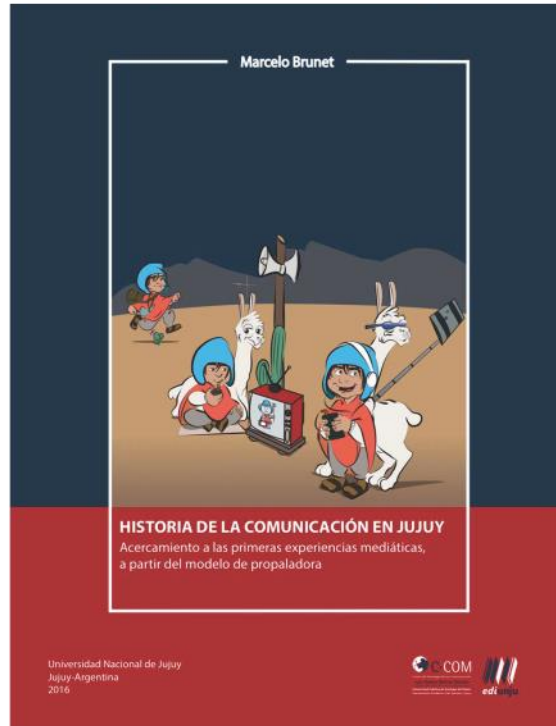


MARCELO BRUNET

**Historia de la comunicación en Jujuy.
Acercamiento de las primeras
experiencias mediáticas a partir del
modelo de propaladora.**

San Salvador de Jujuy, EdiUNJu, 2016,
372 p.

ISBN: 978-950-721-514-8



Fernando Ruiz

fjrui1963@gmail.com

Profesor de Historia y Cultura de la Comunicación de la Universidad Austral. Doctor en Comunicación por la Universidad de Navarra. Su último libro es Cazadores de noticias. Doscientos años en la vida cotidiana de los que cuentan las noticias, 1818-2018 (Ariel, 2018).

Una de las más notables deformaciones provocadas por el unitarismo argentino es la ausencia de una auténtica historia nacional, que en el campo mediático es especialmente visible, donde los medios llamados nacionales han estado sin excepción en la ciudad de Buenos Aires. La historia se ha confundido, entonces, con la historia de los medios porteños, que podían tener una presencia en todo el país, pero era y es sobre todo la nacionalización de la visión construida en su megalópolis principal.

Por eso, tenemos un rompecabezas para construir, y ahora tenemos las redes y los investigadores para poder afrontar ese trabajo. Eso nos podría dar por primera vez la trama de la configuración histórica y un mapa aproximado de nuestro ecosistema mediático, y de cómo fue transformándose en las sucesivas interrupciones que vivió el sistema, tanto desde la tecnología, la política, la economía o la movilidad de las audiencias. Ese retrato nos ayudará a entender los sucesivos momentos históricos en la vida cotidiana, la cultura y la convivencia pública.

Por ahora tenemos un mosaico de investigaciones demasiado incompleto. Por eso cada nuevo trazo de la historia que se escribe desde una provincia es una gran noticia.

La obra del profesor e investigador Marcelo Brunet sobre la historia de los medios jujeños permite empezar a trazar ese nuevo mapa. Brunet es el director del Departamento académico San Salvador de Jujuy de la Universidad Católica de Santiago del Estero (Ucse-Dass) y profesor de la Universidad Nacional de Jujuy.

En su trabajo enfatiza la importancia del concepto de ecosistema mediático, para historiar la compleja evolución en la provincia de Jujuy entre propaladoras, radios am y fm, televisión abierta y televisión por cable. En esas historias anudadas para darle una visión de conjunto, resalta su registro de las propaladoras que

Brunet acierta en considerar “parte de la cadena evolutiva del ecosistema mediático” (p. 93), las que habrían sido las que “introdujeron lógicas mediáticas en sus oyentes, construyendo públicos que luego pudo sostener la experiencia radiofónica posterior de esos pueblos (tanto en AM como en FM)” (p. 320). Ese análisis fino de un sistema mediático permite encontrar un sentido local a la evolución de la relación medios/audiencias y evita extrapolar experiencias ajenas para explicar lo propio.

Los historiadores de lo local tienen ese desafío de enlazar cómo se entremezcla la sociabilidad con lo mediático, que suele ser tan borroso en la descripción de nuestros escenarios históricos y sin embargo es tan importante para entenderlos. “Las plazas y el centro de los pueblos y ciudades eran espacios importantes de frucción, sociabilidad e intercambio de información local”, dice Brunet (p. 328).

El investigador hace una valiosa línea de tiempo de la comunicación en Jujuy, que si solo pudiéramos contar con la misma enumeración en cada provincia, ya podríamos tener un esquema interesante para la historia de la comunicación argentina.

Otro aporte de la investigación es su análisis de la publicidad comercial en la prensa escrita. A través de ella, Brunet explica el impacto que cada una de estas nuevas tecnologías se decía que iba a tener en la vida de los jujeños. Y realmente es notable como ese discurso publicitario describe la época y las expectativas que creaba el nuevo medio. En especial, Jujuy se conectaba al país y al mundo a través de esos medios. “Su casa en pleno centro porteño. Vivir en pleno centro, asistir a los teatros, oír a los grandes artistas, los conciertos, los estadistas, las grandes ceremonias. Todo esto que antes era un privilegio de los habitantes de la ciudad, está ahora al alcance de todos los habitantes del país. ...Su casa, como por arte de encantamiento, se habrá trasladado al pleno centro de la capital”. Para eso, había que comprar un receptor de radio Pilot. “Llene su

casa de alegría comprando un Pilot”, era otro de los argumentos. En otro aviso, se decía “su casa será el centro del mundo”, y remata afirmando que “no hay porque vivir aislado en 1937”.

Luego vino una nueva tremenda disrupción mediática, la televisión. Y en 1966 se produce la misma fiebre por la llegada de los receptores de televisión. Los vendedores de esos receptores de televisión fueron, como en otros lados, los principales emprendedores del nuevo medio. Los comercios pedían disculpas a los jujeños porque “nuestros técnicos no pueden colocar más de cinco televisores diarios”, y lo hacían con una promoción que incluía el televisor, la antena e, incluso, el sillón.

Pero la historia de los medios queda corta si se pretende solo trabajar sobre procesos culturales o tecnológicos. La configuración mediática de cada comunidad está repleta de huellas digitales de emprendedores bien definidos, que son los que contribuyen a que sea de un modo u otro ese escenario.

En este caso, el factor individual relevante en la historia de los medios es el de Fernando Pérez Paz, un emprendedor clave en el desarrollo del ecosistema jujeño. Empieza vendiendo publicidad, sigue con la producción de programas, se incorpora como locutor, crea una propaladora -una red de altavoces que pasaba publicidad y luego programas en San Salvador-, se presenta al concurso de licencias de televisión en 1961 y organiza Radio Visión Jujuy, la que comenzó a transmitir en 1966.

La investigación de Brunet nos permite seguir avanzando en este rompecabezas de nuestra historia mediática nacional, en la que podremos ir describiendo las sucesivas olas de disrupciones del ecosistema, tratando de reflejar cómo cada uno de esos sismos culturales pudo ir afectando las vidas locales y su diálogo con el resto del país.

Desde nuestra formación como comunidad y luego como nación, Argentina tiene en sus medios una institución esencial para entenderla. Otros campos historiográficos han sido más prolíficos hasta ahora para revelarse. Pero desde la comunicación, ya se está cubriendo de a poco esa brecha. La obra de Brunet es un paso clave en esa dirección.