eclesiástico y respaldo gubernamental, Salcedo estableció entonces la entidad Acción Cultural Popular. Contando, además, con sustantivo respaldo financiero internacional, ACPO vino a ser en una década el ejercicio masivo de educación no formal más grande y ambicioso del mundo. En su punto culminante llegó a tener ocho emisoras por todo el país, con una potencia conjunta de alrededor de 800 kilowatts de salida, dos institutos de formación de líderes campesinos, una central de preparación de programas y un servicio de producción audiovisual e impresa en el que editó el primer semanario del país para campesinos. El otro experimento precursor fue el de Bolivia, coetáneo al de Colombia, pero del todo distinto. El país vivía a fines de los 40 de la producción de estaño y los trabajadores de esta industria estaban organizados en sindicatos. En uno de ellos

nació la primera emisora obrera, que tuvo azarosa y efímera existencia. Pero en 1952 se inició una revolución nacionalista que realizó profundos cambios estructurales, incluyendo la nacionalización de las tres grandes empresas mineras productoras de estaño. Fue en esas circunstancias propicias que surgieron algunas emisoras sindicales mineras. Diez años más tarde llegarían a ser algo más de 20 y todavía aumentarían después hasta acercarse a 30.

Las radios mineras eran costeadas con cuotas voluntarias de los trabajadores del subsuelo que ganaban miserables salarios. Además de ser, pues, autofinanciadas eran autogestionarias. Que sus equipos fuera rústicos y de corto alcance y que su personal no tuviera experiencia en producción radiofónica eran cuestiones secundarias frente al objetivo que el medio bien venía a servir. Este no era otro que el de expresarse, el de quebrar de viva voz la incomunicación que los trabajadores padecían en sus remotos distritos altioplánicos, y así permitirles defender sus intereses. Tal importancia cobrarían pronto sus radios que gobiernos totalitarios las acallarían a veces a sangre y fuego.

La característica fundamental

de esas radios fue su naturaleza participativa. Los improvisados productores radiofónicos consultaban a menudo a la gente para ajustar su programación a los requerimientos de ella. Con su estrategia de "micrófono abierto", ponían a los trabajadores y a sus familias a hablar libremente de todos los temas de su interés, a hacer reclamos a las autoridades e inclusive a criticar la conducción sindical. Visitaban escuelas, iglesias, mercados, pulperías y campos deportivos y hasta entraban a los socavones mineros para dar a la gente la oportunidad de decir su palabra. Más aún, las radios servían como núcleo de reunión social y hasta como eje de convocatoria a asambleas populares para la toma de decisiones.

Practicaban, pues, esos comunicadores obreros de la comunicación "horizontal", "participativa", "dialógica" y "alternativa" cuando menos diez años antes de que teoría alguna postulara nociones como esas.

A partir de la quiebra de la minería estañífera en 1985, que trajo aparejado el desempleo masivo de las minas y el derrumbe del poderío sindical, esas radios comenzaron a desaparecer. En estado casi agónico sobreviven a la fecha cuatro o cinco de ellas.

La influencia del modelo

Sutatenza se comenzó a sentir en algunas partes de la región ya en los años 50. Pero fue en los 60 que la estrategia de las escuelas radiofónicas generó la creación de numerosas emisoras, en su mayoría patrocinadas por la Iglesia Católica en unos 15 de los países latinoamericanos. En Centro América, especialmente en Honduras y El Salvador; al norte en México y Guatemala; en el Caribe, en República Dominicana: en los Andes algo en Venezuela y hartó en Ecuador, Perú y Bolivia; y al sur, principalmente en Argentina, Chile y Brasil. En opinión de algunos, la Iglesia Católica llegó a sostener en aquel tiempo en la región, tal vez, cerca de medio millar de emisoras dedicadas a la educación popular.

Al principio, lo que había era replicaciones directas y acriticas del modelo, pero luego fueron surgiendo ajustes y adaptaciones a particularidades locales o a otros criterios.

Algunas radios flexibilizaron el marco de instrucción típico de Sutatenza para hacer más educación no formal, para acercarse a las organizaciones populares y hasta para reemplazar la visión de la sociedad y de su desarrollo derivada de la impronta de ACPO. Esto ocurrió tal vez primero en el Movimiento de Educación de Base (MEB) de

Brasil, en el que un maestro desconocido comenzaba a plantear inéditas ideas para democratizar la educación; se llamaba Paulo Freyre. En todo caso, la educación por radio se iría acercando más al pueblo y sus problemas en la década en que el dormido fermento de cambio se activaba, planteando, entre otras medidas, la reforma agraria. Lo que muchos mantuvieron sin alteración por largo tiempo, fue la preferencia por el público campesino sobre el ciudadano y el énfasis sobre la recepción de los mensajes radiofónicos en pequeños grupos comunales para discusión y acción. De especial importancia fue el desarrollo de la radio popular y educativa en idiomas nativos en países con porcentajes significativos de población autóctona, especialmente los andinos. La participación de los indios aymaras y quechuas en este emprendimiento es sobresaliente en Bolivia, Perú y ha llegado a ser acogida inclusive por algunas emisoras comerciales. Recientemente campesinos de la sierra norte peruana inclusive operan con éxito pequeñas emisoras diseñadas y construidas artesanalmente y a bajo costo por ellos mismos. También en Ecuador hubo loables avances en este rubro, así como en Guatemala y años más tarde en México.

La radio popular campesina fue más allá de la educación, la información y la diversión. A millares de seres humanos sumidos en selvas, cordilleras y llanuras les brindó gratis el equivalente al correo, al telégrafo y al teléfono que les habían sido negados.

La imaginación creativa de los latinoamericanos se desplegó, tanto en los años 60 como posteriormente, para hacer que la radio popular fuera realmente participatoria. Una eficaz estrategia ecuatoriana, impulsada por el CIESPAL y la Iglesia Católica, es la de las **cabinas de grabación campesina**, como las de Latacunga. Y, en varios países las radios capacitaron a voluntarios de aldeas y barrios como **reporteros populares**. Rodeadas de competencia comercial, las radios educativas tuvieron que ir ampliando y variando su programación a fin de equilibrar en ella lo educativo con lo de entretenimiento y con lo informativo. A esto último dio un valioso aporte el noticiero internacional "Chasqui huasi", producido en cassette en Chile. Sobre todo en los años 70, las radios populares no abandonaron su papel contestatario, su misión de denuncia de la injusticia para con las grandes mayorías crecientemente empobrecidas y sojuzgadas. A causa de este

compromiso con el pueblo no pocas de ellas han sufrido censura, hostigamiento y clausura; y unas cuantas hasta han sido víctimas de destrucción por violencia estatal o por actos de terrorismo. En todos esos años de lucha, millares de personas sensibles y altruistas han dedicado mucho de su inteligencia y energía a la causa de la radio popular en América Latina. Hombres y mujeres. Adultos y muchachos.

De especial importancia fue el desarrollo de la radio popular y educativa en idiomas nativos en países con porcentajes significativos de población autóctona, especialmente los andinos. La participación de los indios aymaras y quechuas en este emprendimiento es sobresaliente en Bolivia, Perú y ha llegado a ser acogida inclusive por algunas emisoras comerciales.

Recientemente campesinos de la sierra norte peruana inclusive operan con éxito pequeñas emisoras diseñadas y construidas artesanalmente y a bajo costo por ellos mismos.

Sacerdotes y laicos. Indígenas y mestizos. Maestros, periodistas, locutores. Campesinos y pobladores de las periferias urbanas. Investigadores sociales y catedráticos de comunicación. En fin, una pléyade de voluntarios empeñados en dar paso a la voz del pueblo. Dos paradigmas de esos luchadores por la utopía democrática están presentes entre los participantes del encuentro que culmina hoy. Actores y mentores a la vez, ellos representan con excelencia las virtudes de aquellos millares de combatientes por la democracia que -armados sólo de un micrófono- pueblan de esperanza la geografía humana del subdesarrollo en nuestro mundo. Me refiero, con admiración y afecto, a Mario Kaplún y María Cristina Matta. En la ejecutoria de Mario Kaplún se compendian las más altas aptitudes del comunicador educativo apasionado por la radio como instrumento de iluminación y de justicia. Productor laureado, docente ejemplar, investigador de nota y autor cotizado, él se ha esmerado en compartir sus ricas experiencias con millares de personas. Maestro de primaria al principio de su carrera, Mario percibió bien pronto el potencial de los medios de comunicación masiva para la educación del pueblo y para la lucha por la

democracia. Dentro de aquello, su primer amor fue la radio, en la que debutó en Buenos Aires como libretista y director de programas educativos a sus 19 años. Privado luego de empleo por regímenes autoritarios en su país de origen, tuvo que cambiarlo por Uruguay, al que hizo suyo. Pero de ahí también lo expulsaría un día el despotismo enemigo de la democracia. Y así iría a pasar no pocos años de su vida sobreviviendo al exilio en Venezuela, que le brindó cálida acogida.

Llegaría a ejercer desde allá una influencia señera en toda América Latina al servicio de la comunicación popular, educativa y participatoria. Pero, ya antes de dejar Uruguay, había alcanzado notoriedad en el exterior por dos series extraordinarias de programas radiofónicos: "**Jurado 13**" y "**El Padre Vicente**", ambas ganadoras de premios internacionales. Propagados por 600 estaciones en español, portugués, quechua y aymara, sus programas hicieron por años exitosas giras por toda la región. También se destacó Kaplún en la televisión como periodista incisivo y hábil propiciador de debates sobre la cosa pública mediante su programa de alta sintonía "**Sala de Audiencia**". Y fue, además, creador de una eficaz herramienta para la

comunicación popular: el "**audioforo**", que luego desarrolló como "**cassette foro rural**", un recurso sencillo para fomentar el diálogo a distancia entre grupos.

Se dan en Mario con calidad equivalente las capacidades de pensar, decir y hacer. No puede haber persona dedicada a la comunicación alternativa que no haya leído sus valiosos textos publicados por el CIESPAL, el CESAP, la UNESCO, el CIID y otras instituciones. Y sus aportes conceptuales y metodológicos, así como docentes e investigativos, a la educación para el uso crítico de los medios masivos marcaron sendas precursoras.

Al repasar su trayectoria, Mario destaca dos de sus aprendizajes. Que es posible hacer radio educativa de un modo atractivo para todos y capaz de hacer impacto en la audiencia popular. Y que no es imposible penetrar en las emisoras comerciales con programas educativos, inclusive los de tipo crítico, siempre que se lo haga con calidad profesional y en forma entretenida y dinámica. Y condensa él su visión de nuestro oficio con esta feliz metáfora: "**Comunicación es una calle ancha y abierta que amo transitar. Se cruza con compromiso y hace esquina con comunidad.**"

Por todo ello los profesionales

de la comunicación de Latinoamérica somos deudores agradecidos del colega Kaplún. Pero también le deben algo muchísimos otros más: el haber llevado hasta ellos, a las aldeas y tugurios en que la inequidad los ha confinado, la voz de la fe en la construcción de una sociedad próspera pero además libre y justa.

Igualmente en Argentina, María Cristina Mata, egresó en 1970 de la carrera de literatura de la Universidad de Córdoba. Pero tampoco ella tardó mucho en descubrir la verdadera senda mayor de su vida: el lugar de encuentro entre la comunicación y la cultura. En 1972 se hizo allá docente de la Escuela de Ciencias de la Información. Poco duraría en eso pues, al transmitir las enseñanzas de Adorno, Pasquali y Mattelart, resultó expulsada en 1975 por considerársela subversiva. Y, ante el golpe de estado de 1976, tuvo que salir exiliada al Perú.

Fue en Lima donde nació en ella el compromiso con la comunicación alternativa. Se hizo capacitadora del CELADEC, un movimiento ecuménico dedicado a la educación popular. Y en el Centro de Televisión de la Universidad Católica (CETUC) se forjó como investigadora, comenzando por hacer la primera evaluación del extraordinario Centro de

Comunicación Popular de Villa El Salvador. A partir de 1980, estimulada por Armand Mattelart, María Cristina comenzó a especializarse en el estudio de la radio participativa, comenzando por rescatar la ejemplar experiencia dominicana de Radio Enriquillo. Y ahora acaba de entregarnos aquí su más reciente investigación, sobre la mujer y la radio, publicada por la ALER.

En 1982 la ALER ganó a la colega Mata para toda América al encomendarle coordinar sus actividades de investigación con base en Quito. Se convirtió así en la investigadora más fiel y acuciosa de la radio popular latinoamericana. Sin perder la pericia de producción ni el cariño por la enseñanza, "Marita" brilla ahora en la reflexión. Critica y construye. Revisa el curso seguido por el movimiento. Advierte fallas y destaca logros. Apunta relaciones. Explora, en fin, nuevas sendas.

También, pues, a ella no pocos le debemos mucho.

Bien, en 1972, hubo un feliz nacimiento: el de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER). Pero ya para entonces el modelo Sutatenza mostraba preocupante desgaste y estaba por entrar en escena, traído de las Islas Canarias, el promisorio modelo "ECCA".

En presencia, por otra parte, de nuevos fenómenos, como la masiva migración del campo a la ciudad que formaba los cinturones de miseria, las afiliadas a la ALER comenzaron a poner atención también al público urbano periférico. Percibieron, igualmente, la importancia de nuevos movimientos sociales y de distintos actores políticos derivados del deterioro de las agrupaciones partidarias tradicionales. Observaron atentamente, por otra parte, la agudización de la crisis económica y la emergencia de nuevos problemas sociales. Y así, al principio lentamente y más tarde con mucha agilidad, la ALER fue ajustando sus esfuerzos a las cambiantes realidades. Sabe hacerlo con admirable sensibilidad y con rara capacidad de autocritica y afán de mejoramiento. Algunos ensalzan quizás excesivamente a la radio alternativa y otros, por contraste, la juzgan débil si es que no inocua. Pero, concretamente, ¿qué ha logrado ella en tantos años de abnegada práctica? La propia ALER dio respuesta a la interrogación evaluando el desempeño de la radio popular. En su novena asamblea general ordinaria, celebrada en Quito a mediados de 1994, la entidad inventarió logros como éstos:

1. El que no pocos de sus

O sea, por una parte, habría que continuar la lucha pero emulando las armas del adversario si es que no se quiere fenecer. Y, por otra parte, pareciera posible cooperar con la radio privada y mercantil en vez de ser contendor de ella.

afiliadas hayan dejado de ser marginales por haber conquistado importantes índices de audiencia en sus respectivas jurisdicciones. Esto gracias a una programación en la que aprendieron a combinar hábilmente lo educativo con lo recreativo.

2. El haber ganado la confianza de las organizaciones populares que las toman como aliadas de su causa en el brindar oportunidades efectivas y para la participación protagónica del pueblo en la emisión de los mensajes radiofónicos.

3. El haber alcanzado niveles de manejo de información comparables con los de emisoras comerciales pero que ofrecen al pueblo la ventaja de la orientación interpretativa de hechos y procesos en función de sus intereses.

4. El haber llegado a ser reconocidas por su público como integradoras de regiones, propiciadoras de lenguas nativas, defensoras de comunidades marginadas y patrocinadoras de identificación y legitimación.

ALER se regocija con estas realizaciones pero bien sabe que hay mucho por hacer aún para

mejorar la situación de la radio popular. Entre los problemas que la preocupan están estos:

1. El ajuste insuficiente de la programación a la audiencia.
2. La mala calidad de varios programas.
3. La aún escasa penetración en la esfera urbana y especialmente entre los jóvenes.
4. La falta de nitidez en la señal sonora y la interrupción de emisiones por fallas técnicas.
5. La deficiente formación del personal productor.
6. La contracción de las fuentes de apoyo financiero.

Es evidente que, mientras subsistan en grado importante problemas como éstos, la radio popular corre el riesgo de ser sofocada por el abrumador poderío de la radio comercial. Y, si ésto llegara a ocurrir, la comunicación alternativa para la democratización no podría cumplir su deber de acompañar al pueblo latinoamericano a enfrentar los desafíos del nuevo siglo. ¿Qué se puede hacer para que tal cosa no ocurra?

Una respuesta audaz a esta interrogante viene a darla un nuevo combatiente por la democratización de la palabra y la sociedad. Se trata de la filial

latinoamericana de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC). Establecida en Lima hace cuatro años, la agrupación ya cuenta en la región con más de 200 miembros y viene desplegando una labor muy intensa de apuntalamiento a la radio popular. Lo hace ahora desde Quito por medio de un boletín noticioso acompañado de audiocintas, de talleres y encuentros, de servicios técnicos y de fomento a redes de solidaridad e información. El Secretario Ejecutivo de la AMARC, José Ignacio López Vigil, ha hecho esta punzante reflexión sobre la era presente: "...este es el mundo que nos ha tocado vivir. Un mundo avaro que quiere igualar culturas pero no bolsillos. Un mundo absurdo que ha sabido captar el rumor del Big Bang sucedido hace mil millones de años pero no es capaz de escuchar el grito desesperado de los 40.000 niños que a diario mueren de hambre. Una época nocturna, como diría Neruda. Pero no hay otra. No podemos irnos a transmitir desde los anillos de Saturno. Es aquí y ahora que tenemos que hacer la radio comunitaria. Es

en este apabullante mundo neoliberal donde tenemos que construir radio democrática...” A la luz de este criterio, López Vigil propone -para plasmar esa nueva radiodifusión- una nueva estrategia de tres lineamientos paralelos:

1. Elevar la calidad de las emisoras hasta convertirlas en competitivas con las comerciales.
2. Ampliar el alcance de público hasta entrar de lleno en lo masivo.
3. Y modernizar los programas para tornarlos más acordes con la cultura masiva y con las demandas actuales de las grandes audiencias juveniles. ¿Será posible hacer ésto? Y, si lo fuera, ¿será deseable? Es cierto que, para llegar a competir con las radios privadas y comerciales, las populares tendrían que mejorar harto la calidad de sus programas y alcanzar niveles realmente masivos de audiencia. Aunque faltan fondos y no sobre el personal calificado para una producción profesional óptima, esa adecuación pudiera resultar factible. Pero, ¿sería conveniente? Manifestándose de acuerdo con no satanizar al neoliberalismo, un dirigente de los comunicadores católicos hace, sin embargo, esta advertencia: “Pero tampoco puede significar dar vivas a un mercado que se quiere total porque no admite otras

posibilidades fuera de las reglas de su juego, cada día más mortífero y capaz de añadir nuevos rostros (Santo Domingo) a los rostros sufrientes de Puebla”. Posiblemente muchos, especialmente los más veteranos y leales luchadores por la causa, comparten esta lógica preocupación del Secretario Ejecutivo de las organizaciones regionales de comunicadores católicos, Carlos Cortés. En contraste con ellos, empero, otro de los mayores propiciadores de la radio popular y educativa en la región, José Pérez Sánchez, Director del Centro de Capacitación de Radio Neederland para América Latina, dijo hace poco ésto: “...Nuestra acción nos ha permitido redescubrir el potencial de la radio privada y el rol que puede jugar aún, manteniendo sus principios de empresa. Lo que hemos aprendido es que una empresa comercial, entendida en su carácter eminentemente social y si tiene buena voluntad, presenta posibilidades de cooperación entre todos los sectores activos de un país y ésto puede lograr muchísimo.” O sea, por una parte, habría que continuar la lucha pero emulando las armas del adversario si es que no se quiere fenecer. Y, por otra parte, pareciera posible cooperar con la radio privada y mercantil en

vez de ser contendor de ella. Condenable abjuración o laudable evolución? No hay aún respuestas a la mano. Entretanto, el fundador de la investigación crítica para la comunicación democratizante, Antonio Pasquali, nos ha preguntado aquí ésto: “Cuál debe ser nuestra actitud en consecuencia, cuáles nuestras responsabilidades sociales, cuáles los límites entre la aveniencia y la transacción que resulten moralmente viables sin traicionar inderogables principios?”

Podemos tener plena fe en que, con su probada integridad y su inteligencia, los comunicadores de la radio popular educativa latinoamericana resolverán pronto este dilema y harán, en vísperas del nuevo milenio, lo que sientan que sea mejor hacer en servicio de su pueblo. Atenido a esa convicción, quiero terminar invitando a todos los colegas a sumarse a esta invocación que hace poco hiciera justamente el admirado maestro Pasquali: “Reconfirmemos solemnemente nuestro propósito de no cesar hasta que a nuestras comunicaciones les llegue la hora de la Democracia, de la Utilidad Social y de la Calidad”✕