



a millones de escuchas y consisten en música, teatro, documentales, cuentos breves y material de lectura, así como crónicas breves.

Gran competencia

Sin embargo, para que un mensaje sobresalga en los abarrotados canales de transmisión y capture la atención de un auditorio ecléctico y cosmopolita, debe ser cautivante y original. De otro modo, el presupuesto del gobierno y el trabajo de los radiodifusores se desperdiciaría. Es demasiado simple para un radioescucha viajar de Moscú a París, de Londres a Belgrado, moviendo meramente la aguja del dial.

Nuestro servicio de onda corta tiene que competir con gigantes tales como la Unión Soviética y la República China. Ambos países transmiten más de 1.000 horas de programas semanales y ambos gozan de vastas audiencias comprometidas en las diversas modalidades del marxismo, del leninismo al maoísmo, a través del mundo.

La calidad superior de los programas de la BBC goza de una reputación mundial bien merecida. La presencia global de la Voz de América en el aire trae también a los gru-

pos de todos los idiomas y razas una cantidad casi abrumadora de programas. La BBC y la Voz de América transmiten entre 600 y 800 horas por semana.

Sin embargo, el éxito no es privilegio exclusivo de los países grandes. El servicio de onda corta suiza, por ejemplo, presenta sus programas en cuatro idiomas nacionales con asombrosa facilidad y tiene una audiencia que le es fiel. Canadá ha logrado crear sus propios partidarios en este mercado internacional. Las encuestas indican que el Servicio Internacional de Radio Canadá tiene un impacto que va mucho más allá de su propia magnitud. Por ejemplo, las encuestas Gallup señalan que el Servicio Internacional de Radio Canadá es escuchado por casi un millón de ameri-

canos.

Poco a poco estamos cambiando la imagen. No ha sido fácil: tradicionalmente, los canadienses son conocidos por menospreciar su política, sus artistas y, especialmente su clima. Pero, como también se podía esperar, multiplican sus elogios sobre sus jugadores de hockey, cuentan historias sobre la inmensidad del territorio, sus bosques ilimitados y el enorme desarrollo de las astas de sus alces. Y tienden a emocionarse cuando hablan de su heroína María Chapdelaine.

El servicio de onda corta ha tenido que liberarse de esta imagen convencional de los canadienses y despejar el camino más allá de los peligrosos estereotipos. Ha emergido así una personalidad, una imagen, una identidad que es propiamente canadiense, gracias, a menudo, a las actividades de diversas minorías étnicas canadienses que hablan al pueblo de sus tierras nativas en su propio idioma...

Las descripciones se tornan a veces difíciles

La programación debe resultar atractiva tanto para el canadiense radicado en el