

De propaladora a multimedia¹

Por Marcelo A. Brunet

Marcelo A. Brunet es Lic. en Comunicación Social y primer graduado de la carrera de Comunicación de la Universidad Nacional de Jujuy. Docente de la Universidad Católica de Santiago del Estero (UCSE-DASS) y de la UNJu, donde también es miembro del Departamento de Ciencias de la Comunicación y de la Unidad de Investigación en Historia Regional (UNIHR). Becario de posgrado del CONICET y doctorando en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP.

¹ Este texto resulta de unas motivaciones y reflexiones iniciales a partir de la búsqueda de fuentes documentales bibliográficas, orales, audiovisuales, gráficas y sonoras que nutran la investigación "Propaladoras. Su contribución a la consolidación de la estructura mediática en Jujuy (1937-1986)", tesis doctoral que realicé en el

*"Porque fui los locos de la azotea
y ahora soy un multimedia"*
(Ulanovsky, 2007)

El proceso por el cual los medios "transforman" a las comunidades y a su vez éstas les imprimen sus propias particularidades se produce en marcos históricos determinados en los que se imbrican las ofertas mediáticas, las expectativas de los públicos, el espacio social y los usos particulares. En ese sentido, la radio no es para este trabajo sólo instrumento de comunicación sino, parafraseando a María Cristina Mata, una experiencia cultural de los pueblos. Es así que la comunicación resulta un proceso de construcción colectiva de sentidos, donde los medios técnicos no son determinantes en la recepción, y menos aún las únicas formas de comunicar; y donde el componente cultural micro o local es fundamental a la hora de interpretar el fenómeno.

Poner el foco en la radiodifusión resulta un aporte valioso, ya que actualmente los trabajos sobre la radio están relegados a un segundo plano respecto de aquellos referidos a la televisión. En opinión de Ricardo Paredes Quintana (2005), "no deja de ser sorprendente constatar el gran olvido académico hacia la radiodifusión, como si la dimensión sonora de la cultura fuese menoscaba en la vorágine de las imágenes visuales". Pero la radio no sólo ya no resulta un objeto de estudio interesante frente a otros medios, también fue relegada en la agenda del Estado. Como afirman Peter Lewis y Jerry Both (1992), "la marginación de la radio en los debates de la política de comunicación, centrada fundamentalmente en la televisión y en las nuevas tecnologías, está unida a su escasa reputación en los círculos académicos. Tras los primeros estudios sociológicos de las audiencias de radio, la atención se desplazó a la televisión y desde entonces se ha consolidado en ese medio salvo raras excepciones".

Si la radio tradicional fue menos abordada académicamente que la televisión, imaginemos cuánto interés habrán despertado sus formas *pueblerinas*, tal como sucede con las propaladoras² del interior

del país. “El desarrollo de la televisión no sólo encubrió una mayor evolución de las posibilidades expresivas y creativas de la radio, sino también reorientó el trabajo teórico de los nuevos especialistas en medios audiovisuales hacia el mundo de la imagen televisiva; incluso el uso del término *audiovisual*, que hoy utilizamos para significar indistintamente a la radio o a la televisión, ha consagrado inconscientemente la subordinación del mundo *audio-imaginativo* de la radio al mundo *sonoro-visual* de la televisión”³ (Balsebre, 1996).

En definitiva, y especialmente en Argentina, la historia de la radiodifusión presenta intersticios que nos convocan a trabajar, a involucrarnos y a apasionarnos por producir conocimiento que contribuya a construir un relato de la historia de la radiodifusión cada vez más completo. En este sentido, no es difícil pensar que muchas propaladoras de provincia se fundaron con la intención de establecerse como la alternativa local frente a un sistema mediático de características centralistas y contenidos que no representaban las particularidades y preocupaciones del público geográficamente cercano. Con el tiempo, la naturaleza comunitaria de algunas de estas experiencias fue orientándose a estructuras más complejas que luego relataré.

La historia de la radiodifusión en Argentina presenta muchas particularidades, tal vez tantas como localidades hay a lo largo y ancho del territorio. Por eso resulta necesario comenzar a revisarlas a fin de que nuestra perspectiva histórica sobre la radiodifusión las contemple. Particularmente, hoy me interesa poner la mirada sobre las propaladoras de pueblo, pues las considero un eslabón en la cadena evolutiva de la radio y, por qué no, del sistema mediático actual. Propongo, entonces, comenzar a discutir aquí algunos aspectos de la historia de la radio en Argentina, ubicando la mirada más allá de la inquestionable importancia de la historia de la radio en la Capital Federal.

Los estudios sobre la Radio

Cuando hablamos de estudios sobre radiodifusión nos topamos con una importante cantidad de material (aunque no tanto como sobre la TV) que podríamos ordenar en tres ejes o tradiciones académicas. Dos las propone Paredes Quintana: por un lado, la que inaugura Rudolf Arnheim con *Radio*, en 1936; por otro, la que trabaja Paul Lazarsfeld en *The People Look at the Radio*, de 1946. Para Arnheim el interés se centra en cuestiones estéticas y en la especificidad de la comunicación radiofónica, mientras que para Lazarsfeld el interés está en la descripción sociológica de los hábitos de consumo y recepción de las transmisiones de radio (específicamente en tiempos de campañas electorales). De este modo, mientras la tradición arnheimiana privilegia la mirada del mensaje-canal-lenguaje, la tradición lazarsfeldiana concentra el punto de vista en los efectos y en el comportamiento de las audiencias-consumidores.

La tercera tradición o línea de investigación que propongo distinguir es aquella que se centra en la historia del medio radiofónico y su contexto geográfico, político, económico y social. Allí podemos ubicar a Lluís Bassets con un texto clásico: *De las ondas rojas a las radios libres. Textos para la historia de la radio* (1981), trabajo que aborda la historia de la radio y algunas experiencias de compromiso social y político potenciadas por este medio en Europa, América y África. También resulta necesario citar *El medio invisible. Radio pública, privada, comercial y comunitaria* de Peter Lewis y Jerry Booth (1989), que además de ofrecer una clasificación para las emisoras, brinda datos relevantes de experiencias en casi todo el mundo, junto con una completa cronología histórica.

En síntesis, tenemos tres enfoques que fueron produciendo conocimiento sobre la radio: uno *culturalógico*, uno más bien *instrumental* y finalmente uno *histórico*; aunque es momento de observar que

marco del doctorado de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP. Lo que aquí se expone, de ninguna manera supone que indefectiblemente formará parte del documento final; simplemente son líneas de pensamiento que se irán clarificando y organizando con el madurar de la investigación. Asimismo, si bien algunos pensamientos son producto de la enriquecedora experiencia de escucha, lectura, comprensión, discusión, amistad y construcción colectiva de conocimiento que viví con la cohorte 2006-2007 del doctorado en Comunicación, no por ello los desahucios que puedan encontrarse aquí les pertenecen.

2 Una propaladora es un medio de comunicación que, desde un estudio central, emite señal de audio mediante cables a bocinas, altoparlantes o cajas acústicas ubicadas en troncos de árboles o postes de alumbrado.

3 Podemos acotar aquí que el proceso que llevó a una hegemonía de lo visual no sólo se construyó con la llegada de la TV sino mucho antes, desde 1895, con la aparición y posterior masificación del cine, que desde entonces disparó reflexiones intelectuales en torno a la imagen en movimiento.

difícilmente encontremos producciones en “estado puro” que correspondan exclusivamente a una de estas corrientes, planteadas aquí sólo con intenciones didácticas. Es más, difícil será entender cualquier abordaje sobre el medio que no se inscriba en contextos históricos definidos.

Historia de la Radio en Argentina

Específicamente sobre la historia de la radio en nuestro país se pueden encontrar varias obras que por lo general comienzan relatando aquel, ahora “mitológico”, origen de la radiodifusión argentina a partir de la experimentación de Enrique Telémaco Susini, Miguel Mujica, César Guerrico y Luis Romero Carranza (conocidos como “Los locos de la azotea”)⁴; como si cada vez que la radio se toma como objeto de estudio hubiera que comenzar de cero y con relatos que, en muchos casos, se hunden en lo anecdótico.

Los textos más exhaustivos sobre la configuración de la radiodifusión en Argentina son los de Ricardo Gallo, incluidos en los dos volúmenes de *Ese mundo tan sonoro* (1991 y 2001), en los que el autor se centra en la radio como medio y aborda su organización, programación y desarrollo histórico. Un camino similar al que recorre Jorge Noguera en *Radiodifusión en la Argentina* (1985).

Otro trabajo, pequeño en tamaño pero importante para saciar nuestra curiosidad sobre el medio, es el de Oscar Bosetti, *Radiofonías. Palabras y sonidos de largo alcance*, de 1994. Un año después, y acompañado de un CD con archivos sonoros de la radio entre 1920 y 1990, se publica *Días de Radio. Historia de la Radio Argentina*⁵, de Carlos Ulanovsky, Marta Merkin, Juan José Panno y Gabriela Tijman (luego reeditado en tomos). Rico en anécdotas, ilustraciones, documentos y entrevistas, este libro se constituyó en una obra de divulgación general, y aunque no tiene pretensiones académicas, resulta útil por recurrir a diversas fuentes, especial-

mente a las historias de vida y los relatos orales de quienes fueron protagonistas de la historia de la radiodifusión. De manera análoga trabaja Enrique Bravo su libro *Señoras y Señores... la radio está en el aire* (1998), obra en la que recorre, desde la experiencia personal y a partir de entrevistas, la historia de la radio en Buenos Aires y, tangencialmente, en algunas provincias.

Otro valioso material es *Locos por la radio. Una historia social de la radiofonía argentina 1923-1947* (2006), un trabajo basado en la tesis doctoral de su autora, Andrea Matallana. El texto transita la historia de la radio a partir de distintos “momentos” relacionados con el contexto social de cada instancia de recepción analizada, y que le sirven para construir un camino que permite contar la historia del medio con un enfoque que se preocupa por el contexto histórico social. También en EE.UU. se publicó un material sobre la historia de la radio argentina. Es el caso del libro *From Parsifal to Perón: Early Radio in Argentina 1920-1944* (2007), del Dr. Robert Claxton, muy rico por su mirada ajena, bien documentado y con un interesante capítulo sobre la radio en las provincias.

Acerca de las propaladoras

Las propaladoras fueron medios de comunicación cuyo apogeo se dio a mediados del siglo XX: *radiobocinas* o *radiopostes*⁶ –denominaciones también empleadas para designar a este medio– resultaron muy útiles en pueblos y ciudades pequeñas del interior del país. En la mayoría de los casos porque las señales de radio resultaban tan débiles que era necesario contar con un medio de comunicación local que supliera aquella ausencia y, en otros, por las lógicas de sociabilidad puestas en juego en el espacio público, que obligaban a los medios a buscar y a construir sus públicos en la calle.

A pesar de la escasa producción académica sobre el tema, encontramos algunas referencias en las

4 Ese mote le quedó al grupo de médicos y estudiantes de medicina a partir de experimentar desde los techos de algunos edificios de Buenos Aires hasta lograr transmitir la ópera “Pasifae” desde el Teatro Coliseo.

5 Mientras se escribe este artículo acaba de publicarse *Siempre los escucho. Relatos de la Radio argentina en el siglo XX* (Ulanovsky, 2007), libro que resulta ser la continuación de *Días de Radio*.

6 Aunque para los oyentes de su época se trataba simplemente de “la publicidad”, lo que al mismo tiempo formaba parte del nombre del medio. Así, por ejemplo, encontramos datos sobre “Publicidad City” y “Walber Publicidad” en Jujuy o “Publicidad Villegas” en General Villegas, provincia de Buenos Aires.

“radios por cables” que describe Raymond Williams (1992) cuando se refiere a “la radio propagandística” correspondiente al modelo totalitario alemán y al de la Rusia Soviética. Como en las primeras décadas de apogeo los aparatos receptores de radio por aire eran caros, los soviéticos empleaban algunos medios para amplificar la señal de radio y ampliar el alcance de escucha de modo económico. Así fue como gracias a “la radio por cable” –muchos altavoces conectados a un único receptor– generaron la escucha colectiva en clubes, fábricas y calles. Según Williams, esta práctica se extendió hasta 1964, año en el que la cantidad de receptores comenzó a igualar a la de altavoces.

Según afirma Cecilia Krohling Peruzzo (1998), en América se conocieron como “radios populares de altoparlantes” y la diferencia con la “radio por cable” europea estuvo dada por la autonomía; vale decir, las radios de altoparlantes tenían un estudio y emitían programas generados para la red, pero no amplificaban la señal de radio tradicional por aire como en el caso alemán o ruso.

Cada país le imprimió singularidades a la denominación. En Brasil se llamó “Rádio-poste” al medio que transmitía a través de altavoces sujetos a postes de alumbrado y troncos de árboles, cuyo máximo desarrollo, según la caracterización por ciclos de Krohling Peruzzo, se vivió en los años 80. En esta época se convirtió en vehículo de comunicación para organizaciones comunitarias, por ello también se las denominó “Radios del pueblo”, ya que eran el único medio accesible en pequeñas comunidades. Pedro Sánchez (1989), en tanto, habla de “Radio-bocinas” instaladas en las zonas pobres que rodean las grandes ciudades y en algunos poblados campesinos que cuentan con servicio de electricidad.

En la bibliografía nacional se encuentra un título que parece introducirnos en el tema de las propaladoras y las radios de pueblo: *La bocina que habla* (1997), de Gustavo Cimadevilla, aunque su tema

central son las radios rurales y su vinculación con el desarrollo y la extensión agropecuaria; no las propaladoras propiamente dichas, preocupación de este artículo. De allí que como antecedente de un estudio de este medio debo citar mi propia tesis de grado: “Propaladoras. Historia de una alternativa de comunicación local en San Pedro de Jujuy”, que aborda, entre 1943 y 1976, la historia de la propaladora “Walber”, y la analiza en tanto alternativa de comunicación al sistema radiofónico centralizado que se estaba gestando en el país y del que la provincia de Jujuy no escapaba.

¿Relatos fundantes o redundantes?

Cuando intentamos historizar los medios de comunicación, solemos jerarquizar historias relevantes, momentos fundantes y relatos que de tanto repetir se han vuelto míticos y, aparentemente, de imperiosa necesidad para solidificar, a fuerza de redundancia, la historia de la radiodifusión. O como escribe José Luis Fernández (2004): “Lo primero que sorprende es que, a casi setenta años de la consolidación de la radio como fenómeno discursivo, sea todavía habitual que cualquier trabajo medianamente abarcativo sobre el tema ‘comience de cero’. No importa cuán abundante sea la bibliografía que aparezca citada, una vez más se describirá el contexto histórico, económico y social de la aparición del medio, se harán precisiones sobre los primeros dispositivos técnicos y sus respectivos inventores, se narrarán las aventuras de los pioneros y sus primeras emisiones y se constatará que los grandes modelos de propiedad fueron el público y el privado”.

Si focalizamos el caso argentino, a esto hay que sumarle que aquel “eterno comienzo” (Fernández, 2004) consolida, además, como *la historia* de la Radio argentina a la historia de la radio de Buenos Aires que, claramente es necesario conocer, pero que por lo general aporta a la consolidación de la hegemonía de un relato que luego torna difícil la posibi-

lidad de centrarse en otros casos, tal vez por miedo a que los consideren “menores”. De allí que en el resto de las provincias las producciones de este tipo sean escasas y poco difundidas.

Si vivimos en Ushuaia, San Juan, Posadas o La Quiaca probablemente no tendremos manera de desconocer alguna referencia sobre “los locos de la azotea”, el teatro Coliseo, Don Jaime Yankelevich, “Chispazos de Tradición”, las cadenas de *El Mundo*, *Belgrano* y *Splendid*, etcétera, pero no es tan nutrida la referencia, por ejemplo, a los radioaficionados y a las propaladoras. En el país, y especialmente en las provincias, los radioaficionados eran una “comunidad” numerosa y entusiasta que comenzó a consolidarse a partir de 1930 y que alcanzó, hacia finales de esa década, un número de, aproximadamente, 1.800 aficionados (Claxton, 2006). Este es un fenómeno poco estudiado y estrechamente vinculado a las propaladoras. Generalmente, un radioaficionado con conocimientos técnicos podía llevar ese entusiasmo de comunicarse punto a punto a una propuesta más abierta en su entorno local instalando una propaladora o, por qué no, una radio por aire.

En pequeñas localidades o ciudades de provincia constantemente aparecen relatos que dan cuenta de las interacciones locales propiciadas a partir de estas “protoradios”, o de radios propiamente dichas. Como sostiene Bruce Girard (2004), “el medio radiofónico sobresale por su capacidad de estimular la comunicación social interactiva en la comunidad. Por ejemplo, un programa sobre temas locales informa a los escuchas sobre un problema en la comunidad y de esta forma estimula una comunicación interactiva entre los miembros de la comunidad mientras continúan con su vida cotidiana (ahora sin la mediación de la radio)”.

De propaladoras

Si bien la primera impresión al hablar de propaladoras es tratar con relatos menores, resulta sor-

prendente lo que emerge al profundizar sobre estas “radios por cable” de recepción gratuita. En muchos pueblos y ciudades fueron las mensajeras locales: en algunos casos, para complementar lo que se escuchaba por radio por aire que no abordaba la actualidad del lugar⁷; en otros, por la imposibilidad de sintonizar emisoras por aire. “Ubicadas en las plazas y edificios más altos de los poblados, estas ‘modernas’ amplificadoras dejaban escurrir entre las ondas del viento las últimas noticias locales, la música descontraída y los comentarios apasionados o anecdóticos. Su presencia, a veces convertida en bullicio, marcaba como un reloj los distintos momentos del día, juntaba a los curiosos y servía de excusa a los amores adolescentes para pasear alrededor. Alegaban y entristecían, promocionaban, recordaban fechas y compromisos y, fundamentalmente, acompañaban”. (Cimadevilla, 1997).

La necesidad de comunicación local suele ser el factor de mayor peso, unido al de entretenimiento. “Los bajos costos de producción han posibilitado a la radio interpretar el mundo desde perspectivas locales y responder a necesidades locales de información. Más que cualquier otro medio masivo de comunicación, la radio habla el idioma y utiliza el acento de su comunidad. Su programación refleja los intereses locales y puede hacer contribuciones importantes a la herencia y al desarrollo de las culturas, las economías y las comunidades a su alrededor”. (Girard, 2004).

En varias experiencias las propaladoras de pueblos y pequeñas ciudades comenzaron apuntando sus parlantes a los espacios de socialización y esparcimiento ya constituidos: la plaza central, la zona cercana a la estación del ferrocarril, la avenida principal, etcétera, para luego proponer y crear nuevos espacios: las esquinas de los barrios, las afueras de sus estudios, el interior de edificios públicos y comercios, etcétera. Es decir, del espacio público al espacio privado, una lenta transición de lo comunitario a lo individual y de la escucha nómada a la escucha sedentaria.

7 Tómese en cuenta que desde la década de 1930 las cadenas que se constituyen desde Buenos Aires (*Radio Belgrano*, con su *Cadena Argentina de Broadcasting*; *radio El Mundo*, y su *Red Azul y Blanca de Emisoras Argentinas*, y *radio Splendid*, con su *Red Argentina de Emisoras Splendid-RADES*) extienden sus redes al “interior” del país consolidando un modelo centralista de difusión.

En el documental de Juan Mascardi, “Gud mornin Colón”⁸ (2005) –una producción que explora el rol de la música popular en radios de baja potencia en Colón (provincia de Buenos Aires)–, encontramos un relato muy claro sobre la propaladora que existió en aquel lugar. Oscar Bobet, uno de los trabajadores de radio entrevistado, declara: “Allá por el año 1950 mi papá era propietario junto a su hermano de la entonces tienda San Martín. Para promocionar sus ventas tenía un auto con dos parlantes que recorría distintas zonas del campo, las chacras; y para anunciar su llegada utilizaba un micrófono y los parlantes. Entonces era un poco el bochinero del pueblo, ya que cuando llegaba una liquidación se repartían boletines con música y se anunciaban las ventas de la tienda. En aquel entonces estaba como intendente Juan Marenci y con la idea de darle al pueblo un poco de alegría a la tardecita le pidió a mi papá, que era el único que hacía un poco de ruido con su Pregón callejero, que se instalara en algún local y pusiera lo que en aquel entonces se llamaba una propaladora. Se inició el 12 de octubre de 1950 con cinco parlantes en algunas zonas estratégicas, y con el devenir del tiempo Colón fue creciendo y llegó a tener entre 80 ó 90 parlantes”.

El recuerdo no aparece aquí como la añoranza de un medio de comunicación que ya no está en la comunidad, sino como testigo de su transformación, de propaladora a circuito cerrado y de éste a radio FM. Con otras palabras lo explica Lalo Mir en “La Radio que no se ve”, poema que se publicó como prólogo del libro *Siempre los escucho. Retratos de la radio argentina en el siglo XXI* (2007), de Carlos Ulanovsky: “Cuando vi la radio por dentro por primera vez / no era una radio del todo / era una propaladora de pueblo / se estaba convirtiendo en radio”.

Volviendo a los relatos de “Gud mornin Colón”, Wilson Zárate cuenta que en 1969 “el general Limas, que vivía en frente a un club, era el Gobernador de la provincia de Buenos Aires y tenía una mu-

jer impedida, y tanta molestia le ocasionaba el sonido de ese Club que lanzó la ley de ruidos molestos, y a raíz de eso desaparecieron todas las propaladoras, entonces nace el circuito cerrado”. ¿Cómo hacer entonces para mantener la esencia de aquel medio? Oscar Bobet afirma: “La gente estaba muy acostumbrada. Entonces lo que era una propaladora externa pasó a ser lo que se denominó circuito cerrado de audio frecuencia, es decir una radio por cable”.

Aquella transformación la encontramos también en otro caso, el de la propaladora “City” de Libertador General San Martín⁹, en la provincia de Jujuy, que se convirtió en el sistema de audio de circuito cerrado Music House en la propia capital de la provincia y luego en circuito cerrado de televisión, más emisora de FM y portal de noticias en Internet, todo un multimedia. El mismo directorio de la ahora gran empresa publicó en 2001 una solicitada a fin de saludar mi iniciativa de rescatar, en un trabajo de investigación, la historia de la propaladora Walber de la ciudad de San Pedro de Jujuy¹⁰. Allí decían: “Efectivamente, las propaladoras (como medio alternativo de comunicación social) fueron importantes medios embrionarios de lo que serían hoy los modernos medios audiovisuales de comunicación social de Jujuy, la radio y también la televisión. En nuestro caso, los orígenes de *Canal 4* de televisión y de Radio *City* se remontan a los años 60 en la ciudad de Libertador General San Martín, donde Don Luis Jacquet y su señora esposa, Doña Evelia Elva Guelpa de Jacquet, adquirieron al señor Miguel Buendía, la propaladora *Publicidad City* que fue el primer medio de comunicación sonoro de esa ciudad. Con el correr de los años y muchísimo esfuerzo, la experiencia allí adquirida se transformó en la ciudad de San Salvador de Jujuy en lo que hoy es *Canal 4* de televisión por cable y Radio *City*, cuyo nombre sirve de homenaje a nuestros orígenes de la propaladora de Libertador General San Martín”. (*El Tribuno de Jujuy*, 12 de junio de 2001).

8 El documental no se refiere a las propaladoras, pero en varios de los testimonios utilizados emergen los relatos sobre el tema. “Gud mornin Colón” cuenta la historia de un grupo de realizadores audiovisuales que sufre un desperfecto en su automóvil en el kilómetro 277 de la ruta nacional 8, a la vera de Colón, una ciudad de la provincia de Bs.As. Mientras reparan su auto escuchan la diversidad de radios de baja potencia que invaden el dial. Sorprendidos por la gran cantidad de conductores radiales, sus modismos, su manera de apropiarse del código cultural y por el ritmo de la cumbia que puebla el éter, deciden cambiar sobre la marcha su destino final para contar otra historia, la de los personajes de la radio de ese lugar en medio de la Pampa húmeda (sinopsis tomada de www.cinevivo.com.ar).

9 Libertador General San Martín se encuentra en el departamento Ledesma, a 110 km. de la capital provincial.

10 San Pedro de Jujuy es una ciudad situada en la zona denominada Ramal jujeño, a 60 km. de la capital provincial.

Tanto esto último como el caso relatado en “Gud mornin Colón” llevan a pensar a las propaladoras, primero, como un eslabón importante en la “cadena evolutiva de la radio” en algunos puntos del país y, luego, como “germen” del sistema mediático multimedia en la provincia, tal como lo plantea el ejemplo jujeño de “City” y al que podemos agregar el de la propaladora “Organización Carf” (cuyo propietario, Fernando Pérez Paz, volcó luego sus energías y capital para fundar otras sociedades como Radio *Visión Jujuy* que instaló la televisión en la zona para luego transformarse en el mayor multimedia de la provincia). Dado que una afirmación de ese peso requiere de mayor profundidad, en el marco de mi tesis doctoral en comunicación abordo tres casos jujeños en ese sentido.

Cuando califico a las propaladoras en tanto “germen” del sistema mediático multimedia actual pienso en varios aspectos. Uno tiene que ver con la formación de recursos humanos que luego siguieron vinculados con otros medios: técnicos, locutores, periodistas, empresarios, etcétera. Sin ir más lejos, “al dejar de ser un niño, el joven Antonio Carrozi –luego conocido en todo el país como Antonio Carrizo– ingresó a leer avisos en la propaladora de su pueblo, General Villegas, y también en camioncitos con altoparlantes”. (Ulanovsky, 1995). En el documental citado anteriormente, Julio Luporini cuenta “en [la propaladora] Impacto aprendimos a hacer de todo... tirar líneas. Y te estoy hablando de épocas muy viejas. De muchos años atrás”. Otro aspecto es el de la construcción de públicos o radioescuchas, habida cuenta que en un primer momento en algunos lugares donde se desarrollaban propaladoras ni siquiera llegaban con claridad señales de radio por aire (téngase en cuenta la diversidad geográfica, las grandes distancias y los diferentes relieves y depresiones del territorio nacional). Un tercer aspecto, que tampoco debemos olvidar, es el de los recursos económicos o capitales que se generaron con este tipo de emprendimientos y que luego fue-

ron la base económica para la instalación de otros medios de carácter local. Tal vez un último aspecto a tener en cuenta es su inicial esencia comunitaria de raíces locales. “Tenían el encanto de multiplicar la última noticia de ese lugar tan pequeño que podía contarse por cuadras, metros o esperanzas” (Cimadevilla, 1997), porque “más que otro medio, la radio es local”. (Girard, 2004).

El mismo Girard sostiene que antes del *boom* de los nuevos medios y la convergencia tecnológica “las emisoras de radio (y podemos agregar las propaladoras) cumplían un papel como teléfono comunitario, con varias horas diarias reservadas para la difusión de mensajes personales, anuncios de nacimientos y defunciones, invitaciones a fiestas, ordenar comida y otros abastecimientos de la tienda del pueblo vecino, llamadas para solicitar asistencia médica de emergencia y recibir consejos médicos personales de parte de un médico local”.

¿Qué hace que a pesar de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación nos estemos planteando preguntas acerca de estas experiencias? ¿Será por la fuerza con que emerge todo el tiempo lo local? Y eso, ¿será por la necesidad de preservar la comunidad cercana, de reforzar las identidades locales? Mientras escribo estas preguntas recuerdo un paseo por Lomas del Mirador, cuando al llegar a la Avenida Crovara, la principal del lugar, vi las bocinas de una propaladora aún en funcionamiento en pleno siglo XXI y a minutos de la Capital Federal. Por ello, si bien he tratado de trabajar aspectos históricos vinculados con estos medios, aún hoy no debemos descartar su reutilización/apropiación en determinados contextos.

A manera de cierre

Una pregunta que debiera movilizarlos a investigar es aquella referida a las modalidades de consumo, recepción y uso de las propaladoras, y su vinculación, similitud y diferencia con las modalidades

generadas por la radio, para determinar si existe un continuum de prácticas de escucha y participación. La de la radio en sus primeros tiempos era intrahogar y "colectivo-familiar", mientras que la de propaladora fue en general de vía pública y "colectivo-vecinal", pues se reunían en la calle las personas que vivían en las proximidades de un altoparlante.

Tenemos, entonces, que las propaladoras trabajaron para un público constituido por sectores populares urbanos, que habían generado ciertas expectativas que se cruzaron con las ofertas y propuestas del medio en cuestión; que fue el medio el que dio participación a esos sectores sociales carentes de protagonismo por diversos factores; que la escucha era "colectivo-vecinal", que se concretaba en la vía pública y que movilizaba a los oyentes hasta los puntos de mejor recepción, que eran, a su vez, lugar de encuentro y de sociabilidad. Es decir, "de alguna manera la propaladora consiguió hacer portátil a la radio, antes que se masificaran las *Spica*".¹¹ (Brunet, 2001).

La radio y lo radiofónico están siempre cerca de los afectos. Ya mucho se ha hablado de su lenguaje sonoro tan expresivo y siempre emocional, pero la radio también exhibe unas raíces que se hunden en el suelo de cada lugar haciéndola jugar de local. En algunos puntos del país la radio que conocemos tuvo un predecesor miembro de la familia (la propaladora), en otros fue contemporánea de estos, pero en ningún caso supuso entre ellas una competencia. Al menos eso sostengo hoy.

Con la distancia que el tiempo nos permite observar la historia de los medios, el *travelling* hacia el presente nos da la posibilidad de encadenar muchos relatos y entender que a la radiodifusión no la trajo la cigüeña, sino que debe su presente a muchos padres y madres que se ocuparon y se ocupan de su crecimiento.

Bibliografía

- Bassets, L. (ed.). *De las ondas rojas a los radios libres, Textos para la historia de la radio*, Gustavo Gili, Barcelona, 1981.
- Balsebre, A. *El lenguaje radiofónico*, Cátedra, Buenos Aires, 1996.
- Brunet, M. "Propaladoras. Historia de una alternativa de comunicación local en San Pedro de Jujuy", Tesis de grado, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales-UNJu, Jujuy, 2001.
- Cimadevilla, G. *La bocina que habla. Antecedentes y perspectivas de los estudios de Comunicación rural*, Universidad Nacional de Río Cuarto, Córdoba, 1997.
- Claxton, R. *From Parsifal to Perón: Early Radio in Argentina 1920-1944*, University Press of Florida, 2007.
- Fernández, J. L. *Los lenguajes de la Radio*, Atuel, Buenos Aires, 2004.
- Gallo, R. *La Radio, ese mundo tan sonoro*, Tomo II, Corregidor, Buenos Aires, 1981.
- Girard, B. *Secreto a voces*, FAO, Roma, 2004.
- Krohling Peruzzo, C. "Participación en las Radios Comunitarias en Brasil", en: *Signo y Pensamiento* N° 33, Santa Fe de Bogotá, 1998.
- Lewis, P. y Booth, J. *El medio invisible. Radio pública, privada, comercial y comunitaria*, Paidós, Barcelona, 1992.
- Matallana, A. *Locos por la radio. Una historia social de la radiofonía en la Argentina 1923-1947*, Prometeo, Buenos Aires, 2006.
- Nogueira, J. *La radiodifusión en la Argentina*, Bien Común, Buenos Aires, 1985.
- Paredes Quintana, R. "Investigación multidisciplinaria. Voces en el Aire. Apuntes para conocer la Radio", en: *Cinta de Moebius* N° 22, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Chile, 2005.
- Sánchez, P. "El sistema ALER", en: *Chasqui*, Revista Latinoamericana de Comunicación N° 32, Quito, 1989.

11 Primera radio portátil.

- Ulanovsky, C. *Siempre los escucho. Retratos de la radio argentina en el siglo XXI*, Emecé, Buenos Aires, 2007.
- _____ y otros. *Días de Radio. Historia de la radio argentina*, Espasa Calpe, Buenos Aires, 1995.
- Williams, R. *Historia de la comunicación II*, Bosh, Barcelona, 1992, (traducción de Daniel Laks).