



Cuadernos de la Red de Historia de los Medios

www.rehime.com.ar | rehime@rehime.com.ar



HISTORIA DE LOS MEDIOS EN AMÉRICA LATINA

prensa y radio







Cuadernos de la Red de Historia de los Medios

www.rehime.com.ar | rehime@rehime.com.ar

| prensa y radio |









Cuadernos de la Red de Historia de los Medios

COMITÉ ASESOR INTERNACIONAL

Marialva Barbosa, Universidade Federal de Rio de Janeiro, Brasil
Christian Delporte, Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines, Francia
Fabio López Larroche, Universidad Nacional de Colombia, Colombia
Mónica Maronna, Universidad de la República, Uruguay
José Manuel Palacio, Universidad Carlos III de Madrid, España
Eduardo Santa Cruz, Universidad de Chile, Chile
Lynn B. Spigel, Northwestern University, Estados Unidos
Antonio Traverso, Curtin University, Australia
Álvaro Vázquez Mantecón, Universidad Autónoma de México, México

DIRECTORA

Mirta Varela

COLABORAN EN ESTE NÚMERO

Marialva Barbosa, Eduardo Santa Cruz, Eduardo Romano, Ana Lía Rey, Eduardo Gutiérrez, Andrea Matallana, Sylvia Saítta, Mónica Maronna, Jacqueline Oyarce.

DISEÑO Jorge Pablo Cruz
CORRECCIÓN Mariana Rosales
FOTOS Aportadas por los autores de los artículos salvo indicación.

EDITOR RESPONSABLE: CÁTEDRA DE HISTORIA DE LOS MEDIOS

Facultad de Ciencias Sociales | UBA Marcelo T. de Alvear 2230 | CABA | Argentina | 2015-2016 http://historiadelosmedios.sociales.uba.ar | varelamirta@gmail.com Año 4 | N° 4 | Verano 2015-2016 ISSN 1853-8320

Se permite la reproducción total o parcial citando la fuente. Esta publicación cuenta con el apoyo de UBACYT.

LOS ARTÍCULOS DE ESTA PUBLICACIÓN PASARON POR UN PROCESO DE EVALUACIÓN POR PARES DE DOBLE REFERATO EXTERNO INTERNACIONAL.

- www.facebook.com/ReHiMeRed | www.facebook.com/ReHiMeCuadernos
- twitter.com/rehimeargentina
 - www.youtube.com/user/rehimeargentina

SEMINARIO INTERNACIONAL

HISTORIA DE LOS MEDIOS en américa Latina

BUENOS AIRES | 14 Y 15 DE SEPTIEMBRE DE 2011



ORGANIZADORES

Mariano Mestman - Mirta Varela | Grupo Medios, Historia y Sociedad | IIGG | Universidad de Buenos Aires ReHiMe | Red de Historia de los Medios | www.rehime.com.ar | rehime@rehime.com.ar Eduardo Gutiérrez | Departamento de Comunicación y Lenguaje | Pontificia Universidad Javeriana Cali

José Vicente Arizmendi (Colombia) | Marialva Carlos Barbosa (Brasil) | Eduardo de la Vega Alfaro (México) Ana Paula Goulart (Brasil) | Esther Hamburger (Brasil) | Mónica Maronna (Uruguay) | Andrea Matallana (Argentina) María Luisa Ortega (España) | Jacqueline Oyarce (Perú) | Paulo Antonio Paranaguá (Francia) | Ana Lía Rey (Argentina) Ricardo Rodríguez Quintero (Colombia) | Adriana Rodríguez Sánchez (Colombia) | Eduardo Romano (Argentina) Sylvia Saítta (Argentina) | Eduardo Santa Cruz (Chile) | Maryluz Vallejo (Colombia)













| auspicios |







Proyecto UBACyT *Historia de los medios en América Latina:* problemas de historiografía y archivo (2011-2014); Proyecto PIP-CONICET Inflexiones históricas de las imágenes de las masas: cuestiones de representación visual y archivo (2011-2013).

| indice |

editorial	09
prensa y cultura de masas	12
Marialva Barbosa (Universidad Federal de Río de Janeiro, Brasil) Para una historia cultural latinoamericana de los medios de comunicación. Una mirada sobre las prácticas, procesos y sistemas de comunicación en las últimas décadas del siglo XIX.	14
Eduardo Santa Cruz (Universidad de Chile, Chile) Prensa y cultura de masas en Chile a comienzos del siglo XX (1900 -1920).	34
Eduardo Romano (Universidad de Buenos Aires, Argentina) <i>Escritores, intelectuales e industria cultural en la Argentina (1898-1933).</i>	54
Ana Lía Rey (Universidad de Buenos Aires, Argentina) De héroes populares a asesinos. Una mirada sobre el militante anarquista a través de la prensa.	74

la radio y la puesta en escena de lo popular	104
Eduardo Gutiérrez (Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, Colombia) En busca del pueblo. Popular culto y masivo, luchas de sentido en la radio colombiana a finales de los años 40.	106
Andrea Matallana (Universidad Di Tella, Argentina) Entre fonógrafos y radios: difusión del tango en las primeras décadas del siglo XX.	126
Sylvia Saítta (Universidad de Buenos Aires, Argentina) Policías y ladrones en los comienzos del radioteatro argentino.	150
Mónica Maronna (Universidad de la República, Uruguay) El espectáculo radial montevideano en los años treinta a través de la trayectoria de Eduardo Depauli.	172
Jacqueline Oyarce (Universidad de San Marcos, Perú) La radiodifusión en la configuración y reconfiguración identitaria del altiplano peruano.	

198

El caso de los aymaras.

¿Existe una dimensión latinoamericana para la historia de los medios? Las historias de la prensa, el cine, la radio y la televisión adoptan, la mayor parte de las veces, la forma de historias nacionales que reproducen, aún sin desearlo, el nacionalismo de sus objetos de estudio. Esto resulta paradójico ya que los medios de comunicación han funcionado simultáneamente como agentes de mundialización. La tensión entre principios universales y nacionalismo es particularmente evidente en los nombres elegidos por los periódicos políticos: La Nación (1870) de Argentina o El Nacional (1943) de Venezuela se oponen en este punto a El Universal (1916) de México o El Mundo (1979) de Colombia. El nacionalismo impregna los relatos de técnicos y empresarios pioneros de radiodifusión pero la metáfora de la "ventana abierta al mundo" se impuso para referirse a la televisión. En cualquier caso, la dimensión latinoamericana sólo se percibe con claridad desde una mirada externa -aunque no necesariamente distanciada- como es evidente para la OCIAA (Office of the Coordinator of Inter-American Affairs) o para Walt Disney que no dejaron de identificar y estimular algunas diferencias nacionales. Los estudios comparatistas han buscado sortear esas tensiones, sin embargo, les resulta difícil evitar el riesgo de profundizar o minimizar las perspectivas nacionales.

editorial

América Latina, de la misma manera que África e infinidad de países europeos, no merece ninguna mención en las historias de los medios concebidas desde el punto de vista técnico. Esto es así porque se trata de relatos que focalizan en sociedades donde las técnicas se inventaron y tuvieron su primera aplicación política y social "por

primera vez". Desde esa perspectiva, apenas un puñado de países –Francia, Alemania, Inglaterra, Estados Unidos, Japón- merece un lugar relevante de hegemonía económica, política y cultural. Desde este punto de vista, la historia de los medios en América Latina se presenta como una sucesión de anécdotas que explican su rol periférico, de copia, retraso y precariedad.

Determinar los ejes a partir de los cuales plantear los problemas específicos de una historia de los medios en América Latina supone revisar el modo en que se ha contado la historia de la alfabetización, las ciudades, la técnica, el consumo, la modernización, el desarrollismo y los estados nacionales. Porque al introducir los medios de comunicación como un agente significativo de esos procesos –y negarlo se vuelve cada vez más injustificable- todos los demás elementos se reordenan, cobran nuevos sentidos y exigen una nueva interpretación. Esta historia –que no es el negativo o la copia de lo que tuvo lugar en otra parte- apenas comienza a esbozarse.

La publicación de este cuaderno cuenta con algunos antecedentes que permitieron reunir los autores y los trabajos incluidos. En primer lugar, la formación de la Red de Historia de los Medios - www.rehime.com.ar - en 2010 que tuvo entre sus iniciativas la organización de una encuesta sobre Historia de los medios en América Latina en la que participaron algunos autores de este cuaderno. La encuesta recogió un estado de la cuestión en nuestra región donde se destacó que se trata de un campo con grandes zonas inexploradas y con enormes dificultades para establecer consensos. Pero también que uno de esos consensos consiste en la necesidad de un mejor conocimiento mutuo de historias que se presentan entrelazadas de múltiples maneras. La encuesta fue editada en el primero de los Cuadernos de la Red de Historia de los Medios publicado en 2011. Entre los días 14 y 15 de septiembre de ese mismo año se realizó el Seminario Internacional de Historia de los Medios en América Latina en Buenos Aires cuya organización compartí con Gilberto Eduardo Gutiérrez por la Pontificia Universidad Javeriana de Cali y Mariano Mestman por la Universidad de Buenos Aires. Ese Seminario en el que participaron José Vicente Arismendi, Marialva Carlos Barbosa, Eduardo de la Vega Alfaro, Ana Paula Goulart, Esther Hamburger, Mónica Maronna, Andrea Matallana, Jacqueline Oyarce, Paulo Antonio Paranaguá, Ana Lía Rey, Eduardo Romano, Sylvia Saítta, Eduardo Santa Cruz y Maryluz Vallejo, permitió un primer encuentro presencial tan estimulante en lo intelectual como cálido en lo personal, al que sucedieron otros proyectos e intercambios. La publicación de esos trabajos sufrió distintos contratiempos y agradezco especialmente a los autores la paciencia demostrada que permite verlos editados ahora en los Cuadernos de la Red de Historia de los Medios.

Este Cuaderno 4 reúne los trabajos referidos a prensa y radio y el Cuaderno 5 reunirá los trabajos sobre cine y televisión. Si bien el conjunto de artículos forma una unidad, la extensión y variedad de los trabajos excede lo que parece pertinente para la edición de los cuadernos. De manera que se introdujo una división en el conjunto que obedece parcialmente a criterios cronológicos: los trabajos reunidos en el Cuaderno 4

abarcan desde fines del siglo XIX hasta los años cuarenta del siglo XX, mientras que aquellos que integrarán el Cuaderno 5 se extienden a lo largo de todo el siglo XX. La división por medios –prensa, radio, cine y televisión- que propone el índice resulta arbitraria y en algunos casos la radio se funde con el fonógrafo; el radioteatro con la prensa; el cine con el teatro; y la televisión es reconstruida a través de fuentes gráficas y fílmicas. Romper estas divisiones supone insubordinarse a las imposiciones técnicas pero también a las instituciones académicas. La puesta en común de trabajos sobre prensa, radio, cine y televisión fue un paso en ese camino que sería deseable profundizar en el futuro, a partir de la definición de nuevos ejes para la historia de los medios en América Latina.

Quiero agradecer especialmente a quienes aceptaron integrar el Comité Asesor Internacional que incluimos por primera vez en los cuadernos, destacados investigadores de variados y plurales intereses. También quiero agradecer a las instituciones que confiaron en este proyecto y sin las cuales no hubiera sido posible concretar la realización de aquel encuentro y la publicación de este cuaderno. El CONICET (Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas) de Argentina nos otorgó un Subsidio para la Organización de reuniones científicas para la realización del Seminario que también contó con aportes de un Subsidio de Investigación PIP-CONICET, el apoyo de la Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Universidad Javeriana de Bogotá y la Universidad de Buenos Aires, a través de un subsidio UBACYT que también ha servido para el sostenimiento de ReHiMe.

La tensión entre el apoyo institucional y la libertad para criticar las instituciones de las que formamos parte atravesó el período que media entre la realización de aquel seminario y la publicación de este cuaderno. Lejos de tratarse únicamente de una inquietud intelectual, ejercer la crítica en instituciones que carecen de autonomía dejó huellas en el grupo editor de ReHiMe. Pensar y publicar de manera autónoma nunca es sencillo pero lo que podría parecer una enunciación vaga o imprecisa, se volvió tangible al reflexionar sobre el presente y la historia de los medios –y de las instituciones- en América Latina. Pero es un riesgo inevitable: en eso consiste el proyecto de ReHiMe.



Mirta Varela Buenos Aires, marzo de 2016.

HISTORIA DE LOS MEDIOS EN AMÉRICA LATINA





MARIALVA BARBOSA
(UNIVERSIDAD FEDERAL DE RÍO DE JANEIRO, BRASIL)

Para una historia cultural latinoamericana de los medios de
comunicación. Una mirada sobre las prácticas, procesos y sistemas de
comunicación en las últimas décadas del siglo XIX.

EDUARDO **SANTA CRUZ** (UNIVERSIDAD DE CHILE, CHILE) Prensa y cultura de masas en Chile a comienzos del siglo XX (1900 -1920).

EDUARDO ROMANO
(UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES, ARGENTINA)
Escritores, intelectuales e industria cultural en la Argentina
(1898-1933).

ANA LÍA REY (UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES, ARGENTINA) De héroes populares a asesinos. Una mirada sobre el militante anarquista a través de la prensa.



Para una historia cultural latinoamericana de los medios de comunicación.

Una mirada sobre las prácticas, procesos y sistemas de comunicación en las últimas décadas del siglo XIX.

MARIALVA BARBOSA
UNIVERSIDAD FEDERAL DE RÍO DE JANEIRO, BRASIL

INTRODUCCIÓN

Antes de hablar específicamente sobre las transformaciones de la prensa en las últimas décadas del siglo XIX, en la perspectiva metodológica que propongo para pensar en el análisis histórico de los medios de comunicación, a partir de las prácticas comunicacionales, me gustaría hacer algunas consideraciones sobre la forma teórica y metodológica como vengo desarrollando las investigaciones acerca de la cuestión histórica de los medios de comunicación, destacándose en ese conjunto los procesos periodísticos.

Aunque exista una nítida predominancia en los estudios históricos de los medios de comunicación de trabajos que privilegian los canales (y sus discursos) o personajes singulares que pasaron a la historia como una especie de basamento de ese pasado, en la historia que proponemos interesan los procesos y las prácticas de comunicación que se desarrollan invariablemente en un circuito también de comunicación. Desvelar este circuito significa particularizar los canales, pero también incluir los sujetos que en ellos actuaban como periodistas u otros profesionales, los discursos que produjeron y con qué sentidos. Significa percibir también quiénes eran los sujetos a quienes se destinaba aquella experiencia y cómo esos que, a posteriori, denominamos público extendieron las señales emitidas por los medios de comunicación. O sea, proponemos que la historia de la comunicación sea siempre historia de los procesos y de las prácticas comunicacionales cuyo procedimiento metodológico devele el circuito de la comunicación (en el caso de los periódicos, qué eran y cómo eran los periódicos, quiénes eran los periodistas, qué

discursos produjeron, qué relaciones establecían con otros grupos en la sociedad, para quiénes escribían y qué tipo de apropiación hacía el público de aquellos mensajes).

Claro que desarrollar una investigación que busca develar el circuito de comunicación existente en el pasado presenta enormes dificultades. Normalmente, privilegiamos un aspecto y dejamos de lado otros, haciendo elecciones que, de hecho, son una práctica común cuando emprendemos cualquier investigación, así sea de naturaleza histórica.

Siguiendo la tendencia histórica de los estudios de humanidades desde el último decenio del siglo XX, buscamos interpretar actos de los sujetos históricos involucrados en procesos comunicacionales. Por lo tanto, la historia que proponemos se relaciona con la acción humana, mucho más que con las tentativas de reconstruir la forma o el contenido de los medios de comunicación.

Partimos de la idea de que es posible acceder al pasado a partir de rastros comunicacionales producidos, rastros que perduraron en el tiempo porque fueron prácticas de comunicación que se inscribieron en múltiples soportes memorables. En última instancia, para intentar adentrar el pasado siempre tenemos acceso a actos de comunicación: rasgos de una cultura material, vestigios de discursos impresos, audibles, manuscritos, imágenes que insisten en perdurar en variados soportes.

Entendemos que una historia de los medios debe colocar la cuestión de la comunicación como centro de la reflexión y no solo intentar describir el contenido de los mensajes o remontarse a cómo se caracterizaban los medios del pasado. La historia de la comunicación destaca procesos comunicacionales, visualizados a partir de las prácticas comunicativas de los actores del pasado, de sus apropiaciones y de las interpretaciones que produjeron de sus modos de comunicación (incluyendo ahí su contacto con los medios de comunicación).

Cuando el foco es desplazado hacia las prácticas interesa interpretar las acciones de esos actores, en un juego de cambios con el mundo social. La historia de la comunicación se transmuta en la historia de las prácticas comunicativas de los actores y, más aún, de sus apropiaciones e interpretaciones.

PREMISAS PARA UNA HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN

Hay que remarcar también algunas especificidades en relación a los estudios que tienen por objetivo recuperar procesos comunicacionales localizados en el pasado. La primera, a la que ya nos referimos puntualmente al inicio de este texto, se relaciona con el hecho de ser ésa una historia de los sistemas de comunicación, en la cual es preciso dar voz y rostro a los múltiples actores involucrados: productores de texto, productores

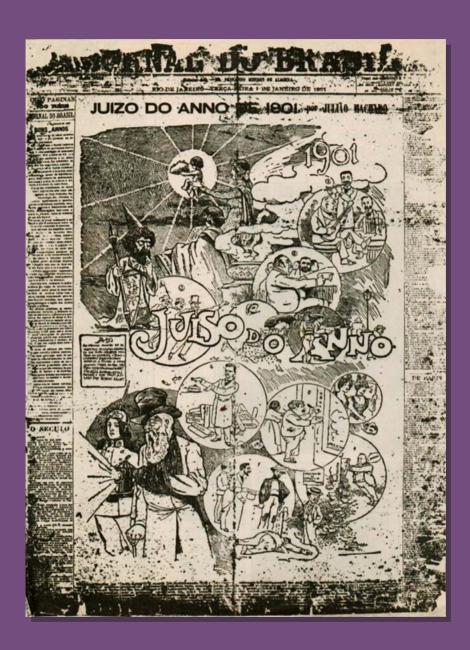
de gráficos, distribuidores, editores, lectores, etc. Además, es necesario que sean consideradas las materialidades producidas, o sea, los soportes que dieron vida a los procesos de comunicación y que colocaron en circulación formas impresas, visuales y sonoras en el espacio social considerado.

No se trata de recuperar los contenidos de los impresos o de las emisiones, visualizando en los múltiples discursos la esencia de una historia que, de esa manera, apenas aborda la obra en su dimensión textual. No se trata de producir historia a partir del énfasis en las acciones de actores privilegiados, los fundadores o dirigentes de periódicos, revistas, emisoras de radio y de televisión, etc. Recuperar la trayectoria de periodistas singulares, de los propietarios de los canales, o sea, de los grandes personajes no construye la historia que proponemos: por mucho ofrece la sensación de deuda con aquellos que, por múltiples trabajos memorables localizados en el futuro, son elevados a la condición de figuras emblemáticas, transformándose en verdaderos íconos de una tajada del pasado que se quiere preservar por razones de naturaleza política.

La segunda especificidad se relaciona con el objeto de análisis: yendo más allá de los canales y de sus productores, esa historia debe revelar el proceso comunicacional involucrado en múltiples relaciones narrativas. Procesos que ponen en escena complejos circuitos de comunicación y que pueden, a partir de los rastros que llegan al presente, ser mapeados. Teórica y metodológicamente es necesario descubrir lo que esas prácticas sociales involucraban: productores de textos, soportes, estrategias y el público que escribe, con su lectura, parte fundamental de esas narrativas. Tiene importancia el contenido, el productor del mensaje, la forma cómo el lector / espectador entendió en los límites de su cultura las señales emitidas o impresas, o sea, la apropiación diferenciada hecha por el público, sujeto social e histórico.

Por lo tanto, en vez de intentar analizar los medios es preciso, tal como ya enfatizaba Martín-Barbero (1987) en el penúltimo decenio del siglo XX, ir en dirección a las mediaciones localizadas en el pasado. Son los actores sociales que construyen la historia de la comunicación y no los canales considerados en su singularidad. En la dirección del remolino de las prácticas (Revel, 2009, p. 210) adoptado por innúmeras disciplinas, la historia de la comunicación debe privilegiar la acción humana. En vez de buscar instituciones, funciones, dispositivos, máquinas y gramáticas, hay que pensar en la forma como los actores sociales construyen prácticas comunicacionales en una larga historia de creación de prótesis para hacer más eficiente el acto comunicacional.

Hay que percibir, en fin, que la historia comunicacional del hombre fue construida por la adopción de diversas prótesis comunicacionales que hicieron y ampliaron la posibilidad del acto comunicativo. A la prótesis *habla* le siguió otra tecnología, la escritura, y, así, sucesivamente, en una extensa historia de la construcción de mediaciones posibles para hacer más eficiente el acto de comunicar. Por lo tanto, la historia de la comunicación es la reconstrucción, por el acto interpretativo, de esas múltiples mediaciones y de sus materializaciones en procesos complejos.



año 5 | n°4 | 2015/16

La tercera especificidad se relaciona con el producto que es puesto en circulación por los medios de comunicación. Considerando que las textualidades (ampliando, por lo tanto, la noción de texto más allá de la escritura y percibiendo las visualidades y las sonoridades también como textualidades) son productos históricos, aquello que los medios de comunicación anuncian como discurso está siempre entrañado de historia. Es preciso, así, excavar los meandros de los textos, yendo más allá de las intenciones de quien los produjo, atrás de las voces incontroladas de las que habla Ginzburg (2007, p. 11). Todo documento (inclusive aquellos que consideramos y clasificamos como ficcionales) produce un testimonio involuntario que se encuentra en sus profundidades narrativas o en sus bordes textuales.

Pero aquí tenemos un problema epistemológico. Al producir textualidades en el presente para el futuro, los medios de comunicación, poseyendo una dimensión documental, se transforman en una especie de fiadores de las épocas, retirando del mundo aspectos que deben ser guardados para la historia. La narrativa de lo cotidiano se transmuta en documentos que serán, en el futuro, nuevamente recuperados para caracterizar aquel momento y lugar. Por lo tanto, en la historia de los medios de comunicación está inscrita también la documentación que producen para caracterizar momentos calificados como históricos y acontecimientos dignos de ser considerados como tales.

Los medios de comunicación, en el presente, como la historia en relación al pasado tiene como objetivo la fiabilidad, o sea, ambos quieren representar la realidad, lo que de hecho existe o existió. Ambos son modos narrativos que buscan la representancia en el sentido que Paul Ricoeur atribuyó a la palabra (2007). Por representancia se entiende la cristalización de expectativas de la historia y su intencionalidad. Lo que es objetivo de conocimiento histórico presupone un pacto que permite al historiador describir situaciones que existieron antes de su propia existencia. La representancia implica siempre una relación del texto con su referente y en el caso del texto histórico ese referente es el rastro.

Estamos enteramente de acuerdo con la proposición de que la historia es fiadora de un pasado que es revelado (y explicado) por la acción de re narrar. Así, aunque afirmamos la característica ficcional de la historia no estábamos retirando de la disciplina su característica de *representancia*, apenas reafirmando que, buscando lo verdadero, la historia introduce lo verosímil, ya que permite que cada uno siga una historia que posee comienzo, medio y fin y que, por eso, se hace inteligible. Historia es reconstrucción, interpretación donde están incluidas necesariamente visiones de mundo del presente. Visiones de mundo como forma de imaginación, texto como artefacto literario, donde se reconoce el papel activo del lenguaje en la creación y en la descripción de la realidad histórica. Al final el pasado nos llega bajo la forma de mensajes, textualidades que son transformadas en contexto por la acción del investigador. Para eso hay que reconstruir la diversidad a partir de vestigios múltiples y dispersos e identificar las estrategias utilizadas por los productores de texto.

Al afirmar el carácter ficcional de la narrativa histórica estamos, por lo tanto, enfatizando la dimensión interpretativa del relato histórico. Los hechos no son datos objetivos o descubrimientos sino elaborados, siempre, a partir del tipo de pregunta que el investigador – que también está inmerso en luchas por representaciones – hace acerca de los fenómenos que se colocan delante de él. Por último, y lo más importante, con esa perspectiva estamos remarcando su dimensión narrativa.

Como última reflexión, resta referirnos a la cuestión del valor del conocimiento pasado. No es todo el pasado que valorizamos: de ese pasado convertido en presente, elegimos un aspecto, demarcamos como fundamentales momentos axiales que instauran rupturas en el tercer tiempo, el tiempo de la historia, el tiempo calendario (Ricoeur, 2007). Pero esa selección memorable depende, también, del valor atribuido a cada época histórica (Heller, 1993). En diferentes momentos de nuestra historia, en edades anteriores, siempre hubo alguna cosa que un mortal no debería saber. Ese conocimiento podía ser considerado, por ejemplo, demoníaco o una forma de transgresión moral. Por lo tanto, el conocimiento es un valor que posee las posibilidades de las épocas históricas en que se vive. La historia, como afirma Dilthey, es la autobiografía de personas y de la humanidad. De la misma forma que cotidianamente reescribimos la historia de nuestras vidas, la humanidad reescribe nuevamente su biografía (Heller, 1993: 107).

Considerando también que la historia hace referencia siempre al fracaso o al éxito de hombres que viven y trabajan juntos en sociedades o naciones, con pretensión o a lo verdadero o a lo verosímil, ella es fragmento o segmento del mundo de la comunicación. Son los actos comunicacionales de los hombres del pasado lo que se pretende recuperar como verdad absoluta o como algo capaz de ser acreditado como verídico. Es, en ese sentido, que la historia puede ser considerada un acto comunicacional. Es a partir de restos o vestigios que llegan del pasado al presente que podemos recontar las historias que involucran prioritariamente las acciones comunicacionales del pasado. Muchas veces en esas acciones, el objetivo último es prefigurar los sistemas de comunicación existentes en un momento y lugar dados.

¿Pero cómo interpretar el pasado a la luz de las visiones de mundo de los hombres del pasado? ¿Cómo adentrar en el espíritu de una época percibiendo valores que ya no son los nuestros? Nos encontramos una vez más delante del problema de la cientificidad: es la adopción de normas, preceptos, teorías, metodologías que, en esencia, indican la posibilidad de visualizar el pasado de forma verdadera. Así, valores de otrora, interpretados a la luz de la comprensión presente del investigador, se convierten, por la cuestión de la fiabilidad de la historia en el verdadero pasado. Se busca encontrar en los rastros dejados marcas que revelan, por la interpretación producida y permitida, un mundo que, hasta entonces, fuera desconocido. Son los principios normativos producidos en el presente que permiten el acceso a un pasado considerado como si fuera real, ya que lo que es formulado por la historiografía debe ser la verdad (o el conocimiento verdadero).

año 5 | n° 4 | 2015/16

De la misma forma, es una cuestión de valor percibir en los vestigios mensajes de ese pasado. Si hubiera, en una determinada época, la consciencia histórica disponible para verlos y, posteriormente, interpretarlos, se tendrá una historia a ser contada dentro de las normas de la cientificidad de la disciplina.

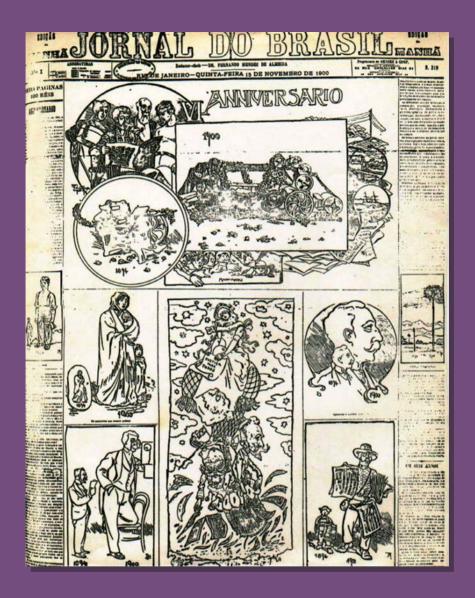
Pensar históricamente es poner como prioridad la visión procesal del mundo y pensar las prácticas y procesos comunicacionales como propios de un momento y lugar. La historia, por lo tanto, es la forma como nos sentimos en la duración, como nos visualizamos a lo largo de una trayectoria, que clasificamos como existencia en un espacio (que, por momentos, denominamos mundo). La historia es nuestra relación silenciosa o ruidosa con los estados del tiempo: el presente, el pasado y el futuro. La historia es el hecho de estar en el mundo. Del presente, de nuestro ahora siempre transitorio, miramos el pasado y proyectamos el futuro. Pero el pasado solo existe como representación mental a partir de la mirada individual de aquel que lo descubre en los tiempos idos. Por lo tanto, el pasado no es fijo: es materializado por los recuerdos y siempre transformado por la interpretación que hacemos. Así, como el pasado no es fijo, también el presente no es apenas un instante puntual. El presente indica lo que vivimos, pero también las memorias que el pasado proporciona. Esas memorias existen siempre en el presente, construyéndolo por el enlace del mismo (las acciones vividas en el presente) y del otro (las memorias que hacen el pasado presente).

Propongo, por lo tanto, pensar la historia de la comunicación latinoamericana desde esta perspectiva, esto es, considerando la comunicación como un proceso y recuperando los sistemas de comunicación existentes como modos de comunicación realizados por múltiples actores involucrados. Tal vez debiéramos pensar en territorios mediáticos en los cuales, con diferentes modelos y especificidades, se desarrollaron transformaciones en los modos de comunicación.

UN TERRITORIO MEDIÁTICO COMÚN

¿Cuál es el territorio mediático común existente en América Latina que puede agrupar las amplias transformaciones por las que pasaron los medios de comunicación en las últimas décadas del siglo XIX? En diversos países vemos surgir lo que podemos denominar "fábricas de noticias", esto es, periódicos de gran tirada destinados a un vasto público.

Mirando detalladamente esos periódicos que en el caso brasilero llegaron a editar 150 mil ejemplares por día, al inicio de los años 1900, parecen emerger de sus páginas procesos de comunicación que indican una territorialidad dominante: la explosión de lo visual como representación y la indicación de que el mundo oral ganaba fuerza por las mediaciones propuestas por los nuevos aparatos de oír.



Portada del *Jornal do Brasil* del 15 de noviembre de 1900. Río de Janeiro. Material exhibido por la autora en el Seminario Internacional Historia de los medios en América Latina Se observa, por lo tanto, al inicio del siglo XX como territorio mediático común en diversas ciudades latinoamericanas (Buenos Aires, Rio de Janeiro, Bogotá, entre otras) un mundo sonoro ampliado por las posibilidades tecnológicas y un mundo visual denso por las prácticas cotidianas de comunicación alrededor de las grandes salas de cine y de las revistas que presentan cada vez más ese mundo bajo la forma de reproducciones fotográficas.

Desde mediados del siglo XIX y con más intensidad en las dos décadas que separaron los años 1800 de la llegada de los 1900, diversos aparatos técnicos cambiaron la percepción de los habitantes de las mayores ciudades y pasaron a mediar acciones comunicacionales envueltas por una atmósfera en que la tecnología no solo fascinaba sino que también creaba nuevas formas de ver el mundo y experimentar la vida.

Si inicialmente el sentido que fue capturado para ser empleado en modos de comunicación cada vez más complejos fue la vista, en las dos primeras décadas del siglo XX las sonoridades anunciaban mediaciones posibles por otros aparatos tecnológicos. La oralidad migraría, por la fuerza de la tecnología, para soportes que permitirían, a partir de allí, la expansión exponencial del sonido como posibilidad de decir y fijar algo.

Daguerrotipo, litografías, panoramas, cosmoramas, vistas, cartas de visitas, y, finalmente, cinematógrafos, multiplicaron los modos visuales del siglo XIX, en ciudades como Rio de Janeiro, São Paulo, Belém, Recife y Salvador, en el caso brasilero, construyendo un observador atento a las posibilidades que las tecnologías de la vista ofrecían para la representación de aquel mundo que rápidamente se transformaba.

La fotografía pasa a ser definitivamente capacidad de representar y construir como alguien salido del tiempo para la memoria dentro de determinados parámetros narrativos. Por la imagen, se producía en los talleres de los artistas, fotografías, que inmortalizaban personas. ¿Cómo explicar determinados escenarios que se repiten? ¿Poses que indican la posición social del sujeto que aparece en la foto? Personajes salidos del mundo del trabajo y fijándose como cocineros, marineros, soldados, etc.¹

La visualidad se alteraba delante de máquinas que fijaban modos de ver, imprimiendo en soportes duraderos paisajes, personajes, figuras de todo tipo, razas y grupos sociales. Había una mirada abundante que veía por ver lo que estaba alrededor, pero, sobre todo, porque veía también a partir de lo que era producido y fijado en diferentes soportes tecnológicos. Esas imágenes ocupaban por momentos la escena pública, siendo multiplicadas en los periódicos inicialmente bajo la forma de litografías y en carteles que se esparcían por los muros de las ciudades, y por momentos la escena privada. Podían permanecer guardadas, por ejemplo, en los álbumes de familia, teniendo claro propósito de circulación en el ambiente privado. También con este propósito era un

¹ Ese análisis de la construcción de personas a través de la pose fotográfica es realizado por Koutsoukos (2010).

modo de comunicación. Migraban también para producir imágenes en movimiento que llenaban de sueños y fantasía las mentes de los espectadores modernos.

En poco más de cincuenta años surge el espectador moderno que también es aquel que oye el sonido saliendo de nuevos aparatos tecnológicos y expandiéndose por la inmaterialidad del aire. Y las primeras décadas del siglo XX dejan ver, en función de tecnologías puestas a disposición, un público que es, además de lector, observador y oyente. En un segundo momento, pero ya a mediados del siglo pasado, ese observador se reunirá con el escuchador de tercera naturaleza (creando el espectador) y un nuevo medio de comunicación entrará en la escena pública: la televisión.

Es, por lo tanto, como punto axial en este largo camino en dirección a las visualidades y escuchas particulares, mediadas por medios de comunicación cada vez más complejos, que debemos pensar en los formatos, en los procesos y en las prácticas de comunicación cuando los medios, alrededor de la imagen fotográfica en un primer momento y del cinematógrafo, en el segundo, hacen surgir el observador moderno. Y en un segundo momento cuando el sonido gana la intermediación de aparatos tecnológicos cada vez más complejos, haciendo que sea mediación perfecta por las posibilidades de lo que vendría a ser denominado como radio.

La posibilidad de construir imágenes en forma técnica -como la litografía-permitiendo su fijación en soportes impresos, al lado de otros aparatos tecnológicos como el telégrafo, amplió el espacio y comprimió el tiempo. En los periódicos diarios, las miserias de un mundo en crisis podían ser descritas dos o tres días después de su desarrollo y en las revistas, ya al inicio del siglo XX, con profusión de fotografías, la imagen ampliaba el conocimiento del mundo y la noción de espacio. Las ciudades, que se transformaban para modernizarse, traían argumentos fundamentales para congelar aquello que rápidamente pasaba por la vista. El mundo que se transformaba dejando pocos vestigios de lo que fuera antes, necesitaba también de anclas memorables y en este papel la imagen asumió importancia fundamental.

Si este momento presenta rupturas en relación al anterior, muestra también continuidades. Aunque la imagen técnica se antepuso a la mirada humana creando una especie de segunda realidad a partir de lo visual, hubo gradualmente una educación de la vista para ver imágenes como contrapunto de las ideas que representaban. La difusión maciza de las imágenes litografiadas, de la palabra como cosa visual y de las imágenes construidas por la división de las lecturas son momentos anteriores que van construyendo el esbozo de sentido fundamental para el desarrollo del mundo como imagen-mundo y de la imagen como mundo.

El mundo de la comunicación es siempre un lugar de mezclas, donde modos anteriores permanecen repercutiendo en los modos más recientes y donde una nueva media siempre viene a complementar las que existieron antes. Así, ninguna de esas invenciones (fotografía, cinematógrafos, radios a galena, televisión, etc.) fue sin precedente, ni apareció en una fracción de tiempo, desarrollándose sin correlación con

lo que existía antes. De la misma forma, si nuevos regímenes sensoriales y simbólicos fueron construidos, también lo fueron de manera gradual a partir del contacto con una multiplicidad de medios que fueron paulatinamente construyéndose, acoplándose a los anteriores y volviéndolos complejos.

Pero no podemos afirmar que no hubo cambios. Había, de hecho, nuevos regímenes de visualidad, o sea, imágenes producidas por alguien en un mundo sometido a otros patrones cognitivos y para otro que reconocía y las consumía de múltiples formas. Cada época histórica está llena de modos propios de ver, de la misma forma que a lo largo de la historia la imagen fue percibida de diferentes maneras y son esos modos de percepción y de visión que constituyen regímenes de visualidad.

La imagen como fragmento se convertía en memoria capaz de fijar aquello que rápidamente no estaría más en la escena urbana. Memoria fragmento intentando estancar el tiempo acelerado, que destruía el pasado y anticipaba el futuro. Aceleración, velocidad y cambio son palabras claves del siglo XX desde su amanecer.

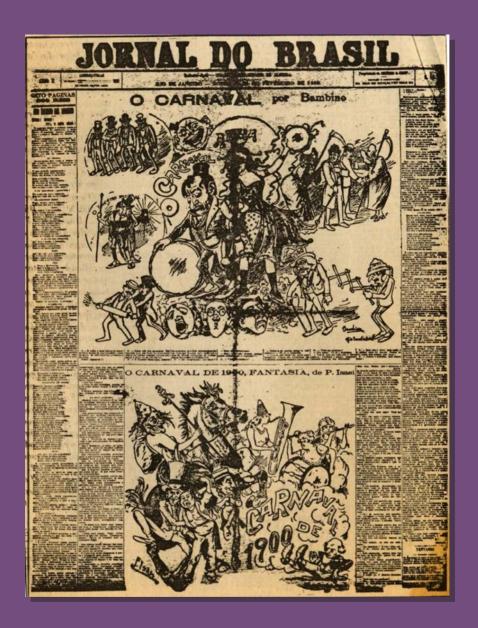
LOS GRANDES PERIÓDICOS: LA PRENSA CONQUISTA AL GRAN PÚBLICO

Y el amanecer del siglo XX vio surgir una de las más importantes transformaciones en las prácticas y procesos comunicacionales con el desarrollo de lo que podríamos llamar de prensa de gran tirada.

La modernización era palabra de orden en diversas capitales de América Latina, que se construían como capitales-mundo (Buenos Aires, Rio de Janeiro, entre otras). En ese escenario los periódicos diarios se popularizaron bajo el ritmo de las transformaciones en los modos de comunicación. Periódicos baratos, repletos de ilustraciones, alternando la información y la diversión, publicando canciones de carnaval, previsiones para la lotería (en el caso brasilero), entre otras estrategias para aproximarse a un público que gradualmente se hacía lector.

En la ciudad de Rio de Janeiro, los cinco más importantes periódicos en circulación, en 1900, alcanzaban la increíble cifra de 150 mil ejemplares publicados. En una ciudad de un poco más de 500 mil habitantes de los cuales más del 80% eran analfabetos había que introducir modos de comunicación letrados para la vista y para los oídos que todavía escuchaban decir las palabras leídas que repetían por los gestos de la oralidad (Barbosa, 2007).

La drástica transformación por la que pasó el periodismo incluyó desde el punto de vista de la impresión innovaciones técnicas que permitieron la reproducción de ilustraciones y fotos y mayor rapidez en el proceso de producción. Desde el punto de vista editorial, cambiaron el contenido de las noticias publicadas y la forma como eran



año 5 | n°4 | 2015/16

distribuidas en las páginas. La valorización del carácter imparcial del periódico llevó a la creación de columnas fijas para la información y para la opinión, al mismo tiempo que se privilegiaba la edición de noticias informativas, en detrimento de la opinión. El artículo de fondo pasó a tener un lugar determinado, sin confundirse con las columnas informativas.

Para conquistar mayor número de lectores, los periódicos dedicaban más espacio a las noticias policiales y el folletín, editado en la primera y muchas veces también en la tercera página, ganaba destaque. Los periódicos publicaban también caricaturas diarias, los escándalos sensacionalistas, las previsiones para la lotería, las noticias de las comparsas y asociaciones de carnaval, entre una gama variable de asuntos, con la preocupación mayor de alcanzar un universo significativo, vasto y heterogéneo de lectores.

La creación de las "fábricas de noticias", esto es, periódicos diarios que conquistan público, publicidad y poder se introduce en un proceso cuya clave es dada por la modernización de diversas ciudades, que, en consonancia con la adopción de prácticas tecnológicas, se construían como íconos del progreso.

En los grandes centros había un territorio mediático caracterizado por la creación de nuevos modos de comunicación, a partir también de la proliferación de periódicos cuya principal estrategia fue la conquista de público, en un largo proceso, que desembocará en la formación de una sociedad de masas. Las tecnologías comunicacionales – telégrafos, teléfonos, máquinas de linotipo, máquinas impresoras, máquinas fotográficas y, posteriormente, máquinas de escribir – permitieron transformaciones en la forma como se hacían los periódicos.

De modo general, la escena urbana en esas ciudades capitales fue invadida por tecnologías que transformaron lo imaginario y la manera como se veía el mundo. Cinematógrafo, fonógrafo, gramófono, linotipos, impresoras Marinoni, máquinas de un mundo que cambiaba las percepciones visuales, auditivas y táctiles. La entrada en escena de esos aparatos tecnológicos alteró la percepción del público.

En ese mundo que se maravillaba con inventos que invadían las grandes metrópolis, también los periódicos y las revistas, ricamente ilustrados, incluían en sus modos de producción apéndices tecnológicos que permitieron que la palabra de orden del momento – rapidez – fuera desplazada por la forma como los medios de comunicación deberían ser concebidos. Con esto, podían ser producidos por máquinas linotipo capaces de sustituir el trabajo de hasta 12 compositores manuales; máquinas que podían imprimir hasta 20 mil ejemplares por hora; máquinas de fotografía que reproducían en imágenes lo que antes apenas podía ser descrito. Los periódicos transformaban gradualmente sus modos de producción y el discurso con que se auto referenciaban. Pasan a íconos de modernidad, en ciudades símbolos de ese nuevo tiempo.

Esas tecnologías fueron decisivas en la formación del mundo simbólico que emerge en esas últimas décadas del siglo XIX y primeros años del siglo XX en territorios gobernados por otra lógica mediática. El mundo se volvía próximo y visible. Las descripciones y la posibilidad de ver, en imágenes, lugares distantes y figuras exóticas cambiaban la percepción del otro, ahora visible, y antes apenas imaginado. La posibilidad de saber lo que pasaba en el mundo en pocas horas construía gradualmente otro concepto espacial. El mundo se volvía más compacto. La temporalidad ganaba nueva dimensión.

Los periódicos, sobre todo aquellos que querían consolidar su fuerza junto al público y, consecuentemente, su intervención política, debían implementar nuevos artefactos tecnológicos, permitiendo mayor tirada, mayor calidad y mayor rapidez en la impresión. Era necesario también disminuir las distancias entre el acontecimiento y el público.

Claro que esas transformaciones no fueron unívocas. En muchos lugares, se continuó ejerciendo un periodismo que tenía que ver con las prácticas del inicio del siglo XIX: periódico de un solo hombre, que surge al calor de intereses momentáneos, de pocas páginas, repleto de opiniones particulares y particularistas.

En la historia que estamos proponiendo resta aún una última referencia para completar el circuito de la comunicación: el público. Podemos develarlo por los indicios que dejaron impresos en los periódicos, por la literatura de época que fija la forma como esos lectores retiraban sentidos de las páginas que leían u hojeaban, por los propios textos publicados, ya que el público, deja su marca en la lectura posible que realizó.

Partimos del supuesto de que es posible recuperar el lector del pasado y, sobre todo, las interpretaciones que produjo con sus lecturas múltiples y plurales a partir de las marcas que dejó insertas en la trama narrativa.²

El análisis aún parcial del universo del público es el ejercicio que hacemos para finalizar este texto. La historia que proponemos incluye siempre las aprehensiones de sentido plural que los lectores realizaban, completando así el circuito de la comunicación. Como escena imaginaria para cerrar este trabajo, la imagen de un trabajador que, sosteniendo un periódico, baja la hoja para ser captado por la cámara del fotógrafo Augusto Malta funciona como síntesis de una época en que las notas sensacionalistas ampliaron el público y, definitivamente, popularizaron los periódicos.

² Para la historia de la aprehensión de sentidos del público en relación a los modos impresos de inicios del siglo XX, cf. Barbosa, 2007 y Barbosa, 2010. Para la descripción pormenorizada de esos procesos en los modos periodísticos de finales del siglo XIX e inicios del siglo XX, cf. Barbosa, 2007.

PÚBLICO: UNA IMAGEN REVELADA

La imagen del trabajador, público real de los periódicos al inicio del siglo XX, al lado del pequeño vendedor ambulante de la prensa diaria, fotografiado por Augusto Malta, es marca definitiva de un tiempo en que los modos de hacer el periódico y relacionarse con los impresos fueron completamente modificados, abriendo camino para las transformaciones que ocurrirían en la historia de la comunicación en el transcurso del siglo XX. Pero ¿quién era ese público? ¿Qué marcas dejó impresas en las páginas de las publicaciones? Muchos de ellos dejaron huellas, rastros duraderos, en los propios impresos. Y a partir de esos restos podemos recuperar el rostro del público lector.

Soy un condenado quien le escribe, y para esto me llené de coraje. Me encuentro condenado a veinte y pocos meses de prisión ya habiendo cumplido la mitad de la pena (...). Los domingos compro con enorme dificultad el *Jornal do Brasil* y siento gran resignación con el sufrimiento cuando leo vuestros artículos dominicales. Sin tener dinero para comprar una obra de su autoría oh! Sabio, me humillo en pedirle que por gracia me conceda la suprema ventura de poseer un libro de su autoría (Hidebrando Melo Pedra. Correspondencia pasiva de Coelho Neto. En: Archivo de la Biblioteca Nacional, n° 78, 1958, p. 346-347).

La carta firmada por el preso Hildebrando Mello Pedra y dirigida a uno de los más populares escritores brasileros de inicio del siglo XX, Coelho Neto, nos permite reflexionar sobre esos múltiples lectores que realizaban interpretaciones plurales de esos periódicos que se popularizaban alcanzando una gama antes no imaginada de público. No por casualidad, el prisionero cita la lectura del *Jornal do Brasil*, entonces el más popular periódico de Brasil. Hildebrando no leía solo para entrar en contacto con las informaciones del mundo, sino para, a partir de la lectura, producir significaciones que le permitían, por ejemplo, tener "gran resignación" con el sufrimiento. Así, Hildebrando creía que teniendo una obra de la autoría del sabio escritor tal vez su sufrimiento pudiera ser amenizado.

Usando una lógica simbólica que asocia el texto a otras ideas, otras imágenes y otras significaciones, el lector produce un suplemento de sentidos que sobrepasa los límites de las significaciones que pueden ser encontradas en los textos. Reconstruir la lectura es comprender la narrativa, como acto de producción de sentido, que el lector realiza en el espacio cultural donde se mueve. Remontando a las formas de aprehensión del texto y de apropiación estaremos reconstruyendo la lectura. Como enfatiza Robert Darnton (1992, 218), la lectura no es mera habilidad sino una manera de establecer significados que varía de cultura a cultura. Al leer, se crea una relación directa del cuerpo con los signos del texto, más allá de la memoria y de la consciencia y con todos los lenguajes que atraviesan el texto y que forman las frases en su profundidad.



Los lectores eran múltiples y plurales. El mismo Coelho Neto recibía cartas y más cartas afirmando su popularidad y las sensaciones que su texto causaba cuando llegaba a los sentidos del lector transportado por las letras impresas de los periódicos diarios.

Excmo. Sr. Coelho Neto, me tomé el atrevimiento de escribirle. Estoy en tránsito por Rio Preto de Minas, donde leí con interés el vibrante artículo lanzado por la mano del Maestro, en el *Jornal do Brasil* con el sugestivo título de *Brecha*. Carta de Elpídio Cutia. Correspondencia pasiva de Coelho Neto. En: Archivo de la Biblioteca Nacional, n° 78, 1958, p. 351).

El fragmento de la carta del Padre Elpídio Cutia que, desde Rio Preto en Minas Gerais, manda sus impresiones por escrito acerca del texto que Coelho Neto publicara en el *Jornal do Brasil* muestra, en primer lugar, la circulación de los periódicos más importantes de Rio de Janeiro en otras ciudades, inclusive aquellas del interior. En segundo lugar, el lector al expresar que leía "con vivo interés el vibrante artículo" deja escapar las sensaciones que causara aquella lectura: absorbido por ella, esperando las opiniones y las conclusiones del escritor a cada fragmento, llegó tan impactado al final de la lectura que no le bastó concluir que se trataba de un vibrante artículo, ni tal vez comentarlo con los que estaban próximos. Tomó la pluma y directamente escribió al productor del texto. La lectura fue en ese, como en muchos otros casos, inductora de la producción escrita.

Era costumbre del cargador Domingos Paranhos Lorenzo, español de 28 años, soltero (...), leer el periódico, montado en el tablado, mientras los operarios trabajaban arriba. Alrededor de las 11 de la mañana, armado de su periódico fue a su sitio preferido a saborear las sensaciones del noticiario. El hombre mal sabía que estaba haciendo su última lectura. De hecho, cuando más concentrado estaba en la lectura, se desprendió del andamio una gruesa y pesadísima tabla que vino de revés a golpearlo violentamente en la nuca, derrumbándolo al piso, de frente, con el cráneo agrietado, muerto instantáneamente. (*Gazeta de Notícias*, 5 enero 1907, p. 3)

El lector también podía estar contenido en las noticias. Una nota publicada en un periódico de gran circulación de Rio de Janeiro da informaciones preciosas no sólo sobre el lector, el español Domingos, sino sobre su lectura. El lugar donde la realizaba: en el trabajo, en la hora del almuerzo, usando la pausa preciosa del día. Domingos leía, sentado en un tablado, pero la lectura lo llevaba a dar alas a la imaginación, dejándolo absorbido, envuelto con las "sensaciones del noticiario". Recreando el texto, se distanciaba de la realidad. ¿Cómo estaría Domingos entendiendo las señales de aquellas páginas?

Y el periódico también tenía lectoras. Muchas lectoras.

Comenzaba ella a leer el popular órgano carioca por las notas sociales. La sección social, en aquel tiempo, abarcaba desde el cumpleaños al obituario, informando todo sobre nacimientos, matrimonios, fiestas, bailes, recepciones, fallecimientos y misas. Mi mamá explicaba su interés por la vida social como uno de los medios por los cuales de vez en cuando tenía noticias de amigas de su generación que se dispersaban después que contrajeron matrimonio. (Rubem Braga: En *Jornal do Commercio*, 1977, p. 8).

Por los periódicos ellas podían insertarse en un mundo distante, recuperando un tiempo pasado que se volvía presente por la identificación de personajes conocidos en las indicaciones dispersas proporcionadas por los periódicos. Una que otra vez aparece la indicación de las emociones que la lectura traía.

Recuerdo que mamá se quejaba de que la heroína del folletín no tenía suerte. Cuando las cosas de su vida se iban arreglando y la felicidad comenzaba a sonreír, llegaba otra desgracia (...) y era una desesperación, todo se derrumbaba. Pobre – decía mamá –, y yo intentaba consolarla diciéndole que si Ana María permaneciera feliz, el folletín se acababa (*Ibidem*).

Recreando la emoción, apropiándose del texto a partir de su individualidad, viviendo como si fuera el personaje, sufriendo por él y animando para la solución de sus problemas, la lectora se identificaba con la historia, transportándose e intentando recrearla. Su vida común se convertía, a partir de su inclusión en aquel ambiente de sueños, en un romance. Viendo la heroína del romance imaginado sentía lástima de sus sufrimientos, se alegraba con sus éxitos, se emocionaba con sus amores.

Ese pequeño análisis del universo del público a partir de las marcas que dejó impresas en los periódicos es apenas un ejercicio interpretativo de una historia que, proponiéndose remontar el circuito de la comunicación y reconstruir los sistemas culturales del pasado, no podría dejar de incluir el público no solo como una presunción, sino como los actos interpretativos que realizaban en tanto lectores. La historia que proponemos incluye siempre lo que denominamos territorios mediáticos, las aprehensiones de sentido plural que los lectores realizaban.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Barbosa, Marialva (2007).

História cultural da imprensa. Brasil. 1900-2000. Rio de Janeiro: MauadX.

_____(2010).

História cultural da imprensa. Brasil. 1800-1900. Rio de Janeiro: MauadX.

Darnton, Robert (1992).

História da leitura. In: Burke, Peter (org.). A escrita da história.

Novas perspectivas. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista.

Ginzburg, Carlo (2007).

O fio e os rastros. São Paulo: Companhia das Letras.

Heller, Agnes (1993).

Uma teoria da história. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

Koutsoukos, Sandra Sofia Machado (2010).

Negros no estúdio do fotógrafo: Brasil, segunda metade do século XIX. Campinas: Editora da UNICAMP

Martín-Barbero, Jesús (1998 [1987]).

Dos meios às mediações. Rio de Janeiro: UFRJ.

Revel, Jacques (2009).

Proposições. Ensaios de história e historiografia. Rio de Janeiro: EDUERJ.

Ricoeur, Paul (2007).

A memória, a história e o esquecimento. Campinas: UNICAMP.

BATAL

Dienen Engineerin

talle or its braza y service; names pees in pittess y of source

- Bellion & RECTANGE OLDS T GREEN STR.

till till- denien men a treet, å ppere bleben men bl produs,

do Mayo

Egys, becks que resonada executar en la fracionisticacione presicionisticaciones presita des energiones con a los energiones con a los energiones con contra de presidente de estamo de las comcesas de con positivo y del que en los especiales para que en presidente para que en presidente para que en presidente para que en presidente del que en presidente del que en presidente de casana los policientes las customs de libertal la custom de li

emplotore police equite to relea y es apolicale, long us de de base y de

no congress et despois Auffact com mantante, manha commensation accession in se unites especiales author estates especiales author mantantes especiales author to des par se dismontre to de par se dismontre to de par se dismontre de par se discorrer de seu se se discorrer de se se se distrare de ses se se discorrer de se se se disporte estate, les haycorrer de la compresso se la disenças de la contrare de se se se discorrer commensa estates esta la relación.

A subaltit control of an interest on the later of agents on the later of the control of the party of the later of the control of the later of the later of the fact of the fact of the later of the later of the fact of the later of the fact of the later of the later of the fact of the later of the later of the fact of the later of the later of the later of the fact of the later of the later of the later of the fact of the later of the later of the later of the fact of the later of the later of the later of the later of the fact of the later of the fact of the later of the



shorts y digrestal, make he speaked of present according to the present according to the second seco

Charges solve transitively paid inglesses y good to consider a factor y faith in the control of action of a faith of the control of the contr

Fechas solem

Hal some he pijves the de le secretario his estado le secretario his estado de la secretario del la

Tal or is reconsecutively like a serious of the converged by the convergence of the convergence by the convergence of the convergence by the convergence of the convergence

Florecer de Mayo

Portada del **periódico anarquista** *La Batalla* (1914). Crédito de la imagen: Memoria Chilena. Norma do

Prensa y cultura de masas en Chile a comienzos del siglo XX (1900-1920)

EDUARDO **SANTA CRUZ A.**UNIVERSIDAD DE CHILE

Durante las décadas finales del siglo XIX se plasmó en Chile una estructura política, económica, social y cultural que expresaba la plena instauración del capitalismo, como signo de la inclusión del país en la modernidad. Este proceso asumió particulares perfiles en cuanto a su patrón de acumulación, con un papel predominante del capital comercial-financiero, concentrado en un conjunto de compañías extranjeras, y particularmente inglesas, lo cual tendría un efecto decisivo en el carácter que asumiría el conjunto de la estructura social (Salazar, 2003). Ello implicaba, entre otras cosas, que los fines de la organización social no estaban en discusión: eran la modernización y el progreso, sobre la base de la plena inclusión de la sociedad chilena en la economía y la cultura universales.

Se trataba de ciertos consensos básicos dentro de la elite; especialmente, en el terreno económico y con resistencias tradicionalistas progresivamente derrotadas en lo ideológico-cultural. La hegemonía del pensamiento liberal, marcada por un fuerte carácter universalista y cosmopolita, generó en la cultura cotidiana de la elite nuevas costumbres y formas de vida, al apropiarse dicha cultura de los cánones de la cultura europea (sobre todo, la inglesa y la francesa) y al cerrarse sobre sí misma, con pautas de comportamiento, normas y costumbres que tendían, más bien, a apartarla del resto de la sociedad (Barros & Vergara, 1978; Vicuña, 1996; Romero, 1997).

Todos estos complejos procesos se desarrollaron en una sociedad donde ni el tipo de economía y de crecimiento económico ni el tipo de Estado y régimen político le reconocían a la gran mayoría otro papel que no fuera el de clases subalternas; "brazos"

desde el punto de vista económico, y masas sin participación activa desde el punto de vista político. La profunda rearticulación producida en los sectores populares y la aparición de un moderno proletariado, junto con la permanencia de una creciente masa de peones, la cual se aglomeró cada vez más en las ciudades, expresaron la alteración de la relación campociudad y el acelerado crecimiento inorgánico de estas últimas; también, la rápida extensión del influjo de una educación *ilustradora*, entre otros procesos. Todo ello determinaría que se fueran constituyendo espacios públicos y formas de sociabilidad que conformaron progresivamente nuevos circuitos comunicacionales y culturales, como, por ejemplo, ocurre en torno al desarrollo de organizaciones reivindicativas y sociales (Arias, 1970; Bravo, 1986), con importantes rasgos de autonomía e identidad clasista en formación. Junto a estos, y dentro de un marco de relaciones y mediaciones complejas, empieza a configurarse, en sus características básicas, un público moderno de masas:

La acelerada modernización que se da en el país en las primeras décadas del siglo veinte se manifiesta en el plano económico, político y social, pero también –sobre todo en las ciudades- en la vida cotidiana, en el uso del tiempo libre y en las costumbres [...] los tranvías eléctricos, las obras de alcantarillado, los teléfonos, el cine, el alumbrado público, la masificación de la zarzuela y del folletín, el primer vuelo en aeroplano, los automóviles y los primeros vehículos de transporte con motor a gasolina, son algunas de las novedades del período (Subercaseaux, s. f.: 93).

Dentro de ese marco empieza a configurarse en Chile el periodismo liberal moderno, el cual tiene como expresión orgánica la empresa periodística. Este tipo de periodismo se define a sí mismo por su pretensión informativa y por la generación de un mercado noticioso y de empresas suficientemente capaces para competir en él y desarrollarlo. La innovación tecnológica será causa y efecto de lo anterior. De igual forma, se produjo la diversificación de los medios de comunicación, primero en el ámbito de la prensa escrita, con las revistas especializadas, y luego, también en el ámbito de códigos y lenguajes, con el cine y la radio.

Dicho proceso se desarrolla durante el cambio de siglo, y se expresó, al menos, en los planos siguientes:

- La progresiva aparición de los géneros periodísticos, como forma de producción textual específica que requería a un profesional ad hoc: el reportero o periodista.
- 2. La diversificación del carácter y el tipo de los periódicos y los diarios: primero, de toda la prensa escrita y de los medios de comunicación en general, después.
- 3. La configuración de públicos diversos y especializados, vinculados a espacios urbanos y a circuitos culturales ampliados y nuevos.

año 5 | n° 4 | 2015/16

Se habían creado las condiciones políticas, económicas, sociales y culturales para la aparición de una auténtica prensa de empresa, que es la consumación de la libertad de prensa, dentro del marco del pensamiento liberal que hegemonizaba ideológica y culturalmente a la sociedad chilena. Entre esas condiciones citadas, similares a las que emergían en otros países de la región (Romero, 2001), se incluían el crecimiento de las ciudades y de la proporción de la población urbana, el desarrollo y el crecimiento del aparato educacional y la reducción del analfabetismo, así como el desarrollo y la expansión del campo cultural, los avances tecnológicos en la imprenta y un marco legal lo bastante permisivo como para hacer atrayente la inversión de capitales en el negocio informativo, cuestión asegurada por la Ley de Imprenta Liberal de 1872.

Así, se articularon tendencias más bien universales del desarrollo moderno, con las características y las formas específicas de la modernización capitalista chilena, y emergió en sus características básicas un mercado informativo y cultural de tipo moderno, incluyendo un plano diferenciado de desarrollo de una esfera pública plebeya y popular, desde donde se articuló, a su vez, la lucha por la emergencia de una cultura popular masiva que reivindicaba la plena visibilidad y la legitimidad de su carta de ciudadanía, lo que se expresó en el ámbito periodístico en la llamada prensa obrera, como veremos más adelante.

Con esa perspectiva, hacia los años veinte del siglo XX el teatro, el cine, el circo, los espectáculos de variedades, el deporte en tanto espectáculo (especialmente, el box y el fútbol), una gran variedad de publicaciones escritas (diarios y revistas de diverso cariz) y la aparición de las primeras formas de publicidad de masas nos hablan de un entorno cultural y comunicacional, y no sólo en Santiago, donde y desde el cual circula un conjunto de estrategias discursivas que apuntan a la construcción de un sentido común y un imaginario de país y sociedad (Ossandón & Santa Cruz, 2001; 2005). Dichos medios tendían a cumplir, en una u otra medida, ciertas funciones generales de la industria cultural moderna, tales como: la vulgarización del conocimiento científico y la difusión de las novedades tecnológicas; la ampliación de los horizontes del sentido común por la vía de la *cotidianización* de lo moderno; la incorporación de la iconicidad usando, básicamente, la fotografía, en tanto lenguaje, y la diversificación y la equivalencia en el plano de los contenidos, lo cual conllevaba una nueva noción de actualidad que se incorporaba a la vida cotidiana masiva.







Portadas de los diarios *El Mercurio* (1908). *El Diario Ilustrado* (1905) y *La Nación* (1918). Crédito de las imágenes: Memoria Chilena.

DIARIOS Y PERIÓDICOS

EL PERIODISMO INFORMATIVO MODERNO

El hito fundacional de la entrada del periodismo nacional en la sociedad moderna ha sido estimado, de forma relativamente consensual, en la fundación de *El Mercurio*, de Santiago, el 1 de junio de 1900 (Bernedo & Arriagada, 2002). Dicho proceso discurre articulado con la diversificación del campo periodístico y con la aparición de nuevos formatos y géneros, así como con la irrupción de nuevos medios, como el cine y, en general, con una nueva percepción del tiempo y el espacio, de la ciudad, de la presencia cada vez más importante de nuevos actores sociales y de la *cuestión social*. Por ello, podemos afirmar que para la prensa chilena la primera década del siglo XX muestra, más bien, un perfil claramente de transición entre un periodismo todavía tributario de los cánones decimonónicos en retirada y un tipo de prensa que caracterizó a buena parte del desarrollo del campo en el siglo XX.

El otro diario que aparece a comienzos de ese siglo, y que también ocupa un lugar importante en dicha transformación, es *El Diario Ilustrado*. En lo propiamente periodístico, introdujo el sistema de fotograbado, lo cual le permitió ofrecer la novedad de una amplia cobertura fotográfica. La consolidación del modelo empresarial que le servía de soporte se produjo en 1920, cuando fue adquirido por la Sociedad Periodística de Chile.

Al comenzar la década de 1910, la situación de privilegio de *El Mercurio* y de *El Diario llustrado* estaba suficientemente asentada. Sin embargo, ello no implicó que a lo largo de la década que se iniciaba desapareciera la iniciativa de grupos ligados a partidos políticos con miras a fundar nuevos diarios con una visión más bien instrumental de difusión doctrinaria o de herramienta para la lucha política contingente. Lo distinto respecto al siglo anterior es que dichos medios van a asumir de manera significativa elementos estructurales, en lo periodístico, del modelo informativo¹.

Hacia el final de la década de 1910 aparece un nuevo proyecto que va a expresar, de una manera comercial y periodísticamente exitosa, la ductilidaddel modelo informativo. Nos referimos a la fundación de *La Nación*, en 1917. Fue el único de los medios de prensa surgidos durante el período que pudo competir con cierto éxito con *El Mercurio* y *El Diario Ilustrado* y lograr una consolidación tal que le permitiera trascender las condiciones coyunturales en las que surgió. *La Nación* salió a la luz pública el 14

¹ En ese sentido, es posible mencionar al menos cuatro experiencias significativas, ya que se trata de diarios con una clara y definida posición política. En primer término, está el caso de *La Unión*. Pertenecía al Arzobispado de Santiago y apareció por primera vez el 9 de octubre de 1906. Un segundo caso digno de ser destacado en la misma dirección proviene del campo del pensamiento liberal. Se trata de *La Mañana*, aparecido el 17 de octubre de 1909, y de propiedad de una sociedad comercial. Otro caso es el de *La Opinión*. Este diario aparece el 18 de abril de 1915 y es considerado un vocero de la Unión Nacionalista. Constaba de ocho páginas a seis columnas y era de carácter vespertino. Por último, es necesario destacar el hecho de que, poco después de desaparecido *La Ley*, se hace un nuevo intento importante por publicar un diario que fuera órgano del Radicalismo. Es el caso de *La Razón*, que aparece el 16 de junio de 1912.

de enero de 1917, y fue fundado por una sociedad compuesta inicialmente por cuatro senadores liberales, aunque uno de ellos, Eliodoro Yáñez, a poco andar, fue logrando el control absoluto de la sociedad, a base de comprar las partes de sus socios iniciales.

La Nación mostró en estos primeros años de existencia, al menos, tres características que le permitían ciertos elementos diferenciadores de su perfil y que, a la vez, se constituían en factores de competitividad en el mercado. En su primer número ya se anuncia que el diario ofrecía un servicio noticioso exclusivo a sus lectores. Se trataba de un convenio establecido con La Nación, de Buenos Aires, y con la Agencia United Press, de Nueva York, con el fin de entregar la más amplia cobertura noticiosa del ámbito internacional. En segundo término, el diario logra reunir a un grupo de periodistas y de colaboradores de alta calificación y con probada experiencia. Por último, junto con el espacio dedicado a las noticias de carácter internacional, La Nación le va a dedicar también una atención creciente a los deportes y la hípica no sólo creando secciones específicas y claramente destacadas, sino, además, concediéndoles cada vez más espacio en sus páginas.

El caso de *La Nación* nos habla también de la consolidación de un mercado informativo y de un modelo periodístico hegemónico hacia la segunda década del siglo XX en nuestro país. En un proceso complejo, se fue imponiendo, al menos, por dos vías: por una parte, desplazando a la prensa concebida como instrumento relativamente coyuntural, de grupos políticos o ideológicos, y a veces, coincidente con ello, a diarios que no tuvieran un fuerte capital o una organización empresarial como base. Por otra parte, y, tal vez, de manera mucho más trascendente en el tiempo, su hegemonía se instaló, justamente, en la medida en que pudo convertirse en un modelo; es decir, en una cierta matriz acerca de *cómo se hacen los diarios* naturalizándose y generando un sentido común profesional, que estaba en armonía y en relación con un sentido común masivo, que también se fue sedimentando en términos de la función de la prensa en la sociedad.

LA PRENSA CATÓLICO-POPULISTA EN CHILE

Una experiencia periodística importante la constituyó a lo largo de esos años el desarrollo de diarios de impronta católica-conservadora dirigidos hacia el mundo popular y masivo. En tal sentido, dichos medios venían a engrosar la lista de medios de prensa de los que dispuso la Iglesia Católica para su lucha doctrinaria contra la laicización de las leyes y las costumbres; entre esos medios destacaron *La Revista Católica*, *El Estandarte Católico* y *El Independiente*, durante las últimas décadas del siglo XIX.

Lo distinto o lo novedoso es el propósito explícito de dirigirse a un público popular, con lo cual ambas cosas se incorporaron a los esfuerzos que desde la elite conservadora católica se orientaban a los artesanos, los obreros y las masas urbanas, dentro del marco de la controversia ya desatada sobre la *cuestión social*:

[...] basándose en los sentimientos religiosos del mundo popular, en el apoyo de la jerarquía eclesiástica y de la elite católica, y combinando las acciones de mejoramiento material de los pobres con la evangelización y las prédicas de la moral cristiana, el societarismo católico echó raíces en sectores significativos del pueblo trabajador. A las distintas doctrinas de redención social opuso la de redención divina, y al igualitarismo y democratismo las ideas de conformismo, subordinación y respeto a las jerarquías sociales. Y en el combate cotidiano en la base social, disputó palmo a palmo el terreno al liberalismo, primero, y más tarde al socialismo y al anarquismo (Grez, 1997: 654).

En el mismo sentido, durante la última década del siglo XIX se desarrolla una experiencia periodística de nuevo tipo. Se trata de la difusión que adquiere el diario *El Chileno*, el cual, según Silva Castro, llegaría a tener "[...] una circulación de 70.000 ejemplares los festivos y no bajaba de 40.000" (Silva Castro,1958: 304). Apareció el 16 de diciembre de 1883 como propiedad del Arzobispado de Santiago. Hasta comienzos de los años noventa, *El Chileno* era un diario de tamaño pequeño, de repercusión relativa. En 1892 la autoridad eclesiástica lo vendió a un grupo de jóvenes aristócratas católicos y allí comenzó su mejor época:

[...] lo llamaban "el diario de las cocineras" y era cierto que al volver del mercado cada una de ellas llevaba en la canasta sobre las cebollas y lechugas un número de "El Chileno". Y a poco andar, nadie podía obtener un empleo en el servicio doméstico o conseguir una buena cocinera, niña de la mano, niñera o cochero si no avisaba en nuestro diario. Pero como el diario tenía las mejores informaciones y los artículos más libres de presión política partidista y la más honrada inspiración, comenzaron muy pronto a tomarlo en cuenta y a leerlo y a considerarlo todos como una de las fuerzas de opinión que había en el país. Los grandes diarios no nos nombraban jamás. Nos miraban como el enemigo (Silva Vildósola, s. f.: 178).

Es posible sostener que en el éxito del diario confluyeron al menos dos factores centrales: por un lado, el paulatino predominio de una concepción menos propagandista y divulgadora de ideas y más centrada en fines más empresariales; por otra, la constitución de un equipo de trabajo con perfiles netamente *profesionales*. Con lo anterior estamos haciendo referencia a la conformación de un dispositivo de producción periodística, en el sentido de estar orientado hacia un mercado, de asumir un carácter de masas, de privilegiar los contenidos informativos, de separar estos de los editoriales y de las crónicas opinantes. Todo ello, sin abandonar una lectura y una interpretación determinadas de la realidad social de tipo católico, pero crecientemente autonomizada de cualquier dependencia orgánica del Estado, del sistema de partidos o de la propia Iglesia Católica.

En tal sentido, es ilustrativa en *El Chileno* la ausencia de literatos, abogados o políticos que usaran el diario como tribuna. Por el contrario, lo que va conformándose desde 1892 en adelante es un grupo de profesionales del periodismo, cuyas habilidades

my of some - - - Delicate of situations from 1. Onch sita - - Academ some a trees, it paper technic some in proper



Florecer de Mayo

año 5 | n°4 | 2015/16

técnicas, en gran parte, se van asentando en la medida en que se practican, y que, al decir de Silva Vildósola, *escribían para ganarse la vida*.

El empeño de la Iglesia por contar con un medio destinado a un público popular no disminuyó, y patrocinó la aparición de un nuevo diario de características muy similares. Este fue El Diario Popular, que apareció el 1° de septiembre de 1902. Cabe, además, señalar que, si bien el diario no era vocero oficial de la Iglesia Católica, la presencia de esta era muy concreta, a través de ciertos prelados que se destacaban por su labor periodística en la época. Entre ellos se encontraba el presbítero, y luego obispo, Rafael Edwards. Junto a él se desempeñaba como director del diario en sus primeros años Carlos Casanueva Opazo, más tarde rector de la Universidad Católica de Chile y arzobispo de Santiago. Los dos diarios mencionados, obviamente, no constituyen las únicas muestras del empeño de la Iglesia o de personas y grupos cercanos por participar activamente en la prensa nacional; sin embargo, tanto El Chileno como El Diario Popular tienen un matiz de particularidad que los distingue y dice mucho sobre su preferencia por llegar a un público de carácter popular.

LAS VOCES DESDE ABAJO: LA PRENSA OBRERA

No quedaría completa una mirada al cuadro que presentan los diarios durante las primeras dos décadas del siglo XX sin dedicar un espacio a la llamada prensa obrera. Ella forma parte de un *espacio público plebeyo y popular* que se va constituyendo desde finales del siglo XIX y en el cual convergen, además, diversas formas comunicacionales y culturales, tales como el teatro, la poesía y el deporte.

La prensa obrera surge como herramienta vital para la difusión de proyectos ideológicos que se van configurando desde la práctica de constitución del movimiento sindical y popular. Surge en el seno mismo y al calor de la lucha del movimiento obrero y popular, por su propia existencia y su crecimiento. Dicha prensa vive las vicisitudes de un sujeto social que se está constituyendo, en buena medida, al margen y, por lo general, en contra de lo establecido, al cual este último no le confiere legitimidad como actor social, y cuyos discursos y acciones van a ser normalmente vistos como un peligro y una amenaza.

A pesar de las dificultades provenientes de los escasos recursos económicos o de la represión gubernamental, el número de periódicos no será menor, e irá creciendo de forma sostenida hacia 1920. Se puede señalar que entre 1900 y 1910 se fundaron anualmente, en promedio, 2 publicaciones; entre 1911 y 1915 se fundaron 24 en total, y entre 1916 y 1926 la cifra llega a 139, con un promedio de casi 14 al año (Arias, 1970).

En general, los periódicos obreros pueden clasificarse de acuerdo con los proyectos ideológicos que estaban articulando la emergencia política o sindical de las organizaciones populares. De esta forma, Arias señala la existencia de diarios de orientación socialista, entre los cuales se destaca especialmente *El Despertar de los Trabajadores*, editado en Iquique entre 1912 y 1927. Esa publicación fue mucho más que

un diario; de hecho, se constituyó en un foco de actividad sindical, política y cultural de las organizaciones proletarias de la zona. En su local se llevaban a cabo charlas, conferencias, funciones de teatro, veladas culturales y concursos literarios y de poesía. Allí también funcionaron el Partido Obrero Socialista, fundado en 1912 y antecesor del Partido Comunista de Chile, y la sección iquiqueña de la Federación Obrera de Chile - FOCH (Bravo Elizondo, 1984).

Por otra parte, existieron los diarios de orientación anarquista. Se pueden mencionar, por su importancia, *El Surco*, de Iquique, y que circuló entre 1917 y 1921, y *La Batalla*, de Santiago, publicado entre 1912 y 1916. También hubo publicaciones ligadas al Partido Demócrata, como *El Proletario*, de Tocopilla (1904-1935), y *La Voz del Obrero*, de Taltal (1902-1917). Menos conocidos son los casos que Arias califica como prensa sindical de carácter social-cristiano: por ejemplo, *El Sindicalista*, de Santiago (1918-1925), y un tipo de periódicos que califica de sindicales independientes, por cuanto no se identificaban con ninguna corriente ideológica en particular.

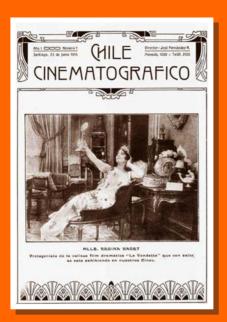
Respecto al financiamiento de esta prensa, este era muy precario, pues los fondos necesarios provenían de la venta, de erogaciones voluntarias de los lectores y de aportes de las organizaciones de los trabajadores, ya que, prácticamente, no tenían avisos publicitarios. El sostenimiento de los órganos de prensa se constituyó para los trabajadores en una demostración del grado de conciencia alcanzado y de la decisión y la voluntad de organización y acción por sus intereses. Dicho de otra forma, la pura capacidad de existir y sobrevivir era ya una forma de enfrentarse al sistema de prensa oficial. La prensa obrera no funcionaba en un compartimiento estanco, autárquico y aislado respecto a la prensa nacional en su conjunto. Lo que ocurría era que no competía con la prensa oficial en términos de mercado, sino que la enfrentaba doctrinaria e ideológicamente intentando disputarle los lectores en la masa popular.

REVISTAS

LAS REVISTAS DE CINE

Existe una clara correspondencia entre la masificación que va logrando determinado fenómeno social y cultural y su repercusión en el interés de una prensa que también se está diversificando en sus formatos y sus géneros, así como, también, con la configuración de públicos especializados, vinculados a espacios urbanos y a circuitos culturales más amplios y nuevos. Dentro de dicho marco, se desarrolla a lo largo de esas primeras décadas del siglo XX la aparición de las *revistas especializadas*; es decir, de medios escritos que se hacen cargo de un ámbito temático específico, y los cuales se ofrecen a un público cada vez más heterogéneo en su demanda.

Lo señalado se hace evidente en el caso del cine. Su consolidación como instancia de sociabilidad y entretenimiento se produjo durante las dos primeras décadas del siglo XX. Esto ocurrió a escala masiva; las salas de cine tenían, normalmente,









Portadas de Chile Cinematográfico (1915), La Semana Cinematográfica (1920), Cine Gaceta (1917) y La Película (1918). Crédito de las imagenes: Memoria Chilena capacidad para varios centenares (cuando no miles) de espectadores, y la mencionada masividad iba acompañada del carácter socialmente heterogéneo y diverso de su público. Todo ello parece ratificar el juicio de que "[...] el cine se transformó en el medio más importante de la cultura moderna de masas del Chile de las primeras décadas del siglo XX" (Rinke, 2002: 76). Después de 1910, la información de los diarios se va haciendo nutrida y permanente. Sin embargo, ello pareció no haber sido suficiente, y entre 1915 y 1920 vieron la luz no menos de 8 revistas dedicadas exclusivamente al cine.²

El 9 de mayo de 1918 apareció la revista de cine más importante del periodo; de hecho, en la Biblioteca Nacional se conservan 138 de sus números; el último que se encuentra en la Biblioteca está fechado el 30 de diciembre de 1920. Se trata de *La Semana Cinematográfica*, cuya directora-propietaria fue Lucila Azagra. Progresivamente, la temática principal se fue centrando en el *star system*; es decir, noticias, entrevistas y artículos sobre *el mundo de las estrellas de cine* (especialmente, de Hollywood). Por primera vez se enfocaba de manera permanente y sistemática la atención de los lectores nacionales en la vida privada de las estrellas, sus amoríos y sus excentricidades, así como hacia los aspectos de su trabajo que les confieren el estatuto especial de estrellas; por ejemplo, el monto de sus ingresos económicos.

Con esa perspectiva, *La Semana Cinematográfica* desarrolló un mecanismo, hasta entonces inédito, lo cual le permitió relacionar el *star system* que promocionaba con los gustos del público, y así hacer posible que éste se involucrara por la vía de organizar lo que la revista llamó *encuestas de popularidad*; para ello, se publicaba en cada número un cupón que se convertía en un voto. La promoción del *star system* no agotaba los contenidos de la revista, los cuales también enfatizaron lo que es la formación y la orientación de un público, junto con la defensa y la legitimación del cine en el contexto cultural de la época.³

² Habría que tomar en cuenta dos revistas que aparecieron casi simultáneamente como las primeras publicaciones especializadas en cine. La primera fue *Chile Cinematográfico*, cuyo primer número se publicó el 25 de junio de 1915, con una edición de 16 páginas, las que luego subieron a 20, e incluso a 24. Se publicó más o menos quincenalmente hasta febrero de 1916. Un elemento central de su accionar fue la difusión y la popularización del cine. Un caso paralelo en el tiempo es el de *Cine Gaceta*. Su existencia se dividió en dos etapas distintas. Durante la primera, entre julio de 1915 y febrero de 1916, publicó 8 números y su redacción estaba ubicada en Santiago; posteriormente, después de poco más de un año, se editó en Valparaíso, desde agosto de 1917 hasta febrero de 1918, y donde llegó a publicar 15 números. Ambos momentos coincidieron casi exactamente con la crisis que vive la industria del cine en el mercado nacional, debido al inicio de la Primera Guerra Mundial y a la merma que ello produjo en la producción europea (especialmente, la francesa), y luego, con la llegada de la industria estadounidense, que pasó a controlar el mercado. Dicho marco es importante para analizar la revista, ya que esta se presentó al público en sus inicios como el órgano de los cinematografistas chilenos, apelativo usado para nombrar a los distribuidores o a los dueños de salas, que en muchas ocasiones eran la misma persona.

³ Paralelas a *La Semana Cinematográfica*, existieron también *La Película* (de noviembre de 1918 a agosto de 1921), de Valparaíso, y que publicó 35 números de forma discontinua; *El Film* (de septiembre octubre de 1919), de Valdivia, que publicó 23 números, pues aparecía diariamente, y otras que estaban ligadas a las empresas distribuidoras, tales como *El Film* (de octubre de 1918 a febrero de 1919), de Santiago, de la Cía. Ítalo-Chilena; el *Glucksmann Maqazine* y el Boletín de la Empresa de Teatros y Cinemas.

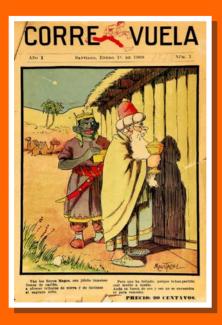
LAS REVISTAS DEPORTIVAS

La difusión del deporte se desarrolla desde fines del siglo XIX, y en un breve lapso se masificó territorial y socialmente, salió de los estrechos círculos de la sociabilidad oligárquica (Santa Cruz, 1991; 1996). En relación con las revistas, se constata la existencia de catorce publicaciones editadas entre 1897 y 1922, a lo largo de lo que se podría denominar la etapa fundacional del género.⁴

Una de las experiencias más destacadas fue *Sport y Actualidades*. Dicha revista vino a significar un esfuerzo editorial cualitativamente superior, no solo por la duración que tuvo (113 números en 2 años), sino por su mayor madurez institucional. Fue el órgano oficial de la Federación Sportiva Nacional, fundada en 1909. Apareció el 21 de abril de 1912 y circuló hasta 1914. Contaba con un nutrido equipo administrativo y editorial que incorporaba a dos fotógrafos y un dibujante. También consignaba un numeroso equipo de periodistas y redactores y, por otra parte, disponía de corresponsales en ciudades del norte y el sur del país.

Es, quizá, la primera expresión de una revista deportiva que responde a una organización empresarial, y no obstante tratarse de una entidad sin fines de lucro, por responder a la política difusora de una federación deportiva con la pretensión de regir todo el deporte nacional, ya soporta una estrategia comunicacional y periodística de contornos más definidos. Sus páginas acopiaban todos los temas que surgían del desarrollo tenido por la actividad deportiva en el país hasta entonces y de su compleja relación e imbricación con el contexto sociocultural. La función social del deporte, el tema de la ética y la moral deportivas, la relación Estado-deporte, el deporte como espectáculo y el profesionalismo deportivo eran temas tratados en artículos y en comentarios específicos, y ello le confería al medio un espesor ideológico-cultural propio que se instalaba en el debate público, en conexión con otros temas relevantes.

⁴ La primera revista que incluye información deportiva fue El Ideal, que aparece en Valparaíso el 22 de abril de 1897. Se trataba de un periódico magazinesco, cuyos contenidos eran, básicamente, literarios, de estilo tardoromántico (poesías, cuentos, crónicas y folletines). Incorporó también una sección estable de información deportiva, de tamaño variable, en la que se incluían noticias y datos sobre partidos, resultados y reuniones de clubes y asociaciones. Para la revista, el deporte siguió siendo una actividad de la juventud distinguida, que entregaba beneficios higiénicos a quienes lo practicaban, y más bien ligado a la entretención y el ocio y con resonancia puramente individual. Una década más tarde, en Santiago, aparece El Sportman. Dicha revista tuvo también una periodicidad semanal, alcanzó a publicar ocho números entre abril y junio de 1907 e incorporó una serie de elementos propios de una publicación moderna, como, por ejemplo, la publicidad. Poco después aparece en Valparaíso una nueva publicación: se trata de Sport y Variedades, semanario dedicado preferentemente a la hípica, que editó 18 números entre septiembre de 1907 y enero de 1908. En agosto de 1909 se hace un nuevo esfuerzo editorial, en Santiago, con la publicación del semanario El Sport Ilustrado, también dedicado a informar sobre hípica y deportes. Un esfuerzo editorial mayor lo constituyó la aparición de Campo y Sport, semanario ilustrado que editó 28 números entre el 28 de agosto de 1909 y el 11 de mayo de 1910. Una novedad fue la importancia que tenía tanto en portada como en interiores el uso de la fotografía. A fines de 1914 surge en la capital Variedades y Sport, que edita 5 números entre el 21 de noviembre y el 14 de diciembre de ese año. En este caso, nos hallamos ante una suerte de regresión del género hacia un medio de tipo más bien magazinesco. Lo fundamental es que el tratamiento del deporte se orienta a la concepción de este como una entretención de la buena sociedad, cuestión claramente ya residual al carácter que mayoritariamente había adquirido el deporte en la vida social.









Portadas de Corre Vuelo (1908), Pacífico Magazine (1913), Sucesos (1909) y Deportes (1916), Crédito de las imagenes: Memoria Chilena

Otro hito lo constituyó *Deportes*. Aparecida el 16 de abril de 1915, circuló hasta 1917. Uno de sus rasgos importantes es que explícitamente recalcaba: "no publicamos informaciones relacionadas con la Hípica", con lo cual marcaba el punto de separación entre los géneros. Lo anterior se reforzaba aún más por otro epígrafe que acompañaba el logotipo de portada, y el cual señalaba que este medio era "redactado por deportistas y para deportistas". Desde el punto de vista periodístico, esta publicación ya trabaja una variedad de estilos y de géneros: notas informativas, columnas de opinión, reportajes y entrevistas; también le reservaba un importante espacio a la fotografía y al dibujo.

Después de algunos años, el 19 de diciembre de 1920 aparece *Deportes y Deportistas, Suplemento ilustrado de El Mercurio*, que semanalmente será editado durante cinco números, hasta el 5 de enero de 1921. Fue el primer suplemento deportivo de un diario, aunque no tuviera continuidad. Manteniendo el formato del diario, aunque editado de forma independiente, tenía gran cantidad de información, así como editorial y reportajes especiales y una profusa utilización de la fotografía. En su apariencia es ya un *diario deportivo*. Era un medio claramente demostrativo del periodismo informativo moderno por su estilo y su titulación, así como por la impersonalidad de su lenguaje y la carencia de firmas. Finalmente, cabe mencionar la publicación, el 16 de diciembre de 1922, de otro semanario ilustrado que llevó por nombre el de *Deportes*. Dicha publicación alcanzó a editar 27 números hasta el 30 de junio de 1923, en Santiago. Si bien no aportó rasgos distintivos a lo ya mostrado en publicaciones anteriores, sí contribuyó a consolidar cierto formato y cierto estilo que se habían venido perfilando en materia de la constitución de un género específico.

REVISTAS MAGAZINESCAS

El magazine es definido como un periódico ilustrado, estructurado sobre la base de numerosas secciones y, generalmente, de muchas páginas y de aparición semanal o mensual. Se trata de un género capaz de albergar crónicas, entrevistas, reportajes de actualidad, ilustraciones, avisos publicitarios, cuentos y novelas por entrega, notas de vida social, caricaturas, poemas, etc. (Martínez de Souza, 1991).

Las revistas magazinescas que circularon en nuestro país durante las dos primeras décadas del siglo XX desarrollaron la función comunicativa que estamos comentando, centradas en la naturalización de un paradigma cientificista de la vida en la cultura cotidiana, y ello, a la vez, sustentado en una apología del progreso expresado en la difusión de los inventos y de las posibilidades de las máquinas para hacer más confortable y cómoda la vida diaria. Junto con lo anterior, es necesario destacar la importancia que en este género jugaba la imagen. Ya sea en forma de ilustración o de registro fotográfico, su presencia ocupaba buena parte del espacio de las revistas. No se trataba tan solo de un elemento decorativo que tuviera por función ilustrar el texto escrito, sino que, por el contrario, en dichas revistas adquirió, en general, la suficiente autonomía para hablar por su cuenta.

El magazine contribuía a la naturalización, por la vía de su incorporación a la vida cotidiana, de la dimensión universalista de la modernización; es decir, en palabras de Ortiz (1997), la modernidad entendida como matriz civilizatoria, o, también, la adecuación de la cotidianidad al *carácter de la época*. Por último, cabe mencionar otra característica que es central y que está a la base de todo lo anterior: en cuanto género de la industria cultural, el *magazine* debe estar, necesariamente, marcado por el signo de la amenidad y la entretención. Sus formas y sus contenidos, cualesquiera que ellos fueran, estaban destinados a producir una fruición y un placer en los lectores, dentro del marco de sus ratos de ocio o de tiempo libre y de expansión familiar.

Una de dichas revistas fue *Pacífico Magazine*, que apareció el 23 de enero de 1913. Se trataba de una publicación mensual editada y comercializada por la empresa editora Zig Zag, la cual recién el año anterior había pasado a manos de Guillermo Helfmann, propietario, a su vez, de la Imprenta y Editorial Universo, que publicaba otras revistas; entre ellas, el magazine *Corre Vuela*, dirigido al mundo popular (Santa Cruz Grau, 2005).

La revista expresaba una concepción de la cultura como elemento integrante y característico de una manera de ser y de vivir; o sea, más cerca de un atributo personal. Lo anterior la dejaba lejos de cualquier vanguardismo. Más bien, postulaba la necesidad de poseer lo que más tarde se denominaría y popularizaría (especialmente, en los sectores medios) como *cultura general*; es decir, ser sensibles y poseer conocimientos generales sobre diversas materias o ámbitos de la cultura y, ojalá, sazonados con algún viaje que permitiera el conocimiento directo de lo que se podría denominar el *tesoro cultural clásico de la humanidad*. Dicha visión existía a principios del siglo (sobre todo, en ciertos sectores ilustrados de la aristocracia), y, con seguridad, ya había traspasado de alguna forma a la emergente clase media (Vicuña, 2001).

Pacífico Magazine se hacía cargo de difundir permanentemente los avances de la ciencia moderna, a través de largos artículos que ocupaban siete o más páginas cada uno, y, por lo general, traducidos de revistas extranjeras. Uno de los rasgos aún más característicos de Pacífico Magazine, y que, incluso, permite delimitar sustantivamente su perfil como revista, es el espacio y la importancia concedidos en sus páginas a la literatura. Cada edición incluía la presencia de poesías, cuentos completos y novelas entregadas por capítulos, en números sucesivos, y que llegaban a ocupar muchas veces la mitad de la revista, lo cual implica hablar de unas 70 páginas. De esta manera, marcaba un sello coincidente con su explícita intencionalidad de llegar a un público pudiente, ilustrado e inteligente. En agosto de 1921, al publicarse su edición número 104, desaparecía Pacífico Magazine.

Por otro lado, la revista *Sucesos*, también de propiedad de Guillermo Helfmann, fue fundada en septiembre de 1902. Constaba de 38 páginas y tuvo una larga existencia, pues circuló hasta 1934. *Sucesos* asumió desde su nacimiento una característica que fue central en su perfil periodístico: ser un *magazine de actualidades*. La revista no pretendía otra cosa sino el registro inmediato (y en muchas ocasiones, literalmente fotográfico)

año 5 | n°4 | 2015/16

de un acontecer. La noción misma de lo actual que manejaba la revista no se restringía ni se reducía a un ámbito específico de la vida social: por el contrario, la actualidad para *Sucesos* es tan amplia como lo iba siendo la vida cotidiana de una sociedad en proceso de modernización, como lo era la chilena, desde el deporte hasta las maniobras políticas parlamentarias, y desde los últimos inventos o descubrimientos científicos hasta la crónica policial; y todo ello, extendido a escala nacional e internacional.

Sucesos constituyó un medio que asumió plenamente su carácter de producto de la industria cultural. Con la perspectiva de ampliar su cobertura del mercado, inaugura muy pronto un mecanismo hasta hoy muy habitual: la realización de concursos entre sus lectores. Así pues, esta publicación vino a ser una de las primeras donde la dimensión estrictamente comercial de su estrategia comunicacional y de su perfil periodístico jugaba un papel primordial.

La publicidad en la revista era de una gran variedad de productos: desde vinos hasta ropa, pasando por agua mineral y joyas. En sus páginas están presentes las grandes firmas que controlaban el comercio de importaciones y exportaciones (todas, de origen inglés). Sin embargo, no son fundamentalmente artículos de lujo o de consumo suntuario lo que tales compañías avisaban, sino trilladoras y segadoras para la agricultura, cemento y pintura para la construcción y artículos de uso doméstico diríamos modernos, tales como cocinas a gas y parafina.

Es necesario destacar que hacia 1911 ya es profusa la presencia de avisos que publicitaban productos destinados al cuerpo, ya sea en lo que se refiere a su estética y su belleza, tanto como a su mantenimiento sano. Como señala Traversa (1997), es posible distinguir dos tipos de avisos referidos al cuerpo. Uno, de productos que establecen una relación inmediata con él (cubrirlo, alimentarlo, curarlo o transformarlo: ropas, comidas, medicamentos o productos de belleza) y otro, de productos que establecen una relación no inmediata (artefactos domésticos, automóviles, etc.). En el caso de *Sucesos*, hacia comienzos de la década de 1910, prevalecen los artículos del primer grupo, los cuales incorporaron, ya de manera predominante, la gráfica. A lo antes señalado habría que agregar la presencia creciente de avisos relacionados con la venta de automóviles, neumáticos, repuestos, etc., en los cuales se manifiesta ya el uso del cuerpo en el segundo sentido señalado por Traversa.

Sucesos era una revista fundamentalmente para ser vista, y luego, de manera más bien auxiliar, leída. Ya en sus inicios, prácticamente no trae ninguna página que no incluya fotografías o, en su defecto, ilustraciones o caricaturas. Por otra parte, ya nos encontramos con que la portada se dedicaba a una caricatura en colores referida a temas políticos nacionales o internacionales. Del mismo modo, aunque en cantidades y espacios menores, y más bien marginales respecto al conjunto, aparecen cuentos y poesías. En definitiva, Sucesos fue una buena muestra del género magazinesco trabajado con la perspectiva de llegar a un público amplio y en proceso de masificación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arias Escobedo, O. (1970).

La prensa obrera en Chile. Santiago de Chile: Ediciones Universidad de Chile-Chillán.

Barros, L., & Vergara, X. (1978).

El modo de ser aristocrático. El caso de la oligarquía chilena hacia 1900. Santiago de Chile: Editorial Aconcagua.

Bernedo, P., & Arriagada, E. (2002).

Los inicios de *El Mercurio* de Santiago en el epistolario de Agustín Edwards Mac Clure (1899-1905). *Revista Historia*, 35, 13-33.

Bravo Elizondo, P. (1984).

El despertar de los trabajadores. Araucaria de Chile (Madrid), 12(27), 15-30.

_____(1986).

El Teatro Obrero en Chile. Madrid: Ediciones Michay.

Grez, S. (1997).

De la "Regeneración del pueblo" a la huelga general. Génesis y evolución histórica del movimiento popular en Chile (1810-1890). Santiago de Chile: Ediciones DIBAM, RIL, Centro de Investigaciones Diego Barros Arana.

Martínez de Sousa, J. (1991).

Diccionario de Información, Comunicación y Periodismo. Madrid: Editorial Paraninfo.

Ortiz, R. (1997).

Mundialización y Cultura. Buenos Aires: Alianza Editorial.

Ossandón, B. C., & Santa Cruz, A. E. (2001).

Entre las alas y el plomo. La gestación de la prensa moderna en Chile.

Santiago de Chile: Ediciones Arcis-LOM.

(2005).

El estallido de las formas. La irrupción de la cultura de masas en Chile.

Santiago de Chile: Ediciones Arcis-LOM.

Rinke, S. (2002).

Cultura de masas, Reforma y Nacionalismo en Chile 1910-1931.

Santiago de Chile: DIBAM.

Romero, J. L. (2001).

Las ciudades y las ideas en América Latina. Buenos Aires: Siglo XXI.

Romero, L. A. (1997).

¿Qué hacer con los pobres? Elite y sectores populares en Santiago de Chile, 1840-1895. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.

Salazar, G. (2003).

Historia de la acumulación capitalista en Chile. Santiago de Chile: LOM Ediciones.

Santa Cruz A. E. (1991).

Crónica de un encuentro. Fútbol y Cultura Popular. Santiago de Chile: Ediciones Instituto ARCOS.

____(1996).

Origen y futuro de una pasión. Fútbol, cultura y modernidad. Santiago de Chile: Ediciones ARCISLOM.

Santa Cruz Grau, L. E. (2005).

Revista Corre Vuela: un magazine popular. En C. Ossandón B. y E. Santa Cruz A., *El estallido de las formas. Chile en los albores de la cultura de masas* (pp. 101-123). Santiago de Chile: Ediciones Arcis-LOM.

Silva Castro, R. (1958).

Prensa y Periodismo en Chile. Santiago de Chile: Ediciones Universidad de Chile.

Silva Vildósola, C. (s. f.).

Retratos y recuerdos. Santiago de Chile: Editorial Zig Zag.

Subercaseaux, B. (s. f.).

Genealogía de la vanguardia en Chile. Santiago de Chile: Ediciones Facultad Filosofía y Humanidades, Universidad de Chile.

Traversa, O. (1997).

Cuerpos de papel. Figuraciones del cuerpo en la prensa 1918-1940. Barcelona: Editorial Gedisa.

Vicuña, M. (1996).

El París Americano. La oligarquía chilena como actor urbano en el Siglo XIX. Santiago de Chile: Universidad Finis Terrae, Biblioteca Nacional.

Vicuña, M. (2001).

La Belle Époque chilena. Santiago de Chile: Editorial Sudamericana.



Escritores, intelectuales e industria cultural en la Argentina (1898-1933)¹

EDUARDO ROMANO
UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

La relación tripartita entre nuevos medios de comunicación, escritores—en tanto artistas o productores— y ensayistas—que reflexionaron o no acerca de esa relación—implica referirse a cuestiones teóricas que me llevaron a dialogar, e, incluso, a discutir con algunos planteos inteligentes y difundidos, como los de Andreas Huyssen y Pierre Bourdieu; por supuesto, dentro del lapso elegido para este trabajo.

En su libro de 1986 sobre "la gran división", el ensayista alemán ponía, a su vez, en relación las categorías de modernidad/posmodernidad respecto de la "cultura de masas". Con dicha frase aludía a la drástica separación entre productos elevados y productos mostrencos, que propusieran todos los defensores a ultranza del tradicionalismo cultural (Frank R. Leavis, Theodor S. Eliot, Ortega y Gasset, etc.), desde posiciones conservadoras, y de lectura crítica contra el consumo alienado que sostuvieron los marxistas hegelianos de Frankfurt (Adorno, Horkheimer, etc.).

Huyssen se detuvo especialmente en estos últimos y en señalarles sus limitaciones, a partir de esta afirmación: "con la universalización de la producción de mercancías la cultura de masas empieza a atravesar las clases de una manera desconocida [...] y lo popular tradicional entra en un combate feroz con la cultura mercantilizada, produciendo una gran variedad de formas híbridas" (Huyssen, 2006: 44).

¹ Este trabajo resume algunas hipótesis reunidas luego en *Intelectuales, escritores e industria cultura*l, editado por La Crujía en abril de 2012. Se trata de un libro que incluye también, en su segunda parte, artículos de Leonor Bassa, Germán Ferrari, Miriam Goldstein y Marcelo Méndez.

Esa hibridación es clave para rechazar la insostenible diferenciación alto/bajo de los bienes simbólicos y, peor aún, sostener que solo los primeros son auténticos y los segundos implican la existencia de conciencias alienadas. Menos compartible, en cambio, es su concepción de que la modernidad implicó una matriz cultural masculina, y de que fue el giro posmoderno el que posibilitó un triunfo del Ello contra el Yo, del consumo contra la producción, de la sensualidad contra la moral, todo lo cual contraviene argumentos de Sigmund Freud o de Karl Marx.

Ese giro sucedió, según Huyssen, durante los años sesenta del siglo XX, y no se remonta en su mayoría a formas previas que, en todo caso, lo preanunciaban.² Como señaló Jean-Francois Sirinelli en la Introducción al volumen colectivo *La culture de masse en France* (2002), las manifestaciones y los carteles callejeros, los espectáculos, las canciones, los panfletos y las caricaturas políticas antimonárquicas aparecen ya a fines del siglo XVIII, y dan cuenta de una distinta participación de las muchedumbres urbanas en la vida cotidiana

Nuestra modesta historia no permitía tanto, pero la modernización sobrevenida en el Río de la Plata desde fines del siglo XIX avalaba el establecimiento de numerosos síntomas que, en todo caso, estallaron luego de la Segunda Gran Guerra, y, en particular, durante la llamada Guerra Fría, pues esos años significaron, a la vez y paradójicamente, un avance del modelo cultural norteamericano y una fuerte resistencia contra este que llevó a reivindicar numerosas formas y géneros que la castradora división alto/bajo había minusvalorado.

Al revisar las actitudes del "campo intelectual" frente a esos productos, no pude menos que reconsiderar esa importante categoría aportada a los estudios culturales por Pierre Bourdieu —leído en la Argentina por lo menos desde 1966— y su manera de subsumir por momentos el "campo literario" (que podría extenderse al "campo artístico") e "intelectual"; sobre todo, porque se trataba de dos modalidades discursivas hien diferenciadas

Mientras los intelectuales producen en el ámbito reflexivo y por medio de argumentaciones que deben fundamentar y desplegar, los artistas—y entre ellos, los escritores— desencadenan en sus textos un lenguaje ambiguo, con muchos pliegues emotivos, articulando siempre signos conscientes e inconscientes, significaciones que se van construyendo hacia delante y que no parten de presupuestos establecidos, claros, coherentes

Además, el artista modificó su condición social desde cuando su actividad adoptó también las formas y las leyes del mercado. Se profesionalizó, o intentó, al menos, hacerlo, para lo cual aceptó trabajar con pautas y tiempos fijos, recibir encargos concretos y satisfacerlos, a cambio de un pago, el cual nunca fue satisfactorio, salvo

² Para reforzar esa objeción, que en mi tarea de crítico cultural se remonta a muchos años antes, puede verse Romano (1973).

año 5 | n°4 | 2015/16

excepciones, e influyó en el imaginario colectivo acerca de su tarea. Algunos sintieron que se prostituían al ser remunerados, y otros, por lo contrario, que se estaban convirtiendo, orgullosamente, en asalariados.

Ese nuevo vínculo con editores, directores de publicaciones periódicas o diarios revolucionó su tarea y los obligó a establecer un equilibrio distinto entre las demandas del mercado y sus propias inclinaciones creativas. A partir de ahí, no todos resolvieron el conflicto de la misma manera: si unos pudieron recuperar lo publicado de manera fragmentaria en volúmenes (caso de los poetas y los cuentistas), otros debieron sumar a las horas de trabajo remunerado las de su vocación artística personal.

Entre los escritores argentinos del período destacamos la actitud de Roberto J. Payró, quien, por ejemplo, armó sus dos libros de narraciones breves *Violines y toneles* y *Cuentos de Pago Chico*, ambos aparecidos en 1908, como resultado de una recopilación, selección y corrección de materiales previamente editados en diarios y revistas. Sin embargo, renegaba siempre de su profesión periodística, y así lo ficcionalizó en el cuento *Mujer de artista* y en su pieza teatral *El triunfo de los otros*.

Tal vez los folletinistas, en Francia y durante la primera mitad del siglo XIX, hayan sido el primer ejemplo notorio de unas formas de producción inéditas y cuyo resultado fue que algunos escritores desarrollaran una actividad sorprendente, para poder vivir de lo que escribían, como Honorato de Balzac, quien también trató fallidamente de convertirse en editor (empresario), mientras otros (Alejandro Dumas hijo) organizaban un verdadero equipo de amanuenses, llamados "negros" por su anonimato, para abastecer varios periódicos a la vez.

La distinción escritores/intelectuales permitía esclarecer actitudes generalmente opuestas al respecto. Los ensayistas (y, en especial, los más prestigiosos) renegaron de los cambios socioculturales en marcha y se replegaron sobre los modos tradicionales de composición. Sacaron a relucir un repertorio de prejuicios contra todos los espectáculos o las publicaciones que excedían el marco de lo considerado "serio", "respetable", destinado a una minoría selecta y a un consumo en el ámbito privado y, preferentemente, solitario.

Muchos escritores, en cambio, se arriesgaron a someterse a los desafíos de la nueva época, y no hubo, estrictamente, un deslinde ideológico entre ambas posiciones. En todo caso, fueron los prosistas quienes mejor respondieron a las nuevas exigencias, y los poetas, respetados hasta ese momento como vates —es decir, predictores del futuro—perdieron tal preeminencia. Hasta cierto punto, la producción de Víctor Hugo da cuenta de ese pasaje, a tal punto que en *Hernani* se alternan escenas en verso y en prosa.

Como un detalle significativo, y que da cuenta con posterioridad de ese pasaje, la edición de ese drama de Espasa-Calpe, colección Austral, suprimió tales fragmentos líricos por considerarlos irrelevantes para la acción (¡!). Lo descubrí cuando, con la poeta Juana Bignozzi, encaramos una nueva traducción para el Centro Editor de América Latina

que difiriera de la española circulante en Buenos Aires, y para la cual nos bastó con reponer esa poesía tan arbitrariamente desechada.

Hugo se propuso ser el poeta civil de la monarquía constitucional de 1830, pero terminó siendo el novelista caudaloso de *Los miserables* (1862), un texto que todavía explota la industria cultural en la actualidad, como lo evidencia la reciente versión fílmica de Tom Hooper. En nuestra región, podríamos adjudicarle a José Hernández la virtud de no abandonar el verso, para escribir, de hecho, una novela en estrofas originales (sextinas) hacia 1870.

Jorge Luis Borges fue de los primeros en considerarla así: "[...] descontando el accidente del verso, cabría definir al *Martin Fierro* como una novela. Esta definición es la única que puede transmitir puntualmente el orden de placer que nos da y que condice sin escándalo con su fecha que fue ¿quién no lo sabe? la del siglo novelístico por excelencia: el de Dickens, el de Dostoievski, el de Flaubert" (Borges, 1953: 74).

A partir de los basamentos teóricos a los que me acabo de referir, fue necesario establecer y diferenciar la trayectoria de los intelectuales y de los escritores en su relación con las industrias culturales. En el primer caso, y a lo largo del segmento temporal elegido, pude advertir que las reacciones más irreductibles y descalificadoras, sin desaparecer, ni mucho menos, se alternaban con otras más comprensivas. Y que esa modificación corría pareja con otras que se estaban produciendo en el tejido social.

Respecto de los escritores, queda claro un extremo esteticista que nunca renunció a lo que juzgaban autonomía literaria, y el cual tuvo sus puntos más altos, dentro del período estudiado, entre los modernistas fieles a la religión del arte (que Rubén Darío había aprendido en Baudelaire y en Flaubert), entre los martinfierristas durante los años veinte del siglo XX y entre los animadores de la revista *Sur* a partir de 1931. El nivel que puede alcanzar dicha autonomía ha sido siempre motivo de polémica entre dos posiciones extremas (el citado esteticismo, por un lado, y los artistas sociales, por el otro) y varias intermedias.

En otro lugar establecí la aparición de *Caras y Caretas* (octubre de 1898) como punto de partida, porque en su paratexto reconocía incluir lo "festivo" junto con lo "artístico" y las "actualidades"; es decir, un nivel de hibridación que carecía de antecedentes, y a lo cual sumó otros aspectos modernizadores: abundantes fotografías, que los periódicos no podían emplear, dada su frecuencia, y el lento ritmo de su procesamiento técnico; también, varios colores en la tapa, la contratapa y ciertos segmentos privilegiados; empleo del verso con finalidad publicitaria, satírica o humorística, y que, en todo caso, sus lectores debían, a partir de ciertos signos, diferenciar, etc. (Romano, 2004).

Ese eje de hibridación sería la nota dominante de la prensa gráfica hasta mediados del siglo XX, como intenté demostrarlo con algunos análisis discursivos del diario Última hora, desde 1908, y del vespertino Crítica, no tanto en la fecha de

GRASY GRETAS

SEMANARIO FESTIVO, LITERARIO, ARTÍSTICO Y DE ACTUALIDADES

EUSTAQUIO PELLICER

JOSÉ S. ÁLVAREZ

MANUEL MAYOL

AÑO 1.º

BUENOS AIRES, 8 OCTUBRE 1898

N." 1."

EL ARBITRAJE



Aunque las lineas ha echado, enredadas en el fondo, no ha de quedar sin pescado, porque es hombre acostumbrado à pescar por lo más hondo.



su aparición (1913), sino hacia fines de la década de 1920. El tratamiento exagerado del deporte, de los espectáculos (sobre todo, los teatrales, incluidos los teatros de revistas, y del cine) y de la noticia policial coincidieron con una exaltación de todo avance tecnológico, y, por asociación, del arte de vanguardia. Eso explica, como lo expuso Sylvia Saítta (1998), que varios ex miembros de la revista *Martín Fierro* (1924-1927) se sumaran a su redacción inmediatamente después de aquella experiencia.

Las cifras de lectores alcanzadas por *Caras y Caretas* y por *Crítica* atestiguan su masividad: la primera comenzó con 20 páginas y 15 000 lectores, pero 10 años después tenía cerca de 100 páginas y un tiraje de 100 000 ejemplares. Se la leía en ambas capitales del Plata y en las de algunas provincias. Intelectuales prestigiosos, como Joaquín V. González o Juan B. Ambrosetti (con seudónimo) accedieron a sus páginas, pero su atractivo provino, fundamentalmente, de contar con poetas (Antonio Lamberti, Fernández Espiro, Lasso de la Vega, Rubén Darío, Evaristo Carriego, etc.) y cuentistas relevantes (el citado Payró, Leopoldo Lugones, Martiniano Leguizamón, etc.).

Si no hubo ataques intelectuales contra *Caras y Caretas*, con la excepción de José María Ramos Mejía (1899), fue porque, tal vez, se le reconocía una función asimiladora de la masiva inmigración –ya unos dos millones de extranjeros hacia 1900 – mediante sus notas de costumbres, en las cuales sobresalió su director, el entrerriano José Álvarez, quien las firmaba como Fray Mocho, y que cruzaban en sus textos las voces de nativos y de inmigrantes, en una suerte de casuística a partir de situaciones cotidianas de acercamiento o de confrontación simbólica, lo que, seguramente, influía en el lectorado.

En 1923, *Crítica* ya vende 145 000 ejemplares, de los cuales 75 000 pertenecen a la famosa quinta edición vespertina, y tiene en algunos escritores de la vertiente popular a vigorosos animadores: Raúl González Tuñón, como cronista y poeta; su hermano Enrique, glosando tangos en textos narrativos; el Malevo Muñoz (Carlos de la Púa o Carlos Muñoz y Pérez), con su poesía lunfardesca, y Last Reason (el uruguayo Máximo Sáenz), quien escribía en torno al mundo turfístico (*A rienda suelta*, 1925).

Pero la alarma había cundido rápido entre la intelectualidad conservadora. Ya en 1902, Ernesto Quesada condenaba la colección Biblioteca Criolla en el extenso artículo "El criollismo en la literatura argentina", incluido en la revista intelectual *Estudios*, porque sus versos mezclan la jerga gauchesca que proviene de la pampa con la lunfarda de los suburbios, y tales productos no pertenecen al arte, dada "la clase inferior de lectores a que están dedicados" (Rubione, 1983: 153).

Podría respondérsele lo que uno de dichos autores (Félix Hidalgo) había declarado al presentar un folleto que reproduce su payada con el famoso Gabino Ezeiza: "He manifestado repetidas veces que no hago versos con el fin de recoger aplausos, sino con el de buscar los medios de subsistencia para mí y mi numerosa familia, y he tenido la satisfacción de ver colmados mis deseos y mis versos han sido aceptados en todas las clases sociales" (Prieto, 1988: 71).

También es injusto que Quesada ponga en un mismo lugar a los autores de la Biblioteca Criolla y a los payadores suburbanos (el mencionado Ezeiza, José Betinoti, Andrés Caggiano, etc.), que, en general, eludían las jergas y trataban de escribir en un castellano florido; incluso, rebuscado o arcaizante. Eran herederos de una tradición criolla, no muy atestiguada a lo largo del siglo XIX, y comenzaron a actuar como improvisadores repentistas o en payadas de contrapunto en almacenes y bodegones, de donde llegaron hasta el escenario de humildes teatros en las zonas aledañas.

Pero Quesada inaugura la opción cultural de los nacionalistas conservadores por esa subcultura que surge de la compleja hibridación entre inmigrantes y nativos: mantener vivas las expresiones rurales folclóricas, filtradas por la sensibilidad de verdaderos artistas; o sea, los de linaje patricio. Distingue esa producción, que puede calificarse de nativista, la estilización de lo anónimo y que cubre un amplio espectro desde el riojano Joaquín V. González hasta el salteño Juan Carlos Dávalos o el Ricardo Güiraldes de *Don Segundo Sombra* (1926), siempre dentro del segmento temporal abarcado.

No obstante lo anterior, la zona de mayor disputa fue el teatro. Y la disputa comprometió a escritores con cierta trayectoria que apostaban a la comedia dramática en verso o en prosa y a lo que improvisaban autores —a veces, con excelentes resultados—para satisfacer las demandas crecientes del teatro por secciones, que habíamos asimilado de Madrid hacia 1886, cuando se reprodujo con éxito el estreno de *La gran vía* (1886), de Chueca y Valverde, en Buenos Aires.

Esos espectáculos inauguraron nuevas formas de producción escénica, como la asociación—entre dos o entre tres escritores—para acelerar la entrega de libretos (en salas que inundaban todos los barrios, y en especial, los más populosos) cuyo repertorio se modificaba casi semanalmente. Los autores, como anticipé, eran a veces, y hasta cierto punto, improvisados (Nemesio Trejo había sido antes payador suburbano), aunque otros acreditaban una formación, fuera autodidáctica o no (Enrique García Velloso, Ezequiel Soria).

La disputa por ese espacio era clave, dado que los autores consiguieron en muchos casos y de hecho un reconocimiento para ellos del 10 % de las localidades vendidas, lo cual se convirtió en ley en 1912. Las revistas *Ideas* (1903-1905) y *Nosotros*, desde 1907, atacaron a veces al mismo autor a quien como comediógrafo celebraban, y en tal situación estuvo García Velloso, entre otros, para no recordar el caso de Florencio Sánchez. Distinto fue lo sucedido con el tango canción, cuyos poetas (Manuel Romero, Roberto Cayol, Alberto Vacarezza, etc.) estaban durante la década de 1920 vinculados a la escena. Incluían en sus piezas alguna partitura tanguera que de ese modo contaba con un impulso inicial para popularizarse.

Las palabras que acompañaron a los tríos originales en ambientes prostibularios se transformaron con la aparición de autores como Ángel G. Villoldo, que celebraban (ejemplo paradigmático "El porteñito") las virtudes masculinas (guapeza, seducción al

chamuyar o al bailar, aspecto milonguero), y, definitivamente, con la grabación, por el cantante Carlos Gardel, de "Mi noche triste", de Pascual Contursi, en 1917.

Como sucedió con el género chico, ambos sufrieron una transformación similar durante el decenio de 1920, y que estalló, por fin, en la década siguiente: el surgir de una mayor tensión dramática y que combinaba los componentes tragicómicos en una misma pieza o letra. No es casual que Enrique Santos Discépolo participara por igual de ambos procesos. Si contribuye con su hermano Armando al grotesco teatral con "El organito", en 1925, también consigue revertir o dar vuelta por completo al sentido de las letras previas desde "Quevachaché", estrenado en Montevideo en 1926. Armando llevaría a su culminación esta variante escénica, y otro tanto haría Roberto Arlt (*Trescientos millones, Saverio el cruel*) en el Teatro del Pueblo.

Me interesa llamar la atención respecto de que dos revistas intelectuales de diferente signo, antagónicas en otros aspectos, coincidieran tanto a la hora de atacar al tango como música, baile y canción. Me refiero a *Claridad*, de la editorial de Antonio Zamora y de orientación socialista-comunista, y a *Criterio*, dirigida por Dell'Oro Maini y de orientación nacionalista-católica. También coincidían ambas en acusar a *Crítica*, de Natalio Botana, como diario sensacionalista y mafioso.

Al respecto, cabría enmendar ese término y hablar de *sensacionista* para el discurso que apunta a la sensibilidad de sus lectores, que busca emocionarlo y que tenga una participación corporal con lo que mira y lee en las páginas diagramadas, para provocar su atención con grandes titulares y yuxtaposiciones desprejuiciadas.

Pienso que lo más indigerible para el paladar intelectual era la relevancia adjudicada a lo policial y lo deportivo, en el mismo nivel (o mayor) que el de las noticias políticas, económicas, artísticas, etc. Ese juicio ignora que el diario tuvo, antes que cualquier otro, una página dedicada a informar sobre los conflictos gremiales, y que, por lo común, adhería a los reclamos obreros.³

AMBIVALENCIAS DEL ESCRITOR ANTE LA INDUSTRIA CULTURAL

El artista más valioso que circuló a lo largo de esos años por Buenos Aires fue, sin ninguna duda, Rubén Darío. Por ello, vale detenerse en una nota enviada desde París a *La Nación* en 1903, donde anticipaba que la "gloria", tan ambicionada por los artistas de entonces, sería conquistada por los protagonistas de otras prácticas. "Hoy un *chauffeur* hábil y osado goza de triunfos y aclamaciones que jamás obtendría un Berthelot, un Pasteur, un Anatole France". Tales reflexiones se las provoca la carrera automovilística París-Madrid; o, mejor dicho, la respuesta masiva a su convocatoria:

³ En un artículo para la revista *Unido*s, en seguida incorporado a mi libro sobre *Cine y literatura argentinos* (1982), comparé la manera como *Crítica y La Razón* (ambos, los vespertinos más leídos de ese momento) informaban hacia 1922 acerca de las huelgas patagónicas, sus protagonistas, la represión militar, etc.

Una enorme muchedumbre se ha desvelado para ir a ver partir a los corredores y han lanzado gritos de entusiasmo que no oyeron los griegos de ligeros pies y los cocheros líricos celebrados por Píndaro. Temeroso delirio colectivo, manicomio suelto [...]. (Darío, 1977: 180-181)

Usa versos de Góngora para referirse a esos "hipogrifos violentos", desbocados, que hacen progresar la industria y los negocios. Culpa al "espíritu yanqui" de esa vocación por "suprimir el espacio y el tiempo", esa "fiebre de velocidad", que él no comparte y que le resulta "espantosa". Trasunta, a su criterio, una enfermedad degenerativa: "La Gloria está amenazada de muerte, como el viejo Honor, que agoniza, y el Pudor y la Caridad".

Su modernismo no se aviene con los cambios sociales: los "degenerados de arriba están en vísperas de ser suplantados por los energúmenos de abajo": el dinero "suple hoy los antiguos valores" y la tecnología (automóviles, telégrafo sin hilos, cinematógrafo) se le somete; el dios Moloch "engorda con sus tortillas humanas". Entusiasmarse "por un biciclista" (Rubén Darío, 1977: 182-183) le resulta un verdadero triunfo de la mediocridad.

Pese a ello, Darío compatibilizó sus ingresos por canonjías diplomáticas (de su país o de otros) con el periodismo asalariado. En el diario *La Nación* y en algunas otras publicaciones periódicas aparecieron casi todos los textos que formaron su volumen *Los raros*, y otro tanto sucedió con los poemas de *Prosas profanas*; ambos editados en Buenos Aires en 1896.

Durante la década de 1920, los intentos de escritores por acercarse al gran público son más sostenidos. La trayectoria de dos novelistas católicos y santafesinos (Manuel Gálvez y Gustavo Adolfo Martínez Zuviría, más conocido por el seudónimo de Hugo Wast) ejemplifica ampliamente ese aspecto, y va desde la elección del género literario, la promoción personal empeñosa y la producción seriada e intensa hasta, incluso, la acertada conversión en empresarios de su propia obra, en un caso, y también de la ajena (la Cooperativa Editorial Buenos Aires), en el otro.

En esta última cooperativa, Gálvez estuvo asociado al uruguayo Horacio Quiroga, afincado en Buenos Aires desde 1902, y que dos años más tarde se convertiría en un colaborador permanente de *El Gladiador*, de *Caras y Caretas* y de otras revistas ilustradas. Jorge Rivera (1996), quien estudió con minuciosidad su vocación profesional en varias ocasiones, comentó el artículo "La profesión literaria", donde Quiroga confesaba cuán poco había ganado con dichas colaboraciones y añadía que el empleo público, conseguido merced a la notoriedad literaria, había sido para él, tanto como para Leopoldo Lugones, un reaseguro de supervivencia; a veces, sin tener necesidad de asistir al cargo.

La lectura crítica de algunas narraciones de estos autores reencuentra, en los propios textos, aspectos complementarios de esa actitud. Sobresale en tal sentido *El mal metafísico* (1916), novela en clave donde la mayoría de los nombres encubren a seres









Portadas de revista *Cloridad*. Crédito de la imagen: Biblioteca Nacional de la República Argentina. Biblioteca Digital Trapalanda.

MARTIN FIERRO Periodico quincenal de arte y critica libre

Dirección y Adm.: Bustamante 27

NUMERO DOBLE — EDICION DE 18 PAGINAS



Como es dia domingo, por la ciudad me pierdo. Oomo es dia domiago, por la ciudad me pierdo. Busco una calle muerta para mi pona fe. "a tiene un nombre que ahora no recuerdo. "temo sueno lo supe y lo olvidá.

ne por la vez

(jales. Es la vulgár cadencia de una música en loga. Tiene las eléquetas y los sellos usuales De un frasco destapado que contuvo una droga.

Es, en cualquier esquina, el bastón y el som., burgués que se mira los botines instrados, de un sebrio jardinero de un sebrio jardinero de un sebrio podados.

Y el domingo es como una lata de caramelos que en el atardeser ha sido terminada. Que en el atardeser ha sido terminada. La calle se proyecta, entre los rascodelos, La calle se proyecta, entre los rascodelos, Lo calle se proyecta, entre los rascodelos.

Entonos interpreto, bajo la transcoula De las calles lassivas y la interiores gente, Los ojas enintados da la majer que ronda Los ojas enintados da la majer que ronda Y atisha, tras los ydirios del cartella, un cliente,

E management and a standard commanded y de fabre El domingo, en estado comandos y de fabre El domingo de aguarre; Me ve, sin dominalo, om al albail y mi ordere de aguarre; and a superior de aguarre; and a super

--dio de gritos y de

Suplemento explicativo de nuestro A propósito de ciertas críticas "Manifiesto"

Suplemen

Bi el artícula del selor Hederto Marinai, publicado
en menos del menos enforces, expressos tan ado la equicia perso del sel ante, heditalmente tan ado la equicia de sente del selo del consecución del condida singuin objeta de MARTIN PERROD.

Alfrá singuin objeta de MARTIN PERROD.

Alfrá singuin objeta de seguina contrada del con
del consecución de la complemente explicate de reserva
mentra continuado para puesa con artículos de sente que

Pero el cana de la complemente contrada del con
gallandia per dicho del argumentos contrada del con
pero el cana del consecución del contrada del con
gallandia per dicho del argumentos contrada del con
pero el con
pero el con
pero el con
pero el con
del consecución del contrada del contrada del con
del contrada del con
del contrada del con
mentro el con
men

licativo de nues

ropósito de ciortas crit

ancian de exprasta un focu más revultados pre
incluentes descritas de la pódiamas só de la traincluente descritas de la pódiamas de la fina de la
minida de defenda guana, no producto de la comtamida de la podiamas de la comminida de la companio de la comminida de la

derivation de se agasima. Taches revenues una semblididad lo sufficiente refriende semer para recipiever a la
de sufficiente refriende semer para recipiever a la
espacia del monurato y accurato de y assar a cuciritera sufficiente para la compania de la Seccipiera del Mennal y Mennal y Mennal y Casardo e la Secdiciera brillation¹⁰⁰ ministrato mella de la Secdiciera brillation¹⁰⁰ ministrato mella com su su sudiciera del monurato del monurato del montale
el del proposition e manche del montale
montale del monurato del montale del montale
montale del montale del montale del montale
proposition del montale que del montale
proposition del montale del montale
proposition del montale
p

i.o que lubicas aide una horra para el presiden Alvear, tan magnifica como la que lo capo a Belgra al fumiar la Academia de Dibus.

Martín Fierro, agosto-septiembre de 1929.

Crédito de la imagen: Ahira. Archivo Histórico de Revistas Argentinas.

reliments readered in the second course are reliments for the second course for the second course for colored." Since to leak an anomala "Rattern Figure and colored." Since to leak an MARTEN FIGURE of the second colored and the s

año 5 | n°4 | 2015/16

vinculados con las artes de la época, y donde Gálvez pone en escena a un protagonista que, curiosamente, reúne rasgos personales suyos propios y del escritor más esteticista de las primeras décadas el siglo XX en la Argentina: Emilio Becher (1882-1921).

Carlos Riga, como lo bautiza Gálvez, busca en los escenarios (sin éxito) y en la poesía (equivocadamente) profesionalizarse. Su amigo en la ficción, Eduardo Itúrbide (equivalente a uno de los hermanos Bunge, quienes serían luego cuñados del autor), describe esa condición de artista y sus limitaciones cuando dice:

Había nacido artista y poeta. Amaba como nadie la Belleza y el Arte y hubiera preferido morir antes que prostituir su pluma. En materias literarias, era de una honradez única. Jamás dijo cosas que no pensara, jamás transigió con la mediocridad [...]. En un país civilizado, habría encontrado apoyo, alguna voz que lo alentara. Aquí no encontró sino obstáculos (Gálvez, 1944: 240).

En el capítulo 6 de la segunda parte, el librero y editor Flaschoen (quien apenas si disimula a Moen, cuyo negocio lucía amplias vidrieras en la calle Florida, la más distinguida de la ciudad), le aconseja a Riga que abandone la poesía, pues ni la melancolía ni la nostalgia le interesan ya a nadie. "Escriban ustedes novelas donde haya vida y verá cómo el público las compra. El público no es zonzo, como creen ustedes, los literatos" (Gálvez, 1944: 185).

Gálvez fue quien acató ese mandato escribiendo una cantidad considerable de novelas realistas-naturalistas y colaborando en las colecciones que a partir de *La novela semana*l, entre 1916 y 1924, invadieron los quioscos callejeros, así como lo hicieron algunos narradores del grupo literario llamado de Boedo –por la calle donde estuvo la Editorial Claridad, del español Antonio Zamora–, y que fue motivo de mofa para los vanguardistas (esteticistas) de la revista *Martín Fierro* (1924-1927). Así lo prueba esta nota firmada por La Redacción "Suplemento explicativo de nuestro 'Manifiesto'. A propósito de ciertas críticas":

No nos detengamos en la herejía que significa atribuir el monopolio de la humanidad a una tendencia literaria, como es el realismo [...] ¿Dónde están los escritores realistas, humanos? No los conocemos [...] Sabemos, sí, de la existencia de una subliteratura que alimenta la voracidad inescrupulosa de empresas comerciales creadas con el objetivo de satisfacer los bajos gustos de un público semianalfabeto; conocemos glorias de novela semanal, genios al uso de las modistas [...] (Martín Fierro, n. 8 y 9, 1995).

Mientras los escritores se sumaban en número considerable a diarios, revistas, semanarios, quincenarios o mensuarios, y mientras aceptaban cobrar por su trabajo y aceptaban las condiciones de escribir para ciertas ocasiones o temas, con fechas prefijadas y espacios acotados, los intelectuales rechazaban airados esta "comercialización" del arte y reivindicaban su condición de vestales que no estaban dispuestas a venderse.

José Ingenieros, o Giuseppe Ingegnieri (tal era su nombre original, que luego castellanizó), abunda en las contradicciones típicas de una izquierda liberal dominada por el positivismo filosófico y el biologismo de Charles Spencer y Charles Darwin. Con ese bagaje, este médico, hijo de un modesto inmigrante italiano, trazó un recorrido intelectual asombroso dentro de la época, que lo llevó a un sitial sumamente elevado.

Si bien participó de la fundación del Partido Socialista, en 1895, luego fue expulsado de este por la arrogante actitud adoptada durante la celebración del 1 de mayo de 1899, a la cual se presentó "de jacquet y galera de felpa" y habló para ratificar la existencia en la humanidad de sectores "elegidos y gregarios" (Cúneo, 1956: 270).

Ese gesto elitista está presente, asimismo, en muchos escritos de su juventud, como la conferencia de 1910 donde habló de Juan Moreira, el gaucho rebelde que, a partir de la adaptación que José Podestá hizo, para el picadero de su circo, del folletín publicado por Eduardo Gutiérrez en el diario *La Patria Argentina* (1878-1879), se había convertido en un símbolo de las víctimas de la clase dirigente y de sus representantes legales, cuyos cómplices eran, a veces, inmigrantes.

Ingenieros, bajo la tutela de uno de sus maestros, Juan A. García, consideraba a Moreira una rémora del culto criollo del coraje y de la falta de respeto a las autoridades, un individuo sanguinario, propenso a las diversiones ilícitas, sin sentimientos patrióticos y al servicio de los caudillos electorales: "En suma, fue un amoral congénito, es decir un delincuente nato, con las características impresas al tipo por el ambiente gaucho" (Ingenieros, 1910: 150).

Dirigió Ingenieros, entre 1915 y 1929, el ambicioso proyecto bimestral de una *Revista de Filosofía. Cultura-Ciencias-Educación*, que en lo político se opuso al neutralismo antibélico del presidente Hipólito Yrigoyen, pues, como todo el liberalismo argentino, quería participar en la contienda europea de 1914-1918. Su juvenilismo, en cambio, favoreció que en 1918 se pusiera de parte de los estudiantes rebeldes y apoyara el proceso que llevó a la Reforma Universitaria.

Pero en *El hombre mediocre* (1913) descargó toda su bilis contra la mesocracia, al oponer rutinas y prejuicios a ideales, a la vez que unifica la noción de buen gusto y deja por fuera de ella a los hombre comunes, cuyos hábitos son los del *otro*: el "rebaño" desconoce a los pintores, pero gusta de las oleografías; prefiere las "máximas de almanaque" a las lecturas serias. Como intelectual, desprecia a los humoristas que disfruta la mayoría de la gente, pues lo intenso de la popularidad es lo opuesto a la gloria, reservada para artistas o pensadores.

Las notas recogidas en *Los tiempos nuevos* y fechadas entre 1918-1920 nos reconcilian con lo mejor de un Ingenieros atento a las deformaciones que la prensa internacional divulgaba contra la revolución soviética de 1918 y que busca información más fidedigna sobre los hechos, incluso en la prensa no oficial norteamericana.

Pero el intelectual que reaccionó antes y mejor contra esa epidemia liberal, que contaminaba a toda la supuesta izquierda argentina, fue Manuel Ugarte. Lo expulsaron asimismo del Partido Socialista, pero por otras razones diferentes de las de Ingenieros, pues se oponía a la dirección internacionalista que Juan B. Justo le imponía a esa facción. Imposible seguir aquí en detalle su trayectoria inicial, pero ya en *Las nuevas tendencias literarias* (1908) Ugarte inicia una inusitada recuperación del teatro criollo de los Podestá.

Y de Juan Moreira, pieza escénica y personaje, porque el "culto al valor" puede ser mirado desde varios lugares, y esa apertura es ya superadora del enfoque unidireccional de Ingenieros. Uno de dichos lugares es "el hábito de oponerse a toda organización, a toda autoridad" (Ugarte, 1908: 78-79); o sea, la reivindicación del héroe gaucho como "rebelde primitivo", en términos de Hobsbawm. Los otros resultan más endebles: un "hábito de raza anárquico" y "la evocación más o menos completa de costumbres y personajes del terruño". La posición de Ugarte respecto de la profesionalidad es, comprensiblemente, errática.

En El dolor de escribir (confidencias y recuerdos), de 1932, Ugarte insiste, por un lado, en revalorar los dramones gauchescos, y hasta los compara con el gesto crítico de Florencio Sánchez en M'hijo el dotor; por otro, recuerda al Darío de 1903 cuando enaltece el talento y el afán de gloria, contra los éxitos inmediatos poco duraderos. Sin embargo, le reprocha al editor francés Garnier que explote a muchos escritores malpagando un original o retaceando la liquidación de derechos.

Lo que le dio mayor realce a su figura, no obstante, fue la serie de campañas contra el intervencionismo o el avance norteamericano en América Central y las amenazas futuras para Sudamérica, que inició en 1910, y de la cual quedan testimonios desde *El porvenir de la América Española* (1910) hasta *El destino de un continente* (1923). Sus poemas y sus narraciones, en cambio, no dejaron una huella duradera, salvo contadas excepciones, como la alegoría carnavalesca *El crimen de las máscaras* (1924).

La conjura que derroca a Yrigoyen en 1930 sirve para que un sector de sus partidarios intelectuales comience a reaccionar contra la *doxa* liberal vigente, y que seguía arraigada en el ala alvearista del radicalismo. Los escritos de Manuel Ortiz Pereyra, desde *La Tercera Emancipación*. *Actualidad económica y social de la República Argentina*(1926), inician un cuestionamiento; sobre todo, de los métodos pedagógicos que excluyen la vida —y el periodismo que la consigna, como sea— en el aula.

Su prédica se reconoce en numerosos pasajes del premiado ensayo *El hombre que está solo y espera. Una biblia porteña* (1931), de Raúl Scalabrini Ortiz, para quien "el espíritu de la tierra" ha desembocado en un tipo humano localizable en el cruce de la avenida Corrientes con la calle Esmeralda, en pleno centro ciudadano. Tras esa síntesis, revalida numerosas costumbres y prácticas populares que habían sido ignoradas o vilipendiadas por la intelectualidad argentina anterior.

Hacia el final del segmento histórico revisado, la radiotelefonía planteó nuevos desafíos, pero que no conmovieron la indiferencia intelectual; no, por lo menos, hasta 1933. Una excepción fue el capítulo del filósofo Carlos Astrada, en su libro *El juego existencial* (1933) titulado "Fenomenología de la radio". Merecen citarse por lo menos dos reflexiones del autor al respecto: la primera, el peligro de que su auditorio se convierta en "esclavo del aparato" y haga de la radio su única "fuente informativa y medio de instrucción" (Astrada, 1933: 125); la segunda, que no genere "nuevas formas y géneros de expresión literaria y artística" (Astrada, 1933: 126), sino, en todo caso, sólo una actualización de la retórica oratoria.

A continuación, Astrada habla acerca de la estilización verbal desde los antiguos (sofistas, Platón, Demóstenes, Isócrates); especialmente, en la oratoria política y forense, reemplazada durante la Edad Media por "la prédica religiosa y las disputas teológicas", de lo cual da un salto repentino a la prosa escrita de Mallarmé y de Apollinaire. "En nuestros días, por obra de la radio, tiene lugar una restauración unitaria entre palabra hablada y palabra escrita" (Astrada, 1933: 128); la música de todas las épocas se extiende a nuevos públicos. Cierra su reflexión advirtiendo el peligro de que la técnica abra algunas puertas y cierre otras "si la existencia, también en este caso, se ve fatalmente condenada a ver mecanizado lo que en ella fuera posibilidad viva [...]" (Astrada, 1933: 131).

Sería recomendable un seguimiento de la revista *El alma que canta*, editada por el italiano Vicente Bucchieri desde 1916 para divulgar los mayores éxitos del cancionero popular; en especial, el tanguero.⁴ Además de la promoción de músicos y de cantantes que ocupaban espacios, hacía una entrevista por semana a personas de teatro motivándolas para que trabajaran en la emisora y no vieran en la radiotelefonía una competencia para su profesión. Lo cierto era, según se desprende de algunas entrevistas, que no siempre el pago radiofónico resultaba suficientemente tentador, o bien, que los contratos escénicos les ponían trabas a tales incursiones por el éter.

El afamado actor Enrique Muiño, quien del sainete pasaría al cine sonoro con mucho éxito, fija otra posición que vale ser citada:

Un artista nunca debe pensar en el dinero. ¿Ustedes creen que yo sé cuánto gano en el Buenos Aires? [...]. Ni me importa tampoco. Lo único que me importa es que venga el público y se ría y se emocione, eso sólo me interesa. Pero lo demás, que corra con ello el boletero. Lo mismo que en la radio. Si ellos no ganaran, yo iría gratis. Como ellos ganan más que yo, es justo también que yo cobre (Ferrari, 2012: 316).

⁴ Germán Ferrari trabajó sobre una sección que el matutino *La Nación* dedicaba al medio desde 1925, cuando adquirió radio Sudamérica para darle su nombre, y que posteriormente se transformaría en Radio Mitre (Romano, 2012).

Las vacilaciones señaladas en escritores e intelectuales acerca de su relación con la industria cultural, o acerca de las consecuencias que ese fenómeno tendría sobre el devenir del arte y del pensamiento, demuestra que la explosión de las fronteras alto/bajo surgieron, al menos en algunas regiones de América Latina, como el Río de la Plata, ya hacia fines del siglo XIX y las primeras décadas del XX, y que su mayor conocimiento contribuiría a comprender mejor lo sucedido luego, hacia los años sesenta del siglo XX.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Astrada, C. (1933).

Fenomenología de la radio. En *El juego existencial* (pp. 125-131). Buenos Aires: Babel.

Borges, J. L. (1953).

El Martín Fierro. Buenos Aires: Columba, Colección Esquemas 2.

Bourdieu, P. (2003).

Campo intelectual y proyecto creador. En Campo de poder, campo intelectual.

Buenos Aires: Montressor.

Cúneo, D. (1956).

Juan B. Justo y las luchas sociales en la Argentina. Buenos Aires: Alpe.

Darío, R. (1902).

"Las tortillas de Moloch", en La Nación, 1902, reproducido en Barcia, P. L. (1977).

Los escritos dispersos de Rubén Darío (Recogidos de periódicos de Buenos Aires).

Buenos Aires: Universidad Nacional de La Plata.

Ferrari, G. (2012)

"La radio pensada". En Romano, E. *Intelectuales, escritores e industria cultural en la Argentina 1898-1933* (pp. 305-328). Buenos Aires, La Crujía.

Gálvez, M. (1944).

El mal metafísico. Madrid-Buenos Aires: Espasa-Calpe., Austral 406.

Huyssen, A. (2006).

Después de la Gran División. Modernismo, cultura de masas, posmodernismo.

Buenos Aires: Andrea Hidalgo.

Ingenieros, J. (1910).

La psicología de Juan Moreira. En *Anales de psicología*. *Trabajos del año 1910*.

La Semana Médica. Buenos Aires: Spinell, 1911.

Ingenieros, J. (1913).

Fl hombre mediocre, Buenos Aires: Universo

Ingenieros, J. (1918).

Los tiempos nuevos. Buenos Aires: Universo.

Prieto, A. (1988).

El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna.

Buenos Aires: Sudamericana.

Quesada, E. (1983).

El criollismo en la literatura argentina. En A. V. Rubione, *En torno al criollismo. Textos y polémica* (pp. 103-230). Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.

Ramos Mejía, J. M. (1915)

Las multitudes argentinas. Buenos Aires: La Cultura Argentina. Prólogo de José Ingenieros.

Revista Martín Fierro 1924-1927. (1995)

Edición Facsimilar. Prólogo de Horacio Salas. Buenos Aires: Fondo Nacional de las Artes.

Rivera, J. B. (1996)

Profesionalismo literario y pionerismo en la vida de Horacio Quiroga. En Edición crítica de Jorge Lafforgue y Napoleón Baccino Ponce de León, (Coord.), *Horacio Quiroga. Todos los cuentos.* Madrid, ALLCA-XX/Fondo de Cultura Económica, pp.1255-1273.

Romano, E. (1973).

Apuntes sobre la cultura popular del peronismo. En AAVV *La cultura popular el peronismo*, pp. 9-58. Buenos Aires: Cimarrón.

Romano, E. (1991).

Imágenes de los obreros y marginados en la prensa porteña hacia 1920. *Unidos*, (23), 249-257.

Romano, E. (2004).

Revolución en la lectura, El discurso periodístico-literario de las primeras revistas ilustradas rioplatenses. Buenos Aires: Catálogos-Calafate.

Romano, E. (2012).

Intelectuales, escritores e industria cultural en la Argentina 1898-1933. [En la Segunda parte colaboran Leonor Bassa, Germán Ferrari, Miriam Goldstein y Marcelo Méndez]. Buenos Aires:La Crujía.

Rubione, A. (1983).

En torno al criollismo. Textos y polémica. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.

Saítta, S. (1998).

Regueros de tinta. El diario CRÍTICA en la década de 1920. Buenos Aires: Sudamericana.

Sirinelli, J. F. (2002).

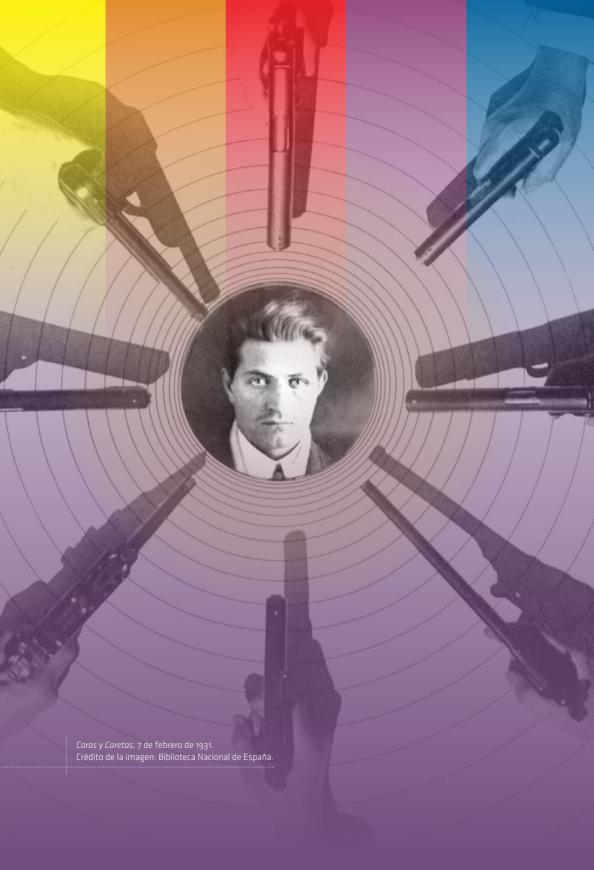
Introduction. L'avènement de la culture monde. En Rioux, J. P. &

Sirinelli, J. F.

La culture de masse en France de la Belle Époque àaujourd'hui (pp. 7-25). Paris: Fayard.

Ugarte, M. (1908).

Una ojeada sobre la literatura hispano-americana. En *Las nuevas tendencias literarias* (pp. 20-35). Valencia: Sempere.



De héroes populares a asesinos. Una mirada sobre el anarquismo a través de la prensa.

ANA LÍA REY
UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Hacia fines del siglo XIX, el anarquismo comenzó a tener visibilidad política en la sociedad argentina. Los grupos ácratas recientemente conformados crearon sociedades de resistencia dedicadas a unir a personas que realizaban la misma actividad económica o se reunían en grupos pequeños con objetivos afines; estos grupos tenían una duración muy limitada y rápidamente se desarticulaban, en tanto que las sociedades de resistencia tuvieron vidas más largas y actividades más concretas. Mucha de estas organizaciones tenían fines culturales —creaban bibliotecas, sacaban diarios de corta vida o impartían educación racionalista— y participaban en los lugares de trabajo en defensa de los intereses laborales. La mayoría de sus militantes eran de origen inmigrante y la sociedad que los recibía mostraba hacia ellos simpatías y adhesiones; quizás, porque las ideas que proclamaban se encontraban entre el romanticismo revolucionario y las tendencias ideológicas que planteaban un nuevo orden social, casi tan nuevo como el capitalismo que reinaba en Argentina.

Hacia fines del siglo XIX e inicios del XX, el Estado nacional no ejerció el monopolio de la violencia sobre los trabajadores anarquistas, ya que los conflictos entre el capital y el trabajo se dirimían entre esas dos esferas. Los anarquistas eran considerados idealistas, y podemos encontrar un ejemplo de tan tranquila relación en un artículo publicado en la revista *Caras y Caretas* (1899) y en el elogioso recibimiento hecho a Pietro Gori —quien llegó exiliado de Italia por causa de su militancia anarquista— y a sus conferencias en la Facultad de Derecho de Buenos Aires, que tuvieron un gran éxito de público.



Cuando la lucha de los trabajadores se profundizó y el ejercicio de la acción directa comenzó a mostrar sus resultados, esa mirada pacífica y curiosa se llenó de otros significados, y "el anarquismo quedó convertido en un problema de orden público que excedía el marco del debate sobre la cuestión social, y en ese contexto se inscribió el proceso de criminalización del anarquismo al que las corrientes positivistas lombrosianas no fueron ajenas" (Zimmerman, 1995: 133). La prensa burguesa fue un escenario donde este giro significativo se percibió porque acompañaba con sus crónicas el recrudecimiento de los conflictos sociales, y allí la figura del anarquista comenzó, rápidamente, a criminalizarse. La prensa reflejaba el discurso dominante, y este se puso de manifiesto frente a las denominadas leves de excepción: la Ley de Residencia (1902) y la de Defensa Social (1910), así como en los atentados perpetrados por los anarquistas individualistas y, posteriormente, el bandolerismo ácrata contra la autoridad. Por otra parte, la prensa, mavoritariamente, comenzó a utilizar categorías comunes en el periodismo europeo desde fines del siglo XIX: la del anarquista delincuente y la del criminal extranjero. Ambas cuestiones cuajaban muy bien en la sociedad argentina de la época, cuando empezaron a ocurrir atentados contra la autoridad, por individuos que en su mayor parte eran extranjeros.

El movimiento anarquista se expresaba a través de sus organizaciones gremiales y de las protestas llevadas adelante, que buscaban mejorar las condiciones de trabajo y adquirir derechos hasta ese momento inexistentes, mientras grupos minoritarios se manifestaban a través de atentados contra la autoridad y la propiedad, en actos que se hacían de manera individual y levantando la bandera de la anarquía social. Frente a estos últimos, el grueso del movimiento —especialmente, después de que triunfó la tendencia organizadora— tomaba cierta distancia de los hechos y justificaba el ejercicio de la violencia frente a las injusticias generalizadas del sistema capitalista y en el accionar brutal de algunos actores vinculados con el Estado.

El objetivo general de este trabajo es analizar tres hechos y su repercusión en la prensa de la época: el atentado que le costó la vida al coronel Ramón Falcón y la reacción estatal a dicho crimen; el asesinato del anarquista Wilckers, conocido como "El Vengador de la Patagonia Trágica", y, finalmente, el fusilamiento de Severino Di Giovanni. Nos proponemos confrontar el tratamiento que recibieron los mencionados hechos en la prensa¹ burguesa y en la prensa anarquista de la época, si bien los registros de esta última son dispersos, pues en los momentos de conflictividad la censura estatal caía inmediatamente sobre ella e impedía su circulación.

Nuestra hipótesis es que a partir de la muerte del jefe de policía Ramón Falcón,² la figura del anarquista se constituyó en un actor con características dispares,

¹ Vamos a tomar para los primeros años del siglo XX la prensa matutina de mayor tirada, y luego, la prensa de corte popular, con la aparición del vespertino *La Razón*,en 1905, y los periódicos similares que circularon posteriormente.

² Coronel Ramón L. Falcón (1855-1909). En 1906 es nombrado jefe de la policía de la Capital Federal y en ese cargo crea la escuela policial que lleva su nombre hasta 2011. Actúa con gran poder represivo, en alzamientos políticos, huelgas y movilizaciones obreras.

donde empezó a predominar la figura del sujeto violento que acabó poniéndose por fuera de la ley, y cuya presencia era necesario erradicar de la sociedad. Sin embargo, la prensa no tuvo un discurso uniforme frente a estos tres hechos, y su posición fue cambiando de acuerdo con la ubicación ideológica y mediática del periódico. Tampoco el anarquismo en esos tres momentos era el mismo, y la protesta social que planteaban a principios de siglo, sobre la base de una militancia que luchaba para obtener mejoras en la calidad de vida de los trabajadores, fue virando hacia un movimiento más atomizado.

Si bien el anarquismo de la época era un movimiento de fuerte raíz cultural que intentaba transmitir su ideario por medio de la prensa y por el accionar de los círculos, la militancia en los lugares de trabajo les permitió organizar la hoja del gremio y, también, formar parte de los comités de huelga; allí construyeron una sólida relación con los trabajadores y se convirtieron en portavoces de las demandas del sector y en impulsores de estas. A medida que el anarquismo fue perdiendo esa fuerte relación con la base de los trabajadores (fundamentalmente, porque estos fueron cooptados por otras organizaciones obreras, como el sindicalismo revolucionario), una parte de la militancia ácrata viró hacia un individualismo extremo y la corriente expropiadora comenzó a ganar terreno confrontando a quienes Osvaldo Bayer llama la "derecha del anarquismo", un sector profundamente crítico del ejercicio continuo de la violencia.

UN ATENTADO RESONANTE

La huelga de 1909, que tuvo lugar en Rosario a comienzos de ese año, puso a los obreros nucleados en la Federación Obrera Regional Argentina (FORA) en estado de movilización. En consecuencia, las manifestaciones del 1 de mayo de ese año, tanto de los anarquistas como de los socialistas, fueron multitudinarias. El coronel Falcón dirigió la represión sobre las filas ácratas, con un saldo de varios muertos. La FORA declaró una huelga general, a la que adhirieron los socialistas (Abad de Santillán, 1971).

La ola de violencia continuó, y tras una semana de huelga el gobierno intentó resolver la situación accediendo a los pedidos obreros; pero el jefe policial continuó en su cargo, y ello generó descontento entre los trabajadores. El 14 de noviembre, el inmigrante ruso Simón Radowitzky perpetró un atentado contra él y su secretario, Juan Lartigau, donde ambos mueren. Por estos hechos, el gobierno decretó el estado de sitio, que era una herramienta muy utilizada para los casos de excepción.

En noviembre de 1909, después del atentado a Falcón, *La Nación*, *La Prensa* y *La Razón* asumieron una postura similar. Frente a los hechos, *La Razón*, diario que decía reflejar las esperanzas populares, se manifiesta de esta manera:

El poder ejecutivo debiera convocar sin demora al cuerpo legislativo nacional para sancionar las modificaciones propuestas por el coronel Falcón, iguales cosas debía hacerse con el proyecto de ley de vagancia, [...] además así la policía podría realizar un saneamiento eficaz y benéfico de nuestro suburbio enrarecido por elementos de desorden y degradación (*La Razón*, 1909).

Prácticamente, no hay diferencias entre el discurso periodístico del diario y el del representante estatal Máximo Portella frente al féretro de Falcón, donde este último afirmaha:

Voy a gritar mi indignación y mi protesta contra la lentitud de nuestro gobierno, lentitud que engendra la crítica antipatriótica de la prensa para esta clase de crímenes, que tolera sus asociaciones, sus reuniones y que cuando después de grandes comprobaciones de peligro, consienten expulsarlos. Aceptan con criminal tolerancia su regreso al país, burlándose de sus autoridades, de sus leyes [...]. Pero hay que perseverar en la represión, en el castigo y en la propaganda sin cobardía (*La Razón*, 1909).

El discurso de *La Razón* se confundía con el del Estado, pero el diario brindaba la información concreta y fehaciente que le permitía al público estar al tanto de los acontecimientos; también asumió, como medio de comunicación, un papel determinante como formador de opinión pública, con miras a ejercer un periodismo que pudiese ayudar a extirpar a los elementos anarquistas de la sociedad:

El desarrollo del terrorismo del que son una demostración concreta los atentados frecuentes que se vienen realizando en esta capital, hace ya necesario que la prensa en general de la República adopte una actitud tendiente a impedir que ella sirva en cierto modo de propaganda a las ideas avanzadas que las inspiran. La crónica noticiosa de los diarios y las revistas abundante en detalles sobre las familias y las personas de los criminales, [...] de cada hecho contribuyen a dar a esos delincuentes una cierta aureola de notoriedad que indudablemente estimulan a los que se sienten inclinados a imitarlos" (La Razón, 1909).

Con estilos diferentes en cuanto a la práctica periodística, los tres diarios antes mencionados tenían un discurso similar frente a los hechos. En tanto se dispuso el estado de sitio, *La Protesta* no salió al día siguiente y sus instalaciones fueron violentadas por la policía. *La Razón* también dio cuenta de los hechos ocurridos contra el diario, y publicaba:

Insistentemente circula esta mañana la noticia de que el diario *La Protesta* ha sido asaltado esta madrugada por un grupo de personas en represalia del atentado de ayer. [...] Las puertas estaban cerradas, logramos entrar sin embargo y una vez allí *pudimos apreciar el cuadro bastante sugestivo* que se presentaba a nuestra vista. Recorrimos rápidamente el local encontrando todo en el mayor desorden, papeles esparcidos por el suelo en informe montón, mesas volcadas, las maquinas rotas o desarmadas y las piezas tiradas sobre el piso [...] (*La Razón*, 1909).³

³ La cursiva es nuestra.

El diario cumple con su propósito de prensa moderna, va al lugar del hecho, informa sobre los trascendidos, pero lo hace adjetivando y sin dar crédito a las voces que dicen que *La Protesta* fue atacada y destruida, si bien tampoco apoya las acciones producidas en su contra.

Frente a esta coyuntura política, disponemos de muy poca información proveniente del anarquismo; la más detallada la brinda la revista *Ideas y Figuras*, ⁴ que publicó un número especial desde Montevideo. Bajo el título "El estado de sitio en Argentina", el director de la revista, Alberto Ghiraldo, hizo cómplice al pueblo de un gobierno tiránico que abusaba de las instituciones a las cuales había jurado defender, y enumeraba las violaciones a la Constitución en las que incurrían las autoridades al declarar el estado de sitio. El primer argumento expresaba lo siguiente:

[...] al decretar el actual estado de sitio ha violado la Constitución que nos rige, desde el momento en que ésta en el art. 23 declara terminantemente "en caso de conmoción" interior o de ataque exterior [...] Ahora bien, la muerte de dos hombres, sean estos cuales fueron, producida por un tercero pudiera muy bien haber simbolizado en síntesis terrible el estado de la conciencia colectiva- no constituye el caso expresamente determinado en el texto intergiversable de la Constitución (Ideas y Figuras, 1910).

Para abrir el debate, la revista convocó a juristas y a políticos que opinaron sobre el tema. Manuel Augusto Montes de Oca, Osvaldo Magnasco, Amancio Alcorta y Bernardo de Irigoyen, entre otros, coincidían en demostrar la aberración de la medida. Estas opiniones, vertidas por actores que intervenían y participaban en el debate con el Estado, introducen una perspectiva inusual en la militancia anarquista. En la agenda del movimiento es difícil pensar una interpelación a este tipo de actores; sin embargo, no es la primera vez que Ghiraldo hace estos procedimientos periodísticos. Tales opiniones le permitieron reposicionar el discurso anarquista frente al gobierno.

Ideas y Figuras introdujo la información detallada sobre los acontecimientos y asumió la crónica periodística de los hechos dándole voz al movimiento, aun acallada la imprenta de su diario más importante. El relato de las denuncias comenzó con el destino incierto de Simón Radowitzky en la justicia argentina, siguió con el asalto a La Protesta, el cierre de escuelas racionalistas, el listado de deportados y los presos. Es notorio cómo en esta coyuntura Ghiraldo pretendió cubrir el bache informativo que dejó el cierre del periódico vocero del ideario ácrata, y también de la revista, que no se podrá publicar durante varios meses.

A fines de enero de 1910, se reabrió *La Protesta*, para continuar como órgano de difusión del movimiento y con el proyecto de profundizar la lucha revolucionaria:

⁴ Ideas y Figuras—Revista semanal de crítica y arte— es una publicación que comienza a salir en mayo de 1909 hasta 1916, bajo la dirección de Alberto Ghiraldo. Durante toda su existencia fue una revista que se presentó como una publicación libertaria donde participaron personajes muy reconocidos del movimiento.

⁵ La cursiva es nuestra.

IDEAS Y FIGURAS

FEDERICO VEGA V VEGA

REVISTA SEMANAL DE CRITICA Y ARTE

ALBERTO GHIRALDO

AÑO I

BUENOS AIRES. 20 DE MAYO DE 1909

NUMERO 2



S. M. el Machete.

-; Anarquismo! Yo les voy á dar anarquismo en Buenos Aires! ; Canejo!

Batalla

DIARIO ANARQUISTA DE LA TARDE

Núm. 44 Año I

Buenos Aires, MARTES 26 de Abril de 1910

Centavos

Oficinas: Córdoba 1137

Haras de oficinas: de 8 à 11 y de 3 à 9

Suscricion: Capital è interior: \$ 1.30

Medio dia

"La Batalla"

A la comuna!

El miedo de los tiranos

De Alberto Ghiraldo

(De su proximo libro Triunfos Nuevos)

al si a competicionale de la computation de penar y fueres; con las esperantes de la gleira en los opos de la gleira.

Términos

Con la pala y la escoba

Una pagina del Dr. Ayarragaray

[...] Los combates desiguales, sostenidos contra los sayones gubernativos, nos habrán ocasionado algunas bajas, raleado nuestras filas, pero que importa otros vendrán a reemplazar a los caídos, a los cansados, a los ausentes y así ir renovando continuamente los combatientes que aportan con su contingente nueva y fecunda savia. La anarquía llegará a imperar sobre la tierra para consuelo de dolientes a pesar de todos los obstáculos que opongan los tiranos (*La Protesta*, 1910).

El promedio de tirada del diario, después de su reapertura, oscilaba alrededor de 15 000 ejemplares (Abad de Santillán, 1971: 57-58), cifra nada despreciable para un diario matutino de sus características. Es evidente que este crecimiento en número de lectores entusiasmó a la dirección de *La Protesta*, e inmediatamente comenzó a anunciar la aparición de *La Batalla*, "diario anarquista de la tarde. Batallero y popular".

En febrero de 1910, *Ideas y Figuras* publicó un número totalmente dedicado a la Ley de Residencia. Dicha ley era una de las obsesiones de Ghiraldo; su militancia en pos de la derogación empezó con su misma promulgación, en 1902. Años más tarde, convocó para que opinen sobre esta a un puñado de intelectuales. Julio Barcos abrió el debate con una respuesta que involucraba la pasividad del pueblo y resaltando el papel central que los inmigrantes habían tenido en la construcción de esta "gran metrópolis"; a Barcos le sorprendía, además, cómo los gobernantes no advirtieron que expulsando a los inmigrantes no se expulsaban las ideas, y que ellas no constituían un peligro:

No, ¡mentira! No hay tal peligro. Es en el vasto escenario de todo el mundo, que los trabajadores se hallan hoy empeñados en la misma contienda contra el capital. Solo a nuestros hombres públicos podría haberlos espantado en la ceguera de su egoísmo, la presencia del magno problema que agita toda la vida social contemporánea (*Ideas y Figuras*, 1910).

Barcos se preguntaba, por otra parte, dónde se producía el atentado a la seguridad: ¿en los obreros que practican su derecho? ¿O en el gobierno que torcía el espíritu de la Constitución? Alfredo Palacios también se incorporó al debate desde una visión eminentemente jurídica, al comparar el comportamiento legal de otros países, como Estados Unidos, con fuertes índices de población inmigrante.

La Ley de Residencia fue cuestionada por sectores del poder legislativo, y durante el debate previo a su promulgación enfrentó una enérgica oposición por parte del diputado Emilio Gouchón, quien manifestó que las huelgas eran un derecho establecido en la Constitución; el diputado Belisario Roldán también votó en contra argumentado que una ley de esa naturaleza solo se podía promulgar después de tener una fuerte legislación obrera. Esa ley violaba la Constitución Nacional en su artículo 18, el cual estipulaba que ningún habitante puede ser condenado sin juicio previo; por lo tanto, dejaba a todos los extranjeros residentes en la Argentina expuestos a los caprichos del poder ejecutivo.

En 1904 se reactivó el debate sobre la inconstitucionalidad de la ley. El legislador Martín Coronado planteaba que la Constitución Nacional se fundaba en la tradición anglosajona, y esta amparaba los derechos y las libertades civiles que eran echados por tierra con la Ley de Residencia, pues el poder ejecutivo se arrogaba el derecho a entrar libremente en el domicilio de un extranjero. La nueva embestida para derogar la ley tenía el respaldo de Belisario Roldan, quien insistía en que estaba dirigida solo contra los anarquistas, y no contra los socialistas que habían sido beneficiados por leves de protección obrera.

Uno de los objetivos principales de la ley no era luchar contra la huelga general, sino frenar el avance del terrorismo, el cual Miguel Cané ya vio como un serio problema en los países industrializados durante sus viajes a Europa. Podemos decir que dos actos terroristas son la antesala de la Ley de Defensa Social: el atentado que le costó la vida al jefe de la policía Ramón Falcón, en 1909, y la bomba en el teatro Colón, en 1910. Al día siguiente de la bomba en el teatro Colón, se reunió el Congreso Nacional, y en una rápida y casi unánime sesión se dio forma a la Ley de Defensa Social, una norma de características sumamente represivas para quienes la violaran por medio de diferentes mecanismos de protesta y de acción directa.

Los festejos del Centenario, organizados desde el gobierno y acompañados por la burguesía decidida a mostrar los resultados gubernamentales y el crecimiento económico, corrían peligro. Se inició una fuerte ola de violencia contra las filas anarquistas. La nueva legislación reforzó la anterior, pues los extranjeros deportados ahora no podían reingresar al país, en tanto para los argentinos se creó una penalización que contemplaba el destierro en la Isla de los Estados, o bien, la pérdida de derechos políticos; además, se establecieron limitaciones a la prensa y a la existencia de las asociaciones anarquistas.

PRESOS ANARQUISTAS

A lo largo de los años posteriores a la sanción de Ley de Defensa Social se produjeron muchas detenciones. Los actos por los que se podía ir a la cárcel eran muchos; el peligro para los anarquistas no era solo la deportación de los extranjeros, sino que se le sumaba el ingreso en el sistema carcelario nacional de los militantes criollos que eran apresados. El nombre impuesto a esta ley reforzaba el concepto de "defensa social" que se manejaba en la sociedad como fundamento y justificación de leyes restrictivas contra el anarquismo y la inmigración indeseable. Estas nociones de la ciencia positivista reemplazaban a las de responsabilidad moral y libre albedrío de la escuela clásica que alentaban los juristas del siglo XIX. La Ley de Defensa Social aumentaba el espectro de la criminalidad y las contravenciones comenzaron a tomar aspectos que no solo involucraban a los inmigrantes anarquistas, pues las causas punibles eran más amplias y delimitadas.

IDEAS Y FIGURAS

PEDERICO VEGA Y VEGA

REVISTA SEMANAL DE CRÍTICA Y ARTE

ALBERTO GHIRALDO

Año II

BUENOS AIRES, 24 DE FEBRERO DE 1910

Número 26

LEY DE RESIDENCIA

ARTÍCULO I°. — El P. E. podrá ordenar la salida del territorio de la nación Argentina á todo extranjero que haya sido condenado ó sea perseguido por los tribunales extranjeros, por crímenes ó delitos de derecho común.

ART. 2°.—El P. E. podrá ordenar la salida de todo extranjero cuya conducta comprometa la seguridad nacional ó perturbe el orden público.

ART. 3°.—El P. E. podrá impedir la entrada al territorio de la república á todos los extranjeros cuyos antecedentes autoricen incluirlos entre aquellos á quienes se refieren los dos artículos anteriores.

ART. 4°. — El extranjero contra quien se haya decretado la expulsión tendrá TRES días para salir del país, pudiendo el P. E., como medida de seguridad pública, ordenar su detención hasta el momento del embarco.

(Congreso Argentino. — Período de 1902).

COMENTARIOS de

Julio R. Barcos. — Alfredo L. Palacios. — Emilio Frugoni. — Edmundo Montagne. — Ruy de Lugo-Viña. — Carlos Rodriguez Larrota. — Alberto Salis. — El gallego X. — El Nacional, de Buenos Alres. — Alberto Ghiraldo.

www.fodoroojonlibortorio.org

Con tales antecedentes, en noviembre de 1913 fue clausurado el diario *La Protesta* por la publicación de un artículo sobre Radowisky. El diario fue allanado por fuerzas policiales y detuvieron al autor del artículo, Teodoro Antilli, y al administrador del diario, Barreda. Lo interesante es que para los diarios burgueses, dichos presos pasaron prácticamente inadvertidos y dejaron pocas huellas en la prensa—apenas una breve mención—, aunque el cierre de *La Protesta* atentaba contra los principios de la libertad de prensa que defendían acaloradamente *La Razón* y *Crítica*.

Por eso nos resulta muy interesante ver cómo la prensa anarquista procesó tal situación, y otra vez la revista *Ideas y Figuras* fue un lugar donde se mostraban los vericuetos legales de estas detenciones y los procesos de acusación que sufrieron los trabajadores de la prensa por violar la Ley de Defensa Social.

Por otra parte, Juan Suriano y Eduardo Zimmermann han trabajado con las llamadas leyes de excepción desde el punto de vista de la reacción del Estado frente a la protesta social, y sobre las ideas que imperaban en la época y circulaban por los ámbitos universitarios y políticos. Sin embargo, ninguno de ellos ha trabajado la situación de los presos sociales que generó la Ley de Defensa Social.

Esta ley produjo a lo largo de sus años de aplicación una importante cantidad de presos libertarios de nacionalidad argentina que colmaron las cárceles,6 además de los extranjeros expulsados que no entraron en esa categoría. Sin duda, la Ley de Defensa Social afectó de forma severa a quienes incurrían en alguno de los delitos por ella penados. Las persecuciones eran comunes para los extranieros, pero ahora los nativos o los nacionalizados también sufrieron sus consecuencias. El anarquismo estaba en la mira del Estado, bien fuera de origen foráneo o criollo. Por eso, la campaña de la revista *Ideas y Figuras* contra la nueva ley se amplió, y no solo intentaba mostrar su inconstitucionalidad con la opinión de letrados reconocidos, sino que apeló a otras estrategias periodísticas y de militancia: por ejemplo, publicó un "Manifiesto de los periodistas Argentinos" (Ideas y Figuras, 1912), firmado por Ghiraldo, Tito Livio Foppa, Eduardo Hebecquer y Juan Luis Ferrarotti, entre otros, y a los pocos números apareció la versión uruguaya del emprendimiento. El manifiesto protestaba contra la Ley de Defensa Social argumentado que impedía el ejercicio armónico de la justicia y promovía la "tiranía de los magistrados sobre el derecho, lo enviste de un poder no de jueces sino de dictadores". Asimismo, el texto registraba la expulsión de dos periodistas que se habían nacionalizado, y a quienes la justicia denegó un pedido de hábeas corpus y los desterró sin mediaciones. El periodismo se había convertido en un oficio peligroso: toda la prensa quedaba en la mira de la Ley de Defensa Social y la libertad de expresión que contemplaba la Constitución estaba en riesgo.

⁶ La condición en la que los presos entran a los penales y la forma como son categorizados para el sistema carcelario, si son considerados delincuentes comunes o si existe una figura jurídica diferente, son preguntas pendientes. Aunque en los últimos años el delito se ha convertido en un gran tema de investigación a partir de los sugerentes trabajos de Lila Caimari, los presos anarquistas todavía están ausentes de las investigaciones.

El 14 de noviembre de 1913, T. Antilli publicó en *La Protesta* un artículo que trajo complicaciones al ejercicio del periodismo; Antilli afirmaba:

[...] Afuera de estos incidentes que devoran tantas vidas- fuera de las masacres como la de 1909 y las vindicaciones como las de Radowisky que son meras incidencias accidentales de la luchas – la idea anarquista sigue su curso y debemos permanecer en la batalla. No triunfó con Radowisky, ni la derrotaron con las masacres, prisiones, deportaciones, etc. [...] El porvenir es nuestro. La violencia es solo este momento (Antilli, 1913).

Por este artículo el diario fue clausurado y Antilli y el administrador Barrera fueron detenidos; el 21 de noviembre de 1913, *Ideas y Figuras* anunció la clausura del diario *La Protesta* e informaba:

[...] Ideas y Figuras haciendo honor a su tradición y a la causa de su libertad humana, cumple pues con este deber, solidarizándose con las nuevas víctimas de la represión y exhortando a los trabajadores a que a toda costa defiendan la libertad de prensa y de opinión que se pretende arrebatarles.

La Protesta debe seguir llevando cotidianamente la luz de sus ideales a todos los hogares proletarios! (*Ideas y Figuras*, 1913a).

El Dr. Vicente Martínez Cuitiño fue nombrado abogado defensor de los periodistas detenidos. Acerca de él decía la revista: "[...] sabrá llevar adelante la causa que bajo el paraguas de la Ley de Defensa Social atenta contra la libertad de pensamiento". En tanto, Ghiraldo se declaraba dispuesto a hacerse cargo nuevamente de la dirección del diario y argumentaba:

[...] Ningún periodista libre, ningún hombre de pensamiento consciente de su responsabilidad puede en el instante actual, cuando el noble ejercicio del cerebro está amenazado por la cárcel o la deportación, permanecer indiferente ante el crimen autorizado, por una ley sin ley, vulneradora de todos los derechos" (*Ideas y Figuras*, 1913b).

La revista se pone a disposición de la propaganda del ideario con todos los elementos que tenía a su alcance para salvaguardar el honor de quienes no se callaron, volvió a convocar a la conciencia popular para luchar contra la vergüenza de la ley.

Ideas y Figuras siguió de cerca el proceso a los periodistas del diario y publicó cartas de los presos que tras la firma aclaraban: "la mano de un hombre sin derechos políticos", porque ese fue el dictamen del juez. Tanto desde La Protesta, nuevamente dirigida por Ghiraldo, como desde Ideas y Figuras, se hizo una campaña contra el proceso a los periodistas, y ambos publicaron la versión completa de la defensa del Dr. Vicente Martínez Cuitiño y la sentencia del juez Serú. La pena fue de tres años para Antilli y absolvieron a Barrera, pero luego esta última sentencia fue revisada y se le dio a Barrera un año y medio de cárcel.

Recurso de inconstitucionalidad ante la Corte Suprema Breve ha de ser este memorial por dos motivos:

En e tancia diente Exemi diente

por c hallar

hono

ciona

doy, e60

Vicente Martínez Cuitiño, abogado defensor de don Teodoro Antilli y de don Apolinario Barrera, en la Exema. Corte Suprema: Teodoro Antilli y de don Apolinario Barrera, en la cause por supuesta infracción a la ley N.º 7029, de acuerdo con el artículo 8.º de la ley 4055, vengo a presentar a V. E. el siguiente

dofensa coneidera, Exema. Corte Suprena, que con la cual se con. de la ley K.º 7029, nor la cual se años de la ley K.º a sufrir la pena de tres años de la cual de sufrir la pena de tres años de la cual de la c la misma ley, por el sufrir la pena

CONTRA LOS ADANCES DE LA TIRANIA Al pueulo y \acute{a} la opinión y \acute{a} las letras y las artes de Europa y América

Los desafueros 4 la Constitución y á los investirlos de un roder no de jueces, since creches del ciudadano que diariamente prede de dictadores, Confiad á un magistrado una dereches del ciudadano que diariamente pregabinete de Policía-nos mueven á lanzar este manifiesto sin ánimo sectario, pero en el que queremos hacer constar nuestra protesta, nuestra más grande protesta ante los hombres civilizudos, las letras, las artes y las ciencias, de Europa y América, por los hechos siguientes:

de cludadano que diariamente pre-senciamos—y muy principalmente los que se refieren al dereche de escribir, proscripto pa-ra los escritores tendenciosos de ideas ó pa-Sociodade y le habréis investido de un poder como el de Augusto, sólo comparable, en los tiempos modernos, al del Comité de la Salud Pública de la revolución francesa y al del Restaurador de las leyes, ¡La razón, el derecho, las formalidades clásicas del proceso, han de palidecer y humillarse á la tierra como ho-jas marchitas, frente á él! Y así tenemos que día á día desar

Ideas y Figuras.

Crédito de la imagen: Federación Libertaria Argentina.

berse inspirado en Dracón y en su célebre respuesta: «Puesto que los delitos menores me han parecido merecedores de la muerte, no he encentrado ya penas más graves para los mayores; por lo tanto he redondeado las leyes aplicando pena de muerte á todo».—; Pena de muerte á todo, ó lo que equivale, bárbaras renas sin relación de corre

la Europa Limpian el país de ellos, pero como lo limpió Rozas de unitarios: expeditivamente, y sin esperar siquiera que se mani-festaran, en forma peligrosa para la paz públi-ca, desordenados ó criminales! Protocontra esta forma de

IDEAS Y FIGURAS

REVISTA SEMANAL DE CRÍTICA Y ARTE

ALBERTO GHIRALDO

ALBERTO GHIRALDO

MONTEVIDEO, 11 DE ENERO DE 1910

Número 23

Año II El estado de sitio en la Argentina



porque no desearia en ninguna manera fatigar la porque no desearia en ninguna manera ravigar na tención de V. E., en primer lugar, y en segundo término, porque las razones de orden jurídico en que he apovada y apovo la tesis de inconstitucionalidad termino, porque las razones de orden jurideo en que he apoyado y apoyo la tesis de inconstitucionalidad de server de la constitución de la constit ano la shoko in tenna de inconnectoral de la defensu

IDEAS Y F

BUENOS AIRES, ENERO 4

LEYES DE RESIDENCIA Y I



En la "Casa Suiza". - Mesa de los or

www.feder



uando son obreros anarquistas.

"Nuestros presos"

caso de Héctor Marino

más apretado por la angustia y una m en los instituidos representantes del

IGURAS

JE DEFENSA SOCIAL

J.º Que de aeuerdo con la ley general de procesionos, venimos en tievapo, legar y forma a pedir la venimos, venimos en tievapo, legar y forma a pedir la venimo de disconsistentes para nuestra, seguidad personas, pues de un licupa a ceta fecha berada personas, pues de un licupa a ceta fecha berada personas, pues de un fegimen de disciplina vejas, de con cety procedimiento se la cultura de la composición de ceta constituir de la artícula en su orrelativo el artícula 243 importante de pede preceptado pede personas en controles en esta pración y el antago esta controles en esta pración y el antago esta controles que nos mantenes que la constituir de la controles que con la la controles que con la controles que per controles que segui el cimentar un por otras que segui el importante de la controles de la con

antidad, que nuestra petición está encundral, que nuestra petición está encundral, s y pura de las realidades, así como se autista de derecho inherente a todo sum, nos bastará, excelentístimo césciono, nos bastará, esta de poder de la veneral de la contra del la contra del la contra del la contra del la contra de la contra del contra de la c

CLAUSURA DE "LA PROTESTA" El personal del diario bajo la ley social

te ha sido elausurado este diario

a Antilii, lo mismo que el au-rivra y los demás que cayeron, o de encontrarse en el local de de encontrarse en er tocar de l'momento del asalto legal, no

momento un asanto tegar, no aguerridos y templados por ucha euotidiana, como deben án torpe de los representana argentina, enemiga juraa argentina, enemiga jura-ninguna otra plutocracia, y y varonil. Por otra par-

ile, con relación a la cie abatir de un solo golpe

tue a un hombre, como , que no comulgan en aderes enriquecidos y ctoral—os bien digno

id> encaramados en

, a la opinión con-ue rindan and

te lin sido elausurado este diario
da vitalidad no pudo ser extinno diae do máe dura ronzesión

dición y a la canza de la libertad h
emmle. nues can este dieber, salidario dición y a la cansa de la libertad h cumple, pues con este deber, solidario con las mievas víctimas de la repro-exhortando alos trabajadores a que a costa defiendan la libertad de prensa y d min que sa prestenda a rechatarlos.

costa denendan la illeritad de prensa y ul nión que se pretende arrebatarles. ¡La Protesta debe seguir llevando cuot La Protesta depe seguir nevando cuon namente la luz de sus ideales a todos los ti

Nota.—El comité de La Protesta pide a la corresponsales y suscriptores, que por cau del securido de libros y demás efectos. no por JDEAS Y FIGURAS de lo ocurrido y más con comunicación, que tomen nota como esten seguras de lo ocurrido y más de la comunicación y más de la por IDEAS Y FIGURAS de lo centrido Y. más. que esfen seguros de que el diario resparecerí.

El proceso a que nos - a

AÑO V

Buenos Aires, Marzo 31 de 1914

Núm. 107

IDEAS Y FIGURAS OFICINAS: VICTORIA, 1287

REVISTA SEMANAL DE CRÍTICA Y ARTE

ALBERTO GHIRALDO DIRECTOR

Actualidad anarquista

Alberto Ghiraldo y las leyes de excepción

MIS «CUATRO» PALABRAS

momentos de prueba ca la vida de los hombres; eto se levantan ante uno con v silencio,

coherencia; luchaban, rugian, clamaban... el amago de la espectación sacudía las cabezas, y en el des-concierto de la bora, frente a soles descoloridos vicios, frente a moles de tirania, rodeados de esta vicios, frente a moles de tirania, rodeados de esta legamos a con-

IDEAS V FIGURA OTICINAS: CUYO SURI REVISTA SEMANAL DE CRITICA Y ARTE ALBERTO GHI

BUENOS AIRES, 1º DE MAYO DE 1911

LA ARGENTINA. BALANCE SOCIAL DE UN PUEB



adores. - Alberto Ghiraldo leyendo su discurso



La revista intentó explicar que la detención estaba fuera de la ley, que se debió a la publicación de un artículo informativo sobre Radowisky, y a partir del cual fue asaltado el diario. Las acusaciones del fiscal remitían a que los acusados desobedecieron disposiciones de la ley 7029, de Defensa Civil; por lo tanto, el fiscal pedía penas diferenciadas y les quitó a los acusados sus derechos de ciudadanía. La defensa acudió a la inconstitucionalidad de la Ley. Seguramente a raíz de dichas observaciones, *Ideas y Figuras*, al poco tiempo, le dedicó un número completo a la mencionada ley.

Podemos decir que el diario y la revista marchaban juntos en las campañas para derogar la Ley de Defensa: la publicación de las repercusiones sobre la clausura del diario y el tipo de artículos que publicaban eran similares. Pocos medios gráficos se hicieron eco de la lucha que estaban llevando adelante esos trabajadores de la prensa; solo el diario *Crítica* levantó su voz:

[...] Nosotros protestamos, no contra el cierre de la "Hoja heroica", sino contra las atribuciones del señor Udabe, al constituirse en el único juez del periodismo nacional y protestamos porque, consecuentemente con aquel refrán que dice "cuando las barbas del vecino veas afeitar..."; porque cualquier día, un articulito de nuestra colaboradora, la señorita Fantasía, se le antoja al señor Udabe, de sabor ácrata, y nos aplica la ley que en estos momentos está padeciendo los redactores de *La Protesta* Juez y Censor, lo aplaudimos y veneramos! (*La Protesta*, 1913).⁷

Para Natalio Botana, ni el anarquismo ni sus luchas eran desconocidos: muchos de sus amigos periodistas eran anarquistas, su futura esposa, Salvadora Medina Onrubia, por entonces participaba en la campaña a favor de derogar las leyes de excepción, era periodista y escritora, y desde comienzos de 1914, redactora del diario *La Protesta*. Es en ese ámbito donde Botana conoció a Salvadora durante 1915 (Botana, 1985: 30-31).8

Tras un enfrentamiento con otros miembros del movimiento, Ghiraldo abandonó la dirección del diario *La Protesta*; esto le dio vía libre para seguir la campaña contra la Ley de Defensa Social en la revista *Ideas y Figuras* (1914) y publicó una conferencia de Delio Morales en defensa de los valores periodísticos de Ghiraldo y de las presiones que el movimiento anarquista les oponía a quienes libraban batallas contra la tiranía del Estado.⁹

⁷ Artículo del diario Crítica publicado en La Protesta, "Repercusiones", el 25 de noviembre de 1913.

⁸ Según relata su hijo, "A principios de 1915, ya en pleno auge de Crítica, Natalio Botana conoció a Salvadora. Se la presentó el doctor Juan Carulla y Claudio Martínez Payva, ambos entonces anarquistas. Salvadora, de 22 años, era bellísima, muy blanca y pelirroja. Era anarquista activa. [...]. Natalio se enamoró de ella con sus inéditos poemas, con la obra de teatro y un hijo natural en brazos".

g Morales afirma que los intereses individuales de los anarquistas conforman un interés asociativo de carácter comercial, y que la labor de la propaganda debe ofrecerse a los más competentes para realizarla, lo cual choca a menudo con las opiniones individuales que la ideología anarquista conlleva. Ante este pragmático criterio, Morales defiende la dirección de Ghiraldo, pues dado el lugar que él ocupa en la sociedad y en el mundo del periodismo, ayudará a que no pueda si el "Estado tirano" atenta contra el diario, atenta contra el director y los demás diarios, y no pocos periodistas harán oír su voz.

Una vez terminado el episodio, la revista *Ideas y Figuras* comenzó a publicar, casi sistemáticamente, la voz de los presos; el camino elegido fue hacer conocer el destino y la vida de los cautivos, a partir de pequeñas biografías y del relato de las acusaciones que habían recibido como infractores de la Ley de Defensa Social. Estas breves historias de vida se iniciaban narrando el motivo de la detención policial; siempre, como resultado de una huelga, o, simplemente, por la persecución como militantes. Las historias daban a conocer las pesadillas que vivían estos obreros, que eran acusados y sentenciados, y en la cárcel eran sometidos a tormentos como la escasez de alimento, la falta de sueño, el trabajo excesivo y la angustia de pensar en la familia y los hijos expuestos a la pobreza y el desamparo (*Ideas y Figuras*, 1915). 10

También *Ideas y Figuras* publicó notas sobre la plusvalía apropiada por el sistema carcelario gracias al trabajo de los presos. Con datos estadísticos y experiencias aportadas por los propios detenidos, la revista se puso al frente de un tema que era prácticamente ignorado por la prensa burguesa. La campaña se constituyó, para la revista, en un modelo del accionar comprometido, y también puso sobre la mesa del debate anarquista el peso de la moral y la conciencia ideológica, mientras en la prensa burguesa no hay alusión a los detenidos por contravenir la Ley, ni tampoco a los castigos recibidos. En los diarios, los artículos sobre presos se remitían a los esfuerzos hechos por el Estado para mejorar la vida en las cárceles.

CRÍTICA Y LA VOZ DEL PUEBLO

Como afirma Sylvia Saítta, "el asesinato del anarquista Kurt Wilckens en junio de 1923 sirvió de marco para que el diario explicitara – ya no discursivamente, sino con una práctica periodística concreta – los antecedentes de su configuración como diario popular", y le permitió a *Crítica* replantear su pacto de lectura con el público. El hecho se profundiza con una fuerte toma de posición frente a opinión pública, con actos periodísticos y con querellas judiciales; esta toma de posición se traduce en un atentado contra el local del diario y la detención de integrantes del *staff*; pero también gracias a esta toma de posición, *Crítica* logra configurar su nueva imagen y constituirse en la "voz del pueblo" (Saítta, 1998).

Desde tiempo antes, el diario mostró un particular interés por la masacre de la Patagonia, e informaba en la sección "Mundo Obrero" sobre la represión y la

¹⁰ La revista publica las biografías de los presos: Juan Amadeo Peri, Vicente Mari, Emilio López Arango; Francisco Esquisuain, Domingo Sánchez y Vital Merlo, Paulino Vicente, José Sánchez; Andrés Uboldi, José Parducci.

¹¹ La sección "Mundo Obrero" ayuda a redefinir el perfil del lector al que *Crítica* pretende interpelar. Esta sección, destinada a un sector específico, responde al hecho de que la problemática obrera tras los trágicos acontecimientos de 1919 se ha recrudecido: ese año se producen más de 200 huelgas, que son reprimidas por las fuerzas policiales y, también, por organismos parapoliciales como la Liga Patriótica. La sección también atiende la situación de los presos por cuestiones sociales: publica cartas desde la cárcel y notas escritas a los condenados. La sección, inicialmente a cargo de Antonio Zamora, ocupa una página del diario y da cuenta de conflictos obreros locales o artículos sobre la Revolución Rusa, etc.

insostenible situación de los trabajadores en la región. Informaba sobre las huelgas, las persecuciones y el modo de actuar del ejército conducido por Varela, casi al mismo tiempo que los diarios anarquistas y socialistas; claro que el interés de Botana estuvo en mostrar las contradicciones políticas de Irigoyen y los abusos cometidos por ese gobierno.

Frente a tal coyuntura, la posición de la prensa estaba dividida entre los diarios La Nación, La Prensa y La Razón, que defendían la misión de Varela poniéndose del lado del Gobierno Nacional y amparando el accionar de Irigoyen; esto no significaba que los tres diarios participaran del radicalismo yrigoyenista: los intereses, seguramente, eran variados y respondían a sectores bien diferenciados, como, por ejemplo, el ejército. En el debate periodístico, *Crítica* no se posicionaba junto a ellos, sino a las publicaciones socialistas y anarquistas, y no por participar de dichas visiones políticas, sino por su carácter antiyrigoyenista.

Las noticias que llegaban del sur eran escandalosas: cada barco que arribaba desde la Patagonia ampliaba las novedades sobre el accionar del coronel Varela y sus hombres; se destaca al respecto un debate periodístico entre los medios que defendían al ejército y los que denunciaban sus atropellos (Bayer, 1985).

El 25 de enero de 1923, *Crítico* publicó la noticia del asesinato del teniente coronel Varela a manos de un "revolucionario" ruso, y reconstruyó el interrogatorio en la comisaría donde estaba el detenido. Unos días más tarde, cuando se levantó la incomunicación, el diario le hizo al hombre un breve reportaje en la Penitenciaría Nacional donde estaba recluido. Es interesante ver el deslizamiento hecho por el diario hacia la caracterización de Kurt Gustav Wilckens, nombre del condenado, como un héroe idealista y justiciero que no traicionaba los postulados de su ideología: hacer justicia cuando un obrero sufría una injusticia. El retrato de Wilckens ganaba en valentía, y a través de las páginas del diario se reafirmaba su imagen de héroe popular, de "cristo plebeyo". Como contrapartida, el resto de la prensa lo caracterizaba como un obrero y acompañaba en sus análisis la hipótesis de la criminalización y el complot llevado adelante.

El 5 de junio de 1923, Wilckens fue asesinado en la cárcel por un miembro de la Liga Patriótica, y otra vez el periodismo confrontaba: mientras *Crítica* denunció el brutal asesinato, los otros diarios masivos encontraron como justificación del hecho que el agresor vengó la muerte de Varela. El asesinato mostraba, otra vez, las diferentes opiniones de la prensa; sobre el caso, *Crítica* decía: "Somos la voz del ambiente, la expresión más fiel del sentimiento popular. Hemos estado y estaremos siempre junto al pueblo que es el más sólido fundamento de la sociedad argentina" (Saítta, 1998).

Su intervención es la demostración de que el diario representaba la voz del pueblo, y de que el perfil de diario popular que venía construyendo desde hacía unos meses se consolidaba con la defensa del militante ácrata. Sin embargo, vale la pena advertir que casi no había diferencias entre dichos argumentos periodísticos y los esgrimidos por el diario *La Razón* tras el atentado a Falcón. Por entonces, ellos eran

año 5 | n° 4 | 2015/16

la expresión del sentimiento popular; por ello, en esa oportunidad la principal disputa periodística se dio entre estos dos diarios, que se presentaban como populares y satisfacían a un público lector ávido de verdad.

El "caso Wilckens" se cerró con la posición del diario defendiendo al justiciero y haciendo uso de una frase de Martín Fierro: "con toda la voz que tiene" tomó la palabra del pueblo en defensa de la justicia y la verdad.

El posicionamiento de *Crítica* a favor de Wilckens tenía dos objetivos: mostrarse, como lo hizo desde su creación, en clara oposición al gobierno de Irigoyen y a todos sus actos, y quitarle el lugar de la voz del pueblo que hasta entonces se había arrogado el diario *La Razón* desde su creación en 1905.

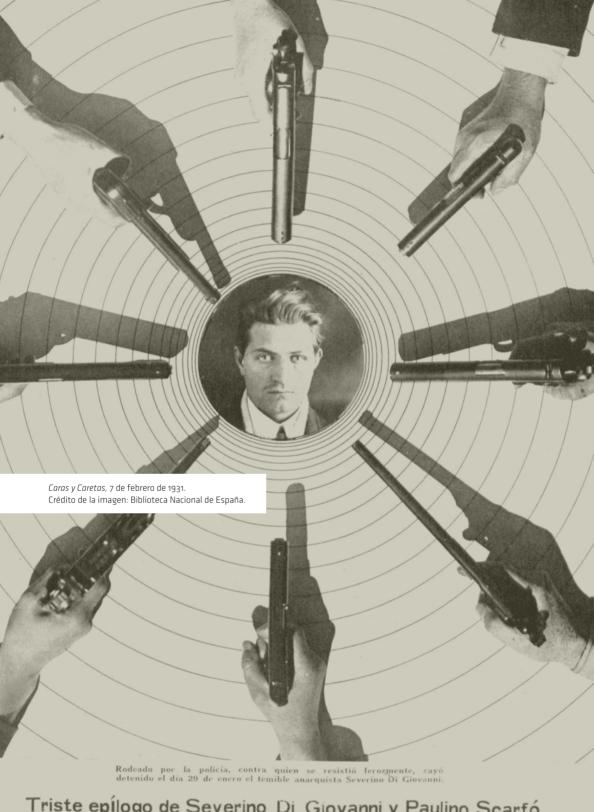
SEVERINO DI GIOVANNI

El 1 de febrero de 1931 fusilaron a Severino Di Giovanni, un acontecimiento que no pasó inadvertido en la prensa periódica. Desde su arribo a Buenos Aires, en 1923, proveniente de su Italia natal, Di Giovanni se convirtió en una figura muy controvertida dentro y fuera del anarquismo. Se opuso a la corriente organizadora mayoritaria en el diario *La Protesta* y fue un activista del sector individualista; creía en los derechos del oprimido y en matar al opresor, y fue un propagandista de tal ideario a través de sus periódicos, como *Culmine*, y de otras publicaciones (Bayer, 1998). Esta fuerza individualista lo llevó a tener distintas asociaciones que llevaron a cabo acciones con las que tuvo en jaque a la policía: una de sus primeras manifestaciones de violencia fue la bomba al City Bank, como respuesta a la ejecución de Sacco y Vanzetti.

Diego Abad de Santillán lo acusaba de promover los brotes violentos dentro del movimiento, como lo plantea en el diario *La Protesta*:

En nombre del anarquismo hay una plaga de vividores que viven al margen del trabajo y confunden nuestra tesis revolucionaria de expropiación social con una vulgar apropiación individual. Hemos de tolerar y defender a vulgares delincuentes que se dicen anarquistas. Es preciso extirpar el cáncer del vandalismo del seno del movimiento. Para eso no hace falta más que una cosa: negar toda solidaridad a los que caen presos por esas causas (De la Rosa, 2004).

La acusación de Abad de Santillán fue la expresión de los militantes nucleados en torno a *La Protesta* (o sea, críticos de las acciones violentas que llevaban adelante grupos ligados a *La Antorcha*) y puso de manifiesto los conflictos internos del movimiento



Triste epílogo de Severino Di Giovanni y Paulino Scarfó, famosos cabecillas de una banda de delincuentes, los cuales, después de aterrorizar con sus hazañas a la

¿Cómo el anarquismo llegó a tal enfrentamiento interno? Hay que buscar los antecedentes de ello en los atentados que comenzaron a producirse en 1927, tras la ejecución de Sacco y Vanzetti, cuando el anarquismo cerró el ciclo de movilización popular y aparecieron las dificultades para interpelar al movimiento obrero, por entonces más proclive a la negociación que abrió el gobierno. Como afirma Luciana Anapios:

En este contexto los atentados y robos que se sucedieron entre fines de 1927 y fines de 1929 se alejaron de la protesta popular y en ese proceso derivaron hacia la alienación y degradación progresivas. Para el sector ortodoxo del anarquismo y la prensa comercial prefiguraron más claramente la figura del "terrorista anarquista (Anapios, 2012).

La prensa burguesa comenzó a dar cuenta de atentados en diferentes lugares de la ciudad, perpetrados con bombas caseras. Algunos no lograban su objetivo, y los artefactos cobraban víctimas inocentes al estallar. Para continuar con su campaña antiyrigoyenista, *Crítica* publicó en grandes letras de molde: "Las bombas fueron ordenadas desde Montevideo por Peludistas. Se ha comprobado la intervención del Ex Ministro Oyhanarte, del director de "La Unión" Gutiérrez Diez, del ex Diputado Zerillo, García Thomas y otros" (*Crítica*, 1931). Tal acusación del diario de Botana cobró relevancia porque en el pasado reciente el radicalismo había hecho uso de la violencia para imponer cambios en la política.

Los blancos de los atentados fueron variados: bancos, el consulado de Italia, recaudaciones de instituciones, etc. Lo interesante no fue solo cómo titulaba la prensa comercial, sino el lenguaje que utilizaba: a los grandes titulares y a las letras de molde se sumaba una descripción cargada de adjetivos: "un estampido realmente ensordecedor, espantoso que aturdió al público y a los empleados", "un relámpago súbito y deslumbrante", "un reguero de fuego y humo que regó el piso". Podríamos afirmar que el periodismo había construido una mirada cercana a la guerra. Se había instalado en la prensa local la idea del "atentado terrorista" como una nueva modalidad de la propaganda por el hecho.

Los atentados tenían en jaque a la policía, y la policía, a los anarquistas; hubo represiones y persecuciones que fueron denunciadas por el diario *Crítica* como excesos de la autoridad policial. Dentro de ese marco, el gobierno organizó un grupo de investigación encabezado por el ministro del Interior, y que desbarató la banda que tenía a mal traer a la policía: se trataba de "la banda de anarquistas", llamada también la "banda siniestra" por el diario *La Nación*. Los principales detenidos fueron Severino Di Giovanni y Paulino Scarfo, en tanto que otros integrantes se hallaban prófugos, pero fueron capturados muy poco después. La detención produjo un gran escándalo mediático, y los diarios publicaban las fotos de prontuarios de los detenidos y de los prófugos.

Ninguno de los medios consultados presentó a Di Giovanni ni al grupo de anarquistas que lo seguía como "anarquistas expropiadores" que buscaban justicia por mano propia; tampoco se informaba nada sobre el movimiento anarquista en ese

momento: todos los medios se refieren a ellos como "Di Giovanni y sus secuaces", "la banda de Di Giovanni" y otros calificativos de la delincuencia común. Además, se borraron las huellas de los motivos por los que este grupo decidió comenzar los atentados (Bayer, 1998).

Con el estilo que caracterizaba a cada uno de los diarios de la época, la noticia tomó estado público y "la historia" de Di Giovanni ganó los titulares. *La Nación* (1931) le prestó especial atención a la confesión de Di Giovanni a la policía y se hizo eco de todos los actos de los que Di Giovanni se hizo responsable, 12 y, por supuesto, connotó la historia del amor con la casi adolescente América Scarfo, pero también, el momento en que su esposa "legítima" lo visitó en compañía de alguno de sus hijos. Las horas previas del reo antes de la muerte, sus últimas visitas, sus pedidos durante la "capilla", la asistencia médica para aplacar los dolores de las heridas producidas durante su detención, la resistencia a la asistencia religiosa, los últimos segundos y el momento en que se escuchan los disparos del pelotón de fusilamiento.

Los diarios siguieron el minuto a minuto la ejecución, y las páginas eran ilustradas con fotos de la comitiva religiosa que intentó confesar a Di Giovanni o del grupo investigador encabezado por el ministro del Interior; las estrategias periodísticas fueron variadas: desde la utilización de imágenes fotográficas de los detenidos y sus familiares hasta las escenas dibujadas de la captura en Burzaco de *Il Mattino D'Italia* o el folletín que este mismo diario publicó una vez ejecutado el preso, titulado *La vita di Severino Di Giovanni* y los recursos fotográficos y escenográficos de *Caras y Caretas*, tan utilizados para narrar en imágenes los delitos.

Los recursos periodísticos fueron muchos y desapareció la vinculación con la actividad anarquista de Di Giovanni que dio origen a su actividad violenta; ningún diario hacía referencia al momento de tensión que atravesaba el movimiento ni a que la acción directa encarada por Severino enfrentaba las tendencias internas. Solo cuando reproducían su confesión aparecieron las huellas del anarquismo en su expresión violenta: atentados durante el juicio a Sacco y Vanzetti, el asesinato de López Arango y de otras personas a quienes Severino consideraba sus enemigas... pero aun así, esas marcas quedan desdibujadas tras la noticia policial.

Muchos querían ver la muerte de Severino y concurrieron a las inmediaciones de la Penitenciaria Nacional esperando poder entrar, pero en la madrugada del 1 de febrero se conformaron con escuchar los disparos del pelotón, y no sabemos nada más de ellos.

¹² Severino confesó ser el responsable de las bombas puestas en mayo de 1928 en el Consulado de Italia y en la farmacia Mastronardi, el City Bank y el Banco de Boston; muchas de ellas, durante el proceso de Sacco y Vanzetti, y en muchos casos, con Paulino y Alejandro Scarfo. También declara haber matado a López Arango, a quien le había anunciado la muerte un mes atrás, así como a un socialista en Montevideo y a Julio Montagna, por delator. Asimismo, aceptó ser el autor del robo a la comisión pagadora de Obras Sanitarias y de las Estaciones Ventral y Flores-Palermo (*La Nación*, 1931).

¹³ *Il Mattino de Italia* comenzó a publicarse en 1930; en un principio, como un diario que no tenía intereses políticos, aunque rápidamente pasó a ser el vocero de la italianidad en Argentina.



La recia figura de Di Giovanni, el cual muestra las repas desgarradas, por haberes resistido a comparecer con las esposas puestas ante el tribunal que lo condenó.



Caras y Caretas, 7 de febrero de 1931. Crédito de la imagen: Biblioteca Nacional de España.



S cartó—cuya extrema delgadez contrasta con el vigor de Di Giovanni—es conducido a su celda después de haberle sentenciado el tribunal a la última pena.

Los dos criminales ya sentenciados a muerte

D' vigorosa contextura. Di Giovanni: magro, Scarfo. Ambos impresionaron por su altaneria. Convencidos de la grayedad de sus delitos comparecieron aute el tribunal declarando con todo cinismo, sabedores de lo que les aguardaba,



Tte, Lavori. Tte, Franco, Defensores de Scarfó y Di Giovanni, respectivamente.

y revelando datos preciosos relativos a su actuación eriminal. Escucharon sin inmutarse la sentencia de muerte y, más tarde, negáronse a aceptar la ayuda espiritual que les ofrecieran repetidas veces los sacerdotes cristianos.

Los últimos momentos de los condenados a muerte



Caras y Caretas, 7 de febrero de 1931. Crédito de la imagen: Biblioteca Nacional de España.



A mérica Scarfó, hermana de Paulino y concubina de Di Giovanni, llega en compañía de la hija mayor del último a la Penitenciaria, a visitar por última vez a su compañero de tristes andanzas. La entrevista se caracterizó por la presencia de ánimo de ambos y en modo especial por la de Antérica, que siempre participó en los planes delictuosos de su amante y de la banda.



Periodistas contemplando la escena desarrollada en la sala del juicio, en el momento en que el secretario del tribunal comunica a Scarfó que entra en capilla.



F rente a la puerte interna de la Penitenciaría: el público, que no tuvo acceso, escucha con religioso silencio el eco de la descarga que terminó con la vida de Di Giovanni.

M aría Teresa Santini, la legitima esposa de Di Giovanni, acompañada de sus tres hijos, después de visitar al marido, que la había abandonado hace tres años, y el cual, al encontrarse de nuevo ante su compañera legal y sus hijos, estalló en sollozos, abrazando a todos, como si en ese momento su conciencia le hiciera comprender la gravedad de sus crimenes, que ocasionaron el desamparo de los suyos.

La imagen nos acerca a la muerte de Severino. Periodistas, funcionarios y militares, invitados especiales por las autoridades del penal, estaban mirando a la cámara, posando mientras pasaba al reo. Esperando ser capturados por el fogonazo de la máquina fotográfica, allí también estaban quienes querían verlo, quienes querían salir en la foto, quienes sonreían: "Todos vamos en busca de Severino Di Giovanni para verlo morir", decía Roberto Arlt (Arlt, 1931).

Di Giovanni, esposado, era conducido a su momento final, miraba esta parte del mundo por última vez; su mirada era torva, lo esperaba el patíbulo. Arlt fue el periodista que prestó atención a la muerte de un hombre, fue el que no miró a la cámara mientras pasaba el reo, no posaba ante la escena iluminada; seguramente, pensaba en el hombre y en el horror de la muerte, y escribió:

> Las balas han escrito la última palabra en el cuerpo del reo. El rostro permanece sereno. Pálido. Los ojos entreabiertos. Un herrero martillea a los pies del cadáver: Quita los remaches del grillete y de la barra de hierro. Un médico lo observa: Certifica que el condenado ha muerto. Un señor que ha venido de frac y con zapatos de baile, se retira con la galera en la coronilla. Parece que saliera del cabaret. Otro dice una mala palabra.

> Veo cuatro muchachos pálidos como muertos y desfigurados que se muerden los labios, son: Gauna de La Razón, Álvarez, del Ultima Hora, Enrique González Tuñón, de Crítica, y Gómez, de El Mundo. Yo estoy como borracho. Pienso en los que se reían. Pienso que a la entrada de la Penitenciaria debería ponerse un cartel que rezara:

- Está prohibido reírse
- Está prohibido concurrir con zapatos de baile.



A MODO DE CONCLUSIÓN

En este breve recorrido sobre tres acontecimientos producidos por anarquistas, vemos cómo la prensa reaccionó de modo diferente ante los hechos. Pudimos reconstruir la opinión de una constelación de medios de la época, y muchos periódicos (especialmente, los anarquistas) no pudieron ser consultados, por estar suspendidos debido a la vigencia del estado de sitio o por otras circunstancias. Otros diarios, los de circulación masiva, también, muchas veces, escaparon de nuestra mirada porque se encuentran fuera de circulación debido a las malas condiciones del material.

No obstante ello, podemos ver dos reacciones de la prensa anarquista frente a actos de violencia, los cuales respondían a un momento de expansión y consolidación del anarquismo y de la prensa como herramienta de propaganda, donde la violencia eran actos aislados que el diario comprendía como una respuesta a la injusticia social, aunque no tomaba abiertamente partido por su ejercicio. En contrapartida, durante el decenio de 1930 la prensa anarquista dirimió lógicas de acción directa que se daban dentro del movimiento, y allí hay dos grupos antagónicos enfrentados. La prensa anarquista de principios de siglo se mostró como interlocutora de los trabajadores y la violencia no era la manera de comunicarse con ellos, mientras que tras el asesinato de Sacco y Vanzetti se produjeron las últimas movilizaciones populares; en ese momento el anarquismo mostraba cierta imposibilidad para convertirse en la voz de los trabajadores. Dentro de ese marco, la salida por la violencia -una metodología antigua en el plano internacional v poco practicada en el plano local-se volvió moneda corriente. El grupo liderado por Severino Di Giovanni se convirtió en la voz y la acción del anarquismo expropiador que convivía con otro grupo, el cual se expresaba en las páginas de La Protesta, y que no justificaba la violencia y se enfrentaba decididamente a ella, pues sostenía que esa forma de proceder los alejaba de los sectores que querían representar.

Es importante tener en cuenta que durante el periodo de entreguerras la prensa ácrata ya no funcionaba como un laboratorio para las aspiraciones literarias y periodísticas de muchos jóvenes, y el anarquismo dejó de ofrecer un lugar vacante para los intelectuales desde donde promovían sus obras y sus ideas. Otras ideologías y otros medios los estaban captando. A nuestro juicio, ello generó una intensa lucha por los pocos espacios de propaganda y una caída en el número de promotores culturales tal como habían participado en la prensa a principios del siglo XX.

En tanto que la prensa comercial mostraba algunas diferencias (no tanto en los usos de la noticia ni en la forma de atraer lectores, sino, justamente, en la caracterización de los actores), en tal sentido, vemos cómo el atentado fue utilizado por el diario *Crítica*, por ejemplo, como una estrategia para fortalecer el pacto de lectura popular.

En el tránsito del anarquista que hace justicia por mano propia al terrorismo anarquista, que terminó homologado a una banda de delincuentes, y a sus secuaces;

la prensa comercial montó varias estrategias vinculadas al mercado periodístico y, también, a la política. El mercado periodístico no hizo más que utilizar recursos gráficos y narraciones espectaculares para atraer lectores. Pero cuando el grupo anarquista tenía en jaque a la policía, y poco antes de ser detenidos los principales responsables, el diario *Crítica* consideraba que algunos de los acontecimientos eran obra de grupos yrigoyenistas; el diario seguía su combate contra Yrigoyen, el presidente depuesto por un golpe de Estado, poco tiempo antes, y para el cual *Crítica* había colaborado activamente.

La cobertura del fusilamiento de Di Giovanni no hizo sino mostrar la faceta que al gobierno más le interesaba: restablecer el orden y aplicar la pena máxima; los atentados se vaciaron de contenidos ideológicos —dejaron de ser perpetrados por "anarquistas" o "antifascistas"—y se los puso bajo la órbita de los delitos comunes. De esa manera, el gobierno pretendía mostrar firmeza, gran movimiento de fuerzas policiales y eficiencia en las decisiones.



Fuente de la imagen: http://www.estelnegre.org/anarcoefemerides/0102.html

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abad de Santillán, D. (1971).

La FORA: ideología y trayectoria. Buenos Aires: Proyección.

Anapios, L. (2012).

El movimiento anarquista en Buenos Aires durante el período de entreguerras. (Tesis de Doctorado, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires).

Bayer, O. (1985).

La Patagonia rebelde. Buenos Aires: Hyspamérica.

____(1998).

Severino Di Giovanni. El idealista de la violencia. Buenos Aires: Planeta.

Botana, H. (1985).

Memorias. Tras los dientes del perro. Buenos Aires: Peña Lillo editores.

De la Rosa, M. F. (2004).

Diego Abad de Santillán y el anarquismo argentino 1897-1930.

(Tesis de Maestría, Universidad Torcuato Di Tella, Buenos Aires).

Saítta, S. (1998).

Requeros de tinta. El diario Crítica en la década del 20. Buenos Aires: Sudamericana.

Zimmermann, E. (1995).

Los liberales reformistas. La cuestión social en la argentina 1890-1916. Buenos Aires: Sudamericana.

ARTICULOS PERIODÍSTICOS

Antilli, T. (14 noviembre 1913). Radowisky. *La Protesta*.

Arlt, R. (2 febrero 1931).

"He visto morir". El Mundo.

DIARIOS Y REVISTAS

Crítica. (29 enero 1931).

Caras y Caretas, No. 84. (1899).

Ideas y Figuras. (23 noviembre 1910).

Frente a Frente.

Ideas y Figuras, No. 24. (26 de enero de 1910).

Ideas y Figuras, No. 74. (25 de junio de 1912).

Ideas y Figuras, No. 100. (21 de noviembre de 1913a).

Ideas y Figuras, No. 101. (9 de diciembre de 1913b).

Ideas y Figuras. (1914).

"Actualidad anarquista. Alberto Ghiraldo y las Leyes de excepción".

Ideas y Figuras, No. 123. (16 de marzo de 1915).

La Nación. (1 febrero 1931).

La Protesta. (16 de enero de 1910).

La Protesta. (25 noviembre 1913). Repercusiones.

La Razón. (15 noviembre 1909). Atentado al Coronel Falcón.

HISTORIA DE LOS MEDIOS EN AMÉRICA LATINA



| laradio y la puesta en escena de lo popular |



- EDUARDO **GUTIÉRREZ** (PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA DE BOGOTÁ, COLOMBIA) En busca del pueblo. Popular culto y masivo, luchas de sentido en la radio colombiana a finales de los años 40.
- ANDREA MATALLANA
 (UNIVERSIDAD DI TELLA, ARGENTINA)

 Entre fonógrafos y radios: difusión del tango
 en las arimeras décadas del sialo XX.
- SYLVIA **SAÍTTA**(UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES, ARGENTINA)

 Policías y ladrones en los comienzos del radioteatro argentino.
 - MÓNICA MARONNA
 (UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA, URUGUAY)

 El espectáculo radial montevideano en los años treinta
 a través de la trayectoria de Eduardo Depauli.
- JACQUELINE **OYARCE**(UNIVERSIDAD DE SAN MARCOS, PERÚ)

 La radiodifusión en la configuración y reconfiguración identitaria

 del altiplano peruano. El caso de los aymaras.



DIARIAMENTE OIGA USTED LOS SIGUIENTES PROGRAMAS:

LUNES

- 7:30 SERENATA (Programa Colgate-Palmolive).
 7:45 MOMENTO MUSICAL (Suramericana de Seguros). 7:45 MUMENIU MUSICAL (Suramericana de Seguros). 8:00 PREGUNTE USTED, CONTESTE USTED (Tejiccodor).
- 8:30 RADIOTEATRO URIBE ANGEL 9:00 CANCIONES Y DINERO (Café Sello Rojo).
- 9:30 EVERFIT BUSCA A SU CLIENTE.

- 7:30 SERENATA (Programa Colgate-Palmolive). 7:45 MOMENTO MUSICAL (Suramericana de Seguros). 8:00 : PIELROJA TIENE LA PALABRA (C. C. de Tabaco).
- 8:30 FESTIVALES PARA MI (Colgate-Palmolive).
- 9:00 COLTEJER TOCA A SU PUERTA.
- 9:30 ¿QUE HACE USTED? (Icollantas).

- 7:30 SERENATA (Programa Colgate-Palmolive).
 7:45 MOMENTO MUSICAL (Suramericana de Seguros).
 8:30 HUMORADAS Y SORPRESAS (Tejicóndor).
 8:30 MIERCOLES MUSICALES (Vicuña).
- - 9:00 PROGRAMA SEDECO. 9:30 EVERFIT BUSCA A SU CLIENTE

MIERCOLES

- 7:30 SERENATA (Programa Colgate-Palmotive).
 7:45 MOMENTO MUSICAL (Suramericana de Seguros).
 8:30 REVISTA PILSEN DEL AIRMAN (Everlit).
 8:30 LOS CATEDRATICOS INFORMAN (Everlit).
 9:00 CANCIONES Y DINERO (Calé Sello Rojo).
 9:30 MARTA DOMINGUEZ (Pepalfa).

- 7:30 SERENATA (Colgate-Palmolive).
 7:45 MOMENTO MUSICAL: (Suramericana de Seguros).
 8:00 FRUTOS DE MI TIERRA (Café La Bastilla).
 8:30 CARA O CRUZ (Cia, Nal. de Checolutes).
 9:00 COLTEJER TOCA A SU UPLERTA.
 9:30 ¿QUE HACE USTED? (Icollantas).

- 7:30 BUENA SUERTE (Lavanderia Higiénica Moderna).
 8:00 CANCIONES DE AYER Y DE HOY (Cerveceria Unión).
 8:30 TARDE O TEMPRANO (Radios Phillips).
 9:00 GLORIAS Y TRAGEDIAS DEL TOREO (Loteria Medellin).
 9:30 INTIMIDADES (Perfumeria Climax).

- 8:00 TEATRO DEL AIRE (Cia. Col. de Tabaco). 9:00 REVISTA DEL DEPORTE NAL. (La Garantia, A. Dishington S. A.).

LA MEJOR Y MAS COMPLETA PROGRAMACION "VIVA" DEL PAISI

año 5 | n° 4 | 2015/16

En busca del pueblo.

Popular, culto y masivo: luchas de sentido en la radio colombiana a finales de los años cuarenta.

EDUARDO GUTIÉRREZ

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA, COLOMBIA

En Colombia, desde los tiempos de la República Liberal (1930-1946), y aún después de finalizar este periodo, se llevó a cabo la incorporación de las multitudes de migrantes del campo a las urbes, y se buscó sistemáticamente que tanto los nuevos habitantes urbanos como los ciudadanos que vivían distantes de las ciudades que estaban en crecimiento se sintieran parte de la nación colombiana (Martín-Barbero, 1987; Páramo, 2003). Este proceso tradicionalmente se ha visto como una acción del Estado y los partidos, en busca de su propia consolidación, gracias al reconocimiento por parte de las multitudes al ser integradas como agentes políticos, aunque esto estuviera restringido a hacer parte de las masas de votantes o simpatizantes de los partidos en contienda. Sin embargo, un examen en otros planos y procesos en los que se venía dando la lucha por el poder, y en el que el papel de las multitudes resulta central, muestra que diversos agentes entraban en pugna por tener al pueblo de su parte. Al final de los años cuarenta del siglo XX en Colombia se da una lucha por el favor del pueblo, lo cual, a la vez que lo nombra, lo caracteriza y lo localiza en el escenario social, colabora en su configuración, le ofrece posibilidades, maneras de ser y hacer, y va a delinear el perfil de la sociedad masificada que por ese tiempo estaba tomando forma en el país.

Este proceso encuentra en la comunicación uno de los ámbitos privilegiados para ser comprendido. No solo porque en la comunicación se escenifica y se hace visible esta lucha, sino, sobre todo, porque en este momento se está dando un proceso de cambio en el régimen comunicativo, que implica el uso de diversos medios, estrategias y herramientas que provienen de fuentes como la propaganda y la industria cultural en ascenso (Raventós, 1984), y cuyas acciones son ejercidas por actores del mercado,

del Estado, de las élites tradicionales, de la Iglesia y de los movimientos políticos; igualmente, las multitudes enfrentan la escena de la masificación en condiciones de acceso desigual a bienes simbólicos como la prensa y el libro, a causa del analfabetismo y las condiciones del mercado del libro, de acceso a la fuerte oferta internacional de las industrias culturales, como el cine y la música, y la aún muy intensa cercanía a los contextos de la interacción cara a cara, de la comunicación directa en el espacio público y el posicionamiento de la radio como un medio que había logrado una amplia cobertura y un reconocimiento amplio, al menos, en los grandes centros urbanos.

Es en este espacio de lucha por el sentido en el que el pueblo es convocado en sus diversos papeles de interlocutor, receptor, multitud delirante o turba silenciosa, es en esta escena y en medio de estas tensiones, en las que se le reconoce su lugar como actor de lo social, y en la que se le llama como letrado o analfabeta, como espectador o consumidor, como comprador, como *deseante* y como receptor.

En este texto se parte de presentar con mayor detalle el escenario de tensiones que constituye el régimen comunicativo en el que se desenvuelve la época, y a partir de allí se privilegia como objeto de análisis la radio, en tanto que en este espacio convergen diversas matrices, relatos, discursos, narrativas y comprensiones sobre el pueblo y sobre su lugar en la sociedad, a la manera del interrogante que hace años introdujo Sunkel acerca de la prensa popular chilena (Sunkel, 1985). Eso remite a pensar en la radio, más que como un artefacto o un medio en sentido técnico, en un espacio de experiencia social que va tomando forma en la misma dinámica de cambio de la sociedad, que atiende a sus necesidades y que, proyectado en el presente, continúa siendo un escenario donde las viejas matrices en tensión siguen dando lugar a la apropiación y la producción social de sentido. La radio constituye un lugar privilegiado para observar el mapa de lucha simbólica en la escena de lo social. En esta perspectiva, este trabajo se alinea con la perspectiva de los estudios realizados por Darnton acerca de la Revolución Francesa (Darnton, 2003), con el trabajo de Chartier acerca del papel del libro en el cambio cultural en ese mismo proceso (Chartier, 2002) y con la marca que deja el abordaje de Peter Burke (Briggs & Burke, 2000) en la historia de la comunicación, al plantear el abordaje de los regímenes comunicativos.

Enmarcadas en esta perspectiva, se examinan tres interpelaciones construidas como espacios a partir de los cuales se identifica el lugar del pueblo desde el escenario de la radio. La primera es la interpelación de la Iglesia desde una experiencia originada en el contexto rural y popular, para convocarla como sujeto en formación a través de la alfabetización y como actor que va a ser formado para adaptarse a las necesidades de la época y al desarrollo. Con tal fin, se examina el caso de la Acción Cultural Popular (ACPO), en la Radio Sutatenza.

La segunda interpelación incluyente es la que asume al pueblo como receptor y consumidor en la radio comercial, representada por las nacientes cadenas radiales de los grandes gremios económicos en proceso de consolidación: Caracol y Radio Cadena Nacional; y, finalmente, la tercera interpelación la constituye la figura del pueblo como el "otro-implícito" excluido y opuesto a las élites tradicionales "cultas", a través de la emisora cultural "HJCK el mundo en Bogotá, una emisora para la inmensa minoría".

A partir de estas tres interpelaciones, se plantea cómo la radio se constituye en un espacio social de representación y reconocimiento en el que se van construyendo formas de ser de la cultura, y, a la vez, se modela un lugar para el pueblo. El espacio simbólico construido por estas tres perspectivas va a ser la base para comprender el lugar en el que lo masivo se consolida y el modo como el pueblo se hace masa.

EL RÉGIMEN COMUNICATIVO A FINALES DE LOS CUARENTA

Los hechos del Bogotazo (9 de abril de 1948) parecen ser un punto de inflexión en el que comienza a darse un proceso de cambio acelerado en la sociedad; múltiples transformaciones se desplegaron y se consolidaron tras la muerte del líder popular Jorge Eliecer Gaitán¹. Incluso si observamos solamente a la esfera de la comunicación y atendemos a la dinámica simbólica y a las variaciones en las formas de comunicación, podemos ver una sucesión de transformaciones que, sin lugar a dudas, tiene que ver con una modificación profunda en el orden existente.

Como un signo de cambio en los tiempos podríamos leer un anuncio que meses después del Bogotazo sorprende a los ciudadanos que regresan de las vacaciones de final de año: el sistema telefónico de la ciudad se ha automatizado, la voz de la operadora no será más la del intermediario para la conexión con otros lugares de la ciudad, ahora tendrán que acostumbrarse a marcar los números por sus propios medios. "Durante 25 años habían estado acostumbrados a la misteriosa, sugestiva o colérica voz de la operadora que decía: '¿qué número?' [...] con cierto temor movían el disco y esperaban, la conexión era perfecta"².

El proceso de automatización ya era un signo de la época, y seguiría ganando el espacio de los próximos años. Para 1949 se anunciaban las ollas a presión que ya no necesitaban ser importadas, sino que eran parte de la producción nacional; el ama de casa veía, así fuera en el ideal futuro, el cambio en su rutina: la salsa Maggi daba sabor a la comida y se extendía con inmensa potencia la propaganda para la leche en polvo Klim y el café instantáneo Nescafé. Aunque por ahora solamente fueran las élites las que pudiesen acceder con facilidad a estos beneficios, el escenario de ensoñación estaba dibujado con claridad.

Si bien la población del país no estaba alfabetizada y las campañas realizadas por el gobierno (como la de cultura aldeana, donde se crearon bibliotecas a lo largo de los años treinta y cuarenta, no necesariamente habían logrado la circulación ni la incorporación del libro a la sociedad en escala mayoritaria), las cifras que arrojaba la feria del libro de 1946 no estaban mal. Según Renán Silva (2005, p. 221), se habían vendido 168 946 ejemplares en todo el país, de los cuales una cuarta parte, 42758, se habían vendido en Bogotá. La prensa no dejaba de tener un lugar significativo como referente,

¹ Una mirada desde la perspectiva de Ernesto Laclau podría hacer pensar en un escenario de populismo, en el que la muerte de Gaitán propicia la necesidad de realimentar el significante vacío que ha dejado el caudillo, lo que, probablemente, se relaciona con elementos de apropiación simbólica para las multitudes como los que se dan en el momento posterior a la muerte del caudillo.

² Semana, 1 de enero de 1949, p. 8.



ni el periodista, un papel social central: la prensa era la plataforma política, el modo comunicativo imperante en la élite cultural y los sectores hegemónicos en el poder político.

De alguna manera, es posible identificar que centros urbanos como Bogotá podían tejer su vida cotidiana, entre otras prácticas, con la lectura de prensa. Igualmente, a pesar de que la escala de la ciudad no era demasiado amplia, los cafés, las esquinas y los lugares de encuentro estaban marcados por el periódico; una imagen de hombre moderno que la sociedad emergente reconoce: el lector de prensa parado en la esquina mandándose lustrar los zapatos, o el que colgado del pescante del tranvía seguía informándose con la prensa en la mano.

El sonido de las calles, aparte del atronador momento del 9 de abril, estaba conectado con dos procesos clave: la sonoridad del transporte público, que ahora dejaba de ser el tranvía, y la música y las voces salidas de los altoparlantes que ponían en las tiendas, cafés y demás lugares públicos, la algarabía del centro de la ciudad repleto de transeúntes, los voceadores de prensa y los loteros ofreciendo la suerte. Desde hacía años se tenía una presencia permanente de la voz de los políticos en los radioperiódicos, denominación que no deja de evocar el formato escrito, conexión que no estuvo exenta de conflictos ni de prohibiciones durante años anteriores; pero también, una combinación con la escena de la tribuna pública donde se hacían las arengas y los llamados a la adopción de una u otra perspectiva política. Paralelamente, una de las prácticas que tiende puentes entre la radio y las formas de la comunicación oral es la conferencia. Desde los comienzos de la radio, había sido un mecanismo clave de trabajo en la función educativa desde las élites, y luego se había traducido a la radio en prácticas como la que eternizaría su nombre en los viernes culturales³ que realizaba Gaitán en el Teatro Municipal como mecanismo de educación política de los ciudadanos. Dice al respecto Herbert Braun:

[...] estableció un programa semanal de radio para explicar sus políticas e instaló un altoparlante en la plaza de Bolívar. El 21 de agosto atrajo a una multitud a una conferencia en el teatro municipal. Se iniciaba así la tradición de los llamados viernes culturales". (Braun, 1987, p. 138)

La música combinaba las tonalidades de los ritmos norteamericanos del fox, las rancheras mexicanas, el tango y los ritmos populares en pleno ascenso. Las radios comenzaban a tocar con asiduidad las canciones de las big bands nacionales, como la orquestas de Lucho Bermúdez, que imponía en los salones de baile de los grandes hoteles y los clubes de alta sociedad el ritmo popular y caribeño con el porro y el merecumbé. No gratuitamente, la portada de la Revista Semana lo registra en el arranque de 1949 bajo el nombre de un oligarca del ritmo. Sin dejar de lado otras orquestas y grupos que contribuían para traer al centro del país músicas y baile del Caribe, incluyendo las formas de la cumbia y del vallenato, cuya extensión avanzará a lo largo de los años cincuenta.

³ La expresión "viernes cultural" se mantendrá hasta la actualidad como la manera de nombrar el encuentro de amigos para tomar licor el viernes.

De todas maneras, ni las actividades públicas ni las celebraciones dejaban de tener el sabor fuerte de la actividad tradicional, del bazar y del día de mercado: antes de cada acto público se instalaban toldos y rincones con juegos callejeros, bingos y ruletas, y, aparte de eso, se ponían varas de premios.

La gente asistía al cine, y el gusto de los públicos letrados y no letrados marcaba su distancia por la presencia o no de subtítulos. El grueso de la población asistía a proyecciones de películas que llevaban el sello de la lengua española; especialmente, las de México y, en alguna medida, las de Argentina. Como lo muestra el trabajo de Hernando Martínez Pardo (1978), resulta significativo que, a pesar de copiar formatos mexicanos, los personajes locales y el cine que relataba el drama y las historias populares nacionales nunca lograran la fuerza que tenían los producidos en México. Los rostros v los primeros planos de las estrellas del cine norteamericano y mexicano se convertían con el tiempo en el referente de la belleza y en la identidad estética de las multitudes. Desde hacía tiempo, estos modelos se veían en las páginas de las revistas y los anuncios y se replicaban en las poses en las fotografías familiares, en el retrato callejero y en los fotoestudios. Aparte, el teatro lírico y los espectáculos de élites en el Teatro Colón se sumaban al contraste entre clases y gustos. Un teatro popular al aire libre como el de la Media Torta venía teniendo a lo largo de los años cuarenta la fuerza para atraer a multitudes que se daban cita el domingo para ver los espectáculos que se presentaban. Como lo comenta Maryluz Vallejo, trayendo la referencia del cronista Felipe Gonzáles Toledo, "en 1950 Bogotá tenía 62 salones de cine, 3 teatros, dos estadios, un hipódromo, tres galleras y un circo de carpa, escenarios por los que pasaron diez millones de personas" (Vallejo, 2007, p. 204).

El rumor, las charlas y, sobre todo, el "voz a voz" operan con un espacio sonoro de fondo que se va extendiendo. No dejaba de mantenerse una trama profunda de las relaciones de cercanía y vecindad, el gesto callejero del saludo entre los paseantes que todavía no eran anónimos. El barrio y los lugares que comenzaban a convertirse en puntos de encuentro y socialización conservarían un valor del rostro conocido antes de la anomia de la sociedad de masas. Los muros estaban poblados de carteles, letreros y anuncios, llevaban mensajes de políticos o directorios de partido invitando a manifestaciones, anuncios de loterías, de espectáculos como el fútbol, de cines y de visitas de grupos musicales.

Después del 9 de abril había comenzado a ocurrir una serie de transformaciones en la oferta cultural; de la invisibilidad de los sujetos que constituían las masas populares se estaba pasando a una gran multitud que era convocada constantemente en su presencia directa o indirecta y en su aval, como veremos en las matrices que se explican más adelante.

Volumen VI. No. 122

semana

UNA REVISTA DE HECHOS Y GENTES DE COLOMBIA Y DEL MUNDO

Febrero 19, 1949

LANACION

LA FE DEL PUEBLO

atólicos en la Calle

El proceso del cardenal húngaro Josef indesenty (véase "Mundo") ha destrado en la opinión católica del país se de los colombianos profesan esa ligión) una enérgica ola de protestas. expresión más visible: la manifestan organizada en Medellín la semana ada, que recorrió por varias horas calles de esa ciudad, en medio de tos como éste: "Cristo, sí; Rusia, l" El gobierno (Colombia no ha tedo relaciones diplomáticas con Hundo, prepara una nota oficial que será

y sacerdotes católicos, y de los oradores políticos cuando es del caso).

El acto fue organizado, de un día para otro, por un estudiante de abogacía (Mario Ortiz de la Roche, 21, conservador, de Urrao, Ant.), quien carecía de dinero para ordenar la impresión de carteles de invitación, y los obtuvo, gratuitamente, del vespertino conservador "La Defensa". El jueves 10 a las 5 y 5 p. m. comenzaron los discursos ante 30,000 munifestantes (cálculos de "El Colombiano"). Los oradores, entre ellos el mismo Ortiz, atacaron a Rusia y protestaron, como católicos, por la condena del cardenal. Frases de José

fiesta sus sentimientos y expresa su fe en los principios, es un gran pueblo". Fotografías de la concentración (ver ilustración) tomadas por el reportero gráfico Miguel Angel Zuleta, fueron enviadas al órgano oficial del Vaticano "Osservatore Romano", yeservirán como registro de su magnitud.

NAVEGACION

El Rio y el Pueblo

El pueblo de Barranquilla, en una caudalosa movilización cívica, desfló, desde todos los barrios de la ciudad, hacia el Paseo de Bolívar, en la tarde



MANIFESTACION CATOLICA EN MEDELLIN (EL 10)

Entre la Biblia y El Capital.

RADIO SUTATENZA — Programas

1580 kilociclos — Onda larga

Transmite en: 5075 kilociclos — Banda de 62 mts. Onda corta

3250 kilociclos — Banda de 90 mts. Onda corta

LUNES — MARTES — MIERCOLES JUEVES — VIERNES — SABADO

a. m.

5.50 a 6.00 Oración de la mañana. Buenos días.

6.00 a 7.00 Escuelas Radiofónicas: 18 emisión.

7.00 a 7.15 Boletín de noticias. Música.

7.15 a 7.45 Cultura General. 1ª emisión.

7.45 a 8.30 Cursos para el magisterio: 1ª emis.

8.30 a 8.45 Información para el magisterio.

p. m.

12.50 a 1.00 Buenas tardes.

1.00 a 1.45 Cursos para el magisterio. 2ª emis.

1.45 a 2.00 Información para el magisterio: 2* emisión.

2.00 a 3.00 Variedades.

3.00 a 4.00 Escuelas Radiofónicas: 2* emisión.

4.00 a 5.00 Escuelas Radiofónicas para cuarteles (excepto los sábados).

5.00 a 6.00 Escuelas Radiofónicas: 3* emisión.

6.00 a 6.10 Lo que debemos saber y practicar: instrucción religiosa.

6.10 a 6.20 Melodías populares.

6.20 a 6.25 Boletín de noticias.

6.25 a 6.45 Santo Rosario.

6.45 a 7.45 Escuelas Radiofónicas: 48 emisión.

7.45 a 8.15 Cultura General: 28 emisión.

8.15 a 8.30 Variedades (véase programa).

8.30 a 8.35 Oración y buenas noches.

8.35 a 9.00 Música.

9.00 a 9.30 Variedades (véase programa).

9.30 a 9.35 Boletín de noticias

9.35 a 9.40 Buenas noches.

SABADO

Programa especial

p. m.

4.00 a 4.30 Música popular y lectura de cartas de los campesinos.

4.30 a 4.45 Viñetas históricas repetición del martes.

4.45 a 5.00 Catecismo cantado.

DOMINGO

p. m.

3.00 a 3.15 Música de sintonía.

3.15 a 3.30 Mensaje del Padre Sabogal.

3.30 a 4.00 Rueda Catequística.

4.00 a 4.15 Invitación al deporte y música pañola.

4.15 a 4.30 Música de Colombia.

4.30 a 5.00 Dramatización.

5.00 a 5.15 Clase de canto.

5.30 a 5.45 Dramatización.

5.45 a 6.00 Música.

6.00 a 6.15 Con mis Auxiliares.

6.15 a 6.25 Música.

6.25 a 6.45 Santo Rosario.

6.45 a 7.00 Boletín de noticias.

7.00 a 7.30 Variedades.

7.30 a 8.00 Juventud campesina. Oración la noche.

PROGRAMA "VARIEDADES"

Lunes

8.15 a 8.30 Conversaciones campesinas del dre Sabogal (repetición de la domingo).

9.00 a 9.15 Música.

p. m.

9.15 a 9.30 Música y poesía.

Martes

8.15 a 8.30 Viñetas históricas.

9.00 a 9.15 Panorama del mundo católico.

9.15 a 9.30 Vida maravillosa de las artes.

Miércoles

8.15 a 8.30 La ciencia a nuestro alcance.

9.00 a 9.15 Dramatización de 30 minutos.

Jueves

8.15 a 8.30 Vocaciones.

9.00 a 9.15 Música.

9.15 a 9.30 Vida maravillosa de las artes.

Viernes

8.15 a 8.30 Escuchemos al Papa.

9.00 a 9.15 Dramatización de 30 minutos.

Sábado

8.15 a 8.30 El Evangelio del domingo.

9.00 a 9.15 Historia ilustrada de la música ligiosa.

TRES MATRICES EN PUGNA

Tres tipos de radio nacieron con breve distancia en el tiempo, y todos muestran las fronteras hacia las que, durante la década de 1950, apuntaría la radio en su extensión y variedad. Hacia 1947, en Sutatenza, Boyacá, el párroco Salcedo iniciaba el llamado a los feligreses para que lo apoyaran en el desarrollo de un proyecto de cambio cultural. Este proyecto, aparte de otras herramientas, traería como instrumento central a la radio, y se extendería a lo largo de las siguientes décadas, para desarrollar una acción educativa hacia el sector campesino y hacia la transformación de la cultura popular. Entre 1948 y 1949, los procesos de búsqueda de escenarios de propaganda de la naciente gran industria nacional nacerán: surgen la Cadena Radial Colombiana (luego Caracol) y la Radio Cadena Nacional (luego RCN). En 1950 aparecía otro proyecto, igualmente novedoso, localizado en el otro extremo de la franja de oferta cultural: era la HICK, un proyecto originado en la idea de un grupo de jóvenes universitarios recién egresados, e interesados en hacer un radioperiódico cultural, que fue derivando hacia una propuesta radial con identidad propia, y con el tiempo, aparte de referirse a sí misma como "El Mundo en Bogotá", extendería un eslogan que describe su identidad: "Para la inmensa minoría".

Son los proyectos de culturas que jalonan hacia direcciones distintas: la cultura culta y letrada de la *HJCK*; la cultura popular interpelada desde el proyecto de la Iglesia católica y por la evangelización en *Radio Sutatenza*, y la perspectiva de la cultura popular que desde el mercado convoca el gusto popular y lo pone en escena en las cadenas radiales *Caracol* y *RCN*.

SUTATENZA: EL PUEBLO SE EDUCA PARA EL DESARROLLO4

José Joaquín Salcedo, párroco nombrado en Sutatenza Boyacá, aficionado a la radio y al cine, había sorprendido a los parroquianos en la plaza del pueblo con la proyección de figuras móviles en la pantalla, y ahora exploraba la posibilidad de realizar emisiones radiales que permitieran llegar a las veredas cercanas. Para eso envió a uno de los vecinos a localizar un único radio receptor en distintos lugares a lo largo de las veredas, y emitir a ciertas horas en las que se aseguraba que el receptor estuviera instalado, para confirmar la recepción de estas señales. En principio los receptores eran llevados de una vereda a otra, y en cada una de ellas, gracias a los mensajes enviados acerca de las noticias de cómo avanzaba la obra del centro cultural que el padre Salcedo animaba en Sutatenza, se realizaban bazares para recoger fondos. Estos receptores dieron paso a la conformación de las primeras tres escuelas radiofónicas. Si la radio había servido para animar y convocar, ahora, se planteaba Salcedo, podía ser usada para educar y llevar diversión y cultura a los campesinos.

Poco tiempo después, la experiencia inicial se extendía, para conseguir que en Holanda fueran fabricados 5000 receptores especiales, que únicamente sintonizaban esta emisora, mecanismo obvio de control sobre la oferta de mensajes que debía

⁴ Para el desarrollo de este proceso seguimos a Bernal (2005).

llegar a los nuevos escuchas. Los radios fueron distribuidos en las veredas, y luego se contrató la fabricación de un transmisor de 1000 vatios en Estados Unidos, que en breve se multiplicaría, para conseguir otros dos transmisores: uno de 250 vatios y otro de 1000 vatios, al final de 1950. Se iba configurando el proyecto que, basado en la radio, consolidaba una propuesta de formación para la comunidad campesina del país: la Acción Cultural Popular (ACPO), a través de un formato organizativo simple de parroquias y receptores, en torno a los cuales grupos de campesinos, apoyados por un auxiliar. seguían las emisiones de programación y se apoyaban en cartillas y materiales visuales. Apenas 3 años después, tendrá transmisores de 25,000 vatios, y en 1954 se hará un contrato con Philips filial colombiana, para producir 30 000 receptores y completar el no despreciable número, va para esta época, de 45 000 receptores que terminaran de distribuirse en 1959. Para ese tiempo, la emisora va no solo podía ser recibida por los receptores especiales, sino que se podía recibir en cualquier radio. En 1955 se inauguraba la radio en Bogotá Sutatenza y el edificio de los almacenes y talleres de la Acción Cultural Popular, de donde en 1957 saldrían 300 000 ejemplares de las cartillas de lectura que apoyaban el proceso educativo de las escuelas radiofónicas, las cuales para esa época sumaban más de 18 000. Los radios eran repartidos, y luego cargados, con sorpresa, por campesinos que salían de la iglesia llevando el aparato y un paquete de pilas para hacerlo funcionar

En la sección "Opinan nuestros oyentes", dedicada a los mensajes que en cantidades cada vez mayores llegaban a las oficinas de ACPO, tanto haciendo reportes de sintonía como dando respuestas a trabajos o expresando las necesidades de las escuelas radiofónicas, se leen mensajes como el del auxiliar Luis Carlos Ramírez, de Tocaima, Cundinamarca: "al mirar mi receptor lo miro con respeto porque él es un don de Dios, en él se escucha la palabra de Dios, nos alegra con su música selecta y en él encuentro la felicidad de mi vida, él nos quita nuestra tristeza, él es el consuelo y la alegría". Como este "elogio del radio receptor" se encuentran muchas otras expresiones; por ejemplo, la referente al anuncio de la celebración de fin de año de 1956:un dibujo sencillo en el que dos campesinos, con sus vestidos típicos y usando alpargatas, levantan en lo alto un radiorreceptor, cuyo cable de conexión parece derivar del cielo; el radio emite sonidos frente a la cruz puesta en el capitel de un pequeño palacete, a cuyo respaldo brillan las estrellas típicamente navideñas, y al frente el letrero anuncia: "Año nuevo escuela nueva". El lugar de la radio en el proyecto cultural de la ACPO queda claro.

LAS CADENAS RADIALES: EL PUEBLO SE VUELVE POPULAR

No es casual que el mismo 1948 vea nacer las cadenas de radio que van a constituirse en el nuevo sistema dominante en la radio durante el siguiente medio siglo. Hijas de dos alianzas de industriales que encontraron en este medio la mejor manera de hacerles propaganda a sus productos, nacen dos cadenas de radio que a la postre serán dominantes en el mercado. Las raíces de *Caracol* se hunden en las alianzas de inversionistas de medios de la capital: la habilidad para hacer negocios de William Gil Sánchez y el interés propagandístico de varias empresas antioqueñas dan como resultado la *Cadena Radial Colombiana*, Ca-ra-col. A mediados de 1949, comenzará



LUNES

- 7:30 SERENATA (Programa Colgate-Palmolive).
 7:45 MOMENTO MUSICAL (Suramericana de Seguros).
 8:00 PREQUENTE USTED, CONTESTE USTED (Tejicóndor).
 8:00 RADIOTEATRO URIDE ANGEL
 9:00 CANCIONES Y DINERO (Café Sello Rojo).
 9:30 EVERFIT BUSCA A SU CLIENTE.

- 7:30 SERENATA (Programa Colgate-Pulmolive).
 7:45 MOMENTO MUSICAL (Buramericana de Seguros).
 8:50 PELROJA TIENE LA PALABRA (C. C. de Tabaco).
 8:50 FESTIVALES PARA MI (Colgate-Palmolive).
 9:00 COLTEJER TOCA A SU PUERTA.
 9:30 QUE HACE USTED? (Icollantas).

- 7:30 SERENATA (Programa Colgate-Palmolive).
 7:45 MONENTO MUSICAL (Suramericana de Seguros).
 8:30 MIERCOLES MUSICALES (Vicaria).
 9:30 PROGRAMA SEDECO.
 9:30 EVERFIT BUSCA A SU CLIENTE.

- 7:30 SERENATA (Colgate Palmotive).
 7:45 MOMENTO MUSICAL: (Suramericana de Seguros).
 8:00 FRUTOS DE MI TIERRÀ (Café La Bastilla).
 8:30 CARA O CRUZ (CIA Nal de Checolates).
 9:00 COLTEJER TOCA A SU PUERTA.
 9:30 ¿QUE HACE USTED? (Icollantas).

- 7:30 BUENA SUERTE (Lavanderia Higisolica Moderna)
 8:00 CANCIONES DE AYER Y DE HOY (Cerveceria Unión).
 CANCIONES DE AYER Y DE HOY (ACTUENT DE MODERNA)
 7:00 GLORIO TRACEDIAS DE TOREO (Loteria Medellin).
 9:00 GLORIO TRACEDIAS DE TOREO (Loteria Medellin).
 9:00 GLORIO TRACEDIAS DE TOREO (LOTERIA MEDITION).
 9:01 INTIMIDADES (Pertuneria Climax).

- 8:00 TEATRO DEL AIRE (Cia. Col. de Tebaco). 9:00 REVISTA DEL DEPORTE NAL. (Le Garantia, A. Diahington S. A.).

LA MEJOR Y MAS COMPLETA PROGRAMACION "VIVA" DEL PAISI

LA ESTACION QUE IMPRIME PERSONALIDAD A CADA MINUTO DE TRANSMISION





la publicidad de la cadena: "Eslabón de una poderosa cadena, más potencia, mejores programas. Emisora Nuevo Mundo, Bogotá, Colombia", y cerraba con la frase: "Afiliada a la Cadena Radial Colombiana". Posteriormente se inician anuncios que enfatizan el acrónimo Ca-ra-col y el hecho de ser la "primera" cadena, y redundan con la imagen del dibujo de una mujer acercando un caracol a su oído; aviso que va dirigido en primera instancia a los anunciadores: "para publicidad efectiva y económica en toda la nación".

Paralelo a esta experiencia, se estaba configurando la cadena *RCN*. La competencia entre las textileras de Antioquia, una de las cuales había comprado exclusividad con la cadena existente, hacen que quienes habían quedado excluidos reciban la solidaridad de otros empresarios, y aprovechando la iniciativa de Enrique y Roberto Henao Gaviria, quienes venían haciendo radio en la región del Quindío, conforman una nueva empresa, asociados a otros trece empresarios. La Voz de Medellín y La Nueva Granada, su filial en Bogotá, logran consolidarse por la alianza de las empresas antioqueñas Textilera de Bello, Pepalfa, Coltabaco, Cervunión, Nacional de Chocolates, por supuesto Fabricato y los laboratorios Uribe Ángel. A este grupo se unirían las gaseosas Posada Tobón, la Industrial de Tejidos S.A., Galletas y confites Noel, Confecciones Colombia, Tejidos Cóndor y Chocolatería Sansón, y así nace la Radio Cadena Nacional.

Es el Teatro Junín el escenario para el desarrollo de la inauguración, con ocasión del nuevo transmisor de 10 kilovatios de la cadena, el 18 de abril de 1949. Andrés Pardo Tovar y Fernando Gutiérrez Riaño, quien muy pronto pasará a ser parte de la cadena competidora, desarrollan el primer musical en vivo en la radio colombiana. Junto con las transmisiones deportivas de la Vuelta a Colombia, el fútbol profesional será el fuerte de la naciente *RCN*. Pocos años después, en 1953, *RCN* inaugura su propio radioteatro, en la sede de La Voz de Medellín, con un escenario giratorio y capacidad para 340 personas.

Configuradas estas nuevas versiones de las cadenas, derivadas ahora de la industria nacional y marcadas por los intereses de los comerciantes de la publicidad y de la extensión de la oferta para un amplio sector de la población, se iniciará la agenda que en sus múltiples versiones derivará en aquello que se llamará *popular*.

Pero la síntesis entre las formas de lo popular y las de las inmensas minorías se estaban conformando en el mercado radial. En 1950, Emisoras Nuevo Mundo compraría los derechos de la obra *El derecho de nacer*, de Félix B. Cagnet, y con el patrocinio de Kolcana, una bebida gaseosa, cambiaría la rutina de los días de la sociedad tradicional retransmitiéndose tres veces al día y despertando el debate de las élites y los actores morales de la sociedad, ya que se ponía en manos de la gente un mensaje que trataba temas como el aborto. Era solo el comienzo, porque de allí, y por algo más de 30 años, las radionovelas, los radioteatros y los dramatizados marcarían no solo una radio, sino una educación sentimental de la sociedad.

En 1951, mediante una iniciativa liderada por el diario *El Tiempo*, comenzaba a desarrollarse la Vuelta a Colombia en bicicleta, y con ella, las transmisiones en directo desde las carreteras del país. Fueron la poética y la capacidad narrativa del costarricense Carlos Arturo Rueda las que sirvieron de base para construir una tradición

que año tras año no solo sirvió, como lo plantea Jesús Martín-Barbero, para hacer un autorreconocimiento y sentirse país (quizá, por primera vez), sino para dar cuenta de la tensión y de la diferencia entre las regiones. Los transmóviles de la Nueva Granada podían dar cuenta de lo que era el país y fundaban una tradición. Así se iba dando forma a la radio desde el sentido de lo popular. No es gratuito que sea en ese mismo el tiempo durante el cual, de los concursos en las diversas radios de las ciudades, surjan personajes como Guillermo Zuluaga, humorista que concursa en la ciudad de Manizales; vestido de manera extraña, Zuluaga es presentado por el locutor como el Conde de Montecristo. Y un par de universitarios disfrazados con atuendos típicos de su región: Emeterio y Felipe, Los Tolimenses, se convierten en los referentes del humor; incluso, llegan a ser parte de la programación con la que se funda la televisión.

Los ciudadanos del común, tanto como las élites, comenzaron a engrosar la ya amplia audiencia que asistía a los radioteatros donde, en vivo, se fabricaba la magia de la radio y se actuaba para el público presente. Todo aquello que podía reconocerse como parte del gusto popular, lo que atraía a las multitudes de oyentes y los hacía delirar y reclamar la entrada al radioteatro, era transformado en contenido de la radio, multiplicado, llevado a todas sus variantes y potenciado como alimento de lo masivo: si era popular debía ser masificado. La radio no solo era modelada, sino modeladora, de las identidades: su lugar preferido para recoger lo popular y usarlo como vehículo de la propaganda, y la publicidad para las industrias en crecimiento.

Pero el corazón de la radio lo constituía, sin lugar a dudas, el hábito que se había creado en relación con la música. Las radios ponían frente al gran público a las estrellas musicales que venían de gira por el país, y amenizaban las fiestas familiares y populares con grandes orquestas, al transmitir las que se llevaban a cabo en los salones de hoteles y clubes. La música también participaba de la tradicional práctica de las complacencias con las que se daba al escucha la posibilidad de programar la emisora y enviar saludos con la canción que se emitía, así como la influencia cubana de la "radio reloj" imponía rutinas que también cambiaban el tiempo, por primera vez se trataba de una radio 24 horas: si se debía madrugar, se podía pedir a la radio una llamada telefónica en la hora definida, y el escucha era llamado a la hora precisa.

HJCK: EL PUEBLO NEGADO POR LA INMENSA MINORÍA

En una situación paralela a la de *Radio Sutatenza* se encuentra la *HJCK*. Nacida en septiembre de 1950, la emisora surgió cuando, tras la búsqueda de un espacio para un radioperiódico cultural, un grupo de jóvenes intelectuales, encabezados por Álvaro Castaño Castillo, Gonzalo Rueda y Alfonso Peñaranda, apoyados por Eduardo Caballero Calderón, se encontraron ante la oportunidad de ingresar al universo empresarial de la radio. Un precio muy bajo y el sueño romántico de hacer radio se unen.

Imaginar ahora una programación no resultó un ejercicio problemático; lo que sí resultó complicado fue conseguir los recursos para financiarla por la publicidad, hecho que demuestra el carácter centrado en el gran público que la programación y el tipo de anunciantes había tomado en la radio del país en ese momento; sobretodo, cuando la

Programas en Esta Semana por la HJCK El Mundo en Bogotá

- 8.15 a. m. Música para afeitarse.
- (Lunes a sábado).

 8 30 Concierto brillante. (Lunes a sábado).
- 9.30 Realce su belleza. (De lunes a sábado).
- 10.45 Consejos para el hogar. (De lunes a sábado).
- 11.00 Concierto con obras seleccionadas del día anterior).
 12.5 Concierto sinfónico. (Lunes a concierto sinfónico)
- sábado). 12.55 p. m. Noticias culturaiss. Lunes
- a sábado).

 1.15 p. m. Concierto variado. (Los grandes ingenios. (Los lunes).
- 3.00 p. m. Humor para el resto del día.
- 5.00 Invitación al cine.
- 5.30 p. m. Olvidemos las tareas.
- 6.00 p. m. El amor tiene su respues-
- 7.00 p. m. Melodías en blanco y negro. (Música ligera para piano).
- 7.15 p. m. Informaciones deportivas. (Gonzalo Rueda Caro).
- 8.00 p. m. En París. (Canciones de Francia. Lunes a sábado).
- 8.15 p. m. Comentarios de Caballero Calderón. (Lunes a viernes).

- 8.30 p. m. Concierto sinfónico. Lunes a viernes.
- 9.30 p. m. Dramatizaciones. Lunes a viernes. Las Mil Noches y Una Noche, por Eduardo Caballero Calderón, y el grupo escénico de Romero Lozano. Jueves: Dramatización del misterio, por Hernando Martinez Rueda y grupo de Romero Lozano. Martes: Gran Guignol, dramatización de Hernando Martinez Rueda, grupo de Romero Lozano. Miércoles: Relato dramtizado. Sábados: Músi-
- ca de baile.

 p. m. Concierto nocturno, géneros varios, Lunes a Viernes.

 LOS DOMINGOS dos emisiones.

 La primera de las 11 a. m. a las

 3 p. m. y de las 6.30 a las 10

 p. m. la segunda.
- 11 a. m. Música religiosa.
- 12.30 p. m. Los grandes maestros del piano.
 1.00 p. m. Concierto sinfónico.
- 6.30 Selección de música ligera de
- 7.30 p. m. Critica de la semana, por Swann.
- 7.45 p. m. Sobre el tiempo. Comentarios deportivos de Rueda Caro.
- 8.00 p. m. Dramatización: Retransmisión de la R. Nacional.
- 9.30 p. m. Música de cámara.

• El Tiempo, 25 de septiembre de 1950.

prensa, amable con el proyecto, resaltaba como sentido principal de la nueva incursión: enfrentar el mal gusto de las emisoras existentes. Cuenta la memoria de la emisora realizada en 1975 que al hablar con un consagrado publicista de esa época este les dijo:

Tenía mucha curiosidad por conocerlos[...] por el despliegue que ustedes han logrado en la prensa me he enterado del embeleco en que se han metido[...] una emisora cultural [...] (y al pronunciar esta palabra alargó los labios como si estuviera saboreando un fruto muy ácido), con que esas tenemos[...] pues han de saber, jovencitos, que la publicidad es una cosa muy seria[...] es una etapa del proceso industrial[...] es una técnica que requiere conocimientos en mercadeo, en investigación de la opinión pública, en análisis de medios[...] ¿ustedes saben que es mercadeo? ¿Saben que es un survey? Desde luego que no. ¿Ustedes creen que puedo confiar la propaganda de mis clientes a las revisticas y a las ideas luminosas que cada semana organizan los señores intelectuales para "levantar el nivel intelectual del país"? No faltaba más. Y les voy a pedir una cosa: no sigan estimulando los ataques de la prensa a lo que ustedes llaman el mal gusto de las otras emisoras. No hay tal mal gusto. Son emisoras serias, organizadas, que están cumpliendo una función a través de la cual se venden los productos de nuestras industrias. ¿Y saben por qué? Porque las oven. (Castaño, 2000, p. 20)

Era la lucha entre dos matrices: la tradicional conservadora de la cultura, que aún se ratificaba en la perspectiva de su acceso privilegiado a los bienes de la cultura; y la que desde el frente del mercado constituía la versión mercantil, y que suponía otra mirada desde el acceso a los bienes del mercado en identificación con lo popular.

Esto derivó en que, de algún modo, la programación y la publicidad de la radio cultural *HJCK* fuera aproximándose a los asuntos populares, y también asumiera como estrategia la creatividad que intelectuales y poetas que formaban parte del *staff* de la emisora pudieran propiciar. Así, comenzaron a transmitir desfiles de moda desde el restaurante El Temel, emitieron en directo las fiestas del Hotel Granada con las grandes orquestas de la época, y Gonzalo Rueda, intelectual de la época, traía a los grandes deportistas, para entrevistarlos luego de la fecha de fútbol. Así se hacía el programa "Cómo se hicieron los goles", que en tiempos de la época del fútbol llamada de El Dorado registraba en el estadio El Campín las impresiones de los jugadores, y luego los llevarían al teatro de las *Emisoras Nuevo Mundo*, donde podían ser entrevistados, y el programa, transmitido. La *HJCK* estaría en cadena con *Nuevo Mundo* y obtendría unos recursos pagados por Philips, como patrocinador del programa.

La HJCK marcaba la frontera entre el buen y el mal gusto a través de su manera específica de acercarse a los distintos eventos y actividades; no se alejaba de actividades como la del fútbol, que para ese momento constituía un hecho masivo, sino que la trataba de modo que fuese reinterpretada desde el buen gusto y el estilo de la emisora. A la vez, lo que sí rechazaba de plano eran las músicas altisonantes y los estilos que no se adecuaban a las maneras de la escucha que propiciaba la élite; lo popular era convertido en folclórico o limpiado de sus marcas burdas, para ser traído en el marco de un relato intelectual.

año 5 | n°4 | 2015/16

Lo que fue inamovible desde el principio fueron los conciertos, que se siguieron transmitiendo combinados con la programación de segmentos en los que se cifraba un tipo de programa adecuado para distintos patrocinadores: una joyería tendría un programa como "Joyas de la música", y así sucesivamente; la proximidad y la contigüidad de los elementos simbólicos o metafóricos ayudarían a crear los referentes. La HJCK no se alejaba del mercado, sino que en su actuar seleccionaba como fuente las grandes firmas, y si un referente tenía el sello culto este sentido de exclusividad podía ser transferido al patrocinador. Tal como reza uno de sus anuncios: "Los mejores programas de radio: el mérito no es nuestro, sino de Bach, Haydn, Mozart, Beethoven, Schubert, Chopin, Liszt, Wagner, Ravel, Bartok, etc." (Castaño, 2000, p. 36-37). Con el tiempo, su registro terminaría consolidando una matriz de élite traducida en su tensión con la multitud en el slogan de una radio para la inmensa minoría.

INVENCIÓN Y RECREACIÓN DEL PUEBLO EN LA LUCHA POR LAS MASAS

La radio era entonces vehículo y objeto de lo popular. Los ecos que resuenan en los formatos, las expresiones y los modos de hacer radio, que se quedarían en la memoria del oyente y constituirían el trasfondo de la vida cotidiana. El grito momentáneo del "Reporter Esso", paquete de información internacional orientada por la embajada norteamericana, o la mañanera rutina de afeitarse mientras un locutor contaba las epopeyas deportivas en la "Cabalgata Deportiva Gillette", que ya desde esos años recordaba, promoviendo al hábito de usar cuchillas y máquinas de afeitar, un eslogan que persiste aún hoy: "Recuerde que en el baño no las puede comprar". La radio estaba sincronizada con la rutina, y en su inserción en la vida cotidiana contribuía a reconocer las identidades y a moldear los gustos de la gente.

Pero la escena está planteada. El pueblo vive en medio de significados que lo ponen en lucha: escuchar las palabras del padre Salcedo y la voz de Dios por radio *Sutatenza* era, en buena parte, un oficio de los sectores rurales en proceso de alfabetización que tiende un puente entre las formas tradicionales de la educación religiosa y la evangelización con las lecciones de la salud, las maneras de generar hábitos para enfrentar el subdesarrollo y las pistas para romper el atraso. Si bien este era un proyecto evangelizador, también era propaganda en el pleno sentido del término, un modo para que el campesino hiciera consciencia de sí y, a la vez, aprendiera de los horizontes del futuro. Y la radio también interpretó con toda claridad el obstáculo y las posibilidades que este proceso significaba, ante la lucha por las almas y los cuerpos que significaban el mercado y sus veleidades, desarrolló géneros híbridos desde el dramatizado e hizo radionovela con fines educativos; si lo que crecía eran las noticias y los formatos de recreación, la radio Sutatenza se puso a tono con las necesidades del gusto popular y tuvo sus propios noticieros y sus espacios de entretenimiento. Sus libretistas y sus actores iban y venían de la radio comercial; a veces, en un lugar y a veces en otro, mantenían la matriz de fondo. La escala que termina teniendo Sutatenza, su cobertura y su potencia describen no solo el impacto de un medio, sino la respuesta a una necesidad y un perfil que se fue construyendo en el pueblo: devoción y dependencia.

Pese a que pretendía negar su proyecto de oposición al mal gusto de las otras radios, la HICK era la cruzada de las antiguas aristocracias de la cultura ante los retos del mercado. Buscaba promover la "alta cultura", y con ello también estaba en el terreno de la propaganda, pero conservaba una distancia con la multitud popular, que en los primeros tiempos de la *HICK* fue salvada por el manejo de contenidos populares en géneros y estilos más formales. Poner en la radio un desfile de modas era un hecho innovador para el medio, curioso para el gran público y, a la vez, un ejercicio de poner en el discurso oral emitido por la radio lo que era un hecho de distinción para las élites. Si el estilo, el gusto y la distinción de las élites eran un referente distante, la radio HICK, al transmitirlo, abrió no solo un lugar para mostrar la diferencia, sino un espacio para que quienes, sin vencer las distancias económicas o de clase, accedieran a los bienes de la cultura de élite superando simbólicamente la diferencia al asistir aun a sus propias actividades y espectáculos con ojos de las élites. Si el melodrama en la radionovela era una manera imaginaria de superar las diferencias sociales y superar la "lucha de clases" en el escenario radial, la radio de la élite "para la inmensa minoría" abría la puerta para que el gran público se identificara con el gusto, la manera de decir, mirar y hacer de las élites. El pueblo excluido ahora podía acceder y pertenecer, al menos, en el ámbito simbólico de la radio la la inmensa minoría

Lo popular no era ahora necesariamente el mal gusto, de la mano de las cadenas que habían visto allí la veta para el mercado y la publicidad: el pueblo era incluido como la clave de reconocimiento de lo propio. Si era folclórico o marginal, podía ganarse un lugar en el radioteatro, podía ser traído a escena, pulido y mercadeado: el buen gusto ahora estaba en el espectáculo de masas: es bueno si vende. Las cadenas radiales hallaron las fuentes de su eterna recreación: no olvidar la matriz popular y traerla a escena, modularla por el intercambio con el público, atender a su respuesta.

Sin embargo, lo popular allí no era necesariamente el lugar de expansión de la identidad colectiva, sino, sobre todo, un vehículo, el lugar donde transportar los significados que el mercado promueve. Lo popular como vehículo de lo masivo, y lo masivo como nuevo lugar de reconocimiento del pueblo.

En busca del pueblo, los sectores dominantes habían encontrado en la radio un escenario adecuado para poder acercarse. A su vez, el pueblo había encontrado en la radio un lugar por donde acceder a lo que no había estado a su alcance. En este territorio de encuentro se configuró un mapa de luchas y resistencias, leído de diversas maneras, pero adecuado a la identificación. Si el pueblo se había expresado violentamente en 1948, ahora el conjunto del régimen de comunicación convergía hacia un actor tensionado, amarrado en las redes de sentido que propiciará el nuevo mapa simbólico: hincha, aficionado, seguidor, consumidor o escucha, tendrá un lugar receptivo, será el objeto de las estrategias, gritará en los estadios, seguirá la llegada del ciclista a su ciudad, tarareará las canciones y seguirá la rutina de las noticias y del humor. Asistirá a los grandes hechos nacionales como un espectador privilegiado, con la oreja pegada al radio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bernal Alarcón, H. (2005).

Acción Cultural Popular. De la realidad a la utopía. Bogotá: Javegraf.

Braun, H. (1987).

Mataron a Gaitán. Vida pública y violencia urbana en Colombia. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Briggs, A., & Burke, P. (2002).

De Gutenberg a internet. Una historia social de los medios de comunicación. Madrid: Taurus.

Castaño, A. (2000).

HJCK 50 años. 1950-2000. Vol. 1 y 2. Bogotá: HJCK.

Chartier, R. (2002).

El mundo como representación. Historia cultural: entre práctica y representación. Barcelona: Gedisa.

Darnton, R. (2003).

Una de las primeras sociedades de la información. En: *El coloquio de los lectores*. *Ensayos sobre autores, manuscritos, editores y lectores*. México: Fondo de Cultura Económica.

Martín-Barbero, J. (1987).

De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Barcelona: Ed. Gustavo Gili.

Martínez Pardo, H. (1978).

Historia del cine colombiano. Bogotá: Editora Guadalupe.

Páramo, C. (2003).

La consagración de la casa: raza, cultura y nación en la primera década de la Radiodifusora Nacional. En: Cátedra Ernesto Restrepo Tirado, *Medios y nación. Historia de los medios de comunicación en Colombia* (pp. 318-337). Bogotá: Ministerio de Cultura y Aguilar.

Raventós, J. M. (1984).

Un siglo de publicidad gráfica en Colombia. 1880-1980. Bogotá: Puma editores.

Silva, R. (2005).

República liberal, intelectuales y cultura popular. Medellín: La carreta histórica.

Sunkel, G. (1985).

Razón y pasión en la prensa popular: un estudio sobre cultura popular, cultura de masas y cultura política. Santiago de Chile: Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales.

Vallejo, M. (2007).

Retratos de ciudad. En: *Bogotá años 50.* Bogotá: Ediciones Revista Número.



Showing a movement that may be introduced in the Tangette twisting and beginning it has been been approximately in time of

Entre fonógrafos y radios: difusión del tango durante las primeras décadas del siglo XX¹

ANDREA MATALLANA
UNIVERSIDAD TORCUATO DI TELLA, ARGENTINA

INTRODUCCIÓN

La difusión del tango tiene, al menos, dos temas vinculados al esplendor y el éxito de esta música en la Argentina y en el exterior. El primero evoca una versión sentimental, que dice que el tango se expandió raudamente a lo largo de las primeras décadas del siglo XX porque era la representación de un sentir popular, una especie de "alma que canta"². Me gustaría señalar que, aun cuando el tango sea una representación profunda de la cultura popular porteña o rioplatense, pudo expandirse gracias a la intervención de una serie de instrumentos técnicos que constituyeron un circuito cultural afín: revistas musicales, partituras, teatros, cilindros, fonógrafos y radios, fueron piezas clave en la difusión de esta música, en su necesidad de expandir la industria y el consumo.

El segundo tema se refiere a la idea de que el tango for export de 1910 a 1930 recaló casi exclusivamente en París, o tuvo como escenario principal (y para muchos divulgadores del tango, excluyente) a la Ciudad Luz. Esto se refleja en la historización que el tango hizo en su poética mostrando su éxito en una ciudad que se consideraba el gran escenario cultural. París, Buenos Aires y el tango parecían tener un nexo irrompible: Anclado en París, La que murió en Paris, Madame Ivonne, Araca Paris, Claudinette, Bajo el cono azul de luz... además de evocaciones como "para el lao de Retiro, Montparnase

^{1 *}Una versión extendida de estos temas se encuentra en Matallana (2013).

² El Alma que Canta fue una publicación sobre tango y música popular que circuló a partir de 1916.

se viene al caer la oración..."³. Sin embargo, a comienzos del siglo XX también se bailaba en las fiestas de la *high society* norteamericana. En 1909, la Harvard Glee lo incluía en sus representaciones musicales. Más aun, en 1906 diferentes versiones de tangos muy conocidos fueron grabadas por algunas orquestas norteamericanas en las primitivas empresas discográficas. El furor del tango en Estados Unidos durante la Primera Guerra Mundial, hizo que ciudades como Nueva York, Chicago y Los Ángeles se incorporaran al circuito de representación del tango bailado.

En mi opinión, la aparición del fonógrafo había cambiado los modos de escuchar y divertirse en ambas orillas. Y esta fue la verdadera revolución de su expansión.

UN CAMBIO DE PERSPECTIVA: LA APARICIÓN DEL FONÓGRAFO

Hacia la primera década del siglo XX, la expansión de los fonógrafos era impresionante, a tal punto que en 1905 la Oficina de Comercio Exterior norteamericano solicitaba en sus anuncios que los productores de fonógrafos se pusieran en contacto con la Cámara de Comercio de diferentes ciudades europeas que estaban entusiasmadas por adquirir este tipo de máquinas.

El fonógrafo se había creado hacia finales del siglo XIX, como un dispositivo asociado a la expansión del capitalismo: este nuevo instrumento tenía una conexión básica con la Gran Empresa, era una máquina de grabar voces que permitiría al gerente o al dueño de la firma grabar mensajes que su secretaria escucharía a la mañana siguiente y transcribiría en cartas, textos o acciones⁴. Los aparatos eran conocidos como "la máquina de dictar", ya que grababa palabras y luego las reproducía. En primera instancia funcionaban con un cilindro donde se grababan los sonidos; posteriormente, el disco (invento de Emile Berliner) remplazó al cilindro (la invención de Thomas Edison). y los aparatos adoptaron, principalmente, la función reproductora dejando de lado la grabadora (Manufacturer and boulder, 1891). La publicidad sobre el aparato se difundió desde mediados de la década de 1880; se lo conocía como el "fotógrafo de discursos", haciendo una comparación con los procedimientos de fijación de imágenes (Los Angeles Times, 1886). Los usos del fonógrafo parecían ilimitados: desde 1890 se conocían las grabaciones de óperas. Para sorpresa de los espectadores, una ópera grabada en Detroit era reproducida en Los Ángeles, aún con grandes dificultades en la calidad del sonido (Los Angeles Times, 1893).

Algunos viajeros lo utilizaban para grabar sus impresiones, que posteriormente volcaban a libros o a memorias. Se esperaba que los soldados enviaran a sus esposas cartas mediante grabaciones en fonógrafo, y otros usos eran pensados en relación con el aprendizaje de la lectoescritura. Las imágenes de un catálogo de Edison mostraban a un

³ Tango Corrientes y Esmeralda, de Celedonio Flores.

⁴ En este sentido, la propaganda de la compañía Victor decía "The Master Voice", para dar cuenta de la función del dispositivo.

grupo de alumnos conectados por auriculares a un fonógrafo, escuchando una lectura; o a niños grabando una declamación y la maestra calificándola; o empleándolo en el aprendizaje de las lenguas clásicas yen idiomas como el alemán, el francés o el español (Fabrizio, 2002, p.19-21). A finales del siglo XIX comenzó a reemplazar el uso de órganos para musicalizar las ceremonias, e, incluso, se llegó a sugerir que podían grabarse regularmente los discursos religiosos. También fue incorporado a las confiterías, para amenizar las veladas con música, y en las grandes tiendas.

Si bien a fines del siglo XIX la difusión de estos dispositivos se relacionaba con la reproducción de la voz y el mágico efecto de escuchar sin ver, a comienzos del siglo XX, y, particularmente, con las grabaciones de Enrico Caruso, se abrió un nuevo mundo comercial que permitía acercar a las familias no solo las músicas ya conocidas, sino también, los nuevos y exóticos ritmos que se importaban desde diversos lugares. Como señala Pekka Gronow, las tres principales compañías de discos fueron muy activas en la expansión de la industria hacia el sur de Estados Unidos: "para 1917, los discos eran hechos en prácticamente todos los países de América Latina (...) mientras las compañías europeas fueron más activas en Oriente" (Gronow, 1981, p. 253).

Durante el siglo XX, el fonógrafo fue entretenimiento en el ámbito familiar o privado, tal como lo enfatizaban las publicidades. Durante los primeros años coexistía junto al piano, sin demasiada competencia, ya que el piano era música para ser practicada y el fonógrafo implicaba una situación pasiva. Pero la comodidad del aparato desplazó al instrumento hacia fines de la década de 1910 (Laing, 1991). La idea de llevar la música al interior del hogar y la posibilidad de escuchar melodías conocidas eran los elementos en los que las publicidades hacían hincapié. En pocos años se incorporaron los monólogos teatrales, religiosos y políticos como parte de las atracciones. Las compañías Victor y Columbia publicaban unos catálogos donde se exponían las últimas novedades musicales, y otros, con los diversos modelos de aparatos. De hecho, la compañía Columbia editó desde 1904 una revista especializada en difundir las novedades del catálogo de discos y modelos de gramófonos de la empresa.

La expansión de este nuevo consumo iba acompañada por las transformaciones rápidas de los aparatos: pasaron de utilizar una manivela a incluir la ranura para monedas, que permitía su instalación en lugares públicos como bares, clubes y confiterías, hasta su electrificación en 1925. Desde 1900, la incorporación de la corneta externa evitaba la relación unívoca con el uso de los auriculares, y posteriormente, desde 1909, la caja de madera con un parlante incluido sirvió para agilizar la reproducción y el consumo de la música. Esta actualización se aplicó tanto a los fonógrafos de Edison, llamados amberolas, como a los gramófonos de Berliner.

Las empresas fabricantes de aparatos tenían un doble desafío económico: abaratar el precio de los instrumentos de reproducción y ampliar el mercado de grabaciones. En relación con el primer punto, las principales compañías desarrollaron a lo largo de dos décadas una serie de novedades en el formato de los aparatos, el tipo de reproducción y la calidad del sonido, que se expresó en un amplio catálogo de modelos

The New Caruso Records

-innovenous parties

(Issued as a special addition to the December Supplement)



Caruso entering the Victor Laboratory at Camden, Nov. Sth,

ᡎᠬᡆᡆᡆᡆᡆᡙᡆᡆᡆᡆᡆᡆᡆᡆᡆᡆᡆᡆᡆᡆᡆᡆᡆᡆᡆᡆᡆᡆᡆᡆᡆᡆ

New Selections by Enrico Caruso, Tenor Ten-inch, with orchestra-S2.00 each

87041 Regina di Saba—Magiche note (Magic Tones) Italian Goldmark

87042 Pour un baiser (For a Kiss) French Tosti

Twelve-inch, with orchestra-\$3.00 each

88206 Mamma mia che vo sape? (Neapolitan Song) Nutile 88207 Forza del Destino—Otu che in segno agl' angeli Verdi 88208 Carmen—Air de la fleur (Flower Song) Bizet

NOTE. New record were also made of four numbers in the regular Caruso list—the two airs from Puccini's Tosca; the Romanza from Huguenots; and the Carmen "Flower Song" in Italian. See special bulletin.

VICTOR TALKING MACHINE CO. CAMDEN, N.J., U.S.A.

No. 1121 11-15-09 JTXA

y precios. Desarrollaron, además, la instalación de tiendas, sumadas a la venta por correo. El sistema de pago en cuotas, para el primer caso, vino a resolver inicialmente la expansión de los aparatos. La competencia entre las principales empresas (Victor y Columbia) llegó a ser feroz. Ambas competían por imponer sus novedades en el mercado (cilindros vs. discos), conquistar nuevas plazas de ventas para sus productos (Asia vs. América Latina), imponer los modelos de aparatos más novedosos y difundir a los mejores artistas (Brook, 1999).

Este período de experimentación permitió que algunos artistas argentinos llegaran a Europa para grabar los primeros discos de música criolla y tango. Las grabaciones sirvieron, fundamentalmente, para difundir un género musical que era, en el caso del tango, producto de una cultura popular. De esta forma, la reproducción sonora permitía que dichos ritmos pervivieran y, también, produjeran algunos cambios y adaptaciones en las melodías originales orientándose a un amplio mercado⁵.

La novedad de escuchar sin ver implicaba una serie de disposiciones que no solo expresaban la posibilidad de escuchar música, discursos y palabras sin la presencia de los actores o ejecutantes, sino que, además, planteaba una disponibilidad física de los oyentes inédita hasta el momento. No solo se escuchaba a repetición, lo cual introdujo la idea de versión, sonoridad, pronunciación, sino que se incluyó la idea de un repertorio interpretado de acuerdo con una calificación de alta o baja cultura. El hecho de la independencia de la música respecto a los oyentes, de la soberanía de la elección musical, permitía la inclusión física del oyente de formas diferentes: simplemente escuchar, bailar y oficiar de seleccionador.

Durante los primeros años del siglo XX, el fonógrafo de Edison ya era publicitado como uno de los mejores instrumentos de entretenimiento: "Los chicos quieren entretenimiento – lo necesitan. Si no lo consiguen en casa irá a otro lugar por él. El más fascinante entretenimiento es el que ofrece el escenario, que se puede disfrutar en casa: su casa necesita un Fonógrafo Edison", detallaba la propaganda. Música, baile, discursos, monólogos y las voces más destacadas del mundo de la ópera y la canción popular eran traídas hacia el hogar a través de este nuevo instrumento.

A lo largo de los primeros 20 años de la expansión del fonógrafo se pasó de la experimentación aplicada al oyente a la naturalización de este. Ello creó un nuevo hábito de escuchar: una disposición física para realizar una actividad de forma conjunta con ser oyente. Como lo señaló Mark Katz "el fonógrafo también ofreció a las familias pobres la posibilidad de oír música clásica" (1998, p. 456). En Norteamérica, el fonógrafo fue

⁵ Lawrence Levine se refiere al impacto de los nuevos medios de comunicación de principios del siglo XX como un efecto de *cross-fertilization*; según señala, hubo efectos que pueden considerarse negativos, como la pérdida de originalidad, la corrupción de los estilos populares y el forzamiento de concretar una canción en el tiempo de duración de un disco, además del impacto demoledor que lo urbano y lo comercial tuvieron sobre la anterior producción de las culturales populares. "Commercial recording deeply influenced black folk music but also remained dependent upon folk music as a source. The new urban forms that influenced the country were, after all, constructed out of country traditions in the first place and continued to be profoundly shaped by those traditions" (1993, p. 230).

bienvenido entre quienes se denominaban a sí mismos amantes de la buena música; esto es, música clásica. Pero introdujo, también, la posibilidad de elegir entre un vasto repertorio de temas. En dos décadas, el fonógrafo llevó la música a diferentes lugares; poco a poco, las grabaciones de escenas cómicas, discursos y declamaciones fueron desapareciendo y la música fue ampliando sus horizontes de ofertas. Progresivamente, el repertorio pasó de la música clásica a uno más heterogéneo y fluido. La música alcanzaba a un público inesperado gracias al disco, y, posteriormente, a la radio; algo incomparable con otras expresiones artísticas como la pintura o la literatura.

El fonógrafo ejercía una especie de fascinación sobre los oyentes: entrar en el mundo de las voces, los sonidos, lo desconocido. Voces del más allá que llegaban para ocupar el lugar del ocio y el entretenimiento, a la vez que volvían activo ese ambiente. El impacto social que tuvo en los consumos se expresa muy claramente en el volumen de producción. En 1896, un periódico norteamericano calculaba que la cantidad de fonógrafos que existían en Estados Unidos era algo más de 45 000 aparatos; 3 años después, la cantidad producida llegó a los 150 000; en 1909, a 345 000; en 1914, a más de 500 000, y en 1919, a 2 230 000. Estas cifras incluyen los aparatos para exportación. En concordancia con tal crecimiento, se veía expandirse la producción de cilindros y de discos. Hacia 1900, las ventas de cilindros eran de casi 3 000 000 de copias. En 1914, la cantidad de discos producidos en Norteamérica era de 23 314 000. En 1921, el volumen se quintuplicó, comparado con 1914, pues llegó a 103 500 000 unidades. Los cilindros fueron rápidamente desplazados por los discos.

En el caso de Argentina, el inicio de la expansión de esta industria tenía una limitación: en el país no se fabricaban los aparatos; tampoco, los resguardos sonoros. Entre 1899 y 1913, desde Alemania ingresaban al país 423 000 docenas de discos⁶, mientras que los Estados Unidos tenían un volumen importante, pero un 25% menor que el alemán. En el total general, en 1908 ingresan 800 000, y casi 2700 000 en 1913, en docenas⁷.

En el caso de los aparatos, los primeros 7 años del siglo XX vieron el ingreso de 39 256 unidades. Entre 1908 y 1913, el número de aparatos fue de 196 151, y los cilindros y los discos, casi 10 000 000, durante el mismo periodo.

El flujo de la importación tuvo dos movimientos. En el inicio, los aparatos alemanes colmaron el mercado, pero con la Primera Guerra Mundial el movimiento de importación se hizo más fuerte en los provenientes de los Estados Unidos. El caso de los discos siguió una línea similar, solo que a finales de la segunda década del siglo los números muestran una caída significativa. Esto se debió a que los discos comenzaron a prensarse en el país. Los catálogos de *Odeón, Columbia* y *Victor*, que circulaban a escala nacional, muestran que la canción criolla, el tango y la milonga eran los estilos musicales predilectos para la venta.

⁶ Es decir, 5 076 000 unidades.

⁷ Los llamados discos de pasta eran muy frágiles y se rompían con facilidad.

año 5 | nº 4 | 2015/16

Al revisar las publicidades de compañías discográficas que difundían el tango en Argentina, impacta la importancia que tenía la *Victor Company*. Esta era una empresa, fundada hacia 1900, luego de que Eldridge Johnson compró la *Berlíner Gramophone Company*. La naciente empresa poseía una integración vertical eficiente: vendía los aparatos de música y las púas, así como los cilindros y los discos para usarlos en esos aparatos. En 1905 introdujeron el uso de parlante externo, que produjo un pico de producción. Iniciando sus ventas con poco más de 7500 aparatos en 1901, la compañía vendió en 1907 unos 107 000 aparatos de reproducción de sonido. Este incremento se dio concomitantemente con la venta de discos. En 1902, había superado en el 560% las ventas del año anterior. En 1906, la cifra creció en más del 2500% desde el inicio de la empresa, y lo seguiría haciendo de manera regular hasta 1908, cuando las ventas caerían el 32%. Durante la Gran Guerra, la venta de discos creció en más del 300% respecto a las cifras de 1910.

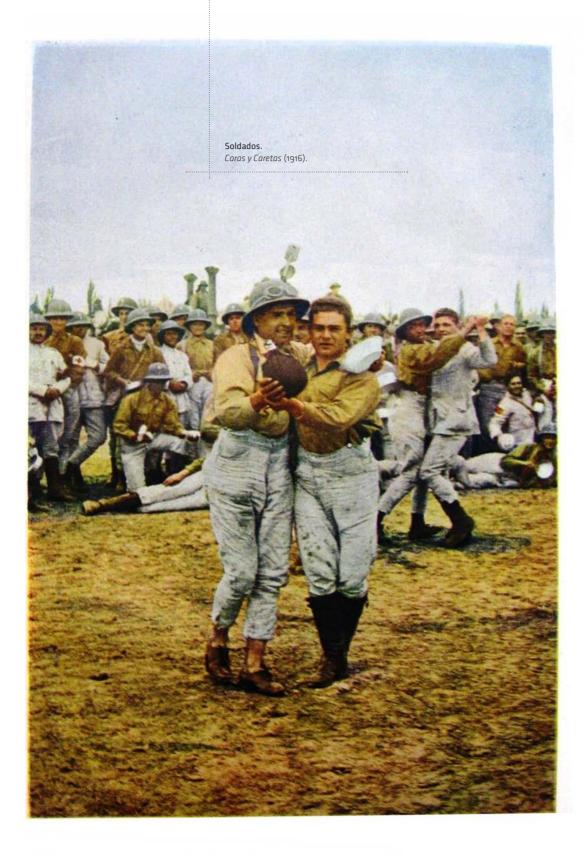
A comienzos de siglo XX, como consecuencia del éxito inicial, *Victor Company* empezó a expandir sus mercados a través de la grabación de diferentes ritmos, que provenían de países lejanos y con grados variables de desarrollo industrial. Como se ha señalado, Asia y América Latina eran dos de los importantes mercados para la expansión de esta tecnología, ya que significaban algo así como el 50% del comercio mundial (Kenwood &Lougheed, 1981).

En 1907, técnicos de la compañía viajaron a Buenos Aires para hacer las primeras pruebas de grabaciones; era también la primera ciudad de Sudamérica a la que arribaban. De acuerdo con las memorias de Harry Sooy (2010), técnico de grabación, en 1910 se hizo el segundo viaje hacia Argentina. En noviembre de 1912, llevaron a cabo otra "expedición de grabación". Charles Althouse, uno de los integrantes del equipo, se estableció en la ciudad para dirigir la empresa *Pan American Recording Company*.

Si bien inicialmente los artistas argentinos grabaron tangos, milongas y canciones criollas para la casa Pathé, en Francia, a comienzos del siglo XX comenzaron a hacerlo para diferentes firmas; entre ellas, *Victor* y *Columbia*. Dado que en Buenos Aires no existían los elementos para procesar las grabaciones, simplemente se grababa en la ciudad y, posteriormente, los discos se prensaban en diferentes plazas: Londres, París, Estados Unidos...

En los estudios de grabación de la compañía *Victor*, en Estados Unidos, se grabaron en 1906 versiones de *El Choclo, La Morocha* y *El Porteñito*; todos, de Ángel Villoldo. Ese mismo año, la Souza Band grabó *El Afilador, Recuerdos de la Pampa, El negro* y *El Malevo* en los estudios de Filadelfia. También se registraron tomas de los siguiente temas: *Apolo*, de Alfredo Bevilacqua; *Panchito Flor del Pago; Ché, sacame el molde, Piantá piojito que viene el peine* y *Los inútiles*, entre otros. Entre 1909 y 1910, la Victor Orchestra registró 21 tangos en los estudios de Camden, Nueva Jersey.

En el viaje realizado a Buenos Aires en 1910, la Banda del Pabellón de Rosas grabó nueve canciones; el 6to. Regimiento de Infantería, seis; la Estudiantina



Centenario, cinco (entre ellos, *El Esquinazo*, *El Entrerriano*, *Hotel Victoria* y *El Otario*). La denominada Orquesta de la Sociedad Orquestal, dirigida por Cesar Sesso⁸, grabó diez tangos; entre ellos, *La Catrera* y *Chiflale que va a venir*. También Ángel Villoldo registró *Tango el pulguista*. Durante la siguiente excursión, en 1912, se grabaron 53 piezas, entre las que destacan las ejecutadas por la banda del Pabellón de Rosas y la Orquesta Típica de Genaro Espósito.

En 1912, el catálogo de Victor incluía una extensa serie de canciones impresas para la Argentina: tangos como *Aflojá un poco, che, El entrerriano, El porteñito* y *La Morocha*, entre otros, figuraban allí. En el catálogo general, los temas promocionados eran grabados por la Banda Pryor, la Banda Municipal de Barcelona, la Banda Naval de Estados Unidos, la Orquesta Bosc de París y la Orquesta Victor, entre otras. En 1912, se incluía a la Orquesta Victor ejecutando tangos como: *Che que corte, A mí la piolita, Aflojá un peso, ché, Qué haces que no te casas, El elegante y El mimoso,* entre otros. En total, podían contarse más de 50 piezas de tangos (tangos criollos y milongas), de las cuales varias grabaciones correspondían a 1910, y que se catalogaban de diferentes formas: en el general y en las páginas específicamente dedicadas al público argentino.

Entre 1913 y 1914 se grabaron 113 piezas de tangos y milongas en los diferentes estudios de la empresa: Buenos Aires, Camden y Nueva York. El registro de matrices que se conserva de la Compañía Victor muestra cómo más de 200 temas vinculados a este género se grabaron en sus estudios de Camden entre 1901 y 1927; y para el mismo período, más de 120 temas se grabaron en Nueva York. Entre 1910 y 1915, la cantidad de registros del género tango grabados en Camden llegó a los 100, mientras que en Nueva York la mayor parte se grabó entre 1915 y 1918.

Como otras empresas discográficas de Estados Unidos, Victor incluía dentro de su catálogo algunos tangos grabados en sus estudios (entre 5 y 6). Por ejemplo, El amanecer, de Roberto Firpo e interpretado por la orquesta de la Victor Company, o El Argañarez, interpretado por la Castle House Orchestra. De acuerdo con el catálogo discográfico de la empresa, entre 1901 y 1924, más de 1600 canciones, sobre 36 000 registros, estaban orientadas para la venta al público argentino (Encyclopedic Discography of Victor Recordings, s. f.).

En agosto de 1924, los periódicos norteamericanos anunciaban que la empresa entraba en el negocio de la radio. El presidente, Eldridge Johnson, informaba acerca de los últimos desarrollos tecnológicos asegurando que en breve tiempo producirían una combinación de radios y victrolas. Con el objeto de acelerar la venta al público, se esperaba llegar a un acuerdo con la Western Electric Company para satisfacer la alta demanda de aparatos, que había crecido gracias a los nuevos artefactos y a la demanda del exterior (*New York Times*, 1925, p. 25). Con la electrificación de las grabaciones y la producción de los *combinados*, la compañía incrementó de una forma impresionante sus

⁸ Cesar Sesso había dirigido hacia 1898 la Banda Siamo Diversi, de la Sociedad de Socorros Mutuos de Salto, Uruguay.Fue director de la Banda del Pabellón de Rosas.

ganancias. La expansión del negocio parecía no tener fronteras, aun con el inicio de la Gran Depresión, como cuando el nuevo presidente señaló que la depresión era psicológica y una falsa impresión de la opinión pública, pues Victor no solo no sentía la recesión, sino que, además, había contratado a 7000 nuevos empleados. Sus expectativas eran ilimitadas: "los pesimistas volverán al trabajo y se darán cuenta que no hay nada malo en los negocios o en el país, la gente gastará más. Vamos a proceder sobre esta base hasta que la realidad nos demuestre que estamos equivocados" (Los Angeles Times, 1930, p. 1). La meta de producción, a pesar de la crisis, era de 9000 aparatos de radio diarios, y aun cuando las expectativas positivas no se cumplieron, debido al impacto de la crisis, la firma siguió creando nuevos desarrollos en la industria de la reproducción sonora, como, por ejemplo, los discos de mayor duración, que fueron presentados con gran expectativa en el Savoy Plaza Hotel de Nueva York: "el nuevo disco permitía reproducir una sinfonía completa o un acto de vaudeville o un programa musical de al menos media hora".

En marzo de 1929, Victor Company fue comprada por RCA, y si bien parecía mantenerse en la misma línea consolidada a lo largo de los últimos años, el impacto del crack financiero fue de verdad importante en el plano de las ventas.

ARACA NEW YORK!

A comienzos de siglo XX, los artistas difusores de la música criolla y el tango participaban de diferentes circuitos de entretenimiento. Los primeros en arribar a Europa, por lo general, habían pasado por el espectáculo circense y tenían una amplia experiencia en recorrer trayectos poco conocidos y actuar en situaciones muy lejanas del mundo del star system. Si tomamos como referencia a Ángel Villoldo y Alfredo Gobbi, ambos eran veteranos de los circos populares de finales del siglo XIX y principios del XX; al parecer, comprendieron rápidamente la importancia de plasmar su arte en las grabaciones de cilindros y de discos, y aprovecharon todas las oportunidades para lograrlo. El proceso tuvo dos formulaciones: la primera, grabar para poder importar hacia la Argentina; la segunda, más riesgosa, probar suerte en la escena del espectáculo europeo o norteamericano. Este último movimiento sirvió como materia prima para las empresas discográficas en el extranjero. Así, por ejemplo, Alfredo Gobbi y su esposa, Flora, probaron suerte en París, y posteriormente se dirigieron a Estados Unidos, donde grabaron varias piezas para los estudios Victor en Nueva York. En un segundo viaje hicieron algunas grabaciones para el sello Columbia. En 1907, los Gobbi viajaron, junto con su hija Orfelia, de 6 años, hacia Nueva York, provenientes de Francia, y al año siguiente, directo desde Brasil; la tercera y la cuarta vez, en 1909 y 1911, respectivamente, desde Francia. En 1913, junto a Casimiro Ain, reconocido bailarín de tangos, llegaron a Estados Unidos Eduardo Morelos, Vicente Loduca y Celestino Ferrer, tres importantes músicos que intentaron asentarse en la escena norteamericana aprovechando el impacto de la moda del tango. Luego de su primera experiencia, Ferrer y Carlos Guerino Filipotto volverían en 1915 a Nueva York.



The tango and the new dances by Maurice



The dance Pasadena society says it is going to adopt.

Los Angeles Times, 14 de enero de 1913.

Leaders of the New Tango Club. Los Angeles Times, 10 de octubre de 1913.

They'll take up dancing specialties.

women of a unique organization are interested in the tandem. the hesitation waitz, and other novelties.

Terpsichorean.

TO PERPETUATE TANGO, TANDEM, HESITATION. La experiencia más formal de músicos que grabaron para la empresa Victor fue la que hicieron en 1920 Enrique Delfino, Osvaldo Fresedo y David Roccatagliata⁹. Los tres integraron la orquesta Victor y la orquesta Típica Select. Según el catálogo de Victor Company, Fresedo era integrante de la orquesta Típica Loduca, en las grabaciones realizadas en Buenos Aires en 1917. Estos músicos fueron contratados por la empresa para grabar 50 discos de tango con el verdadero "estilo argentino".

Enrique Delfino, el autor de tangos populares como *Milonguita* y *La copa del Olvido*, recordaba con cierto desencanto sus años en Estados Unidos: creía haber hecho todo lo posible para "llevar el verdadero tango a los grandes cabarets y salones de espectáculos pero no resultó [...] los directores me dijeron que era una música muy triste para ser impuesta en salones destinados a reír y a gozar de la vida". (Delfino, 1928).

Otro de los músicos argentinos populares que tuvieron experiencias como grabadores en los Estados Unidos fue Juan Carlos Cobián. Este viajó en dos oportunidades: la primera, en 1923, contratado por la Victor para grabar en los estudios de Camden, Nueva Jersey, donde permanecería un año¹º. Volvería varios años después realizando algunos shows en Nueva York, como pianista de tango y de jazz, sin lograr el éxito esperado.

También durante los primeros años de la década de 1920, llegaba a Nueva York José Bohr, acompañado de su esposa Eva. En esa oportunidad, su contacto en Estados Unidos era M. Lasky, de la Paramount. Al año siguiente Bohr vuelve a Nueva York, contratado por la Victor Talking Machine Co y la empresa Argentina Ammusement Co. El caso de José Bohr, autor del famoso foxtrot *Pero hay una melena*, es interesante porque decidió establecerse en Estados Unidos. El diario *The New York Times*, en 1926, anuncia su presencia titulando: "Los gauchos llegan para una gira". El periódico no salía de su impacto con la pormenorizada descripción de los trajes de los doce gauchos que estarían de gira por el país: decía que "La mayoría de ellos portaban boleadoras de Argentina. Este instrumento es un lazo de tres metros de largo, en cada extremo se sujeta una bola de plomo que pesa una libra" (p.6). La intención del grupo era explotar la imagen que Valentino había establecido en el cine norteamericano en 1921.

Con el establecimiento de las primeras prensas de discos, el flujo de artistas argentinos hacia el extranjero se redujo a las giras para actuar en vivo. Fue el caso de Francisco Canaro, quien llegó a Nueva York en 1926 junto con Casimiro Ain, Ernesto Bianchi, Fioravanti Di Cicco (pianista), Luis Petrucceli, Octavio Scaglione, Linda Telma y Cayetano Puglisi, para presentarse en el Club Mirador, en Broadway y la 51, junto al bailarín Maurice. En 1927, el famoso Augusto Berto se presentaba en el Manhattan Opera House.

⁹ Estos datos pueden corroborarse en los archivos de Ellis Island.

¹⁰ Como vemos, los datos de las planillas de pasajeros dan el dato preciso de su destino hacia los estudios de la Victor Company, en Camden. Formada en 1921, Pan American Recording Co. fue el nombre con el que se conoció la subsidiaria de la Victor Co. en Suramérica.

Finalmente, en 1933, Carlos Gardel, sus amigos Lepera, Enrique de Rosas y otros llegarían a Nueva York. Algunos diarios señalaban su arribo entre personalidades de la *high society* europea. Durante 1934 y 1935 giraba entre Buenos Aires, París y Nueva York filmando sus principales películas tangueras.

Durante la década 1930, Gardel, Bohr y Fresedo inauguraron las apariciones de artistas de tango en los estudios de radio norteamericanos.

LA RADIO, UN MUNDO MUSICAL

En 1925, Holwell Davis, vicepresidente de la Victor Taking Machine Company, creía que la función de la radio era ofrecer entretenimiento transitorio, mientras que el fonógrafo tenía la cualidad de preservar indefinidamente las selecciones musicales o de otro tipo, de modo que el disco estaba destinado a perdurar y la radio debería acoplarse a la industria del fonógrafo. El recordaba "muy bien que cuando el primer fonógrafo se hizo popular se temía que acabaría con la gran ópera, y el cine se suponía que anunciaría el fin del teatro. Pero estas cosas no han sucedido" (New York Times, 1925, p. 20).

Hacia mediados de la década de los veinte, la radio se integraba a la difusión de los discos e instrumentos de reproducción de sonidos. Como lo hacía notar un informe de 1927, "la radio puede ser utilizada como un medio de publicidad indirecta de discos y puede vender combinados de radios y fonógrafos". Efectivamente, este era el único medio que podía publicitarse a sí mismo: los oyentes podían experimentar la radio a la vez que eran seducidos por las publicidades de los modelos, los formatos y las empresas que producían estos aparatos.

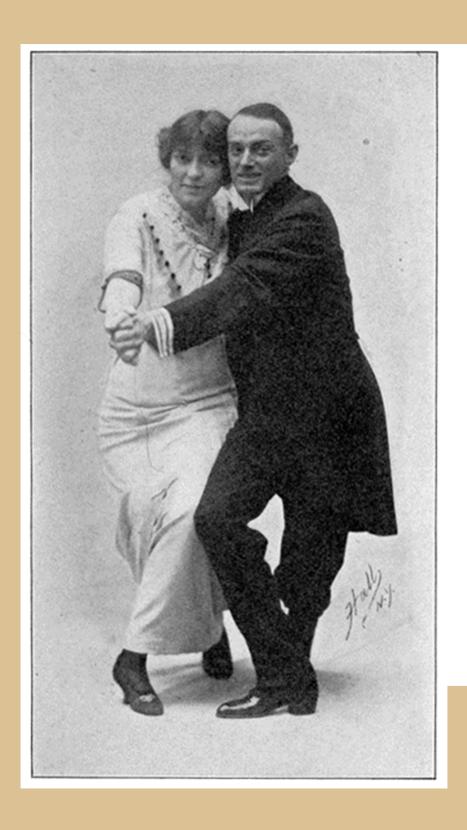
En 1927, uno de cada tres hogares de Nueva York y una de cada cinco familias en los Estados Unidos poseían un aparato de radio. A través de ella, las experiencias de difusión del tango se multiplicaron. En la década de 1930, Carlos Gardel, Osvaldo Fresedo, José Bohr y otros actuaban asiduamente en las emisoras nacionales norteamericanas, pero, además, se incluían sets de tangos grabados. Gardel fue de los pocos artistas que tuvieron cierta relevancia en el cine latino en los Estados Unidos, aprovechando el impulso del cine sonoro. Sus películas fueron comentadas en los principales medios nacionales.

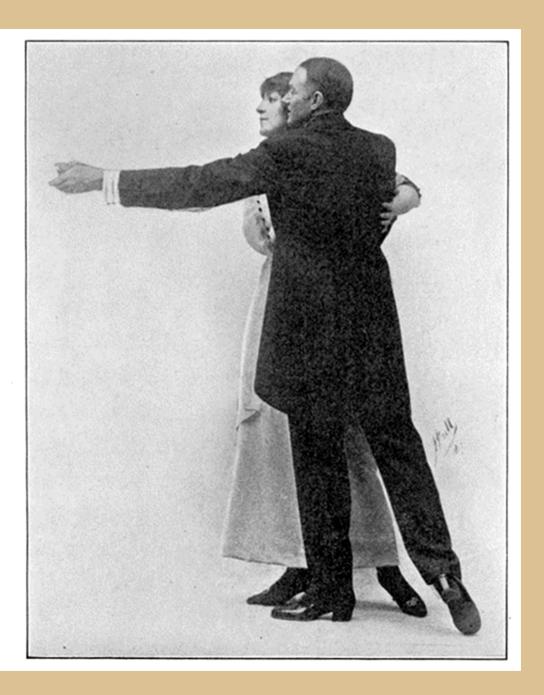
El impresionante crecimiento del número de aparatos no fue solo un fenómeno norteamericano, sino que también involucró a países de diferentes continentes; entre ellos, los latinoamericanos. En Argentina, los aparatos de radio habían pasado de 125 000 en 1925 a 600 000 en 1935, y casi 3 000 000 en 1947.

Como había sostenido en 1923 el director de una de las emisoras nacionales norteamericanas, la radio era, fundamentalmente, música, y su difusión tenía como objetivo central estimular la alegría de la población. Los estilos musicales que se emitían en las emisoras de radio eran heterogéneos. En una primera instancia eran la música



Oswaldo Fresedo Will Lead His Los Argentinos Orchestra on WJZ's Network Thursday Night at 9 o'Clock.







MR. AND MRS. VERNON CASTLE The most noted exponents of modern dancing.

clásica y el tango, aunque a lo largo del decenio de 1930 se fueron incorporando el jazz y la música folclórica.

En los inicios de la radiofonía en Argentina, la denominada música mecánica (reproducción de discos) era bastante habitual. Hacia finales de la década de 1920, algunas emisoras comenzaron a incorporar con fuerza la presencia de la música en vivo. En este aspecto, Jaime Yankelevich, quien había adquirido Radio Nacional en 1927, instrumentó un cambio rotundo en la programación incrementando el número de emisiones musicales en vivo, y mudando los estudios desde la Estación Flores a la calle Estados Unidos, en la zona de Monserrat; permitió así que fuera más fácil para los artistas actuar en vivo. Esto forzó a que otras emisoras también incorporaran números en vivo, de tal forma que competían por tener en sus estaciones radiales a los artistas más populares.

La conexión entre discográficas, teatros y radios se formuló desde muy temprano en la década de 1920. En 1924, en Buenos Aires, los concursos de tango llevados a cabo por el sello Odeón, propiedad de Max Glucksmann, eran transmitidos por algunas emisoras, como, por ejemplo, Radio Cultura, Prieto o Radio Splendid.

Para ese entonces, el dúo más importante de la canción criolla hacía su aparición en la radio: Carlos Gardel y José Razzano participaban en una transmisión en Radio Splendid en septiembre de 1924. Hacia fines de la década de 1920 y durante los primeros años de la de 1930, Carlos Gardel hizo sucesivas actuaciones en diferentes emisoras de la Capital Federal; algunas, por períodos bastante largos, como en el caso de sus actuaciones en Radio Prieto durante 1928, emitidas dos veces por semana en el horario de las 8:30 p. m. En el curso de 1930, Gardel actuó sucesivamente en las emisoras La Razón, Rivadavia y Splendid tres veces por semana".

En el decenio 1925-1935, los programas musicales ocuparon el 70% de la programación; dicho porcentaje fue descendiendo a lo largo de la siguiente década, a la par con el incremento de los radioteatros y el surgimiento de otro tipo de programas. A pesar de este descenso, el género musical durante el decenio 1935-45 siguió siendo una presencia fundamental en las emisoras¹². A lo largo de las dos décadas mencionadas, los programas con música de tango representaron la mayor proporción de la música emitida: más del 50%. Durante este período, el auge del tango coincide con la aparición de las grandes orquestas y una nueva generación de cantantes que ocuparían no solo el escenario de la radio, sino toda la escena musical teatral, además de los clubes y los grandes bailables porteños.

¹¹ En su libro *Gardel* (1988), Simon Collier hace un detenido estudio sobre las apariciones de Carlos Gardel en las diferentes emisoras de Buenos Aires.

¹² Elaborado con los datos provistos por la programación de la revista *Radiolandia*.

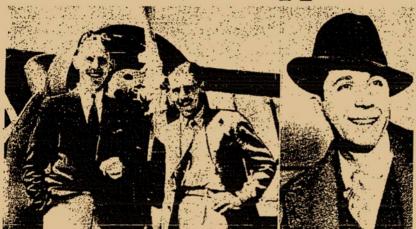
A lo largo de los años de oro de la radiofonía en la Argentina (los años 30), en una misma semana se podía escuchar a Ignacio Corsini, Charlo, Carlos Gardel, Agustín Magaldi, Mercedes Simone y Rosita Quiroga, entre decenas de otros muchos artistas prestigiosos y orquestas reconocidas. Programas como Ronda de Ases o El Glostora Tango Club: "la cita de la juventud triunfadora" fueron emblemáticos ejemplos de la difusión del tango en la década de 1940. A esta multitud de artistas en vivo se le sumaban los programas de las discográficas: La Hora de Odeón, o Discos Nacional, o Victor convivieron con las actuaciones con público. Desde mediados de la década de 1930, las emisoras debieron adaptarse al fenómeno musical: las radios construyeron auditorios que permitían la presencia de público en vivo.

De acuerdo con un informe norteamericano de 1929, Argentina era el país que más había desarrollado el sistema de radiodifusión, con un total de 525 000 aparatos receptores; 22 estaciones de radio en 7 ciudades, y 14 en Buenos Aires. Estas cifras la posicionaban muy por encima de otros países latinoamericanos (como Bolivia, con 25 aparatos receptores; Brasil, con 225 000, o Chile, con 35 000). Lo impresionante de la expansión de la radiofonía en Argentina es que las cifras superaban a Canadá, Austria, Checoslovaquia, España y casi todos los países europeos, con excepción de Alemania, Francia e Inglaterra (Batson, 1929, p. 24).

Es posible considerar que la radio comercial en la Argentina había seguido el modelo norteamericano. Hasta los inicios de la década de 1940, el Estado tenía una intervención mínima en el control de los contenidos, y su papel más destacado se vinculaba a la creación y la autorización de nuevas emisoras en el interior del país. Hasta la Segunda Guerra Mundial, el modelo radiofónico se inspiraba en la visión de William Paley o la de David Sarnoff. En el caso del primero, porque las emisoras funcionaban, esencialmente, a base de los ingresos de ventas por publicidad que Paley había instrumentado en la CBS desde 1927. Aunque también es posible ver la influencia del modelo de Sarnoff, gerente de la RCA Victor y de la NBC, porque es quien vio en la radiofonía un medio de entretenimiento masivo. Como el mismo Sarnoff había señalado, la radio era una "suerte de instrumento limpiador de la mente, como la bañera lo es para el cuerpo" (Schwartz, 2002). Ambos empresarios veían la radio como el poderoso dispositivo que era, en aspectos referidos a su sociabilidad, su capacidad de poner en comunicación a millones de personas y la influencia política que podía tener.

Las radios norteamericanas difundieron el tango en un contexto diferente de la lógica que había seguido la industria cultural a través del fonógrafo. Fundamentalmente, esta difusión se hizo en el contexto del panamericanismo. Las transmisiones de la Unión Panamericana, que tenían base en las principales emisoras nacionales de los Estados Unidos, difundieron actuaciones de artistas de tango. Tal fue el caso de Firpo y de Carlos Gardel durante la década de 1930. Desde los estudios de la NBC o desde los estudios de Radio Splendid o Belgrano, el tango continuaba teniendo difusión. Sin embargo, esto ocurría en medio de una necesidad política del gobierno norteamericano: unir los diferentes puntos de América (Norteamérica y Latinoamérica) en una causa política común frente a la avanzada alemana en el mundo de los años anteriores a la

Nineteen Die as Planes Crash; Film Star Trapped in Flames



SHIPS BURN IN COLOMBIA

American Screen Aide Also Dead

Carlos Gardel of Paramount Studios Killed in Wreck; Two Escape by Window

MEDELLIN (Colombia) June 24. (U.P.)—Nineteen persons died in the flaming wreckage of two airliners

Segunda Guerra. Este intento no solo recaló en la radio, sino que tuvo en la industria cinematográfica norteamericana uno de sus principales aliados políticos. Una serie de films trataron, fallidamente, de reproducir algún estereotipo argentino y tanguero. Tal fue el caso de *They met in Argentina, Down Argentine Way, El Gaucho* y *Argentine nights*, entre otros títulos. El modelo argentino que se reproducía vía industria de Hollywood era una híbrida invención que poco tenía que ver con el original. Como señalaba un crítico del diario *La Nación*: "mientras Hollywood insista en ver a la Argentina como un país tropical, increíblemente ridículo, ningún entendimiento panamericano es posible, no importa cuántos viajeros de buena voluntad envíe".

Lejos de la versión sentimental, la expansión de la industria de fonógrafos, discos y radios impactó de forma contundente en los modos de difusión de la música y de sus consumos. Facilitó un nuevo circuito de diversiones y de ocio. Por supuesto que no fue solo el tango, sino el jazz, el foxtrot, el *maxixe*, la música clásica, la ópera, etc. El auge de los dispositivos sonoros y los nuevos medios de la época, posibilitaron un cambio profundo en la esfera del entretenimiento. En ese contexto de influencia para la Argentina, el tango inició un trayecto más amplio, extenso, complejo y, por momentos, confuso, pero siempre apasionante.

Los Angeles Times, 25 de junio 1935.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Batson, L. (1929).

The extent of the development of radio over the world. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 142,21-32.

Brook, T (1999).

High drama in the record industry. Columbia Records, 1901-1934. En *The Columbia Master Book Discography*. Westport: Greenwood Press.

Collier, S. (1988).

Carlos Gardel, su vida, su música, su época. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.

Delfino, E. (4 de agosto de 1928).

Los Reyes del Tango. Caras y Caretas, 1557, 121.

Encyclopedic Discography of Victor Recordings. (s. f.).

Recuperado de http://victor.library.ucsb.edu/.

Fabrizio, T. (2002).

Antique phonograph advertising: an illustrated history. Nueva York: Schif Pub.

Gronow, P. (mayo de 1981).

The record industry comes to the orient. *Etnomusicology 25*(2), 251-284.

Katz, M. (1998).

Making América more musical through the phonograph, 1900-1930. *American Music 16*, 448-476.

Kenwood, A. & Lougheed, A. (1981).

The growth of international economy, 1820-1960. Nueva York: State University of New York Press.

Laing, D. (1991).

A voice without a face: popular music and the Phonograph in the 1890s. *Popular Music* 10(1), 1-9.

Levine, L. (1993).

The unpredictable past. New York: Oxford University Pres.

Manufacturer and boulder, 23(12). (1891).

The phonograph as an aid to rapid typesetting.

Matallana, A. (2013).

El Tango entre dos Américas. La representación del tango en los Estados Unidos 1900-1939. Editorial A Contracorriente, Georgia State University.

Sarnoff, D. (s. f.).

The Victor Talking Machine Company. Recuperado de www.davidsarnoff.org/vtm-chapter8.html.

Schwartz, E. (2002).

The last lone inventor. A tale of genius deceit and the birth of television. Nueva York: Harper Collins.

Sooy, H. (2010).

Memoire of my Carreer. Recuperado de http://victor.library.ucsb.edu/index.php/resources/detail/62.

ARTICULOS PERIODÍSTICOS

Radio fails to displace phonograph, en New York Times, 1 de octubre de 1925, 20.

Victor Company enters Radio Field, en New York Times, 25 de abril de 1925, 25

Gauchos arrives at town, en New York Times, 22 de diciembre de 1926, 6.

Scientific miscellany, en Los Angeles Times, 11 de junio de 1886, 3.

Opera by Phonograph, en Los Angeles Times, 21 de abril de 1893, 3.

Depression charged to pessimism, en *Los Angeles Times*, 26 de julio de 1930, 1.



año 5 | n°4 | 2015/16

Policías y ladrones en los comienzos del radioteatro argentino

SYLVIA **SAÍTTA** UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES-CONICET, ARGENTINA

Este trabajo se inscribe en un proyecto sobre: los usos de la ficción en los comienzos de la radio en Argentina, y su impacto tanto en la cultura popular como en la cultura letrada; sobre los préstamos, los desvíos y las confluencias entre la literatura, el periodismo escrito y la radio; sobre los intercambios, los cruces y las transposiciones de diferentes géneros en la narración del relato popular que explicitan el papel de la ficción en los medios masivos y populares. Su punto de partida es considerar que con la aparición de nuevos medios de comunicación y la incorporación de nuevas técnicas al arte, la *transposición* es una de las operaciones que definen zonas clave de la cultura popular (Steimberg, 1993, p. 109-133); también, que dicho proceso impone reglas nuevas a los autores y a los productores, y que reconfigura un repertorio simbólico de alcance masivo que mantendrá su vigencia hasta la década de 1950. Considera también que la incorporación de tramas ficcionales en una radio de alcances cada vez más masivos reorganizó el sistema de prácticas intertextuales entre periodistas y escritores iniciado a comienzos del siglo xx.

El proyecto se centra, entonces, en los años treinta del siglo xx, cuando la radio dejó de pertenecer al mundo de los aficionados y los especialistas técnicos, para convertirse en un medio de comunicación de masas que conformó nuevas audiencias; un momento en el que la programación comenzó a estabilizarse y la regularidad de las emisiones acotó el margen de improvisación creando hábitos de consumo diversificados: noticias periodísticas, comentarios políticos, radioteatros, música y eventos deportivos. Como estudió Andrea Matallana, hacia 1938 la cantidad de aparatos receptores existentes en Argentina fue estimada en 1100 000; es decir, 100 por cada 1000 habitantes; el censo

nacional de 1947 estableció una radio cada dos familias (Matallana, 2006). A lo largo de esos años, se consolidaron las dos grandes cadenas nacionales: *Belgrano* y *Splendid*; y en 1935, se fundó Radio *El Mundo*, cuyo edificio fue provisto de los adelantos técnicos y acústicos más avanzados de la tecnología mundial.

Comenzaron los denominados años de oro del radioteatro argentino, un género popular que tuvo un desarrollo excepcional a partir de sus primeras realizaciones de tono gauchesco, y que compartió el espacio con programas humorísticos, deportivos y musicales, así como la creciente presencia de anunciantes publicitarios (Ulanovsky, 1995; Fernández, 2008). Comenzó también una compleja trama de intercambios entre la literatura, la prensa escrita y la radio: la circulación de autores, los préstamos de lenguajes, las "traducciones" de géneros y de procedimientos, donde los escritoresperiodistas se convirtieron en una pieza fundamental en la invención del radioteatro como nuevo género ficcional, y del escritor de la industria cultural de masas, como un nuevo tipo de productor cultural.

Este pasaje de escritores y de periodistas a la radio dejó su marca en los primeros tiempos de la radiodifusión. Como analiza Mónica Maronna (2013), las marcas de la escritura aparecieron en los textos preparados para ser leídos; en las conferencias de intelectuales, escritores y políticos; en la lectura de poemas, relatos cortos y ensayos. Y también, en la introducción de problemáticas legales y gremiales que eran nuevas, tales como: las leyes por los derechos de autor; la creación de asociaciones de autores radioteatrales; la reglamentación en los usos de las adaptaciones literarias, teatrales o cinematográficas; las leyes por la retransmisión de los radioteatros en varias emisoras.

Se abrieron así numerosas polémicas que tuvieron en su centro el tema de la autoría; el tema de la autoría es uno de los desafíos de esta investigación, pues a la enorme dificultad que implica encontrar datos sobre los autores que escribieron radioteatros se suma el uso de los seudónimos en sus más variadas formas. A veces, un mismo autor usaba seudónimos diferentes; en otros casos, un mismo seudónimo era utilizado por escritores diferentes. Ya las revistas de radio del periodo denuncian de manera reiterada el uso y el abuso de los seudónimos¹, y proponen secciones destinadas a revelar quién es quién detrás de los seudónimos, como lo hace, por ejemplo, *Radiolandia* en su página titulada "Descubriendo seudónimos"². Como se verá en este trabajo, la inestabilidad del nombre propio de los autores de radioteatros durante el decenio de 1930, su carácter fantasmal, es el rasgo que mejor define la conformación del escritor de la industria cultural de masas, y que lo diferencia de esos escritores que, portando un nombre propio, pasaron de la literatura, del teatro o del periodismo escrito a la ficción radial. En solo diez años (entre 1933 y 1943), se suceden modelos diferentes de concebir

¹ Por ejemplo, dice *Sintonía*: "Abundan en nuestra radiotelefonía personas de tan escasos escrúpulos que no vacilan en aprovecharse de la falta de reglamentos precisos en la materia, y se apropian con todo desenfado de nombres que a otros pertenecen. Nuestros lectores conocen ya los casos 'Garbel' y 'Gadel'; ahora ha surgido un señor que habla de cine en LS 8 haciéndose llamar Larry Morgan, lo mismo que el conocido cantante. [...] Hace tiempo sugerimos a la Asociación de Broadcasters que abriera un registro de seudónimos, prohibiendo todos aquellos que por una u otra causa resultaran inconvenientes, pues sin una medida general y enérgica los abusos seguirán como hasta ahora" (*Sintonía*, 1935).

² Aparece por primera vez en el número 427 de La Canción Moderna. Radiolandia, 25 de mayo de 1936.

tanto qué es un radioteatro —diferencias que se revelan también en la inestabilidad en el modo de nominar al género que es, al mismo tiempo, radioteatro, teatro del aire, radionovela, novela radial, novela episódica, folletín radial...—, como de quiénes son los que los escriben.

Dentro del mencionado marco, este trabajo propone una aproximación a la historia del radioteatro policial argentino a partir del estudio de un caso —el de los radioteatros policiales de Jacinto Amenábar (seudónimo del periodista Salvador Cordone)—, y sostiene como hipótesis que las ficciones policiales escritas por periodistas para la radio ponen en escena un uso imaginativo de las nuevas técnicas de comunicación, y que en la elaboración de las tramas ficcionales se vinculan nuevos proyectos técnicos con tradiciones culturales provenientes del folletín del siglo xix, la novela sentimental, el relato de aventuras y el melodrama, pero que incorporan, a su vez, elementos de la novela negra, propia del momento del auge del crimen organizado de la década de 1930. La figura de Jacinto Amenábar permite, asimismo, pensar el funcionamiento de un nuevo tipo de productor cultural: el escritor de la industria cultural de masas y del entretenimiento, quien pone en funcionamiento un formato ficcional cuya fórmula se inventa, precisamente, durante los años treinta del siglo xx.

La primera aparición en los medios de Jacinto Amenábar fue en el vespertino Noticias Gráficas, entre el 6 de julio y el 6 de agosto de 1933, cuando publicó por entregas una novela policial titulada El crimen de la noche de bodas. Memorias del pesquisante Jacinto Amenábar, seudónimo que los críticos —Jorge Lafforgue y Jorge B. Rivera, principalmente—atribuyeron a Alberto Cordone, director de Noticias Gráficas (Lafforgue & Rivera, 1996; De Rosso, 2009). Sin embargo, Tito Livio Foppa (1961), en su Diccionario teatral del Río de la Plata, al igual que la información de varios Quién es quién en la Argentina, corroboran que se trata de Salvador Cordone, hermano menor de Alberto Cordone³. Además de la novela

³ La primera mención aparece en Antena, cuando al referirse, sin nombrarlo, al diario Noticias Gráficas, afirma: "En un suelto aparecido en un diario de la tarde, del que es director un hermano de Jacinto Amenábar..." ("Una actitud poco simpática del autor de Las aventuras de Carlos Norton", Antena, No. 235, 24 de agosto de 1935). Años más tarde, dice Tito Livio Foppa: "Salvador Cordone, autor, nació en Buenos Aires el 10 de marzo de 1905. A mediados de 1933 publicó en Noticias Gráficas (diario del que era secretario de redacción) la novela El crimen de la noche de bodas (editada anteriormente por Anaconda bajo el seudónimo de Jacinto Amenábar). Ese mismo año inició por Radio Stentor, al dar comienzo esta emisora sus transmisiones desde el sótano del hotel Castelar de la Avenida de Mayo, las Aventuras de Carlos Norton, título de una serie de novelas radiales de índole policial en las que por primera vez en obras de este género la acción se desarrolla en nuestro ambiente. El éxito de las Aventuras de Carlos Norton fue tal que hizo que todos los meses se estrenara una versión escénica de la novela transmitida. Diez años después de su iniciación, Las aventuras de Carlos Norton reanudaron su transmisión diaria por radio El Mundo. Salvador Cordone, siempre bajo el seudónimo de Jacinto Amenábar, escribió otras obras radiales policiales, entre ellas, Daniel Aldamo, el valiente (compañía Héctor Coire, Radio El Mundo) y El entrometido señor Rawson (compañía Luis A. Setti, Radio Belgrano). También escribió novelas radiotelefónicas para Maruja Gil Quesada, Carmen Valdéz, Martín Zabalúa, Norma Castillo y Lalo Harbin. Durante once años, Salvador Cordone fue secretario de redacción de Clarín" (Foppa, 1961: 457). Y en el Quien es quien en la Argentina. Biografías contemporáneas (1959: 225), se afirma lo siguiente: "Salvador Cordone: periodista, escritor. Nacido en Buenos Aires el 10 de marzo de 1906. Padres: Domingo Faustino Cordone y María Concepción Pezoti. Esposa: María Concepción Usabel. Estudios: Colegio Mariano Moreno. Actuación: fundador y director de la revista La Cancha de Buenos Aires (1928-31); jefe del Departamento Comercial y del de Circulación, colaborador y Secretario de Redacción del diario Noticias Gráficas (1931-1937); Administrador del diario Pregón (1938-39); Director de Audiciones de la Editorial Haynes (1942-45). En la actualidad, colaborador y Secretario de Redacción del diario Clarín desde 1946. Obras: El crimen de la noche de bodas, firmada con el pseudónimo de Jacinto Amenábar (1933); Las aventuras de Carlos Norton (1933-1935)".

policial, Amenábar fue uno de los primeros escritores de radioteatros policiales de los años treinta, el primero en convertir una saga radioteatral en historieta policial —una historieta que, según Carlos Trillo y Guillermo Saccomanno (1980, p. 29), fue la primera historieta policial ambientada en escenarios porteños—, y el primero en publicar "folletines policiales fotográficos" en un diario masivo. Fue también columnista de *Noticias Gráficas*, donde, a partir del 23 de julio de 1935, y durante más de cinco años, publicó una nota diaria sobre diferentes aspectos del mundo del delito: enigmas policiales, viejos casos policiales, comentarios de las noticias policiales del día, descripciones de las distintas prácticas delictivas de ladrones, estafadores y cuenteros.

Pocos meses después de *El crimen de la noche de bodas* —cuyo primer capítulo fue transmitido por LR3 *Radio Nacional* dos días antes de su publicación en el diario—, Jacinto Amenábar escribe el radioteatro policial *Las aventuras de Carlos Norton. El misterio del ojo de vidrio*, que comienza a transmitirse el 5 de octubre de 1933 por Sténtor, radio que inaugura su transmisión, precisamente, con ese radioteatro, el primer radioteatro policial de la radio argentina. Solo unos meses antes, como analiza Lila Caimari en *Apenas un delincuente*, el comisario Ramón Cortés Conde había dado inicio en Radio Porteña a sus "Charlas Profesionales": breves dramatizaciones de distintas situaciones delictivas en la gran ciudad, a través de las cuales

[...] se proponía ilustrar al pueblo acerca de los métodos utilizados por los delincuentes para cometer sus fechorías. Ante el éxito de audiencia, el programa se estabilizó bajo el nombre 'Ronda Policial', un ciclo de transmisiones diarias que crecería sin cesar en los años siguientes, pasando de 30 a 45 minutos de duración. (Caimari, 2004, p. 219)

Como reseña, años después, *Radiópolis. Magazine Policial*, "correspondió al Sr. Ramón Cortés Conde dar comienzo a la primera transmisión, a la que siguieron otras a cargo de los Sres. Ingeniero Vicente Gómez Bao y Ernesto Morton", quienes,

[...] alentados por las manifestaciones de estima llegadas hasta ellos, se inicia luego, bajo la denominación de 'Ronda Policial', la transmisión de las primeras glosas, sketchs y episodios, escritos especialmente para el micrófono por los mencionados autores. Fueron estos: *El crimen del doctor Campo, Un robo sensacional* y luego *Los contrabandistas del Delta*. [...] 'Ronda Policial' continuó aun, por espacio de tres años, sus tesoneros esfuerzos [...] nuevos escritores sumaron su modesto concurso para lo que era ya una esperanza lograda. Fueron éstos, los señores: Mario J. Bellini, Rafael García Ibáñez, Juan Manuel Cabassa (Verni), colaborando también, en varias oportunidades, los Sres. Dr. Hernán Silva, Lino Ferraris, Dr. Oscar Cortés Conde, el Reportero Melesio, Ricardo Devalque, Eladio Viejo, Jorge Newton, Roberto Canto y A. Diéguez.⁴

^{4 &}quot;Breve reseña sobre Ronda Policial", Radiópolis. Magazine Policial, año XVI, No. 192, septiembre de 1938, s/p.

YENTURAS DE anto Amenal Nº 2

EL PAÑUELO GRIS
Original
de Jacinto amenada



Al primer radioteatro de Jacinto Amenábar titulado *El misterio del ojo de vidrio*, de 60 episodios, le siguieron, y siempre en la serie de *Las aventuras de Carlos Norton*: *El crucifijo de oro, La desaparición de Eloísa Navarro, El amor de Ana María, El cofre de ébano, El comandante Fernat, El pañuelo gris, El rival de Carlos Norton, La vuelta de Otto Krauss,* entre otros títulos, y que después de finalizados en las audiciones radiales eran publicados en la *Revista de Las aventuras de Carlos Norton*. Este radioteatro fue también emitido, y con gran repercusión, en Uruguay: en las historias del radioteatro uruguayo suele mencionarse que el 3 de septiembre de 1934, en CX 22 Radio Fada, se inauguró el radioteatro policial uruguayo con *Las aventuras de Carlos Norton* (Gómez &Torrello, 2010).

Por lo tanto, ese 5 de octubre de 1933 se produce un triple comienzo: en primer lugar, LS8 Radio *Sténtor* inicia sus transmisiones desde los subsuelos del Hotel Castelar, donde también funcionaba la Peña del Hotel Castelar denominada Signo⁵. Se trata de una radio extremadamente moderna, cuyas instalaciones, ubicadas en Lomas del Mirador, dejan sin palabras a la periodista de *Sintonía* que acude a visitarlas:

Es algo fantástico, un maravilloso triunfo de la ciencia. [...] La primera impresión extraordinaria la recibe el visitante cuando [...] aparece en el horizonte, dividiendo el cielo con su vertical altísima, la antena metálica de la nueva estación. Parece tocar las nubes. Su altura es de 180 metros [...] No se parece a ninguna de las grandes antenas conocidas. No solo es más alta que ninguna otra, sino también más hermosa, más esbelta, más ligera. Es como la imagen de una aspiración hacia lo infinito. (*Sintonía*, 1933)

Caras y Caretas especifica sus detalles técnicos: posee un transmisor Philips, procedente de Holanda, con 30 kilovatios en antena; la modulación es perfecta, y el alcance, de 3500 kilómetros en cualquier estado atmosférico; además, tiene control a cristal y el mástil-antena mide 126 metros de altura;

Se trata del equipo más moderno y costoso instalado hasta hoy en Sud América. Las transmisiones se destacan por su gran potencia y una nitidez extraordinaria. Los sonidos se distinguen con justeza absoluta. El oyente experimenta la sensación de hallarse junto al ejecutante u orquesta. Rigurosa selección en el elenco y programas. Rechazo de toda expresión bastarda. [...] Variedad y amenidad en los programas. Alternación de números musicales y hablados. Rapidez y brevedad en el desarrollo del programa diario. Números para todos los públicos. (*Caras y Caretas*, 1933)

Y, en efecto, se trata de una radio que propone, en sus comienzos, un ambicioso proyecto de divulgación cultural. Con Alfredo G. Pérez como director general, Héctor Ruiz Díaz como director musical e Isidro J. Odena como director artístico, propala, además de los programas de música clásica y música popular, audiciones y secciones fijas a cargo de

⁵ En julio de 1932, los dueños del Hotel Castelar habían comprado la emisora LS8 *Radio Sarmiento*, ubicada en Lomas del Mirador, La Matanza, que había sido inaugurada el 11 de septiembre de 1929, pero destruida poco después por una tormenta.

intelectuales y de periodistas ya conocidos por el público. Por ejemplo, la sección diaria "A mí me parece...", de Homero M. Guglielmini; una sección de modas, belleza y arte del hogar a cargo de María Rosa Oliver; la *Revista Infantil Sténtor*, de Susana Calandrelli; la audición *Radio Platea*, con comentarios sobre teatro y cine de León Klimovsky e Isidro Odena; los *Viajes en torno del jazz*, con comentarios de música también de Klimovsky...

En segundo lugar, ya ese 5 de octubre de 1933 se inicia un vínculo periodístico entre Radio *Sténtor* y el diario *Noticias Gráficas*; un vínculo que se traduce en la organización conjunta de eventos periodísticos y en la incorporación de periodistas del diario en la radio. Por ejemplo, en abril de 1934, radio *Sténtor* organiza, en el salón Signo, una transmisión para los presos políticos en Ushuaia, y dicha transmisión es cubierta, en exclusiva y con numerosas fotografías, por *Noticias Gráficas* (1934a). En octubre de ese mismo año, y esta vez desde la redacción de *Noticias Gráficas*, Radio *Sténtor* difunde una transmisión en la cual periodistas, dibujantes y maquinistas explican a los oyentes cómo se hace un diario, "desde la acción directiva hasta el desarrollo de las noticias sensacionales". Isidro J. Odena subraya, precisamente, el vínculo entre periodismo escrito y radio:

Certificamos en esta ocasión, como en otras, el contacto entre el periodismo y la radio, los dos grandes voceros de la opinión contemporánea. *Noticias Gráficas* lanzará esta tarde su primera edición aérea, que será como una síntesis de su alma: el micrófono de Sténtor irradiará el rumor de las máquinas maravillosas que imprimen el diario y hará oír a los directores, redactores y cronistas que en esta casa poseen el secreto juvenil y dinámico de aligerar el severo perfil del mundo. Radio Sténtor, que aspira a ser también una expresión ágil y renovada en el éter, saluda, pues, fraternalmente el triunfo de *Noticias Gráficas*, que es el triunfo de la inteligencia alada y del gesto varonil y recio, presentes en sus páginas diarias. (*Noticias Gráficas*, 1934b)

A su vez, además de Jacinto Amenábar, son varios los periodistas de *Noticias Gráficas* que se incorporan a la radio. El caso más curioso es el de Emilio Ramírez, jefe de fotógrafos de *Noticias Gráficas*, quien lleva a la radio el relato de las imágenes captadas con su máquina fotográfica. La audición se llamó *Radiofotos*, y fue ampliamente celebrada por las revistas radiofónicas:

La emisora Sténtor ha incorporado a sus programas algo completamente nuevo e interesante: propala fotografías por su micrófono. Para ello, nadie mejor que Emilio Ramírez, jefe de los laboratorios y del personal de fotógrafos de *Noticias Gráficas*, el que es poseedor de una conversación ágil e interesante y sabe desarrollar con suma amenidad los más diversos temas. [...] Frente al micrófono, el inteligente repórter gráfico relata a los radioescuchas las notas de palpitante actualidad en las que debió intervenir. El 'sprit' y la cultura de que hace gala Emilio Ramírez lo han elevado a una situación expectable en los programas radiotelefónicos, donde se lo escucha con sumo agrado y creciente interés por lo novedoso de los temas y lo fino de sus observaciones. (*La Canción Moderna*, 1933)

FOTOGRAFIAS POR RADIO



La emisora Stentor ha incorporado a sus programas algo completamente nuevo e interesante: Propala fotografías por su micrófono. Para ello nadie mejor que Emilio Ramírez jefe de los laboratorios y del personal de fotógrafos de "Noticias Grafícas, el que es poseedor de una conversación ágil e interesante sabe desarrollar con suma amenidad los más diversos temas.

En la nota que hoy damos a nuestros lectores puede verse primeramente a Ramirez en la quietud de su laboratorio estudiando atentamente una placa donde ha puntualizado alguna nota de interés. En la segunda de arriba, ensenando el manejo de la máquina "Spido" a su ayudante, el popular Pampin.

Luego, abajo Ramírez toma una nota de interés a dos altos miembros del personal de "Noticias"

Gráficas" y finalmente, frente al micrófono, el inteligente repórter gráfico relata a los radiescuchas las notas de palpitante actualidad en las que debió intervenir.

El "sprit" y la cultura de que hace gala Emilio Ramírez lo han elevado a una situación espectable

en los programas radiotelefónicos, donde se lo escucha con sumo agrado y creciente interés por lo no-vedoso de los temas y lo fino de sus observaciones

Se murmura con insistencia en ambiente radiotelefónico que Teófilo Ibáñez, el excelente cantor nacional actuará en la aristocrática radiodifusora que tiene su local en el palacete de la calle Santa

Mientras tratamos de confirmar este rumor damos traslado de él a nuestros lectores.

Teófilo Ibáñez Netamente se destaca a Radio Fénix? la cancionista P. Díaz

Patrocinio Diaz, la excelente cancionista folklórica argentina, se viene destacando netamente en los programas de Radio Nacional, en los que brinda audiciones de inmenso valor artístico. Al destacar sus grandes condiciones, no hacemos más que repetir los anteriores conceptos vartidos sobre su persona.

La Canción Moderna, 1933. Crédito de la imagen: ReHiMe

Agustín Magaldi con el conjunto que componen el dúo y sus acom-pañantes ya emprendió la jira por ei interior de la República, la que durará como informamos en nú-meros anteriores, un mes, después de lo cual no sería extraño que reapareciera en Nacional o en Stentor, ya que esta última radiodifusora parece empeñada en conseguir

RAMIREZ

EL HOMBRE QUE TRANS MITE FOTOS POR RADIO

bre que necesita un volumen como la guía para escribir sus anécy es poco aún.

el modo de dar las informaciones por radio entraña todo un problema, sin embargo Emilio Ramírez, el jefe de fotógrafos de "Noticias Gráficas" ha encontrado la manera de hacerlo y por cierto en una forma interesantísima nueva, hasta audaz si se quiere... pero que gusta mucho. Emilio Ramirez habis diariamente ante el micrófono de Radio Stentor, y nos cuenta, en escasisimos minutos las "fotografías" que ha tomado durante el día.

Voy al diario para verlo. No está en su oficina, mientras lo espero ver llegar a un hombre de rostro macilento, desençajado casi, trae en sus brazos a una criaturita sucia, de cabellos que lavados deben ser todo un sol... la ne-

na a falta de nn caramelo chupa el extremo de un pañuelo, El hombre pasa el marco de la puerta y VBO asomar detrás de él,

tres chicos más... dos nenas y un va-rón. No hace falta ser muy observador para darse cuenta que hace mucho que no juegan, que no saben lo que es alegria. ¡Pobres chicos, apenas un par de años de vida y ya conocen lo que es tener hambre!

Llega Ramírez, me saluda con su clá-sico — "¡Hola, que decís!", pero ve los chicos y los abraza, el padre de las

-; Ah! Es uno de mis "clientes", me dice sonriente.

Sospecho lo que ocurre pero insisto. -No entiendo.

—Rise pobre padre, viudo y sin tra-bajo, es uno de tantos, tengo muchos así, que vienen a verme casi diariamen-te, a veces les doy ropa, a veces lo hago comer aquí, otras les doy alg



de pie, es un hombre aún joven pero ya encorvado. Parece que la responsabilidad que sobre él pesa influyera también sobre su físico. Sin decir palabra Ramírez extrae discretamente su billetera y a los pocos segundos se va el hombre delgado con sus cuatro chicos. —¿Y ese?. — le digo. —

"... Sono", si señores, sono, 170 la he visto sonar! Me refiero a la sirena del "Gelria", cree que he sido el único que la eyó cuando tocó para que el barco se fuera de veras... hito así: — "¡UUUUUuuuuu!

"... no sé para qué vamos a ir a Estados Unidos.
Esta tarde en el Hospital
vecinal de Quilmes he retratado a la mujer que lieva durmiendo cien horas.
Al menos no la molesta
el teléfono ni se entiera de la baja
del trigo"...

ara que puedan comprar cositas. ¡Pobre gente!

Y entonces me extraño de ver que Ramírez, pese a estar ya fogueado por el contacto diario con toda clase de heel contacto diario con toda clase de ne-chos, de miserias de tragedias, tiene un corazón granue como una casa... —Pstoy contentísmo — me dice, cor-tando de crajo ne exones mentales,

tando de cajo n Imaginate que encontré padre para un pibe!

-¿Eh?

año 5 | n°4 | 2015/16

Y, en efecto, Ramírez narra la trastienda periodística de las fotografías publicadas en el diario *Noticias Gráficas* y describe el momento en el que fueron captadas:

Salute: esta tarde junto a un paso a nivel he visto un ómnibus suicida. Lo fotografié y todo... ¡Hay que verlo! Siempre son los ómnibus. ¿A que ustedes nunca han visto un tren arrojarse al paso de un ómnibus...?

Esta mañana fui a tomar una foto triste. Retraté la esposa del hombre que fue asesinado por querer cobrar una cuenta. Tenía en brazos a la hijita, inocente criatura que pagará esa bestialidad humana.

Esta mañana en la quinta presidencial de Olivos, he retratado al presidente con una 'barra' de pibes. Me recordaba al hombre de las palomas del balneario. (*La Canción Moderna*, 1934)

En tercer lugar, ese 5 de octubre de 1933 comienza la transmisión del primer radioteatro policial de Jacinto Amenábar: *Las aventuras de Carlos Norton: El misterio del ojo de vidrio*, recibido con entusiasmo y una amplia cobertura periodística por las publicaciones del momento.

Con el uso masivo de la radio y la incorporación de tramas ficcionales al nuevo formato provisto por los radioteatros, se produce, como bien lo define Oscar Steimberg, una "transposición semiótica": una operación social por la cual una obra o un género cambian de soporte o sistema de signos. (Steimberg, 1993, p. 109-133). Con la aparición de nuevos medios de comunicación y la incorporación de nuevas técnicas al arte, la transposición es una de las operaciones que definen zonas clave de la cultura popular y de la industria del entretenimiento.

En efecto, *Las aventuras de Carlos Norton*, con un elenco dirigido por Roberto Salinas, e integrado por Emma Bernal, Olga Moom, Baby Correa, Elida de Tata, Pedro Tocci, Julio Vial, Luis Arellano, Roberto Lopresti, Eduardito Nogueira y José María Salinas, fue un verdadero éxito radial, como lo demuestran las notas y las fotografías que le dedican las diferentes revistas especializadas en la radio – *Antena*, *Micrófono*, *La Canción Moderna*, *Sintonía*, entre otras—, que en numerosas ocasiones le dedican la tapa. En marzo de 1934, los 60 episodios comienzan a publicarse como *Aventuras de Carlos Norton. Primera serie: El misterio del ojo de vidrio. Original de Jacinto Amenábar*, divididos en 9 entregas de 64 páginas cada una (con un total de 576 páginas). La celeridad de su publicación deja su marca en la nota de advertencia que Amenábar escribe al final de cada entrega:

Advertencia del autor. Las aventuras de Carlos Norton fueron escritas con el exclusivo fin de su propalación radiotelefónica, con la prisa que exigía y exige la transmisión diaria y con el convencimiento de que nunca tendrían otra vida que la muy fugaz de la palabra hablada. Ahora, inesperadamente, salen a la luz en letras de imprenta, y el autor ruega que se tengan en consideración aquellos antecedentes.

En febrero de 1934, *Las aventuras de Carlos Norton* se representan en numerosas salas de teatro barriales:

El éxito extraordinario de este folletín y el interés que existe por ver actuar a los intérpretes del mismo en los escenarios locales han movido al autor de *Las aventuras de Carlos Norton* a escribir una obra teatral completa por cada una de las series propaladas hasta la fecha. (*Noticias Gráficas*, 1934c)

Y en agosto de ese mismo año un aviso de *Caras y Caretas* anuncia, en la columna de la sección de radio titulada "¡No me diga, che...!", que "la novela radiotelefónica *Aventuras de Carlos Norton* va a ser filmada por una productora nacional" (*Caras y Caretas*, 1934). Y en septiembre de 1935, *Las aventuras de Carlos Norton* abandonan los micrófonos de Radio Sténtor y la compañía de Roberto Salinas, y pasan a LS 9 La Voz del Aire. El mismo Amenábar dirige la compañía radioteatral, que está integrada por Carlos Croharé, Gustavo Cavero, Manolita Serra, Josefina Meliá, Luis A. Setti, Eduardo Nogueiras, Rodolfo Zenner, Pedro Urquijo, entre otros⁶.

El éxito del folletín radial y su extrema visibilidad en las revistas de espectáculos contrastan con el vacío de información que rodea a su autor. "¿Quién y cómo es Jacinto Amenábar?" se titula una nota de *Antena* en la que se dan a conocer tres fotografías de Amenábar, una de las cuales será reproducida en varias oportunidades tanto en *Noticias Gráficas* como en la revista *Aventuras de Carlos Norton*. No obstante, basta mirar la foto para notar la marca del disfraz, el bigote postizo, la falsa identidad:

La nota –una breve entrevista de Luis R. Preprotmick– explicita el carácter fantasmal del escritor, y desmiente, una vez más, que ese nombre sea un seudónimo:

Esto de hacer una pesquisa para aclarar el misterio que rodea a un detective, no deja de tener sus dificultades. Pero al fin la empeñosa tarea acometida pudo epilogarse con éxito y hoy tenemos la satisfacción de dar a conocer al público radioyente la vera efigie de Jacinto Amenábar en diversos aspectos. Es este, y no otro, el autor de *Las aventuras de Carlos Norton*, quien al verse descubierto por nosotros, no tuvo más remedio que resignarse. (*Antena*, 1935b)

⁶ Los motivos no son claros: mientras *Noticias Gráficas*, al informar el cambio de transmisora, sostiene que "los episodios de que es autor ese colaborador de *Noticias Gráficas* –a quien ya comienza a llamarse 'el Edgar Wallace argentino' – alcanzaron un éxito extraordinario, logrando un número enorme de radioescuchas. Puede decirse *que Las aventuras de Carlos Norton* ha llegado a ser el folletín de mayor éxito del momento" (*Noticias Gráficas*, 1935), la revista *Antena*, en tono muy crítico hacia Amenábar, sostiene que el folletín "dejará de irradiarse desde el 1 de septiembre, por decisión de la dirección artística de Radio Sténtor que ha creído –muy oportunamente, a nuestro juicio – agotado el interés de esta novela, después de dos años de continuada insistencia alrededor de un mismo asunto. El señor Jacinto Amenábar, que es el autor a que nos referimos, en lugar de parecerle lógica y sensata esta resolución de la difusora –ya que no es posible creer que se tiene derecho a martillar el gusto del oyendo con la misma cantinela durante meses y meses – se ha enojado y pretende echar sombras sobre la indiscutible eficacia interpretativa de Roberto Salinas y su elenco, que son los que han hecho posible, mediante su inteligente y dúctil labor, la renovación del interés del público" (*Antena*, 1935a).

año 5 | n°4 | 2015/16

Como antes se señaló, este carácter fantasmal del autor del radioteatro describe el funcionamiento de un nuevo tipo de productor cultural: el escritor de la industria cultural de masas, cuyo nombre puede ser cualquiera (o muchos), pues lo que importa es la puesta en funcionamiento de un formato ficcional cuya fórmula se inventa, precisamente, en estos años.

A su vez, la figura de Jacinto Amenábar, como las de otros escritores de radioteatros en las décadas de 1930 y 1940 — la mayoría de los cuales también firma con más de un seudónimo—, comienza a responder a una pregunta que, hace ya varios años, Eduardo Romano se hacía: "¿existió el 'escritor' de radioteatro?". Romano respondía que "es comprensible que el eje del fenómeno radioteatral no haya sido, hablando con rigor, un *escritor*, sino alguien que reuniera simultáneamente dotes de folletinista, para armar tramas cautivantes y complicadas; de dramaturgo, para que sus diálogos resultaran fluidos y efectivos; de director escénico, para coordinar y afiatar la labor del elenco actoral" (Romano, 1985, p. 58). Y, en efecto, *Las aventuras de Carlos Norton* reúnen estas características: mientras Amenábar escribía los libretos, era Roberto Salinas quien estaba a cargo de la dirección escénica y de la labor del elenco actoral. Este trabajo conjunto —casi una autoría compartida— se reanudará en el decenio de 1940.

Como antes se señaló, El misterio del ojo de vidrio se transmitió por Radio Sténtor, entre el 5 de octubre y el 5 de diciembre de 1933. En esa primera serie, ya están presentes muchos de los elementos que caracterizan toda la saga. El rasgo más novedoso es el de construir tramas y personajes que retoman muchos procedimientos del folletín del siglo xix, tanto el aventurero como el sentimental, pero procesados por los rasgos del periodismo masivo y la novela policial (Meyer, 1996). Retoma, por un lado, ingredientes del folletín aventurero y criminal -cuyo modelo más acabado son Las aventuras de Rocambole, de Ponson du Terrail- como la exageración amplificadora, la sumatoria de infinitos enredos, el equívoco, los actos extraordinarios, las repeticiones narrativas (tesoros ocultos, bandos enfrentados, muertes por veneno, tramovas, disfraces, falsas identidades, sociedades secretas...). Por otro, reitera los rasgos más sobresalientes de la novela sentimental, como el enamoramiento que se produce con el intercambio de miradas, las confidencias de la pasión, los obstáculos y los riesgos del juego amoroso, que sigue el esquema de la aventura por la presencia de terceros, el malentendido, la omisión (Sarlo, 1985). Lo nuevo es que en estas repeticiones narrativas provenientes del folletín, los radioteatros de Amenábar incorporan una suma heterogénea de géneros discursivos y literarios de extrema modernidad, como la noticia de actualidad, la crónica periodística, el comentario político, el relato de viajes y la novela policial, cuyo modelo más evidente es la narrativa de Edgar Wallace, a quien –no casualmente– Roberto Arlt consideraba "la reencarnación de Ponson du Terrail, el creador de Rocambole" (Arlt, 1940). Al igual que las novelas de Wallace, estos radioteatros tienen tramas enrevesadas e hiperbólicas donde la tensión de la intriga y el misterio giran en torno a las modernas prácticas delictivas y sus protagonistas.

La trama policial tiene como centro la persecución contra Marta Levington y su hija Olga, por parte de una asociación criminal que busca matarlas, sin que se sepa

INO ME DIGA, CHE!...

– Que continúa irradiándose por Radio Sténtor, con éxito cada vez más firme, la audición "Tangos y autores", dirigida por Héctor Bates.

- Que la novela radiotelefónica "Aventuras de Carlos Norton" va a ser filmada por una productora nacional.

- Que de esta manera, aunque en pequeñisima escala, el cine se toma la re-vancha y comienza a tomar de la radio una milésima parte de lo que la radio le "toma" al cine.

- Que algo es algo, como decía aquel coronel de montoneros cuando tocaban a

degüello.

- Que las transmisiones efectuadas desde los teatros de la capital prosiguen con éxito rotundo, acaparando mucha cantidad de oyentes, pues ésta es la única manera de verse libre, por partida doble, de avisos kilométricos y de "speakers" confianzudos.

- Que, sin embargo, no todas son rosas en este asunto, y que algunas transmisio-nes teatrales están pidiendo a gritos una censura en forma.

- Que Camila Quiroga, la gran actriz argentina, honró, con éxito, el micrófono de "Platea Club", de Radio Sténtor.

se "Platea Cub", de Radio Stentor.

— Que igualmente, la audición "Desde
mi butaca", de Radio Fénix, se vió favorecida por el concurso de un brillante
concertista de saxofón: Alberto Hervier.

— Que Ada Falcón dió por terminadas
sus "vacaciones" en Radio Nacional, reini-

ciando sus transmisiones. ¡Estos odiosos contratos!

LA CONFERENCIA MUNDIAL DE **BROADCASTINGS**

El director del Instituto Internacional de Cooperación, señor Henri Bonnet, ha propuesto que se convoque a una conferencia mundial de broadcásting para asegurar el empleo de este poderoso

medio de comunicación en favor de la paz. Esa convención tiende a eliminar todos los programas que pudieran fomentar discrepancias entre las naciones. Entre las diversas medidas involu-cradas figura la fiscalización gubernamental de las empresas privadas y la promulgación de re-

glamentos concretos.

Declaró el señor Bonnet que 18 gobiernos habían respondido a la carta que les dirigiera el secretario de la Sociedad de las Naciones, señor Avenol, quien preguntó si estaban dispuestos a aceptar el borrador de esa convención. Las contestaciones recibidas indicaron que 16 países se pronunciaron por la afirmativa, mientras que dos gobiernos, los de Brasil y Estados Unidos, manifestaron no poder adoptar tal actitud.

CURSO DE IDIOMAS POR RADIO

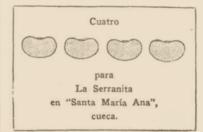
En los tiempos iniciales de la radio, las direcciones artísticas dieron preferente atención a la enseñanza de idiomas por radio. Los primeros ensayos se realizaron con éxito, pero luego, la abundante aparición de titulados artistas de radio, obligó a los directores a descuidar la parte cultural o pedagógica.

rai o peaagogua. Sin embargo, ahora se vuelve, de nucvo por el buen camino. Citaremos, como un ejemplo entre muchos, a los cursos de idiomas que todos los dias propala la Extensión Cultural Radiofónica por medio de Radio Porteña.

En la actualidad está comencándose a comentar pequeñas lecturas, tanto de inglés como de francés, extractadas con el máximo cuidado de la literatura y las revistas y diarios extranjeros, en forma que su texto sea siempre portador de una no-

vedad o una enscñanza importante. El curso de francés, a cargo de "La Voix de France", se pasa los martes, ineves y sábados de 10.30 a 11; y el de inglés, dictado por el profesor M. Barberá, los lunes, miércoles y viernes a la

misma hora.



SALPICON MICROFONICO DEPORTIVO, por ROQUE SILLITTI







AVADINI, que ha demostrado tener "pasta" de gran iugador. ha
evidenciado sambién que
tiene condiciones de orador. Esta "£10" nos lo
muestra cuando habió por
primera vez por radio.
Pausado, sereno y con dicción. exouso la seperanza ción, expuso la esperanza de conducirse simpre con grandes brios y efectivi-dad, para que su perma-nencia en la primera divi-sión sea un hecho. Y a pesar de que lo transmitido por el novel "wing" de San Lorenzo es de data recien-te, los hechos, sin embar-go, han confirmado sus relevantes condiciones para ocuparlo definitivamente.

INO ME DIGA, CHE!...

- Que contínúa irradiándose por Radio Sténtor, con éxito cada vez más firme, la audición "Tangos y autores", dirigida por Héctor Bates.
- Que la novela radiotelefónica "Aventuras de Carlos Norton" va a ser filmada por una productora nacional.
- Que de esta manera, aunque en pequeñisima escala, el cine se toma la revancha y comienza a tomar de la radio una milésima parte de lo que la radio le "toma" al cine.
- Que algo es algo, como decía aquel coronel de montoneros cuando tocaban a degüello.
- Que las transmisiones efectuadas desde los teatros de la capital prosiguen con éxito rotundo, acaparando mucha cantidad de oyentes, pues ésta es la única manera de verse libre, por partida doble, de avisos kilométricos y de "speakers" confianzudos.
- Que, sin embargo, no todas son rosas en este asunto, y que algunas transmisiones teatrales están pidiendo a gritos una censura en forma.
- Que Camila Quiroga, la gran actriz argentina, honró, con éxito, el micrófono de "Platea Club", de Radio Sténtor.
- Que igualmente, la audición "Desde mi butaca", de Radio Fénix, se vió favorecida por el concurso de un brillante concertista de saxofón: Alberto Hervier.
- Que Ada Falcón dió por terminadas sus "vacaciones" en Radio Nacional, reiniciando sus transmisiones. ¡Estos odiosos contratos!

el motivo, a lo largo de los 60 episodios. Carlos Norton, enamorado de Olga, es el galán aventurero que arriesga su vida para protegerlas; es redentor y, a la vez, medio ladrón; revolucionario y conservador. John Perkins, el criminal que las persigue asumiendo identidades y caracterizaciones falsas, es la personificación del crimen organizado, y en cuya descripción resuenan los modos de funcionamiento de las mafias norteamericana y argentina, uno de los temas que predominan en el periodismo argentino a comienzos de los años treinta. El radioteatro incorpora entonces elementos de la nueva novela policial en diálogo con la actualidad política y social del momento de su emisión.

En el personaje Carlos Norton, como bien describe *Antena*, se concentran varios de los atributos que caracterizan el folletín en su conjunto:

Carlos Norton es hoy en nuestro ambiente la figura popular que simboliza al aventurero de nobles sentimientos, de grandes acciones, el de las arriesgadas empresas en que siempre sus delitos traen consigo una redención, el que la sociedad estigmatiza pero que él sanea sindicando a los grandes culpables, vengándose de ellos al mismo tiempo que se venga del anatema con que ella lo señaló protegiéndola. Es el Arsenio Lupin que viviera en el vasto y laberíntico escenario de la "Ciudad Luz", es el Raffles que llenó con sus extraordinarias hazañas los horizontes de la fantasía londinense, es el quijotesco caballero mitad redentor y mitad aventurero. medio ladrón y medio detective, revolucionario y conservador, ese tipo que vive en la imaginación popular con caracteres indelebles porque tiene de su alma el alma no confesada, aquella que vive en lo más profundo y que sueña con las grandes emancipaciones, las grandes aventuras, las grandes redenciones, pero cuyo impulso muere al contacto con la realidad y con la época pero cuyo espíritu se solaza al contemplar los hechos de aquellos que lograron sus recónditas aspiraciones. Ese es el Carlos Norton porteño que se ha incorporado a la literatura policial argentina equiparando sus hazañas a la de los héroes sus émulos de París, Londres y Nueva York. (Antena, 1934)

A lo largo de la trama, la acción se desarrolla en distintos escenarios de la ciudad de Buenos Aires y sus alrededores —San Isidro, Tigre, Avellaneda, Luján—, en comisarías, juzgados y teatros. Pero también cruza los límites nacionales, pues Carlos Norton se alista como voluntario en la Guerra del Chaco Paraguayo —y entonces aparecen representados tanto el frente de guerra como los hospitales de la Cruz Roja o la colonia de convalecientes de la guerra, los hoteles de Asunción y los vapores que lo conducen

⁷ La Sociedad "es una organización destinada a reunir gran cantidad de fondos de reserva, para garantizar, al cabo, la impunidad de sus asociados. [...] Dentro de la Sociedad hay cinco clases de asociados: las clases se llaman primera, segunda, tercera, cuarta y quinta. Forma parte de la primera todo aquel que recién se incorpora a la entidad y luego, de acuerdo a los resultados de su labor, se le va ascendiendo". Las diferencias entre las clases residen en "una mayor retribución por los servicios que se prestan". Está dirigida por el Consejo de la Sociedad, integrado por los miembros de la quinta clase. No se puede renunciar a la sociedad. La pena para el que no cumpla con lo que el Consejo dispone es la pena de muerte. Realizan asesinatos, muchos robos "sobre todo, asaltos a pagadores, instituciones bancarias o comerciales, joyerías, etc. También la estafa y cualquier género de delito que pueda resultar provechoso". La finalidad immediata es reunir fondos para retribuir los servicios de los asociados; la otra finalidad es reunir fondos que sirvan de reserva y que permitan a la sociedad, en un momento determinado, ejercer presión o comprar a gobernantes, jueces, policías" (Aventuras de Carlos Norton. El misterio del ojo de vidrio, primera serie, s/f [c. marzo de 1934]).

por el río Paraná desde el puerto de Buenos Aires hasta Asunción—. Y, también, Europa: a bordo de un transatlántico, los personajes se embarcan hacia España, aunque hacen escala en distintas ciudades latinoamericanas —Montevideo, Santos, Río de Janeiro—, y recorren después varias ciudades españolas: Cádiz, Sevilla, Córdoba, Madrid. A lo largo de estos recorridos irrumpe el discurso político: en contra de la guerra y a favor del pacifismo entre países hermanos, cuando la acción se desarrolla en el Chaco paraguayo⁸; a favor de Manuel Azaña y los republicanos, cuando los personajes asisten a un mitin político en Madrid... ¡Y Azaña aparece como personaje del folletín, dando un discurso en una plaza pública!⁹ Con el cambio de escenario, irrumpe también el relato de viajes: los personajes describen calles, museos y monumentos¹o, caracterizan las costumbres del lugar, visitan sus lugares más pintorescos y reflexionan sobre la situación política

8 "Norton: La guerra, en cualquier lugar del mundo y mucho más en tierra sudamericana, donde todos los pueblos son hermanos, auténticamente hermanos, porque uno mismo es su origen, constituye, a mi entender, un verdadero crimen. En mi cabeza, no entra que este sacrificio de vidas... [...] ¿Quién es el hombre que puede decirnos, desapasionadamente, cuál de los dos beligerantes tiene efectivamente razón? ¿Acaso durante la gran carnicería que se inició en Europa el año 14, no iban los pueblos a la matanza convencidos de que mataban y morían por una causa justa? [...] Yo creo pensar como la gran mayoría de los argentinos: que la paz debe reinar entre Bolivia y Paraguay, pueblos ligados al nuestro por los indestructibles vínculos del origen y del idioma" (Aventuras de Carlos Norton. El misterio del ojo de vidrio, primera serie, s/f [c. marzo de 1934]).

9 "Ángeles: ¿A quién aplaudirán tanto?

Marta: Un hombre ha subido a la tribuna...

Olga: Es un hombre grueso, de anteojos, de pelo escaso que el viento le revuelve...

Ángeles: ¿Quién puede ser? (De nuevo, grandes aplausos)

Varias voces: ¡Viva Azaña!... ¡Viva el defensor de la República"... ¡Viva el más grande gobernante español!... ¡Viva la Acción Republicana!... ¡Vivaaal...

Olga: ¡El hombre de la tribuna es Manuel Azaña!

Ángeles: Ahora mismo va a hacer uso de la palabra (Rumor del gentío, aplausos aislados, etc.)

Manuel Azaña: (Voz con dejo español, pero que, para facilidad del actor, puede no acentuarse sino en las c y en las z. Voz clara, pausada, de un hombre que está improvisando y que da a las palabras todo su valor. Sin alardes oratorios, sobriamente) ¡Conciudadanos!...

Varias voces: (Acallando el rumor de voces) ¡Silencio!... ¡Silencio!... ¡Psss!... (Se hace un silencio absoluto)

Azaña: ¡Conciudadanos!... Inesperadamente, me encuentro en lo alto de esta tribuna y rodeado de un público numeroso que desea escuchar mi palabra. Estaba ya en la estación, listo para partir rumbo a Oviedo, hace menos de una hora, cuando una comisión de ciudadanos requirió mi presencia en este lugar. Requirió mi presencia y requiere mi palabra. (*Pausa*) Así, pues, estoy frente a ustedes, no como uno de esos hombres que traen a las asambleas públicas un discurso largamente preparado y madurado, discurso que si no llegan a pronunciar les provocará una indigestión (*Risas breves*) sino como un hombre que tiene muchas cosas que decir al pueblo, pero que no las ha preparado ni combinado para decirlas.

Varias voces: ¡Bravol... ¡Muy bien!..." (Aventuras de Carlos Norton. El misterio del ojo de vidrio, primera serie, s/f [c. marzo de 1934]).

10 Un ejemplo de la descripción de la ciudad: "Olga: ¡Qué calles modernas y anchas, algunas!

Norton: ¡Y qué estrechas, tortuosas y viejas, otras!... En pocas ciudades españolas será dado contemplar mejor esta contradicción de lo nuevo y lo viejo, como en Córdoba. Aquí –¿lo ven ustedes?— altos edificios; a un paso, las viejas casonas que llevan siglos y siglos de vida, con la huella de la morería... Hay barrios enteros en los que no se puede mover una piedra, modificar siquiera el frente de un edificio, sin autorización expresa de la Dirección Nacional de Museos..." (Aventuras de Carlos Norton. El misterio del ojo de vidrio, primera serie, s/f [c. marzo de 1934]).

Un ejemplo de la cita "culta" en la descripción de los museos: "Olga: ¿Se puede saber adónde nos lleva?

Norton: Al Museo Provincial situado frente a la Plaza del Potro. Allí está instalado también el museo de las obras de Romero de Torres...

Olga: ¿De Romero de Torres? Es mi pintor favorito. Lo conocí cuando fue a Buenos Aires.

Norton: Pues bien: sus hijos siguen consagrados como el padre al arte pictórico. Han donado todas las obras —valuadas en una fortuna— que el gran pintor retenía en el momento de su muerte, para el museo que ellos mismos dirigen. Es un culto emocionante al gran Romero de Torres. Todo está allí como él lo dejó o como él lo hubiera puesto o lo hubiera hecho" (Aventuras de Carlos Norton. El misterio del ojo de vidrio, primera serie, s/f [c. marzo de 1934]).

del país¹¹. A las informaciones históricas y políticas se suman referencias culturales provenientes tanto de la "alta cultura" como de la cultura popular¹².

A su vez, y mediante chistes, anécdotas y comentarios, el folletín incorpora referencias metatextuales sobre el propio medio de producción haciendo menciones al propio radioteatro, a otros artistas de Radio *Sténtor* o planteando los vínculos entre el folletín y el diario *Noticias Gráficas*, que se estrechan en la segunda serie de *Las aventuras de Carlos Norton. El crucifijo de oro*, donde un cronista policial de *Noticias Gráficas* es personaje de la historia:

Ángeles: No me negarás que como actriz, sería excelente...

Serafina: Ema Bernal, a tu lado, sería un poroto... < Ema Bernal es la actriz que interpreta a la protagonista>

<En el teatro> Marta: ¿Quién va a cantar ahora?

Olga: Las Americanitas, que actúan por radio. Las he oído el otro día. Creo que son de Radio Sténtor.

<Cuando el vapor que los trae a todos de regreso de la guerra del Chaco paraguayo entra en el puerto de Buenos Aires, hay mucha gente esperándolos>

Ángeles: ¡Mire cuánta gente!

Bermúdez: Hay allí un fotógrafo de diario

Norton: ¿Ese narigón, de grandes anteojos, que mueve mucho los brazos al hablar?

Bermúdez: Sí

s/f [c. marzo de 1934]).

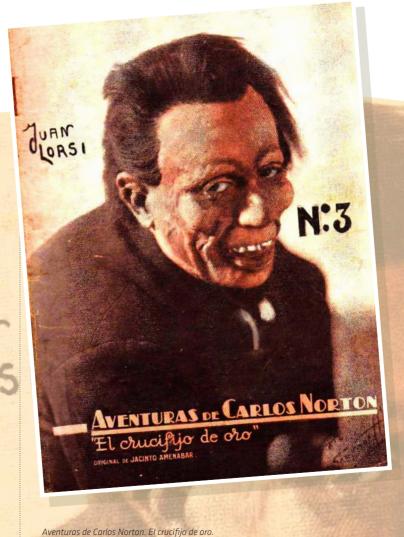
Norton: Lo conozco: es Emilio Ramírez, de Noticias Gráficas.

¹¹ Por ejemplo: "Olga: ¡Qué alegre me parece Sevilla!...

Norton: ¡Qué alegre, diga más bien, era Sevilla, hace algunos años! Ahora la terrible situación económica porque atraviesa, no permite a los sevillanos pensar en otra cosa que en las graves luchas sociales, en la desocupación, en las huelgas, en el problema agrario..." (Aventuras de Carlos Norton. El misterio del ojo de vidrio, primera serie,

¹² Algunos ejemplos: Dice Olga "Hace algunos años, siendo todavía una niña, leí un cuento de Rafael Barret en que se describe, admirablemente, la sensación del que viaja remontando el Paraná en una noche de luna. Desde entonces, alimenté el deseo de hacer este viaje. ¡Quién me hubiera dicho que lo había de hacer en estas terribles circunstancias!". Dice Otto: "Pues a mí me parece... como decía Homero Guglielmini". Dice Marta: "¡Qué valientemente se portó usted! Parecía Douglas Fairbanks (padre) en alguna de sus primeras películas..." (Aventuras de Carlos Norton. El misterio del ojo de vidrio, primera serie, s/f [c. marzo de 1934]).

Como cierre provisorio de este trabajo, es posible afirmar que durante los primeros años de la década 1930, y en torno al vespertino *Noticias Gráficas*, dirigido por Alberto Cordone, la programación de Radio *Sténtor* desde los salones del Hotel Castelar y la Peña del Hotel Castelar Signo, se anudan algunas de las redes culturales, literarias y periodísticas que caracterizan un momento particularmente inestable en las relaciones entre dos medios de comunicación masivos y populares —el periodismo escrito y la radio—, que a lo largo de los años treinta disputarán, con diversas estrategias, la atención del público popular urbano, y así, van a redefinir zonas clave de la cultura popular.



Aventuras de Carlos Norton. El crucifijo de oro. Crédito de la imagen: Museo Iconográfico de la Literatura Popular.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Caimari, L. (2004).

Apenas un delincuente. Buenos Aires: Siglo veintiuno.

De Rosso, E. (2009).

Lectores asiduos y viciosos: la emergencia del caso policial en la ficción. En C. Manzoni (directora), *Rupturas, Historia crítica de la literatura argentina* (tomo 7). Buenos Aires: Emecé.

Fernández, J. L. (2008).

La construcción de lo radiofónico. Buenos Aires: La Crujía.

Foppa, T. L. (1961).

Diccionario teatral del Río de la Plata. Buenos Aires: Argentores.

Gómez, G., & Torello, G. (19 de marzo de 2010).

La imaginación en el éter. La Diaria.

Recuperado de http://ladiaria.com/articulo/2010/3/la-imaginacion-en-el-eter/

Lafforgue, J. y Rivera, J. (1996).

Asesinos de papel. Buenos Aires: Colihue.

Maronna, M. (Marzo, 2013).

Escritura y escritores en la radio en la década del treinta.

Presentado en Primer Encuentro Regional Itinerarios periodísticos de intelectuales y escritores en América del Sur, Pehesa-Instituto de Historia Argentina y Americana "Dr. Emilio Ravignani", Buenos Aires.

Matallana, A. (2006).

Locos por la radio. Una historia social de la radio, 1923-1947. Buenos Aires: Prometeo.

Mever, M. (1996).

Folhetim. Uma história. São Paulo: Companhia Das Letras.

Quién es quién en la Argentina. Biografías contemporáneas (1958-59), $7^{\rm ma}$ ed. Buenos Aires.

Romano, E. (1985).

¿Existió el 'escritor' de radioteatro? En A. Ford, J. B. Rivera & E. Romano, *Medios de comunicación y cultura popular* (pp. 53-69). Buenos Aires: Legasa.

Sarlo, B. (1985).

El imperio de los sentimientos. Buenos Aires: Catálogos.

Steimberg, O. (1993).

El pasaje de los medios de los géneros populares. En *Semiótica de los medios masivos* (pp. 109-133). Buenos Aires: Atuel.

Trillo, C., & Saccomanno, G. (1980).

Historia de la historieta argentina. Buenos Aires: Récord.

Ulanovsky, C. (1995). Días de radio. Historia de la radio argentina. Buenos Aires: Espasa Calpe.

ARTÍCULOS PERIODÍSTICOS

Una actitud poco simpática del autor de Las aventuras de Carlos Norton, en Antena, 24 de agosto de 1935a, 235.

¿Quién y cómo es Jacinto Amenábar?, en *Antena*, 18 de mayo de 1935b, 221, s/p.

Intensas y llenas de emoción *Las aventuras de Carlos Norton* interesan vivamente, en *Antena*, 24 de marzo de 1934, 161, s/p.

Noticias de las broadcastings. LS8 Radio Sténtor, en *Caras y Caretas*, 2 de diciembre de 1933, 1835.

¡No me diga, che...!, en *Caras y Caretas*, 18 de agosto de 1934, 1870.

Arlt, R. (20 de agosto de 1940). Vidas paralelas de Ponson du Terrail y Edgard Wallace, en Fl Mundo

Fotografías por radio, en *La Canción Moderna*, 27 de noviembre de 1933, 297, s/p.

Ramírez, el hombre que transmite fotos por radio, en *La Canción Moderna*, 18 de junio de 1934, 326, s/p.

El micrófono de LS8 llevó a los presos políticos los ecos del hogar lejano, en *Noticias Gráficas*, 15 de abril de 1934a.

Desde *Noticias Gráficas*, radio Sténtor difundió ayer una transmisión de interés, en *Noticias Gráficas*. 8 de octubre de 1934b.

Se llevarán al teatro las aventuras de Carlos Norton, en *Noticias Gráficas*, 15 de febrero de 1934c.

Las aventuras de Carlos Norton no se propalarán más por Radio Sténtor, en Noticias Gráficas, 20 de agosto de 1935.

Radio Stentor se denominará LS8, en *Sintonía*, 16 de septiembre de 1933, 21.

¿Cuándo se reglamentará el uso y abuso de seudónimos?, En *Sintonía*, 16 de marzo de 1935, 99.



El espectáculo radial montevideano

en los años treinta a través de la trayectoria de Eduardo Depauli

MÓNICA **MARONNA**

UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA, URUGUAY

INTRODUCCIÓN

El 19 de diciembre de 1936, una multitud esperó desde las dos de la tarde hasta la noche, en pleno verano, para ingresar al Estadio Centenario y participar del espectáculo convocado por Eduardo Depauli desde su programa radial. Las tribunas del estadio montevideano, inaugurado seis años atrás para el primer campeonato mundial del fútbol, estuvieron colmadas de público, y, según las crónicas, una buena cantidad de gente quedó sin ingresar. Durante esa jornada veraniega, casi la décima parte de la población de Montevideo, estimada en algo más de 650 000 habitantes, llenó las instalaciones de un espacio capaz de albergar hasta 70 000 personas. Solo este dato alcanzaría para llamar la atención de quien quisiera saber qué impacto tenía la radio sobre sus oyentes. Sin embargo, el estudio de la trayectoria radial de 'un muchacho surgido del pueblo', como lo caracterizaba la prensa, y su conexión con todas las expresiones culturales posibles en ese contexto proporcionan abundantes elementos para examinar las dimensiones implicadas en la etapa durante la cual la radiotelefonía estaba ensayando su forma y consolidando su programación.

La primera generación de quienes trabajaron en el nuevo medio provenían de otras áreas: del campo literario o periodístico, escritores, dramaturgos, artistas de teatro, músicos y toda clase de aficionados de las más variadas especialidades. La década de 1930 resulta un momento privilegiado para conocer cómo se organizó un medio, cuál fue la usina generadora de sus contenidos y de qué modo se articuló con las prácticas culturales preexistentes. La trayectoria de Eduardo Depauli representa adecuadamente esta etapa de la radiodifusión; por eso, su estudio abre una ventana para analizar las características de la radiodifusión y sus rasgos constitutivos. Para aquel contexto, prácticamente nada quedó fuera del alcance integrando las tradiciones propias de la cultura, como el carnaval, el fútbol, la política, los personajes (preferentemente, urbanos); pero también, la tradición criolla y posgauchesca. Humor, parodia, drama, comedia, realidad política y social se combinaron a lo largo de su sostenida trayectoria profesional. Desde 1931 hasta su muerte en 1946, años decisivos en la historia de la radio. Depauli fue una figura central del espectáculo montevideano.

Este trabajo, inscripto dentro de los estudios sobre historia de los medios, forma parte de una investigación más amplia sobre historia de la radiotelefonía en Montevideo. El presente texto optó por concentrarse en una trayectoria específica, pues se trata de un caso que condensa y despliega en toda su complejidad el quehacer radiofónico de una época muy fermental. Las imágenes de la lupa y del telescopio como instrumentos de trabajo ayudan a ilustrar el propósito de este texto.

LA MISCELÁNEA RADIAL MONTEVIDEANA

La radio en Montevideo siguió un trayecto más o menos similar a lo ocurrido en toda América Latina en cuanto a su constitución como medio y su instalación en la vida cotidiana. Pero uno de sus rasgos distintivos es la cantidad de emisoras: las 2 estaciones iniciales (1922-1923) se elevan a 24 durante la década de 1930 para satisfacer la demanda de la población montevideana, estimada en un poco más de 655 000 habitantes. Dicho aumento resulta significativo si lo comparamos con Buenos Aires. Solo en Capital Federal, con una población que rondaba los 2500 000 en 1936, existían 18 emisoras (Matallana, 2006, p. 202).

La década de 1930 marcó un período de transición para un medio que dejaba atrás la era de los ensayos y la experimentación, y se orientaba hacia su constitución como medio central. En tal sentido, el inicio de la publicación regular de la revista *Programación Oficial de Estaciones Uruguayas de Radio* (POEUR), en 1931, se convirtió en un hito significativo y se convirtió en el órgano oficial de la Asociación Nacional de Broadcasters del Uruguay (ANDEBU).

A comienzos de los años treinta del siglo xx, escrita en letra muy pequeña, la programación ya ocupaba varias páginas de las publicaciones especializadas. Este indicador del espacio y del caudal del dial manifestaba un contraste muy notorio en relación con las escasas líneas que ocupaba durante sus años iniciales, y reflejaba el cambio operado en una década. Además, los 'radio-escuchas' reconocían un promedio de entre seis y ocho horas diarias con la radio prendida.

El medio de comunicación precedió a su contenido, tal como subraya Williams (2011), y esto plantea la interrogante central: ¿cómo se constituyen los gustos, las

preferencias? No existe un plan determinado de antemano que prefigure para qué debía ser usada la radio, ni una estrategia comercial armada para conquistar oyentes, pero tampoco es un proceso aleatorio. Desde la década de 1930, circularon fórmulas y se estandarizaron ciertos recursos que resultaron exitosos. Aunque los primeros empresarios de la radio obtuvieron una onda sin saber muy bien qué hacer con ella, su negocio progresivamente se tornó rentable. El modelo comercial dependiente de la publicidad era un problema para un mercado tan reducido. Esto explica la movilidad de quienes usufructuaban ondas y, a la larga, la supervivencia empresarial de un grupo de ellas.

Alquilar horas era accesible para cualquiera, pero el desafío consistía en hacerse un lugar, porque tener éxito implicaba cautivar al oyente, persuadirlo de que valía la pena "no mover el dial" y proponerle contenidos nuevos. Esta fue la tarea de la primera generación que trabajó en radio. La organización de los contenidos debía abandonar sus dos funciones iniciales: la amplificación de eventos (teatro, conciertos) y las improvisaciones de "relleno" que completaban las horas de transmisión. La organización de los contenidos en forma de miscelánea constituyó el rasgo específico de la prensa moderna y de las revistas, y fue el que adoptó la radio (Varela, 2009, p. 214).

Una lectura de la oferta a comienzos de los años treinta permite identificar una multiplicidad de propuestas que sugieren una variedad de públicos. Los escritores de prensa y los periódicos, tanto como los músicos y los cantantes que abundaban en el medio, se convirtieron por igual en los primeros proveedores de contenidos. Los cantantes en vivo, los recitadores, los pavadores, los guitarristas, los pianistas, v cuanta persona quisiera, podía obtener un espacio en la radio. Una observación de la programación radial permite reconocer el peso importante de las horas de discos con interpretaciones de Schubert, Puccini, Verdi y Mozart, entre los muchos que desfilaban diariamente por el dial, junto con zarzuelas, foxtrots, jazz, tango y una variedad muy grande de "bailables". Esta variedad no parecía generar división ni polémicas entre "música popular" y "música culta "más bien, sugiere la coexistencia de espacios para expresiones bien diferentes. Se anunciaban los horarios bajo designaciones amplias, tales como "Selecciones sinfónicas", "orquestas de danza", "canciones rioplatenses", "música vienesa", "zarzuela", "repertorio popular italiano", o, simplemente, "selección de la discoteca", por tomar algunos de los ejemplos de la vastísima y detallada programación semanal.

Las quejas continuas por la falta de creatividad, la impuntualidad, la ausencia de un plan organizado, la baja calidad de los contenidos, la repetición de fórmulas, los discos de ópera que el operador colocaba sin orden (y alterando así la recepción de la obra), los conflictos por las interferencias y la mala calidad de las plantas emisoras se presentaban como una realidad cotidiana, según puede leerse en la prensa y en las revistas de la época. Más allá de la situación que expresan tales documentos, era un hecho que la expectativa acerca del medio había cambiado, y todo cuanto era disimulable y despertaba curiosidad en los años veinte o comienzos de los treinta se volvía intolerable a medida que los públicos se tornaban más exigentes. Si el medio

precede a sus contenidos, es importante reconocer que cuando este se consolida precisa géneros y formatos capaces de satisfacer a oventes más experimentados.

DEL ESCENARIO BARRIAL AL DIAL

Dentro de un contexto de extrema competencia por sobresalir en un dial muy poblado, sostener el mercado publicitario, convertirse en un profesional de la radio y vivir exclusivamente de sus ingresos, podría considerarse una hazaña que solo unos pocos alcanzaron en la década 1930; uno de ellos fue Depauli. En poco tiempo, logró los dos objetos más distintivos de su ascenso social: el auto y la casa propia; ambos, productos de la radio

Hijo de un verdulero italiano, Eduardo Depauli nació en 1909, en Villa Muñoz, y luego se trasladó a otro barrio muy cercano, llamado La Comercial. Murió de un ataque cardíaco en la cúspide de su carrera, en 1946, pocos meses después de iniciar una nueva temporada que le aseguraría un importante éxito económico. A los 12 años vendía caramelos en el Parque Rodó, uno de los espacios urbanos más amplios, modernos y populares de la ciudad de Montevideo, y más adelante trabajó como vidriero. La experiencia barrial y el entorno cultural de su familia italiana en la que prevalecía el saber musical y humorístico, le dieron las herramientas básicas de su formación. Los testimonios obtenidos por Michel Pesok reflejan ese contexto de cultura barrial, de serenatas, disfraces e improvisaciones humorísticas (Pesok, 2001, p. 8).

La cultura musical, el manejo de instrumentos y componer "de oído" eran prácticas comunes que hallaron en la radio la oportunidad de expresarse. La cultura musical de los uruguayos era bastante amplia en su repertorio y extendida en su práctica. Existía un público entendido en música, según puede inferirse del continuo desfile de cantores, pianistas y guitarristas que pasaban por la radio, formados en alguna de las tantas academias barriales, o, en su mayoría, por sí mismos. Durante décadas, la popular revista *Cancionera* publicaba las letras de moda, lo que permite conocer los gustos y preferencias de los públicos.

Esta formación musical inscripta en la cultura se había conformado previamente y se desarrolló al amparo de variadas tradiciones, tal como se puede observar partiendo del crecimiento de la importante venta de partituras impresas desde el siglo xix, destinadas al "aficionado competente" (Ayestarán, 1945, s.p.).

El otro componente de la formación de Depauli provino del carnaval. En 1930 fue invitado a participar de un quinteto llamado "Palán-Palán", fundado dos años antes. Es importante señalar que el carnaval montevideano es una fiesta con rasgos muy perdurables. La prensa señalaba que durante esos meses las obras teatrales o los conciertos en el Solís quedaban relegados por la temporada de veranos festivos muy prolongados. Podría señalarse la convivencia de dos prácticas culturales bien diferentes, asociadas al fenómeno del carnaval: una cortés y galante de fiestas y bailes





año 5 | n°4 | 2015/16

en los principales hoteles, y otra popular con la gente que llevaba sus sillas a la calle y se instalaba activamente a ver los espectáculos en su barrio, en el escenario montado en esquinas prefijadas ("tablados"). Estos incluían desde juegos, murgas, cantantes, recitadores, payadores hasta todo aquel que quisiera (o se animara) a mostrar su "talento" en público. La presencia activa se manifestaba en las expresiones del público que acompañaba con aplausos lo que veía y premiaba, o bien castigaba cruelmente con toda clase de insultos y gritos. Es importante tener en cuenta que las murgas o la categoría "Máscaras Sueltas" (designación amplia de una categoría creada a los efectos de los concursos, y es el caso de Palán-Palán el que nos ocupa aquí) se movían de un sitio a otro para actuar, pero su identidad quedaba siempre apegada a su barrio de origen. Estas fiestas fueron ayudadas con apoyos oficiales municipales desde 1926, al establecerse los concursos y los premios. Sin duda, era (y sigue siendo) el espectáculo montevideano más popular y perdurable (Alfaro, 2008, p. 61).

"Palán-Palán" había actuado en radio y se había hecho popular con la letra y la música de dos figuras muy destacadas del espectáculo, del humor y de la radio, como Ramón 'Loro' Collazo y Víctor Soliño. El conjunto actuó en 1928 en *Radio América*, la misma emisora donde debutó Depauli. La conexión del carnaval con la radio fue inmediata porque se anunciaban las fiestas, los cantores más populares desfilaban por las plantas emisoras, se hacían trasmisiones bailables especiales y, más adelante, el tiempo de carnaval era precedido por las trasmisiones de los ensayos de murga, que se iniciaban en diciembre. Pero existe otra conexión de más importancia: el oyente de los años treinta recibía —y hasta la saturación— una variedad muy grande de contenidos comparables, por su magnitud y su forma, a los ofrecidos en los 300 tablados que albergaba la ciudad hacia 1930 (Alfaro, 2008, p. 59). El oyente, como el espectador de los tablados, formaba parte del espectáculo, se integraba a él de forma activa. Era común "ir a ver" cómo se hacía radio antes de que existieran las fonoplateas. Este público popular estaba acostumbrado a la miscelánea porque fue la forma típica del carnaval.

Ni el teatro, ni los géneros chicos, ni las revistas ni ninguna de las modalidades de representación de obras tenían rasgos propios ni capacidad de competir con las compañías porteñas que visitaban la ciudad. Los ocho millones de espectadores anuales de esa ciudad lograban conformar un empresariado capaz de invertir y de producir, algo que en Montevideo parecía quedar fuera de alcance (González Velasco, 2012). En cambio, el escenario barrial daba cabida anualmente a un ritual urbano y movilizaba a los vecinos en torno a esa fiesta popular, la más importante del año (Alfaro, 2008, p. 59).

La experiencia barrial en la que se formó Depauli dejó una marca indeleble en su trayectoria, a la vez que facilitó el pasaje de expresiones culturales de un medio a otro. Como ha señalado Raymond Williams, "El artista, en este caso, no es un explorador solitario sino la voz de su comunidad" (Williams, 2003, p. 43).

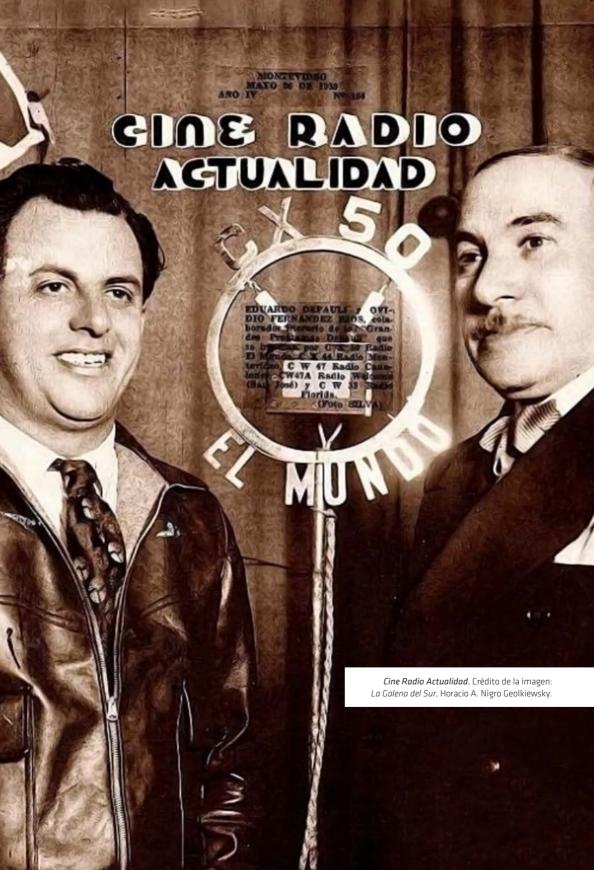
LA CREACIÓN DEL 'FREGOLI DEL ÉTER'

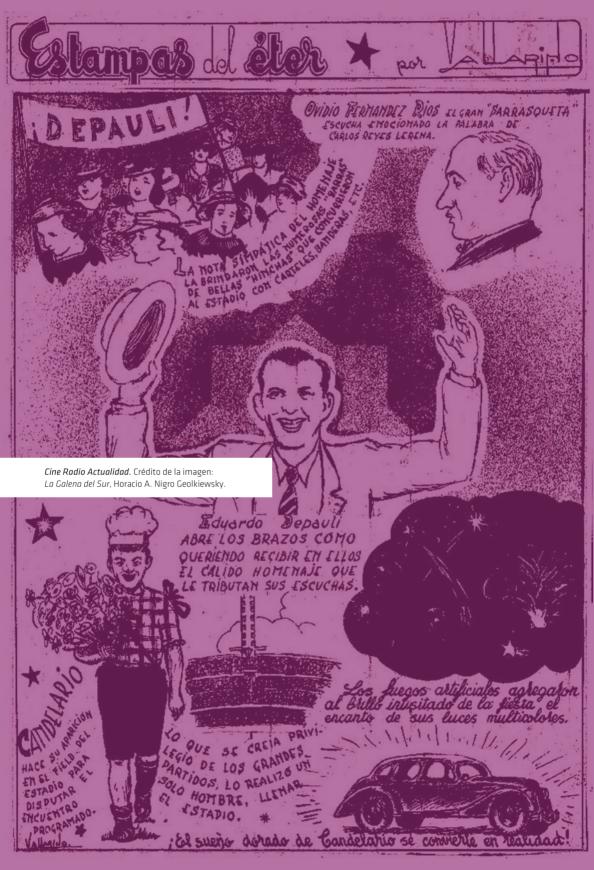
Llegar a actuar en radio era sencillo y se hallaba al alcance de cualquiera, porque hacía falta llenar tantas horas de trasmisión. Nada ni nadie estaba vedado en esos tiempos formativos. Para Depauli, el camino fue más sencillo, porque su gusto por la música, el pasaje por el carnaval (sus temas se convirtieron en clásicos por décadas) y, en especial, la versatilidad de su voz, le alcanzaron con creces para ingresar a ese nuevo territorio y afirmarse muy rápidamente. En 1931, el año de su debut en radio, era anunciado en relación con su pasaje por los tablados. La revista promocionaba de esta manera su programa en CX 46: "Números varios por el popular cómico del guinteto Palán-Palán Eduardo Depauli". En noviembre de ese año, su espacio adquirió su primer nombre: "Consultorio jocoso atendido por el profesor loco Eduardo Depauli", que se trasmitía los lunes a las 9:00 p.m. La foto de la revista POEUR lo anuncia como "El formidable profesor loco Eduardo De Pauli[sic] del quinteto Palán-Palán que vuelve loca a la gente desde el micrófono de CX 46 Radio América" (POEUR, 1931). Además de este espacio, Depauli trabajaba diariamente como speaker. Los indicios obtenidos sugieren que respondía cartas de los oventes y que va estaba creado su primer personaje, que es "don Nicola". el italiano que hablaba con un inconfundible lenguaje mezclado. La estación emisora no tenía la mejor tecnología para trasmitir y ocupaba el último lugar del espectro de ondas en el dial, sin embargo, era una de las más populares.

Más adelante, desaparece ese origen y se fortaleció la evocación del artista italiano Leopoldo Fregoli. Se transita otro recorrido de la herencia cultural. Fregoli, nacido en Roma, se había destacado por la capacidad de transformase en el escenario, de interpretara gran velocidad a múltiples personajes. Había ofrecido espectáculos con enorme éxito de público tanto en Buenos Aires como en Montevideo, donde actuó en 1895, 1906 y 1924, un año antes de retirarse definitivamente del escenario. Además de su talento, fusionó cine y teatro creando obras muy originales al poner a interactuar su interpretación con las imágenes que se desplegaban simultáneamente en la pantalla. En 1906, el "teatro cinematográfico" puesto en escena tenía una duración de tres horas, en las que llegaba a interpretar hasta 70 personajes, acompañados de su correspondiente vestuario, y cuya cantidad la prensa estimaba en más de 800 disfraces y 1200 pelucas y máscaras. Cerraba su espectáculo con los "Fregoligraphs", con vistas y trucos de cine como los usados por Georges Méliès (Torello, 2012, p. 130 y 131).

En más de un sentido, ambas trayectorias tenían mucho en común: por ejemplo, la idea de la singularidad; "él es el personaje", como decía un testigo (Pesok, 2001) para referirse al actor de radio, o como decía el diario en 1906: "Fregoli constituye parte esencial de su obra, o, en otros términos, ésta es inseparable de él" (*El Bien*, 15 de mayo de 1906, citado por Torello, 2012, p. 133). Como Depauli,

Leopoldo Fregoli es el creador de un arte especial [...]. Es un transformista incomparable; es un actor discreto; es un cantante extraordinario. Tiene cuatro voces distintas y quinientas fisonomías diversas. Con eso llega a ser él solo, sobre la escena, media humanidad. (*La Razón*, 1895, p. 34, citado por Romano, 2004, p. 116)





año 5 | n°4 | 2015/16

Pero, sobre todo, Fregoli y Depauli compartían la vocación de crear y transformarse de forma permanente. En su artículo, la investigadora Torello reproduce una cita del artista italiano contenida en sus memorias autobiográficas, publicadas en 1936:

Los espectáculos de Fregoli introdujeron en escena, por primera vez, aquel dinamismo, aquel ritmo, aquella sucesión veloz de cuadros, por obra de "mutaciones" casi a la vista, que eran destinados a volverse la regla característica del nuevo arte del cine. Yo tal vez había intuido [...] que el público, aburrido de las comedias habituales, pedía rapidez en los efectos y un ininterrumpido progreso en las proezas escénicas. (Fregoli, 220, traducido por la autora, citado por Torello, op.cit., p.132, nota 10)

Todas las fuentes se refieren a Depauli como el resultado de una mezcla de "intuición" con "ánimo creativo" y capacidad de cambio. Es cierto: se formó a sí mismo pero su éxito no fue solo pura intuición y talento personal porque se rodeó de los mejores libretistas, animadores y cantantes del momento. Fue tan profesional como talentoso, y en este sentido se convierte en un buen ejemplo de cómo se fue nutriendo el oficio en radio. No descuidó nunca el espacio publicitario buscando apoyos, pues era consciente de que de ahí provenía la fuente de su progreso económico. Fue jefe de programación de una radio durante un tiempo, logró mejorar su calidad técnica y se rodeó de los mejores actores, libretistas, cantores, guitarristas y presentadores de trayectoria, como Miguel Ángel Manzi. Es decir, integró figuras, subdividió tareas, fue nutriendo el oficio con recursos cada vez más radiofónicos.

SUS MÚLTIPLES RECURSOS

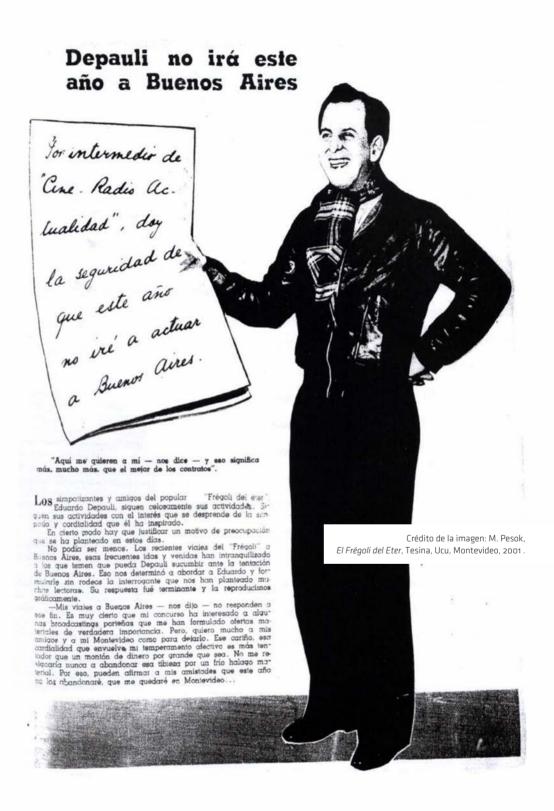
Depauli se convirtió en un profesional de la radio aprendiendo el "oficio" entre inspiración y trabajo incesante. Se movía sin dificultad tanto con un libreto radial como mediante la improvisación, podía "dar voz" a la causa republicana y, a la vez, disfrazar a 'Candelario' de bataclana en alguna de sus tantas apariciones en escenarios teatrales; improvisaba, daba giros inesperados capaces de sorprender y descolocar a quienes lo acompañaban, y se rodeó de escritores, poetas y comentaristas como Ovidio Fernández Ríos (bajo el seudónimo 'Sarrasqueta'), Juan Ilaria, el escritor argentino Julio Ayala o Mario Rivero (una de las figuras centrales de la radiodifusión a lo largo de las décadas siguientes). En 1939 filmó una película, y publicó libretos radioteatrales elaborados en coautoría con 'Sarrasqueta'. Cientos de miles de fotos autografiadas se repartieron a lo largo de esos años; junto con Mecha Bustos, fue protagonista de fotonovelas como "Los líos conyugales de Toribio y Gaspara" (CRA, 1937); actuó, además, en salas de teatro y convocó numerosos encuentros en espacios públicos.

Tanto las emisoras para las que trabajó (que fueron varias) como los horarios y los nombres de sus programas se modificaron sin que ello provocara problemas. En cambio, sus personajes fueron estables, duraderos y adquirieron vida propia. 'Candelario

Paparulo y Obes' era hijo de 'don Nicola' y celebraba públicamente su cumpleaños anunciado en la radio y en las revistas. Existe aquí una interesante oscilación entre el autor y el personaje como objeto de reconocimiento público. Depauli explota esa veta popular en la que, al decir de Gramsci, el personaje predomina sobre su autor. 'Candelario 'recibe cartas, las responde como tal, y 'don Nicola' atiende el consultorio donde el público exponía sus preguntas. Las imágenes oscilaban entre mostrar a 'Candelario' vestido con el traje marinero y un sombrero con su nombre y la foto autografiada de Depauli posando como actor de cine, fotos que se distribuían masivamente, y siempre con la firma del anunciante que lo financiaba. Se produce de forma permanente este juego pendular entre el autor y 'Candelario', su personaje más popular. El acto en el Estadio Centenario en 1936 fue protagonizado por este personaje, y cada jugador llevaba en su camiseta una letra hasta formar el nombre completo y posar para la foto.

En materia de contenidos, su actuación en radio nació de su experiencia cultural, pero también, progresivamente, se fue deslizando hacia fórmulas típicas del medio, como lo fue el radioteatro. Ese rasgo dinámico de su actuación le permitía acompasar los cambios. Los primeros radioepisodios en los que trabajó fueron adaptaciones de obras de novelas policiales de Edgar Wallace como "El hombre que murió dos veces", "El círculo rojo" o "La tragedia del Dr. Quimber" (Pesok, 2001, p. 27). Más adelante, junto con Ovidio Fernández Ríos, escribió obras para radio, pero con otras temáticas de corte dramático, y cuyos protagonistas eran los propios personajes los que actuaban, de modo que los oventes debían estar familiarizados con los rasgos de sus personajes de radio: 'Candelario', 'don Nicola', 'Pinto Cardeiro' o 'Virundela'. En el prólogo de las obras publicadas, los autores piden a sus lectores "ponerse en contacto espiritual e imaginario con los personajes, para ajustar su percepción a la psicología de cada uno de ellos, a su modalidad y a su lenguaje, según su nacionalidad, de manera de volver a vivir su propio ambiente radial" (Depauli-Sarrasqueta, c. 1939, p. 1). Se había producido un tránsito entre la adaptación de textos escritos y la escritura para radio. La sugerencia de los autores para que el público recreara el "ambiente radial" de origen resulta la mejor expresión del cambio ocurrido.

Depauli estudió ofertas, amagó con instalarse en Buenos Aires, jugaba con la expectativa del público, se movía constantemente, ensayaba fórmulas y creó productos culturales que fueron el resultado de una mezcla de componentes disponibles en la cultura. Estuvo un par de años fuera de la vida radial, pues entendía que las ofertas económicas recibidas no eran las esperadas, y se puso a trabajar como peón en la fábrica de su suegro (Pesok, 2001, p. 34). Tradicional y moderno, Depauli hundía sus raíces en la cultura finisecular, a la vez que no dejó nada de lo nuevo fuera del ámbito de su acción, y los conectó muy naturalmente.



Socia N.o:	
Nombre:	
Domicilio:	

POR CANDELARIO:

"HAREMOS OBRA HUMANITARIA"



EDUARDO DEPAULI El inimitable Frégoli del Eter) El astro máximo de la Radiotelefonía Uruguaya, aconseja a sus escuchas que usen los productos de belleza.

Cœur de Fleurs

P. M. 14754

LA PUESTA EN ESCENA DE SUS PERSONAJES Y ALGUNOS RASGOS DE SUS CONTENIDOS

La capacidad de Depauli de transformar la voz les dio cabida a personajes que pasaron a ser parte de la vida cotidiana montevideana. Sus dos primeros personajes fueron el ya citado 'don Nicola' y su hijo 'Candelario', que era anunciado como "el botija de la calle con la picardía sana del criollo y la nobleza sentida del hidalgo" (*Cancionera*, 1940, s.p.). Su galería de interpretaciones incluía al abogado 'Jacinto Contreras', dedicado a divorcios y jubilaciones, al profesor 'Burriqueta', sabio, pero distraído, a 'Pepe el Andaluz', animando con sus chistes, a 'Pinto Cardeiro', el exiliado republicano, a 'TotoCortafierro', el amanerado narrador de los chismes de la alta sociedad montevideana, a 'Walter Kent', el alemán que contaba chistes torpes, y a 'Demetrio Virundela', el "nostálgico "hombre de la calle" que, entreverando sus penas con el alcohol, incorporaba reflexiones sobre la pobreza y la injusticia social. 'Virundela' fue libretado por Ovidio Fernández Ríos, escritor políticamente asociado al sector progresista y reformista del Partido Colorado Batllista y opositor a la dictadura del también colorado Gabriel Terra, autor del golpe de Estado de 1933.

En sus personajes convivían una mezcla interesante de figuras reconocibles en la sociedad, y personajes dedicados a la realidad nacional e internacional. Así, la voz introducida por 'Pinto Cardeiro' tocaba la fibra de un amplio sector de la ciudadanía uruguaya, que se plegó fervorosa y activamente a la causa republicana. Hay muchos estudios que abonan esta afirmación, e indican la adhesión popular que se expresaba en todo el país mediante convocatorias a actos, conferencias, mítines de apoyo, bailes para recaudar fondos, mujeres que tejían para los combatientes y familiares de españoles que recibían en sus casas a españoles derrotados y perseguidos por el franquismo. Y el "Comité Fiminista" [sic] creado en 1934, en un acto desarrollado en un teatro repleto de gente se ponía a tono con el nuevo contexto de adquisición progresiva de los derechos de la mujer y creó comités barriales emulando al club político, toda una institución en la vida política uruguaya. Estos clubes eran promovidos por 'Candelario' y por 'Virundela'. En 1932, por ley, se había establecido el voto de la mujer, y así se alcanzó el sufragio universal pleno.

El inmigrante resultaba el objeto preferente de las parodias, algo recurrente en la cultura del carnaval y uno de los puntos centrales de la radio. Montevideo fue una ciudad históricamente receptora de inmigrantes, en oleadas que marcaban el predominio alternado de españoles e italianos. Pero también rusos, alemanes, polacos y húngaros, entre otros, se integraron, con mayor o menor dificultad, a la sociedad y a la cultura. En la década de 1920, se estimaba que habían ingresado 120 000 extranjeros para radicarse en el país. La presencia de comunidades de inmigrantes o de sus descendientes seguía siendo muy importante.

La parodia del inmigrante permite visualizar la coexistencia de dos fuerzas simultáneas: una que reconoce al extranjero mediante la parodia, la risa y el humor estereotipado, y otra que lo rechaza. Esta ambivalencia cuestiona la tan mentada

incorporación armoniosa del "gringo" en la cultura y remite a una tensión más o menos visible dentro de la sociedad y la cultura. La parodia legitima y les da carta de ciudadanía, los hace visibles, pero también activa atributos negativos que confinan al extranjero al rígido molde de comportamientos atribuibles por su origen. En palabras de Bajtín, la risa "alegre y llena de alborozo, pero al mismo tiempo burlona y sarcástica, niega y afirma, amortaja y resucita a la vez" (Bajtin, 1988, p. 17). La parodia despertaba risas sobre la base de un estereotipo confirmatorio de las representaciones que circulan, sobre todo, en la cultura barrial, y así lo interpretan los personajes, salvo aquellos que, como 'Virundela', se ocupaban de la realidad social y miraban con nostalgia un pasado idealizado.

En las piezas de radioteatro emerge el drama. Al observar los textos de un radioteatro escritos conjuntamente por Depauli y Ovidio Fernández, libretos publicados en forma de libro (una práctica usual en las obras de teatro), emerge el "gringo", es decir, la persona que trabajaba en lo que los criollos no querían hacer y recibía un mal trato.

Si bien sus personajes eran preferentemente urbanos, en los textos de radioteatro y en la película *Radio Candelario*, escrita y actuada por Depauli y estrenada en 1939, aparece la temática del campo. La popularidad a partir de la radio lo tentó a probar suerte en el cine. Téngase en cuenta, además, que las películas producidas en Uruguay no llegaban a la decena. Carente de un guión sólido, con pocos recursos argumentales, Depauli actuó con instrumentos que funcionaban bien en otro escenario (la radio o el teatro), pero no en el cine. Aunque se convirtió en un éxito de taquilla durante su inauguración, la obra no resultó todo lo que se esperaba de ella.

Una de las dimensiones que hacen importante esta película es el relato sobre la radiotelefonía, porque el argumento se basaba en el pedido de una señora de la alta sociedad a 'Candelario' para que le organice su radio; la dueña de la onda cae en bancarrota y el proyecto parece destinado al fracaso, pero la novia de 'Candelario 'hereda una fortuna y salva el proyecto. El desenlace resulta previsible: la radio se inaugura y la pareja se casa.

Se desarrolla la obra en dos escenarios muy definidos: uno que transcurre en la ciudad y otro en el medio rural donde predomina el paisaje y la música. En las primeras imágenes, se observa a 'Candelario 'que vive con su perro, recurso infaltable en la cultura popular, en una habitación que sugiere la pieza de una pensión, con las paredes repletas de imágenes de artistas. Su actuación no contaba con un guión preparado, tal como lo requería el cine en ese momento, sino que mantiene los rasgos de improvisación característicos de las emisiones radiales cotidianas. Relatos obtenidos por Michel Pesok de quienes trabajaron en la película ponen el acento en la rapidez con la que se realizó y la falta de ensayos. Uno de los técnicos contaba que todo se hizo en una sola toma, salvo una escena que debió ser repetida.

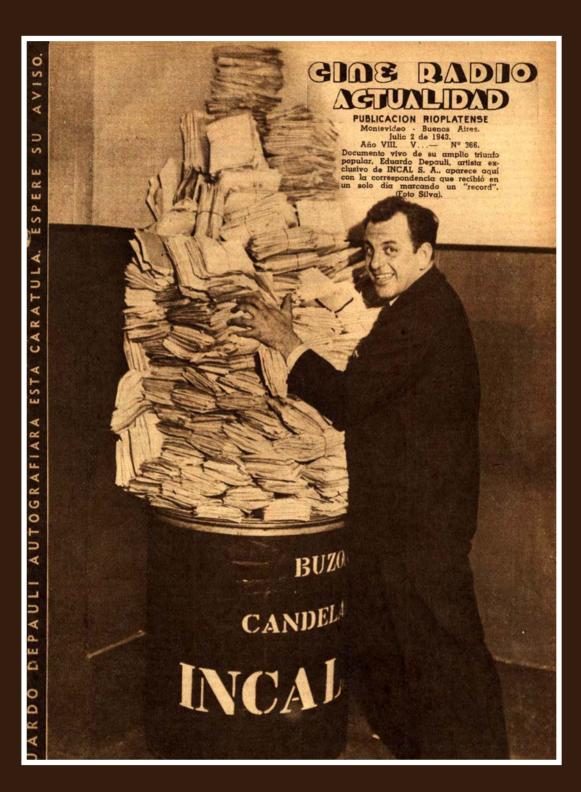
Durante la primera mitad de la película, Depauli despliega tres personajes de su repertorio: el cronista social que parodia las fiestas de la alta sociedad montevideana, el italiano que se propone como cantor y un español "que se la pasa hablando de las clases sociales. de la literatura".

Se produce un cambio brusco cuando 'Candelario', reunido con la dueña de la futura estación de radio, se pone de pie y emite una arenga:

Precisamos artistas que tengan verdaderos valores. Eso lo tengo resuelto. Si usted me lo permite [le dice a la dueña de la radio] yo mismo me voy para afuera... a campaña [se levanta] Sí a campaña!! Allí están los genuinos cultores de nuestra canción criolla. Los que como nadie pueden sentir el dolor o la caricia suave de una vidalitá. Los que arando la tierra o domando un potro y llenándose los pulmones de aire puro, respiran en la canción que más tarde cantarán a la chirusa, la chirusa guapa a causa de su amor y su dolor. Allí iré a buscarlos donde están, en el campo, como los pájaros en el bosque. ¡Ahijuna!

En Depauli predominaron los personajes urbanos, y entre ellos no se ha encontrado ninguno dedicado al mundo rural. El universo que emerge de sus textos es siempre el campo, pero desde una mirada muy urbana. En el film, el gesto de 'Candelario' cuando recorre la pradera y escucha las voces de peones y lavanderas que recluta para la nueva radio representa, de cierta forma, lo que, efectivamente, ocurrió; sobre todo, durante los primeros tiempos. Aquellas voces anónimas, de verdad, cobraron vida en el medio emergente. Las 'hermanitas Méndez 'y Eduardo Ruiz (las lavanderas y el peón que actuaron en "Radio Candelario") fueron figuras destacadas en el dial montevideano durante mucho tiempo.

La música ocupó un lugar importante en la película, casi tanto como lo hizo en la radio. Existe todo un "discurso musical" recreado en el dial, que merece ser analizado para identificar los rasgos de la cultura. La radio incorporó de manera nueva todos los géneros musicales existentes, pero los asociados al folclor encuentran un mayor espacio y una mayor amplificación. Las vertientes gauchescas y criollistas encontraron en la radio un nuevo espacio donde desarrollarse. Sin duda, el tema requiere un estudio específico sobre todo, en relación con las producciones escritas que le son contemporáneas. Tampoco faltó en su trayectoria la influencia de Pirandello, reconocible en sus libretos radioteatrales, y, seguramente, aportado por sus libretistas provenientes del teatro. Se trata de un campo para explorar sobre la base de textos que se han recuperado.



LOS OYENTES, ACTIVOS PARTICIPANTES

Si algo sobresale en la radiotelefonía en Montevideo durante la década de los treinta, es la activa participación de los públicos en todos los programas. Conocer las audiencias constituye una de las zonas más difíciles de abordar, aun hoy con métodos mucho más sofisticados. Se constata una participación muy activa de los escuchas en esta etapa de constitución del medio, hasta convertirse en un componente esencial. Las cartas, los concursos de popularidad, la existencia de programas que adoptaban la forma de "consultorio" y los pedidos musicales ocuparon un espacio importante, junto con una activa presencia de los radioescuchas en teatros, en plazas y en el Estadio Centenario. las respuestas a los incesantes concursos o quienes hacían interminables filas para obtener una foto autografiada formaban parte del espectáculo. En la prensa, v especialmente en revistas como Cancionera, Mundo Uruguayo, Cine Radio Actualidad y Programación Oficial Estaciones del Uruquay (todas ellas, de gran continuidad), existe un corpus importante que permite reconocer algunos de los rasgos y las preferencias de los oventes. Su trayectoria ocupó siempre un espacio en las revistas, bien sea en la tapa, en notas breves, en fotos, en caricaturas o en concursos, o bien, se informaba "que no había noticia sobre Depauli". Se convirtió en una presencia muy central de las publicaciones, en un proceso que cultivó porque conocía ese circuito, y que retroalimentaba entre la lectura de revistas y la escucha de radio. Ello sugiere también que comprendía el peso de los medios, que al narrar lo ocurrido o, simplemente, al tenerlo como objeto preferente de atención, alentaba a su público mediante la autorreferencialidad mediática como instrumento.

Depauli no fue objeto de críticas severas, y logró un grado de aceptación entre sus colegas y los escritores muy poco común en un entorno de primacía de la "ciudad letrada", donde toda expresión popular era descartada como "chabacana", "tonta" y "banal". En la revista oficial de las estaciones de radio, se lee:

Depauli no entretiene solamente, incita a gozar, a reír [...], a burlarse de los convencionalismos. Es un poco Rabelais, un Voltaire popular, sarcástico pero bueno [...]. Muchos hombres superficiales y también algunos imbuidos de un intelectualismo conservador "demodee" y dogmático, sin oírle, lo negaban, porque prevalecía el prejuicio de no podía brindar una nota de emoción estética o de mero interés, un muchacho surgido del pueblo, sin adoctrinamiento filosófico. Craso error! Y lo reconocieron entonces. Constataron, al oírlo por primera vez, que Depauli, vivaz inquieto, risueño y sentimental, al interpretar las bellas páginas de Sarrasqueta, o al concertar su celebrado "Movimiento Continuo" [así se llamaba su programa en 1935], era un valor algo serio. No un simple "dilettanti" que explotaba la simpatía que inspiraba. Y lo oyen ricos y pobres, inquietos y abúlicos, grandes y chicos, mujeres y hombres. (*POEUR*, junio 1935, s.p.)

Se había producido el pasaje de aquel "muchacho surgido del pueblo" al exitoso hombre de radio en apenas tres años.

En noviembre de 1931, poco de debutar en CX 46 *Radio América*, Depauli respondía a una oyente, con todas las formalidades del estilo epistolar y en hoja membretada de la emisora:

Saludo a usted con mi mayor satisfacción y le envío su pedido del tango "Lloró el gaucho", me complace avisarle de un herror [sic], en la hora amena actúo muy poco y cuando lo hago es de mi voluntad y lo hago haciendo la parte del bobo. Esta aclaración la hago simplemente para que no me confunda. (Carta citada por Pesok, 2001, anexo)

Los pedidos musicales fueron uno de los rasgos más perdurables de la radio. Complacer al oyente y, a la vez, diferenciarse de los demás "para que no me confunda" lleva implícita la búsqueda del reconocimiento del público, pero también, la necesidad de hacerse un lugar, porque solo prosperaría quien lograra financiarse por publicidad. Marcaba, así mismo, la presencia de lo popular que fluía en los personajes; en este caso, "el bobo", expresión típica y recurrente de la cultura popular universal (Bajtin, 1988).

'Candelario' o Depauli contestaban cartas en la revista *Cine Radio Actualidad* y lograban una proximidad con su público que se mantuvo a lo largo de toda su carrera. Todos los pedidos –incluso, los económicos– eran respondidos uno a uno, así fuera en manuscrito o por medio de las revistas. La puerta de la radio y la calle se convertían en usuales e improvisados espectáculos, según narraba la prensa.

El contacto directo y, especialmente, la proximidad de personajes reconocibles activaban la popularidad de un actor confundido entre sus personajes. ¿Quién no conocía en su barrio a un italiano como don Nicola, o a un adherente a la guerra civil española, o a un gallego almacenero? ¿Cómo podían quedar por fuera la política y la realidad internacional, si eran centrales en la "república de ciudadanos" que luchaba contra la dictadura de Terra?



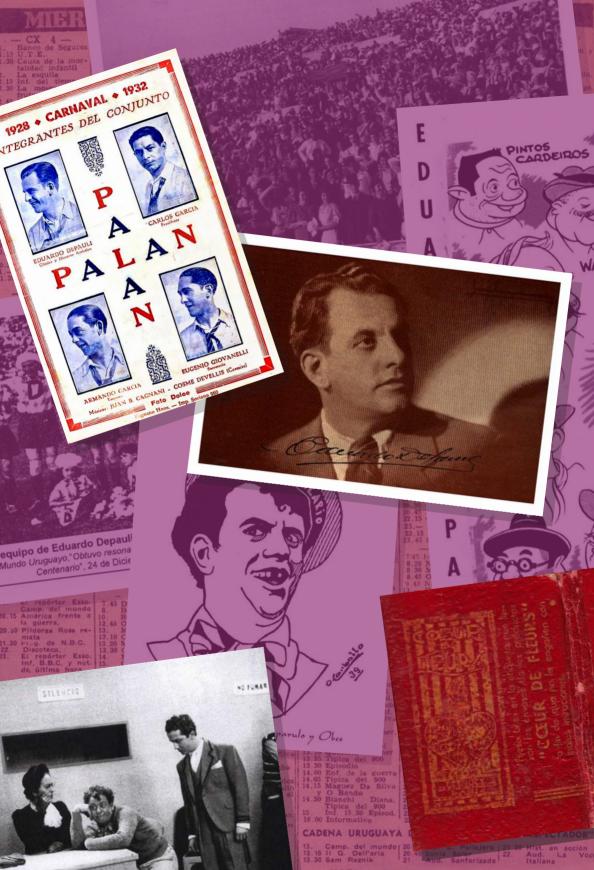
ALGUNAS CONSIDERACIONES FINALES

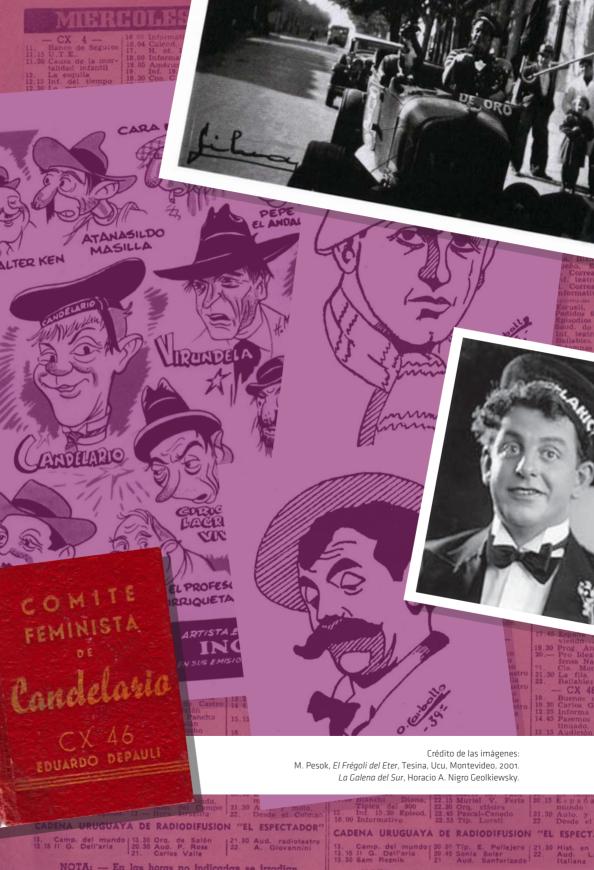
La trayectoria de Depauli es recordada como un hito de la radiodifusión uruguaya sobre todo, por la espectacularidad de los actos multitudinarios (en especial, el protagonizado en 1936, en el Estadio Centenario). Sin embargo, su amplio itinerario, la variedad de formatos y géneros que exploró con mayor o menor éxito, permite observar una etapa de la radiotelefonía porque su recorrido condensa casi todas las experiencias posibles en la radio de ese momento.

Este hombre que se hizo a sí mismo se convirtió en el centro del espectáculo radial de forma sostenida a lo largo de sus quince años de trabajo. Con talento natural, pero también con un profesionalismo y una preocupación estética que fue en aumento, obtuvo una inusitada fidelidad de sus oyentes. Durante los años de su trayectoria radial se generaron cambios importantes que fueron pautando el deslizamiento progresivo de una etapa de improvisación hacia otra de consolidación y profesionalización del medio. Por ejemplo, creció la formación del escritor de radio, pero no como quien traspasa la palabra de un soporte al otro, sino como quien domina los rasgos inherentes al nuevo medio. El contacto con el público, su conocimiento y, sobre todo, su participación activa como parte del espectáculo se convirtieron en un aspecto medular. La participación de los oyentes en esta etapa de constitución del medio se convirtió en un componente esencial. "Ir a ver" cómo se hacían los programas era tan habitual como acudir a los actos convocados por sus artistas.

La combinación de estilos, su agilidad, su versatilidad y el empleo convergente de todos los medios de comunicación existentes en su momento, resultaron decisivos en el estilo de Depauli. El 'Fregoli del Éter' representaba la idea de dinamismo y creatividad que requerían los nuevos tiempos.

La memoria de su trayectoria profesional se ha ido desvaneciendo con el tiempo, aunque algunos "modismos depaulianos" han perdurado en el lenguaje popular, sin que se reconozca su origen. Su legado no parecía sencillo de ser continuado, porque dependía mucho de su "voz", pero también, de un contexto muy específico. Las radios en las que trabajó cambiaron de permisarios, no fueron centrales en épocas posteriores y prácticamente todas ellas desaparecieron sin dejar rastros. Las crónicas predominantes privilegian la memoria de los medios más poderosos que aún perduran. Sin narración no hay historia, y, por tanto, es fácil explicar el silencio; en cambio, resulta difícil comprender esta etapa de la radio sin Depauli.





REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alfaro, M. (2008).

Memorias de la bacanal. Vida y milagros del Carnaval montevideano 1850-1950. Montevideo: Banda Oriental.

Ayestarán, L. (1945).

Un antiguo arte de la impresión musical. Revista Turismo en Uruguay, X (41), s. p.

Bajtin, M. (1988).

La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. En contexto de Rabelais. Madrid: Alianza Universidad.

Depauli-Sarrasqueta. (Probable 1939).

Teatro del Espacio. Montevideo: Monteverde y Cía.

González Velasco, C. (2012).

Gente de Teatro. Ocio y espectáculo en la Buenos Aires de los años veinte. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

Matallana, A. (2006).

"Locos por la radio". Una historia social de la radiofonía en la Argentina, 1923-1947. Buenos Aires: Prometeo Libros.

Pesok, M. (2001).

Eduardo Depauli: El Fregoli u sus voces en la memoria del éter, tesina de grado (inédito). Montevideo: Ucu.

Romano, E. (2004).

Revolución en la lectura. El discurso periodístico-literario de las primeras revistas ilustradas rioplatenses. Buenos Aires: Catálogos, El Calafate Editores.

Torello, G. (2012).

El cine va al teatro: Leopoldo Fregoni y André Deed en los escenarios montevideanos. En *Mediálogos 2*(1), 27-140.

Varela, M. (2009).

Él miraba televisión, YouTube. La dinámica del cambio en los medios. En M. Carlón & C. A. Scolari (Eds.). El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate (pp. 209-228). Buenos Aires: Ediciones La Crujía.

Williams, R. (2003).

La larga revolución. Buenos Aires: Nueva Visión (1ª ed., 1961).

(2011).

Televisión. Tecnología y forma cultural. Buenos Aires: Paidós.

REVISTAS

Actualidades. Semanario Nacional, Montevideo, 12 de noviembre 1924, Año 1, Nro.14.

Cancionera.

Año VII, Nro. 96, noviembre 1940.

Cine Radio Actualidad (CRA),

17 de diciembre de 1937, Año II, Nro. 179; 8 de abril de 1938; Año III, Nro. 195, 18 de agosto 1939, Nro. 166.

Mundo uruguayo,

18 de julio de 1930, Año XII, Nro. 601.

Programación Oficial de Estaciones Uruguayas de Radio (POEUR),

30 de agosto de 1931, Año 1, Nro. 5; 15 de noviembre de 1931, Año 1, Nro. 16; Año IV, 8 de marzo, 1935, n° 189; 5 de abril de 1935, Año IV Nro. 193; 26 de abril de 1935, Año IV Nro. 196; 7 de junio de 1935, Año IV, Nro. 202.

FUENTES FÍLMICAS

Radio Candelario.

Director: Rafael Jorge Abellá. Protagonistas: Eduardo Depauli y Rosita Miranda. Fotografía: Henry Maurice. Música: Juan Protasi. Estreno: Montevideo, cine Radio City, 21 de agosto de 1939.



La radiodifusión en la configuración identitaria del altiplano peruano. El caso aymara.

JACQUELINE OYARCE CRUZ UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARCOS LIMA, PERÚ

Acusado de corrupción y nepotismo, Cirilo Robles Callomamani, profesor universitario y alcalde del distrito altiplánico de llave, murió a consecuencia de los golpes que cientos de pobladores de la zona le propinaron en plena calle y a plena luz del día. Mientras los hechos ocurrían los reporteros locales transmitían la noticia en directo en castellano, aymara y quechua por las ocho emisoras que existen en la zona. Dos de ellas, *Radio San Miguel y Radio Armonía Aymara*, habían orientado sus programas informativos a debatir sobre la supuesta mala gestión municipal¹. Nunca se comprobó que Robles hubiese cometido delito alguno.

El tratamiento periodístico del tema en Lima, la ciudad donde producen y emiten las principales corporaciones de comunicación peruanas, se abordó con una perspectiva occidental que reconoció el acto como "bárbaro" y "salvaje". Las fuentes oficiales consultadas por los periodistas hicieron referencia a la violación de la institucionalidad y recogieron testimonios que reforzaron el modelo establecido en el periodismo, según el cual "las jerarquías sociales determinan y privilegian el enfoque de la noticia que [...] se estructura y diseña bajo pautas que se determinan en términos de procesos de la memoria y representaciones" (Van Dijk,1990, p. 144). La noticia portaba información sobre un grupo humano que, supuestamente, desconocía leyes y principios

¹ Galo Medina, director de Radio San Miguel de llave, pasó un año en la cárcel acusado de participar en los hechos violentos de llave. Medina salió en libertad al no haberse hallado pruebas en su contra. El asegura que *Radio Armonía Aymara* convocaba para pasar lista de asistencia a los comuneros a las actividades de paralización. "Eso lo dicen los propios regidores y los propios testigos del caso". En entrevista con la autora.

del orden democrático instaurado en el Perú; por lo tanto, se le configuró como un elemento distorsionador y amenazante para la "democracia". Los adjetivos "bárbaro" y "salvaje" remitieron a una imagen predeterminada del sujeto en acción.

En los andes el panorama se presentaba de distinta manera. En las localidades del altiplano que todavía se rigen por el derecho consuetudinario, el suceso fue considerado "ejemplarizador". Y es que la justicia y la ley en una zona donde el bilingüismo y la oralidad primaria y secundaria son rasgos predominantes, se asumen a partir de una formulación oral en la que "la ley misma está encerrada en refranes y proverbios formulaicos que no representan meros adornos de la jurisprudencia, sino que ellos mismos constituyen la ley" (Ong, 1990, p. 30). Allí el acto mismo de ejercer la ley está a cargo de representantes que hacen la vez de jueces locales y que imparten justicia mediante el mecanismo de la repetición de proverbios que son leídos en voz alta en su lengua, aymara, durante el castigo. Existe en este contexto una asimetría entre los sistemas de oralidad y escritura.

En este escenario la radio fue el instrumento de comunicación utilizado por los pobladores para intercambiar mensajes, defender por un lado, y censurar, por el otro, la labor del asesinado alcalde Robles. Cabe señalar también que Robles conocía muy bien el uso de los medios de comunicación para propalar mensajes y para consolidar la imagen de un político. El mismo era propietario de un canal de televisión local y rentaba una hora de programación para emitir su propio programa radial (en el que no locutaba, sino solo producía) en una de las ocho emisoras del empresario radial Guillermo Paquita Mamanchura, el primer locutor aymara en la historia de la radiodifusión peruana.

EL AYMARA, PUEBLO CON HISTORIA

La integración latinoamericana en general, y la del altiplano en particular, se consolidó como el proyecto de los gobiernos del continente en el siglo xx e inicios del siglo xxi; sin embargo, la estructura centralista de la mayoría de los Estados del continente no concuerda con el gran proyecto integrador; al menos, no para los aymaras que habitan los territorios del Perú, Bolivia, Chile y Argentina. Su población —que en un momento fue "la base del imperio incaico" (Llanque, 1990, p. 19) — se ha reducido hasta llegar a poco más de dos millones de personas; la mayoría, moradores del altiplano del Collao², meseta situada entre los 3850 y los 4000 metros de altura sobre el nivel del mar alrededor del lago Titicaca, considerado el segundo lago más alto del mundo.

² Al no contarse con fuentes escritas, la arqueología y la lingüística ayudan a reconstruir la historia. En este sentido se puede considerar la propuesta del historiador aymara Guillermo Llanque Chana quien indica que "las toponimias desde Quito hasta Tucumán indican sufijos aymaras tan evidentes como pampa, marca pacha, uma, que han designado ciudades, fortalezas y santuarios [...] vestigios tan evidentes que nos indican que los pueblos antiguos aru aimara hablantes ocuparon un área mucho más extenso que lo que ocupan los aimaras del siglo XX que ha reducido y solo circundante al lago Titicaca" (Llanque.1990, p. 35).

El territorio del altiplano tiene límites naturales: por el este, la cordillera Real; por el oeste, los Andes, y por el sur, la parte desértica del noroeste argentino. Hasta antes de las independencias del Perú (1821) y de Bolivia (1825), los aymaras compartían territorios (aun hoy se evidencia una estructura tejida con "múltiples lazos sociales, económicos, culturales englobados en un sentimiento de pertenencia a una misma comunidad" (Letamendia, 2011, p. 104). Cabe precisar que en el Perú las olas migratorias del campo a la ciudad que comenzaron en los años sesenta del siglo xx también incluyeron a los aymaras quienes se asentaron en la selva peruana y en Lima, Arequipa, Moquegua y Tacna, ciudades donde actualmente han consolidado una importante presencia en las economías locales. Allí los aymaras procuran mantener su núcleo identitario a partir de manifestaciones culturales diversas que circulan permanentemente a través de los medios de comunicación locales.

De acuerdo con el discurso que los aymaras sostuvieron durante las manifestaciones sociales que impactaron la nación peruana en 2004 y 2011³, su pueblo se reconoce a sí mismo como un proyecto de nación que integra, además, a los aymaras de los vecinos países de Bolivia y Chile, y que se vincula con los pueblos quechua y amazónico. De acuerdo con Vicente Alanoca, investigador y docente de Antropología de la Universidad del Altiplano de Puno, la plataforma discursiva del pueblo aymara revela una lucha por su reconocimiento como sujeto social, ante las décadas de "violación de sus derechos humanos por un sistema dominante de orientación homogeneizadora"⁴. Su filosofía interioriza la necesidad de unificación social a partir del establecimiento de sus propias normas, de su estructura social y de autoridades locales que responden a una jerarquía y a un orden del mundo particular. Este modo diverso de entender el mundo se refleja en su lenguaje, que es, finalmente, su marca de identidad.

El aymara, lengua que ha sido transmitida de forma oral a través de generaciones, es hablada entre Perú, Bolivia y Chile por, aproximadamente, dos millones de personas, quienes se reconocen primero como aymaras y luego como peruanos, bolivianos o chilenos. De acuerdo con el investigador y lingüista aymara Felipe Huayhua Pari esta lengua se habla cada vez menos debido a que el sistema educativo peruano ha privilegiado durante décadas el castellano y ha subestimado las lenguas aborígenes, en un supuesto entendido de lo que significa el concepto progreso⁵. Sobre el tema, el sacerdote católico Domingo Llanque advertía en 1990 que "el contenido ideológico de la educación nacional es totalmente anti andino, por ende anti quechua y anti aymara" (Llanque, 1990, p. 162). Ante la alerta revelada por los pueblos andinos y amazónicos

³ En el año 2004 se produjo en el Perú el levantamiento indígena aymara conocido como *sartawi*. En 2011, se produjo el "aymarazo", un movimiento social que tuvo como objetivo detener las labores de exploración y explotación de lotes de una empresa minera canadiense que le habían sido otorgados en concesión por el Estado peruano. Los lotes se ubicaban en un territorio considerado sagrado por los aymaras. El movimiento denominado "aymarazo" paralizó durante 21 días las actividades económicas, sociales y políticas en la zona, y uno de sus líderes, acompañado de un grupo de seguidores llegados a Lima, la capital, llevó a cabo la toma de un conocido canal de televisión. Durante 24 horas, el tema se convirtió en el centro de la noticia que todo el país conoció en detalle y en directo. El caso está en proceso de investigación, a cargo del Ministerio Público peruano.

⁴ Vicente Alanoca Arocutipa. Entrevista personal realizada en Puno, 2013, enero 24.

⁵ Felipe Huayhua Pari. Entrevista personal realizada en Lima, 2014, septiembre 2.

debido a la posibilidad de ver extinguidas sus lenguas en un futuro próximo, la sociedad civil se organizó en 2008 y convocó a instituciones del gobierno, a organizaciones no gubernamentales y a los medios de comunicación para consolidar un proyecto que evitara esta situación. La iniciativa se concretó en el Plan Educativo Regional, y fue adoptada por el Gobierno Regional de Puno (la capital del altiplano peruano). El objetivo es enseñar lectoescritura e impartir clases en las lenguas originarias en los colegios de la región.

Pese a lo anterior, el Plan Educativo Regional no puede llevarse a cabo de manera eficiente, porque no se ha destinado un presupuesto suficiente para ello; además, no hay profesores preparados para enseñar lectoescritura y tampoco se cuenta con el soporte material que se necesita para impartir la enseñanza. Pero así como la idea surgió de la sociedad civil en el altiplano, las alternativas también se pusieron de manifiesto en el mismo ámbito: por ejemplo, la emisora *Onda Azul* puso en marcha un primer programa piloto en una institución educativa de la localidad, con la participación voluntaria de profesores que eran también conductores de programas radiales bilingües (aymara-castellano y quechua-castellano). Esta experiencia reveló que "los primeros opositores al programa educativo bilingüe son los papás que dicen ¿a mi hijo me lo vas a enseñar quechua, aymara? Él sabe hablar no te preocupes, él debe aprender inglés"⁶.

ORALIDAD Y RADIODIFUSIÓN

El pueblo aymara que habita el anillo circunlacustre del lago Titicaca, en la Región de Puno (territorio peruano) tiene una población estimada en 500000 habitantes. La región está desatendida por el Estado peruano. El último Informe del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) revela que más del 50% de las provincias y los distritos no tienen una demarcación legalmente establecida hasta la fecha⁷; la pobreza extrema alcanza el 76% y los principales afectados son los niños, quienes desde muy temprana edad trabajan en las minas de la zona⁸ (la actividad minera –legal e ilegal– y el contrabando son el eje de la dinámica económica).

El nivel de analfabetismo es de 17 %, de acuerdo con el INEI; una cifra cuestionable si se tiene en consideración que la escritura no es un factor que sea instrumentalizado en el cotidiano de sus habitantes. Su conocimiento milenario ha pasado de generación en generación a través de la lengua hablada. Para las comunidades indígenas, en las que la oralidad primaria y secundaria son predominantes, el medio de comunicación radiofónico se ha convertido en la vía por la cual circulan de forma masiva sus mensajes; principalmente, en el campo, donde los campesinos se mantienen

⁶ Yovanni Manrique Ruelas. Entrevista personal realizada en Puno, 2013, enero 22.

⁷ Las estadísticas sobre Puno abarcan los sectores población, vivienda, educación, salud, empleo, seguridad social y orden público, participación ciudadana, tecnologías de la información, y desarrollo social, entre otros. Véase: www.inei.gob.pe/estadisticas/censos(consultada el 5 de septiembre de 2014,11:32 a.m.).

⁸ Más información sobre el tema en:http://www.care.org.pe/nuestra-labor/programas-y-proyectos/gobernabilidad/ (consultada el 5 de setiembre de 2014, 11:55 a.m.).





Arriba: Radio Pachamama. Abajo: Radio Onda Azul.





Arriba: Emisora Onda Azul. Abajo: Radio La Voz del Altiplano. informados, entretenidos y, sobre todo, comunicados mediante la radio a transistores. Allí la sintonía se inclina hacia sus propias emisoras locales, que transmiten música, mensajes, noticias sobre el acontecer local, saludos de cumpleaños, avisos y anuncios sobre las necesidades de la población... y en su propia lengua.

Las emisoras locales, cuyos propietarios son también oriundos de la zona, apuestan por la transmisión de sus propias expresiones musicales y se trazan el objetivo de difundir las producciones musicales de sus grupos locales; tal es el caso de *Radio Campesina*, del distrito de Juli, que promociona las quince bandas (grupos) musicales del distrito. "Ellos vienen cada domingo y se transmite su música en vivo. Cuando graban entonces ellos vienen, dejan acá su material discográfico y nosotros promocionamos. Eso le gusta a la gente", manifiesta Raimundo Vilca Velásquez, coordinador de la radio⁹.

En la ciudad, los medios de comunicación tradicionales son la radio, la televisión y la prensa escrita; y entre la población joven, la Internet. Las redes sociales como *Facebook y Twitter* son las plataformas de comunicación más utilizadas también por las tres emisoras más sintonizadas de la zona: *Onda Azul, La Voz del Altiplano* y *Pachamama*, que, además, transmiten en simultáneo a través de Internet¹⁰.

Por la radio circulan las representaciones sociales diversas y las transformaciones que ellas experimentan, no exentas de conflicto. Lo que está en debate ahora es la representación del otro como sujeto en una sociedad fragmentada y excluyente, como la peruana, y la lucha de ese "otro" por la apropiación del poder, partiendo de la premisa de que "cada sociedad tiene su régimen de verdad [...], es decir, los tipos de discurso que acoge y hace funcionar como verdaderos o falsos, el modo cómo se sancionan unos y otros; las técnicas o procedimientos que están valorizados para la obtención de la verdad" (Foucault, 1997, p. 143). Ese proceso de apropiación reconoce actores sociales, líderes políticos -hombres y mujeres- que han visto en la radio el instrumento ideal para hacer llegar su mensaje a las masas, y que han utilizado el medio para sus fines y sus objetivos concretos. Y en esa carrera por la apropiación del poder, tanto ellos como la sociedad a la que representan han experimentado transformaciones. En este contexto, la radio ha sido, y es, la vía principal por la cual la ideología ha transitado permanentemente. La actividad de radiodifusión se ha convertido a lo largo de su historia en la plataforma desde la cual los actores sociales han protagonizado sus historias, que al final terminan siendo la historia misma de los pueblos.

⁹ Raimundo Vilca Velásquez. Entrevista personal realizada en Puno, 2013, enero 30.

¹⁰ Sugerimos ver y escuchar: http://www.radioondaazul.com/ http://www.pachamamaradio.org/ http://www.radiolavozdelaltiplano.com/

"¿ES BUENO SER AYMARA O NO?"

Rosa Palomino Chahuares, la primera mujer aymara que hizo locución, producción y conducción radial en la Región de Puno, conduce y dirige la Red de Comunicadores Indígenas del Perú, organismo que acoge a jóvenes mujeres y hombres radialistas aymaras cuyo interés es la instrumentalización del medio de comunicación sonoro para difundir sus mensajes. Ellos conocen del poder de la radio para llevar hasta los rincones más alejados la información y el entretenimiento, y saben además que los oyentes están a la espera de que les hablen en su idioma y les ayuden a hacer circular sus mensajes. Sin la radio las poblaciones del altiplano no estarían integradas, simplemente porque la infraestructura de comunicaciones (incluidas carreteras y caminos) es, aun en pleno siglo XXI, muy deficiente.

En 1988, cuando por primera vez salió al aire el programa de Rosa Palomino, las mujeres aymaras comenzaron a demostrar que perdían el miedo a hablar. El silencio al que habían sido sometidas durante siglos de dominación y verticalidad en la estructura social del Estado peruano se había empezado a romper. La radiodifusión fue el escenario desde donde hacían oír sus voces. Y aunque la estructura social aymara otorgue un lugar simbólico al sujeto femenino, este queda en segundo plano en el trabajo en los medios de comunicación todavía hoy. La historia de la radiodifusión en la Región de Puno da cuenta de que el primer hombre de radio aymara y quien abrió el camino para las futuras generaciones— fue Guillermo Paquita Mamanchura, hijo de campesinos y autodidacta, quien llegó a ser el primer empresario radial del altiplano peruano (Oyarce, 2007).

Desde fines del siglo xx, la situación de la mujer, doblemente marginada por ser indígena y por ser mujer, ya había comenzado a cambiar. En la programación radial estaban presentes sus cuentos —creados y recreados—, así como canciones entonadas con voz propia. "Poníamos las grabadoras y hacíamos participar a nuestras hermanas, abuelas. Cuando escuchaban su voz, está bien bonito nos decían", rememora Rosa Palomino Chahuares, y sostiene firmemente que sin medio radial es imposible hablar o poner en circulación su identidad.

El término *identidad* abre una cadena de significantes. De acuerdo con la Real Academia de la Lengua Española, identidad es el "conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás"; el término define también la "conciencia que tiene una persona de ser ella misma y distinta a las demás". Como categoría, en concordancia con García Canclini, *identidad* es una construcción que se relata, que se enriquece en la permanente reconstrucción con los otros.

La identidad aymara está experimentando transformaciones que son mediadas cada día por la radio; dicho medio de comunicación interviene en la permanente reconstrucción discursiva de este pueblo. Con la producción de programas propios, las mujeres (o, mejor dicho, la condición femenina en el núcleo identitario del imaginario social), asumieron nuevos retos para lograr un posicionamiento en los espacios local y nacional. La identidad se crea y se recrea discursivamente, en discursos identitarios; se





Arriba: Gumercinda Vargas, primera locutora en quechua. Abajo: Guillermo Paquita, primer locutor radial aimara.

configura, como sostiene García Canclini, en una *coproducción* donde los actores que intervienen en ella comparten la dinámica del proceso discursivo en el interior de la cultura, y también, en relación con el proceso espacio-temporal en el que ella tiene lugar.

Otro caso emblemático de la presencia femenina aymara en el contexto peruano es el de la empresaria radial Emilia Cordero, profesora y autodidacta, quien a fines de los años sesenta del siglo xx comenzó a instalar emisoras radiales en diferentes distritos de Puno. En total, logró poner en funcionamiento cinco emisoras, con el objetivo de difundir la cultura de su pueblo: música puneña, carnavales, relatos, cuentos y noticias formaban parte de la programación. Sin embargo, su empresa fracasó, debido a que la época que correspondió al funcionamiento de sus radios coincidió con el periodo de expropiación iniciado por el Gobierno Revolucionario del General Juan Velasco Alvarado a los terratenientes locales (grupo social al que ella y su familia pertenecían). Velasco, quien mediante un golpe de Estado ocupó la Presidencia del Perú entre 1968 v 1975, firmó la Ley de Reforma Agraria (que reconfiguró el escenario social peruano) v selló el momento con la frase "Campesino, el patrón ya no comerá más de tu pobreza". Este lema comenzaría a difundirse a través de todos los medios de comunicación que habían sido expropiados a sus dueños durante su gobierno; entre ellos, las emisoras de Emilia Cordero. En 1976, su hijo Omar Aramayo Cordero, quien había regresado de estudiar en Europa, intenta recuperar sus emisoras y compra nuevos transmisores. La actividad violenta del grupo subversivo Sendero Luminoso en el Perú en la década de 1980, y particularmente en los Andes peruanos, terminó por liquidar sus empresas.

BREVE HISTORIA DE LA RADIO EN LA REGIÓN

[...] como mis amistades hablaban aymara y aquí, los que hablaban por la radio [...] hablan castellano, yo dije "yo quiero hablar en mi idioma porque no comprenden mis padres el mensaje" y el señor gerente me dijo "¿Puedes animar en aymara? [...]. La primera vez que me han escuchado en el campo mis padres se sorprendían de la radio. ¿Cómo te has metido ahí? Me preguntaban. Y cada vez que iba al campo me decían contentos "te hemos escuchado". (Guilllermo Paquita Mamanchura en Oyarce, 2007, p. 213)

La emisora de mayor sintonía en la región Puno es radio *Onda Azul*. Fue fundada y dirigida por la congregación católica *Maryknoll* en 1958, y se caracterizó porque modificó la forma tradicional de hacer radio: integró en el quehacer radial al olvidado campesino y desarrolló el concepto de radio educativa para la población rural. *Radio Onda Azul* fue inicialmente un proyecto de comunicación que tomó la forma de radio parlante en un colegio de Puno. Su primera programación fue de carácter literariomusical (lecturas de clásicos en castellano y música clásica, emitidas durante el recreo para reforzar la línea educativa del colegio). Esta experiencia de transmisión en onda corta fue fruto de la iniciativa del teólogo puneño Ernesto Barrientos "y contó con la participación de los profesores Enrique Robles, Carlos Rubina y Francisco Montoya" (Oyarce, 2007, p. 218).

En Puno, las emisoras locales aparecen casi 30años después de la inauguración de OAX (la primera emisora peruana, inaugurada en Lima en 1925), y fueron una iniciativa de terratenientes del lugar. Por ejemplo, la primera radio, hasta hoy popular, La Voz del Altiplano –OAX 7L—, fundada en 1957, perteneció al político y empresario Juan Zea Gonzáles, quien utilizó el medio como plataforma para difundir su actividad política y reforzar su imagen pública, lo que coadyuvó a su posterior elección como senador, y luego, como procurador general de la República.

Para los ciudadanos de clase media y alta del altiplano, hablar castellano era sinónimo de progreso. Ellos tenían el castellano como la lengua que utilizaban para integrarse socialmente, aunque en casa hablasen quechua o aymara. En este contexto, la radio fue un medio para mostrar signos de poder, pues era lo último en tecnología por aquellos años, y como tal era cara, muy pocos tenían acceso a ella (menos aún, a convertirse en propietarios de una emisora). Para los terratenientes del lugar, ser dueños de una radioemisora significaba poder convertir necesidades propias en demandas colectivas. Tal es así que en la producción y la conducción de los primeros programas radiales encontramos nombres de los dueños, pero también los de miembros de su círculo social, quienes eran, al mismo tiempo, los más conspicuos representantes de la cultura letrada puneña y estaban agrupados en asociaciones culturales, deportivas y políticas. No se puede olvidar que en la cultura aymara se presenta un "desacoplamiento entre el mundo rural mayoritario y el mundo urbano" (Letamendia, 2011, p. 81). En la radio, el mundo urbano aymara tuvo un espacio desde donde enunciar su verdad, su propio discurso, y hacerlo hegemónico. Dicho grupo social ya estaba habituado a escuchar radioemisoras limeñas; sobre todo, bolivianas y argentinas (estas últimas han tenido un gran impacto en el gusto local citadino). Hasta la actualidad, el tango es un género musical que tiene adeptos o fanáticos en ese contexto; incluso, se fundó la Asociación de Comentaristas de Música Argentina. Es decir, la actividad cultural local e internacional era intensa, y de acuerdo con dos de sus gestores, Ruso Américo Núñez Calsín (conductor del programa de tangos "Brisas Porteñas", con más de 40 años al aire) y José Paniagua Núñez, la presencia de radio La Voz del Altiplano contribuyó a difundirla.

Las demandas colectivas que pasaban por la radio durante los primeros años de su nacimiento como medio de comunicación pertenecían a la cultura letrada. Quienes tenían a su cargo la programación y el diseño de los espacios radiales eran, al mismo tiempo, miembros de sociedades culturales con estatutos propios, tales como la Sociedad Intelectual Chasqui, una entidad que nació "por la mutua superación. Por el porvenir intelectual de Puno y por la conquista de la cultura", el Club Juvenil Andino y la Academia de las Lenguas Quechua-Aymara de Puno" (que tuvieron especial impacto en la literatura nacional); todas estuvieron presentes en las emisiones diarias. Cabe señalar

¹¹ El Ministerio de Educación del Perú tiene a su cargo la Academia Mayor de la Lengua Quechua, con sede en Cusco. Dicha institución está encargada de velar por la pureza de la lengua quechua, estimular el desarrollo de la literatura en esta lengua y de llevar a cabo la correspondiente investigación lingüística. El quechua tiene carácter de lengua de uso oficial, mientras que el aymara no lo tiene, si bien la Constitución peruana de 1993 declara en su artículo 48 que el castellano es el idioma oficial, y que en las zonas donde predominen también lo son el quechua, el aymara y las demás lenguas aborígenes.

que la Academia de la Lengua Quechua —así oficialmente reconocida— tiene todavía ahora un intenso trabajo en la preservación de los modos lingüísticos de la zona y cuenta con un programa de radio en el Cusco. Como se puede constatar, a inicios del siglo xx la región altiplánica tenía claramente delimitados el espacio rural y el citadino, pero la estructura social que regía y rige su cosmovisión es compartida por ambas (conmayor o menor grado de sincretismo); entre los aspectos que determinan sus relaciones sociales (además de su relación con la madre tierra, o *Pachamama*) destacan la jerarquía social y la endogamia.

LA IDENTIDAD MEDIADA POR LA RADIO

Como mencionamos anteriormente, a partir de 1958 la emisora eclesial *Onda Azul* cambió el modo de percibir y hacer radio en el altiplano, ya que incluyó entre sus oyentes a la población rural y también entusiasmó a muchos jóvenes a participar en calidad de emisores. Fue la primera radio que difundió en lenguas originarias la vida de los campesinos, sus preocupaciones, sus preferencias, sus gustos y su lenguaje; pero no olvidemos que ello respondió a los intereses de la Iglesia Católica en evangelizar la zona. Para los integrantes de la Congregación Mariknoll, un indígena que supiera leer y escribir en castellano estaría en condiciones de adaptarse al mundo social y a generar desarrollo; en ese orden de ideas estaba el interés compartido por el plan Alianza para el Progreso, impulsado en toda América del Sur por la OEA desde 1961; por ello, esta última puso en marcha el proyecto de Escuelas Campesinas Rurales, con el apoyo de la radio. Primero se capacitó a gentes de la misma zona, quienes luego serían los encargados de monitorear los programas de enseñanza del castellano a distancia; luego se distribuyeron cientos de aparatos radiorreceptores a transistores, que captaban una sola señal: la de Onda Azul. Se emitían información, música y el programa de alfabetización en horarios diferentes (y para públicos específicos: niños y adultos, mujeres y hombres). Esto fue fundamental para que el campesino iniciara su protagonismo en el quehacer radial; de ello dan cuenta las experiencias de Guillermo Paquita Mamanchura y Gumercinda Vargas, quienes abrieron el camino para la realización de los programas radiales que se difunden en aymara y quechua en la actualidad. Específicamente para los aymaras escuchar al aire a un locutor que le hablaba en su propia lengua contribuyó a revalorar la imagen que ellos tenían de sí mismos, como afirma Nelguardo Huanca, locutor de Radio Armonía Aymara, y quien distribuye su tiempo entre trabajar en el campo en el cultivo de papas, velar por su familia y conducir su programa de radio:

Cuando era niño para mí era una enorme confianza escuchar a Paquita. Para nosotros era una alegría. Como es zona aymara nos gusta que nos hablen en aymara era una manera como que te estaban valorando. Ecos [el programa de Paquita se llamaba Ecos del Folclore], me ha quedado en el alma. En esos tiempos te sentías como que si vale el aymara. Ahora muchos jóvenes no quieren saber aymara porque cuando salen de Puno son humillados como si no tuviéramos las mismas posibilidades de sobresalir. Pero yo en mi programa les digo que sí, que nosotros sí tenemos posibilidades. Para eso nos ha servido la radio, para conocernos más y poder luchar y salir adelante.

Desde 1963, cuando Paquita sale al aire por radio *Onda Azul*, se generó una apropiación del medio por parte de este pueblo. La estética popular se plasma en la radio, y esta se convierte en el instrumento para comunicar entre las comunidades rurales. Mensajes como "por favor tienen que bajar la llama hasta tal sitio o tal carretera porque vamos a llegar con el ingeniero y hay que subir", o para convocar a sus reuniones comunales, o para contar historias que escucharon de sus ancestros, o para enviar felicitaciones o saludos empezaron a tener un lugar en la programación. Con el ejemplo de Paquita Mamanchura, quien se convirtió en una figura destacada para los campesinos, otros jóvenes aymaras también se iniciaron en el trabajo radial y aprendieron en el quehacer cotidiano. Su pueblo, su audiencia, fue el mejor crítico para continuar con el trabajo radial que hacían de manera intuitiva, siguiendo el modelo dejado por sus predecesores. La radio fue el espacio donde se rediseñó la forma de hacer comunicación en el campo y la ciudad.

A MODO DE CONCLUSIÓN

La instrumentalización de la radio posibilitó el fortalecimiento identitario de pueblos de tradición oral. Los agentes intervinientes, provenientes de la propia cultura, caso del aymara aprendieron, de manera intuitiva, a comunicar a través de las ondas radiales.

La participación de los aymaras en la radiodifusión local con la emisión de mensajes en su propia lengua, favoreció la dinámica de circulación de discursos propios, integrando sus propios proyectos sociales y político-partidarios.

Tanto el pueblo aymara como el quechua instrumentalizaron la radio como una plataforma de enunciación y de denuncia. El medio se adaptó y reflejó una estética propia, producto de la retroalimentación obtenida en el propio pueblo.

Los discursos diversos sobre la condición del género femenino se abordan y reflexionan en la programación de las diferentes emisoras de la región altiplánica. De esa experiencia que tuvo lugar en el siglo xx se nutren actualmente las representaciones gremiales de mujeres aymaras. Acción política partidaria y radio conforman un binomio.

En la actualidad, las emisoras del altiplano con programas en aymara, quechua y castellano transmiten también a través de Internet y usan redes sociales.

Los esfuerzos locales por rescatar señales de identidad se debaten en los diferentes programas de radio local, tanto en aymara como en quechua. La responsabilidad sobre el proceso recae en sus locutores (que, a la vez, traducen los mensajes entre culturas), en sus líderes políticos, académicos y profesionales de la comunicación. Como se puede demostrar, el camino ya ha sido trazado; los hombres y las mujeres aymaras del campo y de la ciudad pueden transitarlo, y, lo que es más importante, hacerlo común a través de la radio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alanoca, V. (2011).

Movimiento indígena aymara. Alemania: EAE.

Alanoca, V. (2012).

El Buen Vivir en la cultura aymara. Alemania: EAE.

Foucault, M. (1997).

Un diálogo sobre el poder y otras conversaciones. Madrid: Alianza.

García Canclini, N. (1990).

Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad. México: Grijalbo.

_____(1995).

Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. México: Grijalbo.

Huavhua Pari, F. (2001).

Gramática descriptiva de la lengua aymara. Lima: Arco Iris S.A.

Landowski, E. (2007).

Presencias del otro. Traducción de Desiderio Blanco. Lima: Fondo Editorial de la Universidad de Lima.

Letamendia, F. (2011).

El indigenismo en Suramérica: los aymaras del altiplano. Madrid: Editorial Fundamentos.

Llangue Chana, D. (1990).

La cultura aymara. Desestructuración o afirmación de identidad. Puno: Instituto de Estudios Aymaras.

Ong, W. (1997).

Oralidad y escritura. Tecnologías de la palabra. Traducción de Angélica Scherp. México: Fondo de Cultura Económica.

Oyarce, J. (2007).

Orígenes del periodismo radial en el Perú I Sur. Arequipa, Cusco, Moquegua, Puno, Tacna. Lima: Fondo Editorial de la Universidad de San Martín de Porres.

Pajuelo Teves, R. (2009).

"No hay ley para nosotros..." Gobierno local, sociedad y conflicto en el altiplano: el caso llave. Lima: Asociación Servicios Educativos Rurales (SER), Instituto de Estudios Peruanos (IEP).

Van Dijk, T. (1990).

La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información. Barcelona: Paidós

PÁGINAS WEB

www.inei.gob.pe

www.care.org.pe/programas/gobernabilidad

www.radioondaazul.com

www.pachamamaradio.org

www.radiolavozdelaltiplano.com

TESTIMONIOS

Yovanni Manrique Ruelas.

Director y administrador de radio Onda Azul.

Vicente Alanoca.

Doctor en antropología, profesor de la Universidad Nacional del Altiplano, Puno.

Omar Aramayo Cordero.

Director del Fondo Editorial de la Universidad Alas Peruanas. Poeta, periodista, compositor.

Rosa Palomino Chahuares.

Primera locutora de programas aymaras de mujeres en el altiplano peruano.

Modesto Palomino Chahuares.

Productor de programas de radio Pachamama, Puno.

Raimundo Vilca Velásquez.

Coordinador de Radio Campesina de Juli, Puno.

Miguel Medina Cabrera.

Dueño y director de radio San Miquel de llave, Puno.

Nelguardo Huanca.

Productor y conductor de programas de radio *Armonía Aymara* de Ilave, Puno.

Cuadernos de la Red de Historia de los Medios



ESTADOS GENERALES DEL TERCER CINE

LOS DOCUMENTOS DE MONTREAL. 1974



CUADERNO N°3 | AÑO 3 | verano 2013/2014

artículos |

Mariano **Mestman** Estados Generales del Tercer Cine. Los documentos de Montreal, 1974

André Pâquet

Encuentros Internacionales por un Nuevo Cine

documentos |

- Facsimil del Programa de los Encuentros Internacionales por un Nuevo Cine.
- Acta de Reunión del Comité d'Action Cinematographique (CAC) del 6/9/1973.
- Taller Cómo mostrar los films.
- Taller Participación de la base.
- Taller Intervención social con los films.
- Debate con Guido Aristarco.
- Facsímil de Proyectos y Resoluciones finales de los

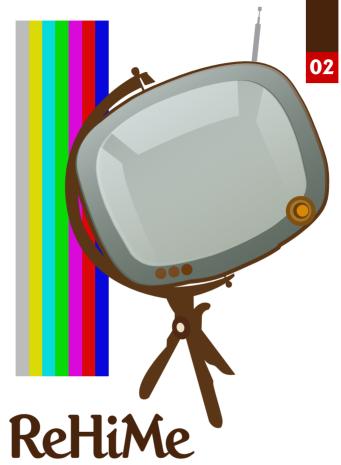
Encuentros Internacionales por un Nuevo Cine.

Buenos Aires, Prometeo, verano 2013/2014. ISBN 1853-8320





www.rehime.com.ar/escritos/cuadernos.php



Cuadernos de la Red de Historia de los Medios

CUADERNO N°2 | AÑO 2 | 2012

TV y sociedad | Raymond Williams Lynn Spigel

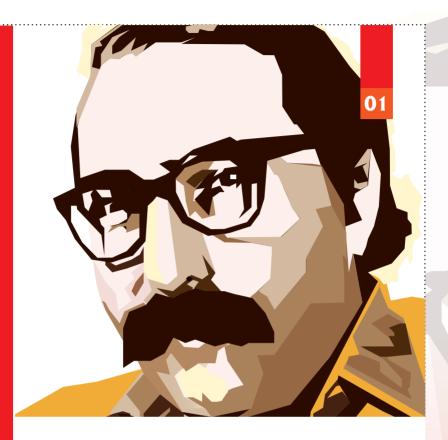
TV y dictaduras en América Latina | Brasil, Chile, Uruguay Igor Sacramento Eduardo Santa Cruz Antonio Pereira

TV, arte y cine | Glauber Rocha, Jean-Luc Godard, Jean Rouch y Ruy Guerra Regina Mota Manthia Diawara

Buenos Aires, Prometeo, 2012. ISBN 1853-8320

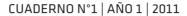


www.rehime.com.ar/escritos/cuadernos.php



ReHiMe

Cuadernos de la Red de Historia de los Medios



Encuesta Latinoamericana

Responden:

Héctor Schmucler, Eduardo Romano, Omar Rincón, Andrea Matallana, Mónica Maronna, Micael Herschmann, Celia del Palacio, Esther Hamburger, Gilberto Eduardo Gutiérrez, Claudia Irene García Rubio, Luiz Artur Ferraretto, Luis César Díaz, Marialva Carlos Barbosa, Patricio Bernedo Pinto.

Dossier Jorge B. Rivera

Escriben:

Eduardo Romano, Jorge Lafforgue, Pablo Alabarces, Alejandra Laera, Laura Vazquez, Ana Lia Rey, Mirta Varela.

60 años de la televisión argentina

Diálogo:

Mateo Gómez Ortega, Fernanda Ruiz, Maximiliano Tocco, Maida Diyarián, María Victoria Rodríguez Ojeda, Javier Trímboli, Mirta Varela, Ana Lía Rey, Fernando Ramírez Llorens, Máximo Eseverri, Florencia Luchetti y Paola Margulis.

Buenos Aires, Prometeo, 2011. ISBN 1853-8320



www.rehime.com.ar/escritos/cuadernos.php



f 🖪 🔟 🧿 fi www.**rehime**.com.ar



web > cuadernos > archivo audiovisual > seminario



prensa y cultura de masas |



MARIALVA BARBOSA

(UNIVERSIDAD FEDERAL DE RÍO DE JANEIRO, BRASIL)

Para una historia cultural latinoamericana de los medios de comunicación.

Una mirada sobre las prácticas, procesos y sistemas de comunicación en las últimas décadas del siglo XIX.

FDUARDO SANTA CRUZ

(UNIVERSIDAD DE CHILE, CHILE)

Prensa y cultura de masas en Chile a comienzos del siglo XX (1900 -1920).

EDUARDO ROMANO

(UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES, ARGENTINA)

Escritores, intelectuales e industria cultural en la Argentina (1898-1933).

ANA LÍA REY

(UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES, ARGENTINA)

De héroes populares a asesinos.

Una mirada sobre el militante anarquista a través de la prensa.

la radio y la puesta en escena de lo popular

EDUARDO GUTIÉRREZ

(PONTIFICIA UNIVERSIDAD IAVERIANA DE BOGOTÁ, COLOMBIA)

En busca del pueblo. Popular culto y masivo, luchas de sentido en la radio colombiana a finales de los años 40.

ANDREA MATALLANA

(UNIVERSIDAD DI TELLA, ARGENTINA)

Entre fonógrafos y radios: difusión del tango en las primeras décadas del siglo XX.

SYLVIA **SAÍTTA**

(UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES, ARGENTINA)

Policías y ladrones en los comienzos del radioteatro argentino.

MÓNICA MARONNA

(UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA, URUGUAY)

El espectáculo radial montevideano en los años treinta a través de la trayectoria de Eduardo Depauli.

IACOUELINE **OYARCE**

(UNIVERSIDAD DE SAN MARCOS, PERÚ)

La radiodifusión en la configuración y reconfiguración identitaria del altiplano peruano. El caso de los aymaras.







