

---

**Mónica Maronna**

## **Las tempranas voces de los políticos en la radiotelefonía uruguaya**

---

### **Las tempranas voces de los políticos en la radiotelefonía uruguaya**

#### **Early Voices of Politicians in Uruguayan Radiotelephony**

Mónica Maronna (Facultad de Información y Comunicación, Universidad de la República, Uruguay)

[Monica.maronna@fic.edu.uy](mailto:Monica.maronna@fic.edu.uy)

#### **Resumen**

El 6 de noviembre de 1922 comenzaron en Uruguay las transmisiones de radiodifusión en forma permanente. La primera estación de radio se instaló tempranamente en este país de América del Sur ubicado entre Argentina y Brasil. Pocos días más tarde de su inauguración, un sector político partidario, el partido colorado liderado por José Batlle y Ordóñez alquiló la recién inaugurada estación para desarrollar una intensa campaña electoral con miras a los comicios de noviembre de ese año. Este artículo se ubica en el cruce entre la historia política y la historia social y cultural de los medios de comunicación. Los enfoques historiográficos referidos a la construcción y ampliación de los espacios públicos han privilegiado el papel de la prensa como forma de acción política. En esta comunicación se propone analizar el temprano uso de la radio uruguaya como parte de los símbolos y rituales empleados por un sector partidario y la concepción que manejó ese sector respecto al papel de los medios de comunicación argumentando el rol proselitista que debían asumir como parte medular de la contienda política partidaria. El batllismo fue un sector del partido Colorado cuyos orígenes se remontan al siglo XIX. Durante las primeras décadas del siglo XX el partido colorado renovado bajo el liderazgo de José Batlle y Ordóñez quien fuera dos veces presidente del Uruguay (1903-1907 y 1911-1915) fue el intérprete de la modernización en materia económica y social, impulsó la estatización de los servicios públicos, fundamentó el papel del Estado en la economía y la sociedad y promovió una legislación laboral moderna. En la etapa inaugural de la radiotelefonía donde aún existían más incertidumbres que certezas, el batllismo empleó los recursos tecnológicos modernos pero desde formas políticas tradicionales para llegar a las «masas» y capitalizar todo lo que este medio representaba en el plano simbólico. Esta apropiación de uso de la radio con fines políticos en 1922 se adecuaba a una realidad preexistente y se integraba de modo natural a una manera específico de concebir los medios en la política.

**Palabras clave:** Radio y política; historia de la radiodifusión; historia de los medios; Uruguay.

### **Abstract**

On November 6, 1922, broadcasting began permanently in Uruguay. In this way, radiotelephony was installed early in this South American country located between Argentina and Brazil. A few days after its inauguration, a partisan political party, the Partido Colorado under the leadership of José Batlle y Ordóñez rented the recently inaugurated station to conduct an intense electoral campaign for the November elections in that year.

This article is situated at the intersection between political history and the social and cultural media history. The historiographical approaches to the construction and expansion of public spaces have privileged the role of the press as a form of political action. In this paper, it is proposed to analyze the early use of Uruguayan radio as part of the symbols and rituals used by a party sector and the way in which this sector understood the role of the media, arguing the proselytizing role they should assume as a central part of the political party struggle.

Batllismo was a sector of the Partido Colorado whose origins go back to the 19th century and during the first decades of the twentieth century, the Partido Colorado was renewed under the leadership of José Batlle y Ordóñez (president of Uruguay in 1903-1907 and 1911-1915). He was the interpreter of modernization in economic and social questions. In the inaugural period of the radiotelephony where there were more uncertainties than certainties, the batllismo used modern technological resources but from traditional political forms and capitalize everything that this media represented in the symbolic level. This appropriation of the use of radio for political purposes in 1922 was adapted to a pre-existing reality and was naturally integrated into a specific way of conceiving the media in politics.

**Key words:** Radio and policy; broadcasting history; media history; Uruguay.

### **Introducción**

El 6 de noviembre de 1922 comenzaron en Uruguay las transmisiones de radio en forma permanente. De esta forma, la radiotelefonía se instaló tempranamente en este país de América del Sur ubicado entre Argentina y Brasil. Pocos días más tarde, un sector político partidario, el partido colorado liderado por José Batlle y Ordóñez alquiló la recién inaugurada estación llamada «Paradizabal» para desarrollar una intensa campaña electoral con miras a los comicios de noviembre de ese año. En trabajos anteriores hemos estudiado históricamente la radiotelefonía montevideana durante el tramo inicial (Maronna, 2016). El uso de la radio fuera con fines políticos no resulta ninguna novedad, pero en este caso, la novedad reside en la temprana relación de la radio con un sector partidario y las formas en que este se articuló con las prácticas políticas preexistentes. La radiotelefonía en sus primeros días fue usada como parte de una campaña electoral.

Este artículo se propone recorrer qué significó este uso político para el sector político pero también para la radiotelefonía que estaba dando sus primeros pasos en Montevideo. En la primera parte se analiza la ampliación de la ciudadanía en Uruguay durante las primeras décadas del siglo veinte, qué significaba esta noción para los contemporáneos y el papel de los medios de comunicación en la incipiente «república de ciudadanos». Se analiza luego, la instalación de la primera estación de radio en el marco de una campaña electoral muy competitiva y su significado. Por último, se analiza de qué modo es posible reconocer dos momentos bien diferentes en la vinculación de la radio y la política: uno caracterizado por el uso de la radio como *amplificador* de las prácticas existentes y otro propio de la década del treinta donde los políticos *crean* espacios permanentes empleando géneros radiales.

Este artículo se ubica en el cruce entre la historia política y la historia social y cultural de los medios de comunicación. La historia política redefinida en sus propósitos y alcances ha ampliado notoriamente su campo de estudio y ha generado problemas nuevos. Jean-Francois Sirinelli planteaba el deslizamiento hacia una *historia cultural de lo político* con importantes derivaciones e implicancias para la producción del conocimiento histórico. Estos cambios «han llevado a considerar y analizar nuevos temas, como las representaciones, los símbolos, la memoria colectiva, los rituales, las sensibilidades e incluso lo emocional y lo irracional» (en Cabrera, 2010:38)<sup>1</sup>. Las perspectivas de análisis que se abrieron a partir del desarrollo de nuevas formas de hacer historia han suscitado y multiplicado un conjunto muy amplio y variado de investigación cuyo balance escapa a los propósitos de este trabajo. No obstante, cabe señalar que han permitido transitar asuntos que parecían concluidos aportando claves nuevas. Así por ejemplo, los estudios históricos sobre opinión pública, elecciones, legitimidad o representación, por citar algunos de ellos, han aportado claves interpretativas novedosas.

Los enfoques historiográficos referidos a la construcción y ampliación de los espacios públicos han estado enfocados en el papel de la prensa como forma de acción política. Los trabajos se han centrado en el análisis de la opinión pública, convertida en un eje privilegiado de análisis y objeto de importantes controversias teóricas en gran parte debidas a su carácter polisémico. En todos ellos sobresale su papel como nudo central de la contemporaneidad<sup>2</sup> y en ellos el poder de la palabra impresa en sus múltiples expresiones. A partir de la década del veinte con la expansión de la radio como medio de comunicación emergente, la palabra adquirió un nuevo

---

<sup>1</sup> La lista de autores y temas es muy amplia. Entre los numerosos trabajos que han desarrollado estos aspectos. A modo de ejemplo se señalan los trabajos compilados en Rioux y Sirinelli (1999) Gayol y Madero (2007), Ledesma y Sierra (2010), Tabanera y Bonaudo (2016).

<sup>2</sup> Marta Cazaus y Patricia Arroyo señalan que la traducción al español de la obra de J. Habermas se convirtió en un libro central para el desarrollo de una extensa producción historiográfica a la vez que ambientó intensas polémicas (2010: 152-153). El libro colectivo de Guerra, Lempérière y otros (1998) titulado *Los espacios públicos en Iberoamérica* se transformó en una obra de referencia para las investigaciones en este campo.

Existe una abundante producción sobre este tema entre los cuales se señala las investigaciones de Guerra (1992), Guerra, Lempérière y otros (1998), Sabato (1998, 2008), Goldman (2000 y 2009), Alonso (2004), Palti (2007), Capellán de Miguel (2008 y 2010), Frega-Maronna (2016)

alcance hasta convertirse en un recurso político central durante los agitados años de la década del treinta.

### **La «república de ciudadanos»**

El 30 de julio de 1916 por primera vez en la historia uruguaya se realizó una elección bajo el sistema de voto secreto y universal masculino. La convocatoria a las urnas con el objetivo de elegir los miembros de una Convención Nacional Constituyente estuvo precedida de una intensa y polarizada campaña electoral<sup>3</sup>. Los historiadores uruguayos José Pedro Barrán y Benjamin Nahum resaltaron el carácter de este acto electoral porque introdujo, a su juicio elementos modernos de la política al activar la movilización, incorporar nuevas reglas de juego electorales y la aceptación de los resultados. Para el historiador Gerardo Caetano el proceso electoral marcó un momento importante en la transformación de la población en ciudadanos. En 25 años, señala el autor, se produjo una elevación constante del número de electores que alcanzó un porcentaje del 80% de total de habilitados sin que existiera su obligatoriedad (Caetano, 2011: 20).

La noción de ciudadano en tanto construcción histórica mereció diferentes usos tal como ha sido analizado en los enfoques de historia conceptual. En este período, su uso se mantuvo muy ligado a la instancia electoral y en tal sentido es usado en este texto. Como hipótesis podría señalarse que el batllismo en sus discursos optaba por emplear el término «pueblo» como categoría inclusiva e integradora dado que el ejercicio ciudadano del voto seguía limitado. La Constitución de 1919 no incluyó el sufragio universal pleno pero previó que por ley el derecho se pudiera extender a la mujer<sup>4</sup>.

Para el batllismo, los instrumentos ciudadanos se obtendrían mediante el ejercicio del voto pero también con el mandato imperativo que obligaba a los representantes electos a cumplir su programa, proponer iniciativas legislativas o eliminarlas mediante referéndum. Esta concepción de la participación en los asuntos públicos requería instrumentos para conformar un consenso como los que aportaba la prensa y como prometía la radio. En tiempos en que el sufragio universal masculino y secreto adquiría legitimidad como instrumento político el batllismo planteaba la representación social y la vigilancia de sus representados mediante el mandato imperativo y la democracia directa<sup>5</sup> pero no aceptaba el sufragio secreto. Explícitamente este sector político, mucho más que su opositor<sup>6</sup>, el Partido Nacional, asignaba un papel central a los medios de comunicación para dirigir el debate y vigilar a los

---

<sup>3</sup> Los historiadores José Pedro Barrán y Benjamín Nahum, dedicaron un tomo completo de la voluminosa obra «Batlle, los estancieros y el Imperio Británico»

<sup>4</sup> La ley se promulgó en 1932 pero la mujer votó por primera vez en elecciones nacionales en 1938.

<sup>5</sup> La idea de representatividad y su articulación con el concepto de opinión pública a comienzos del siglo XX abre todo un conjunto de interrogantes que en el caso uruguayo requieren mayores estudios.

<sup>6</sup> En otra perspectiva se situaba la prensa anarquista de larga tradición en el Río de la Plata que veía en la prensa un instrumento de educación y formación y se planteaba como una alternativa a la gran prensa de masas.

representados. La opinión se conforma a partir del lenguaje aportado por los políticos para llegar a los resultados de largo plazo:

«mientras la solución final esté lejana (es necesario) mantener en tensión el ánimo de los afiliados y de permitir la conquista de nuevas voluntades. El batllismo debe hacer llegar a todos su programa de realizaciones inmediatas. Las masas populares perciben con más intensidad las reformas de posible realización a corto término. Y en nuestro ambiente –debido a que la cultura no está aún muy desarrollada- los hombres del pueblo muestran, en general, poca aptitud para apreciar reformas a largo plazo» (Giudice- González Conzi, 1959: p 383<sup>7</sup>).

La centralidad de los partidos dentro del sistema y la relación directa de estos con la prensa le otorgaron al periódico un lugar central dentro del espacio público. En suma, se convirtieron en un instrumento de los cambios y a la vez, un catalizador de los mismos. El diarismo moderno se asentó en el pasaje del «viejo tono predicativo y partidista» a otro de «tono informativo y recreativo» (Rivera, 2004), pero en el caso uruguayo ambos rasgos se fusionaron y convivieron. De esta forma, este peculiar proceso conduce a pensar que el intenso protagonismo de la prensa, a la vez que una expresión de la modernización del sistema de partidos, operó como un catalizador de ese proceso. En este sentido, su papel fue más amplio que el de mero portavoz representativo de un sector porque formó parte activa de esos cambios, se convirtió en el primer ámbito de aprendizaje de quienes aspiraban a desarrollar su carrera política y ocupó un espacio central en el espacio público. Las salas de redacción seguían siendo un espacio de circulación política, ámbitos de socialización y de debate<sup>8</sup>. Permanecía intacto un modelo que como ha señalado el historiador Elías Palti, no se reducía a escribir textos doctrinarios sino que el periodismo se convertía en «un modo de discutir y al mismo tiempo de hacer política» con:

«capacidad material para generar *hechos* políticos (sea orquestando campañas, haciendo circular rumores, etc.); (...) operar políticamente, intervenir sobre la escena partidaria

---

<sup>7</sup> La primera edición de esta obra fue escrita en 1928 revisada y completada por el propio Batlle y Ordóñez lo que le da un carácter oficial. En esta segunda edición se incluyeron las imágenes de las acotaciones escritas por el propio José Batlle y Ordóñez por lo que la obra adquiere un carácter central para identificar cómo se representaba y con qué se identificaba este sector partidario. En gran medida el mito de excepcionalidad del caso uruguayo y, sobre todo la idea de Batlle creador de su época encuentra en este libro uno de los pilares fundantes.

<sup>8</sup> Luis Alberto de Herrera (1873-1959) uno de los principales líderes del partido nacional y su opositor José Batlle y Ordóñez (1856-1929) presidente colorado en dos ocasiones (1903-1907 y 1911-1915) escribieron en la prensa. Sin embargo, hay una distinción esencial, Batlle creó y condujo una empresa periodística –*El Día*– a la que se abocó directamente hasta el último día de su vida (1929). Nada del acontecer político publicado en su periódico quedó fuera de su órbita; escribía – a veces con seudónimo– corregía y enviaba directivas a sus periodistas. Como expresó su adversario político Herrera "*Con él me tengo que medir [a duelo]: él es El Día*". Luis Alberto de Herrera, también se inició muy joven en la vida política y periodística. En 1895 formó parte de la dirección del diario *El Nacional*, fundó *La Democracia* en 1904 y desde 1931 escribió para *El Debate*, diario que respondía a su sector pero, a diferencia de Batlle, la prensa no fue para él su espacio exclusivo de difusión intelectual ni un emprendimiento económico. Fue sí una tribuna política de primer orden a la que dedicó buena parte de su acción.

sirviendo de base para los diversos intentos de articulación (o desarticulación) de redes políticas» (Palti, 2007: 192-197).

La república no se concebía sin un ciudadano activo, partícipe de los asuntos públicos pero dirigidos adecuadamente desde la prensa. La prensa partidaria se constituía en una escuela de formación política, en el inicio de la carrera y desde allí se le asignaba un rol de formador de opinión pública. Para el batllismo los dirigentes políticos debían preparar al ciudadano en dos momentos uno de «enseñanza y propaganda» y otro de «ejecución» (Giudice y Gonzalez Conzi, 1959 y Giudice, 1947: 23).

El lector de periódicos recibía cotidianamente de los políticos formas de representación de la realidad, y estas al circular con fluidez integraron, conceptos e ideas como parte activa de su cultura. Reconocer que ciertas formas de interpretar la realidad se hicieron de uso corriente, configurando una matriz cultural perdurable y extendida en la sociedad no significa imposición o determinación. Los medios proponen, persuaden, pero no actúan aisladamente del contexto, ni de sus lectores; en todo caso, actúan sobre un terreno fértil y un suelo previamente preparado. La prensa tradujo al lenguaje del hombre común, las disquisiciones de los intelectuales; acercaron, tornaron cotidiano y de manera accesible asuntos tales como el rol del estado, la nación, el problema de la tierra, la organización del gobierno, la postura frente a los inversores extranjeros, la reforma constitucional, el papel de la iglesia, si debía existir o no fuerzas armadas, el divorcio, la pena de muerte, por citar algunos de los tantos temas que se debatieron intensamente en este tramo. Por ejemplo, el fuerte arraigo de lo estatal en la sociedad y la cultura uruguayas se explica no solo por su tamaño y por ser históricamente un gran empleador sino también porque fue expuesto tempranamente en un lenguaje liso y llano, es decir se debatió sobre él no solamente en términos eruditos sino empleando expresiones al alcance del público lector en expansión. En un momento de intensos cambios como los vividos entre 1890 y 1930<sup>9</sup> circuló un conjunto amplio y variado de publicaciones apegadas a un modelo de prensa proselitista que mantuvo sus rasgos agonísticos decimonónicos. La intensa actividad partidaria se acentuaba durante las instancias electorales que fueron muy activas durante la década de 1920 ya que la constitución de 1919 preveía un sistema de renovación parcial que en los hechos significó que cada cuatro años hubiera tres elecciones. La noción del ciudadano asociado a lo electoral se tornaba más recurrente.

### **«Palabra y acción»**

---

<sup>9</sup> El historiador Gerardo Caetano ha señalado que durante las tres primeras décadas del siglo veinte se conformó en Uruguay un orden simbólico democrático y reformista caracterizado, entre otros aspectos, por la primacía urbana, el orgullo por la excepcionalidad uruguaya dentro del contexto latinoamericano, el legalismo, el cosmopolitismo la hiperintegración y el igualitarismo. Asigna a la batalla política e ideológica entre el «liberalismo conservador y el "republicanismo solidarista" entre 1890 y 1930 el momento fundamental en la construcción de la democracia uruguaya moderna, de su modelo de ciudadanía predominante y de esa compleja síntesis de "republicanismo liberal" que, de algún modo, aun navega entre nosotros». (Caetano, 2016: 139).

En noviembre de 1922 ya se podía escuchar en Montevideo en forma regular las transmisiones de la radio *Paradizabal* instalada en el centro de la ciudad a pocos metros del diario *El Día* y cercano a dos teatros (Urquiza y Artigas) utilizados con frecuencia para actos y convenciones políticas. Por iniciativa del comerciante Sebastián Paradizabal dueño de un comercio de artículos para el hogar se instaló una antena poderosa para la época que permitía una importante cobertura. Pocos días después de iniciarse las transmisiones, el batllismo arrendó espacios para dedicarlos a la propaganda electoral de su sector con miras al acto electoral previsto para el último domingo de noviembre. Durante dos semanas a las 20 hrs, desde la radio se pudo escuchar a la dirigencia partidaria por la radio. La vieja estructura partidaria colorado-batllista se dinamizó al amparo de este nuevo medio. Mirado desde la radiotelefonía, en ese momento en su etapa inicial significó un uso que le dio entrada en la sociedad y la cultura. Es decir, más allá de las elecciones, creó un acontecimiento que no pasó inadvertido en la población: se difundió, se generó curiosidad, se publicitó en la prensa, se voceó en las calles y los opositores se burlaron por la mala calidad del sonido. Todo ello aumentó y alimentó la expectativa sobre el medio.

El uso con fines electoral de un medio que todavía no contaba con oyentes significó una anticipación muy importante para la época. La rapidez con que un dirigente colorado batllista decidió sumar la radiotelefonía a la campaña merece ser analizado. El principal impulsor fue el dirigente Dr. Francisco Ghigliani por entonces muy cercano al círculo principal de José Batlle y Ordóñez. Ghigliani figura entre los primeros aficionados a la radiotelefonía, fue uno de los fundadores de Radio Club.

Ahora bien, su iniciativa prosperó porque la radiotelefonía como medio ofrecía posibilidades muy valoradas por ese sector y se adecuaba a la estructura partidaria existente. En primer lugar, el partido se definía como «palabra y acción» y en este sentido acentuaba la necesidad de persuadir y mostrar los logros alcanzados. En segundo lugar, la radiotelefonía representaba la avanzada tecnológica de la época. El diario *El Día* se había dedicado al tema desde hacía meses anunciando las ventajas de este sistema que se estaba experimentado, publicaba numerosos artículos dedicados a Marconi o a su desarrollo explosivo en Estados Unidos. Representaba también la idea de internacionalización que armonizaba con el lenguaje batllista que se autoidentificaba con la idea de una «gran república universal» (Giudice y González Conzi, 1959: 375). En tercer lugar, la organización partidaria contaba con clubes de adherentes en todo el país. La escucha en el año 1922 es esencialmente pública, colectiva, todavía son escasos los aparatos receptores domésticos y en ese predominio de escucha colectiva, ese sector portaba una organización. Durante esos días de preparación y todos los días siguientes el diario dedicaba amplios espacios publicando los mensajes que llegaban de todo el país contando cómo había llegado el sonido. Esta actividad era la propia de la época donde prevalecían los ensayos y pruebas.

Las imágenes que representan los eventos en torno a la radio no difieren en nada comparadas con las relacionadas con las fotografías que registraban los frecuentes actos políticos partidarios. Las fotografías publicadas en la prensa mostraban un público ordenado, en actitud

de escucha respetuosa con imágenes que resaltaban la numerosidad. La imagen de las multitudes ocupando el salón y la calle inmediata, o sea el salón desbordado resalta la armonía y es consistente que la idea del batllismo que insiste en separarse de la lucha de clases y del anarquismo. En la campaña electoral la cantidad se convertía en un dato relevante y eso era resaltado tanto en las imágenes como en las notas que acompañaban los actos. Las fotos relacionadas con la escucha de radio mantenían los mismos rasgos que los actos presenciales: multitudes expectantes, los que están sentados y los que rodean parados. Las fotografías resaltaban una multitud ordenada despojada de cualquier indicio de conflictos. La escucha de radio en esa etapa era colectiva y en el espacio público.

Las imágenes son el correlato de los innumerables textos del batllismo que reafirmaban en forma recurrente las bases populares del sector incluso cuando el presidente no era electo en forma directa como ocurre a partir de la nueva Constitución de 1919 y que se haría efectivo por primera vez en 1922. Los textos canónicos del batllismo narraban de qué modo las multitudes aclamaban y acompañaban a Batlle y Ordóñez al ser electo por la Asamblea General en dos ocasiones (1903 y muy especialmente en 1911).

La imagen más poderosa vinculada con la radiotelefonía fue una fotocomposición que mostraba los rostros de los dirigentes encabezados por Batlle y Ordóñez frente a un micrófono y que fue empleada como encabezado principal de la página política enteramente dedicada a las transmisiones por radio pero sin las multitudes aunque ellas están presentes porque son evocadas por la palabra.



Imagen 1: *El Día*, Montevideo, 10 de noviembre de 1922, p.5.

Dirigentes colorados liderados por José Batlle y Ordóñez (en la foto, primero a la izquierda)

### **Los políticos escuchados en las plazas y clubes todo el país**



«Conferencias políticas que podrán ser escuchadas desde todo el país. En los clubes, en la plaza pública de las capitales departamentales se instalarán aparatos receptores de gran amplificación que permitirán al público congregado allí escuchar la palabra de nuestros más eminentes oradores», así se anunciaba desde la prensa el inicio de la campaña electoral por radiotelefonía. El empleo de los recursos existentes como el club político o la apelación a las bases urbanas del batllismo convocaban a lo nuevo desde una tradición precedente; existía un campo fértil que propiciaba el empleo de este recurso por este sector específico.

Existía también una apropiación de las expectativas que generaba el nuevo medio (Sarlo, 2004) al enfatizar la relación del batllismo con la tecnología

Todo lo bueno que signifique un progreso cuenta con el batllismo y con sus hombres para su definición y para su utilización La telefonía sin hilos no podía escapar a esta regla. Medio de extensión de la cultura y la propaganda sorprendentemente extraordinaria que permitirá a todos los habitantes del país escuchar las audiciones que se realizan en Montevideo encuentran en el batllismo un impulsor de primera línea que lo hará popular en toda la República realizando por su intermedio la propaganda política en este período eleccionario<sup>10</sup>.

En esta etapa inaugural de la radiotelefonía donde aún existían más incertidumbres que certezas, un sector político empleó los recursos tecnológicos modernos para llegar a las «masas» y capitalizó todo lo que este representaba en el plano simbólico.

El discurso de José Batlle y Ordóñez de noviembre de 1922 transmitido por radiotelefonía estuvo precedido de una gran expectativa y resultó en sí mismo un acontecimiento mediático sin importar cuánto se pudiera escuchar realmente. Las descripciones que aparecieron en la prensa narraron la secuencia del acto y transcribieron el discurso leído por Batlle. Propio de la época, el lenguaje predominante es el escrito, no está desarrollado en el propiamente radiofónico. Lo que trasmite Batlle por radio no proviene de la oralidad, sino de la escritura. Todo el ritual que precedía a la emisión por radiotelefonía formaba parte de la cultura política existente que permitía fortalecer los rasgos existentes. El horario empleado (se iniciaban a las 20 hrs), fue el que más tarde fue el tiempo central de la radiotelefonía. El acto comenzaba con los acordes de la Marsellesa, el Himno a Garibaldi y por último el Himno a Batlle<sup>11</sup> que indicaba el comienzo formal. Este ritual formaba parte de la tradición colorado batllista, el horizonte predecible para el público asistente. La radio empleaba y se integraba al modo tradicional de usar el lenguaje político pero aportaba la capacidad de llegar a todos lados a la vez. De la misma forma, la calle se convierte en un espacio privilegiado de acción política que la radio en esta etapa tiende a fortalecer porque aún no existe una rutina de escucha instalada en el espacio privado y centro de la vida cotidiana.-

---

<sup>10</sup> *El Día*, Montevideo, 10 de noviembre de 1922 p 5.

<sup>11</sup> Una zona apenas explorada debería analizar el conjunto de recursos culturales empleados por el partido colorado batllista para reafirmar a su sector pero también para «crear» a Batlle y fundar el mito en vida del propio dirigente político. El Himno a Batlle tiene la letra del escritor Ovidio Fernández Ríos, un escritor ligado a la radiotelefonía desde el comienzo y con amplia trayectoria como libretista de radio desde la década del treinta. En sus personajes se les puede reconocer un pasado batllista que la dictadura de Terra impedía evocar (1933-1938).

El espacio central del discurso estuvo dedicado a la ciencia y la tecnología, al progreso como capital cultural de su sector a la vez que confrontaba esta idea con el «oscurantismo» de los detractores del progreso, en particular la Iglesia. Allí no alude directamente a los adversarios políticos, nos los nombra siquiera, pero las referencias empleadas eran comprendidas por el público que completaba el significado de lo escuchado, es decir funcionaba como propaganda electoral. La ciencia identificada con la verdad y el progreso lleva la promesa de felicidad por oposición a la ignorancia de sus detractores:

«Y bien correligionarios! Con orgullo podemos afirmar que somos nosotros, que es nuestro partido, racionalista y avanzado, quien cierra el paso a la falange del oscurantismo y asegura a nuestro país el sereno goce de todas las conquistas del pensamiento, guiándolos por senderos de luz».

A continuación, el discurso seguía el «método» basado en recordar con hechos lo logrado, anunciar lo que falta conquistar y remarcar el papel de los dirigentes para alcanzarlos: «llegamos del pasado cargados de laureles; nos ponemos en marcha para aumentar esa gloriosa carga». Cierra el discurso con estas palabras «Viva La república, feliz y justiciera. Viva el Partido Colorado que la guía».

El uso representaba los atributos históricos del partido. La base urbana, la palabra como acción, la mujer, la ley de 8 horas, la ciencia y el progreso frente al oscurantismo que no necesitaba ser nombrado. En el discurso no se nombra porque se sabe, se apela a la cultura política de la época donde el escucha completa el sentido.

Otro de los discursos centrales estuvo dedicado a la mujer y fue emitido por una dirigente de ese sector que además tenía vasta trayectoria en la prensa en esos temas. Días más tarde, se leyó por radio la intervención del dirigente Domingo Arena sobre la ley de 8 horas. Se leyeron las actas parlamentarias de cinco años atrás tenía un sentido extraordinario porque significaba ganar la primacía por una ley que durante décadas se disputaron la autoría con el partido nacional. Una disputa interpartidaria reeditaba continuamente y que invariablemente dejaba fuera el protagonismo de las asociaciones obreras cuya acción en este campo fue muy importante. El batllismo se propuso exitosamente ganar en el terreno simbólico.

Hay un desplazamiento en una década: del uso esporádico, electoral, acompañando lo que hacía en los clubes, al uso permanente, de ida y vuelta. En 1936, Luis Batlle Berres adquirió una radio que denominó radio *Ariel*. Si Batlle y Ordóñez no tenía una historia de uso de la radio ni demasiados modelos aun para imitar, si lo tendría para Luis Batlle Berres para quien la radio fue un recurso de su acción política desde su fundación en 1936. Dos momentos de la radiotelefonía y dos momentos políticos bien diferentes. Batlle Berres no navega en solitario y su voz política es parte del juego político donde se discute, el nuevo escenario como el parlamento, la prensa. La significación política y cultural de este proceso resulta muy alta.



Imagen 2: *El Día*, Montevideo, 23 de noviembre de 1922, p. 5.

La mujer participó activamente desde sus comienzos.

La multitud reunida en espacios públicos seguía las transmisiones.

### **La radio como nuevo espacio de circulación y expresión de la política ¿más de lo mismo?**

«Cuando habla Batlle habla el país cuando habla, el pueblo está obligado a pensar», escribieron Roberto Giudice y Efraín González Conzi en 1929 y que bien resume los propósitos de ese sector político. El historiador José Rilla en su libro *La actualidad del pasado* (2008) planteaba la existencia de una hegemonía batllista en el campo simbólico que podía o no tener su correlato en las urnas (Rilla, 2008: 262-263). Este sector manejó en forma constante y por todos los medios un repertorio constante de rituales, argumentos y relatos que se impusieron en forma perdurable. El libro *Batlle y el batllismo* escrito en vida de José Batlle y Ordóñez ocupa un lugar central porque, como señaló José Rilla, ofició como «un texto de instrucción política que define una ortodoxia – un *régimen de memoria*, diría Pierre Nora-, al estilo de como lo haría el Partido Comunista de la Unión Soviética: un relato cerrado y de final «seguro», un cuerpo de ideas consolidadas, un jefe indoblegable» (Rilla, 2008: 262). Además de estos argumentos, es necesario agregar que construyó un relato modélico y central cuyos ejes interpretativos se transmitieron con mayor o menor por todos los medios posibles. Los libros de Giudice y González Conzi requerirían una indagatoria específica que diera cuenta de sus múltiples formas de circulación y las formas de interpretar la realidad porque la repetición de sus relatos adquirió un estatuto de verdad y una significación con importantes consecuencias.

A los medios ya empleados libros, folletos, revistas y prensa se le sumó la radio. Pero de todos ellos, la radiotelefonía proporcionaba un espacio ideal que consumaba de manera perfecta la transmisión de las palabras y las obras. El partido colorado batllista interpretó lo que significaba la radio al usar los micrófonos tempranamente y creó un hecho político en

noviembre de 1922, en los comienzos mismos de la era de la radiotelefonía. Es necesario tener presente que se está en todo el mundo en la etapa inicial de las transmisiones.

Esta primera radio pasó a manos del diario *El Día* en 1924 y desde entonces fue conocida con ese nombre. En 1927, un incendio terminó con esta primera experiencia radiotelefónica en el país. Mientras estuvo en el aire, quedó asociada con la prensa –algo común en la época– y fue empleada de manera muy diversa. Uno de los usos consistió en la transmisión de los debates en la Convención del Partido Batllista que fueron por entonces muy intensas<sup>12</sup>. Este uso resulta por demás elocuente porque expandía la voz de los dirigentes en tiempos en que se discuten las bases programáticas del sector.

Esta apropiación de uso de la radio con fines políticos se adecuaba a una realidad preexistente y se integraba de modo natural a una manera de *concebir la política*. Este sector otorgaba al «pueblo», las «multitudes», la «masa» un papel importante pero una vez que fuera educado mediante el método que señalamos más arriba. Los medios ocupaban el lugar primordial en la conformación de una opinión pública en su sentido proselitista. Mantenía los postulados partidarios que asignaban a los medios un carácter combativo pero cuidándose de no «enardecer las pasiones» porque eso es contraproducente en la medida que «exalta al enemigo» (Giudice- Gonzalez Conzi, 1959: 385) e impide la tarea proselitista: «la propaganda política tiene por fin primordial convencer a sus adversarios y a los indigentes de las propias ideas. Tiene por objeto traer gentes de otras tiendas. Eso: traer gentes de otras tiendas» (Giudice-Gonzalez Conzi, 1959: 385). Este freno a la exaltación puede interpretarse como otra expresión del impacto que provocó la derrota electoral del batllismo en 1916. Esa campaña electoral estuvo rodeada de una propaganda muy álgida entre los dos grandes bloques en disputa y la prensa ocupó un lugar central del debate político en términos extremos. Es posible que los autores se replantearan el radicalismo combativo en el campo discursivo que hasta entonces había sido su principal aliado.

El reconocimiento del predominio mediático plantea la existencia de una estrategia:

El batllismo tiene un grandioso programa, y la acción periodística, tribunicia y parlamentaria debe tender a ilustrar la opinión pública colectiva sobre los problemas que aquel plantea y de cuya solución depende el mejoramiento de las clases oprimidas. (...) El batllismo tiene a su alcance poderosos elementos de combate, y son escasas y melladas las armas del adversario. (...) El batllismo desde la cumbre de su doctrina política, domina visiblemente al enemigo. Descender para combatirlo al valle, en que éste se agita, es exponerse torpemente a los golpes de su facón criollo. Y empeñar diariamente pequeños combates sin proyecciones, exagerando su importancia, es la manera más cierta de distraer la atención del pueblo favoreciendo con ello al adversario. Es perder el tiempo en menudos

---

<sup>12</sup> Las Actas de la Convención partidaria fueron publicadas por el poder legislativo en varios tomos. Existe un registro importante de los intensos debates políticos, en cambio no queda ningún registro grabado.

menesteres mientras los grandes problemas permanecen ignorados o solo parcialmente comprendidos por el pueblo. (Giudice- Gonzalez Conzi, 1959: 385).

Años más tarde, en otro contexto político uno de los autores del panegírico de Batlle y Ordóñez reafirmaba estos conceptos. La noción de «dirigir a las masas» desde la propaganda oral y escrita se afirmaba como un nudo central del «método batllista». En los dos contextos referidos, el de los años de la década veinte y el de la década de 1940, la idea es la misma: convencer mediante la palabra y la acción, educar y mostrar lo realizado. En 1947, en el contexto de posguerra y en lo interno con el retorno del batllismo al poder, Roberto Giudice reeditó los viejos postulados. En relación a propaganda oral y escrita retomó los conceptos anteriores e incluyó una reflexión sobre las masas y la necesidad de reeditar el papel directriz del partido y de sus dirigentes. En términos de estrategia el planteo es el mismo, convencer por todos los medios de lo realizado y lo que falta por hacer: «la técnica del proselitismo conduce al triunfo» (Giudice, 1947: 22). En este contexto la radio ocupó un lugar destacado y en este sentido bien diferente a la experiencia anterior. La radiotelefonía en el mundo había demostrado ampliamente su poderío como instrumento de comunicación política y ya llevaba bastante tiempo como dispositivo técnico predominante en el espacio doméstico. En los dos momentos históricos, el aparato partidario acentuaba su preocupación por incidir en los medios de comunicación.

El contexto mediático en Uruguay tiene como rasgo distintivo la permanencia de una variada prensa político partidaria, un amplísimo repertorio de radios comerciales de diferente origen, 24 estaciones solo en Montevideo, una temprana radio estatal desde 1929, mucho público en las salas cine pero escasa producción uruguaya de películas locales y una variedad de revistas de entretenimiento además de las literarias. La prensa se mantenía en su viejo esquema y todos los sectores políticos administraban algún periódico. El precio barato del papel-diario, los beneficios para la adquisición de insumos para la prensa votados por el mismo elenco político que usufructuaba los beneficios económicos que aseguraban un precio accesible al alcance de todos. Luego, la venta no necesariamente se correspondía con el peso electoral porque se podía leer uno o varios diferentes sin necesariamente ser partidarios del sector. Otras razones podían motivar una u otra lectura según las preferencias: deporte, policiales, carreras, suplementos o avisos clasificados, secciones que los diarios usaban como estrategia para captar consumidores.

Con la radiotelefonía se daban dos situaciones muy diferentes. Una o dos radios fueron propiedad de políticos directamente: la efímera experiencia de la radio *El Día* y desde 1936 radio *Ariel*. Pero el conjunto de las radios comerciales se separaban de toda connotación partidaria explícita. Las empresas radiotelefónicas no pertenecían a los sectores políticos, sin embargo los vacíos legales promovieron una cercanía con los gobierno. De esta forma, las radios tuvieron su apuesta política y mucho más durante la guerra fría.

En la prensa administrada por los partidos era un referente para los lectores. En la radio los oyentes reconocían a sus dirigentes, ellos se incorporaban en la vida cotidiana y eso fue un

cambio importante pero la relación con los partidos resultó diferente y tuvo efectos diferentes en la medida que no todos accedieron por igual.

### **Consideraciones finales**

La pregunta por el uso de la radiodifusión en la comunicación política y las nuevas representaciones circularon allí activa varias dimensiones de análisis. Durante los años veinte y buena parte de la década del treinta, los usos de la radio con fines políticos comprende dos momentos diferentes: uno *amplificador* y otro *creador*. El uso *amplificado* de los recursos existentes significa que el medio se adapta al territorio de lo conocido. Es decir se transmiten los actos, se lee lo que está en la prensa o se presta el micrófono para que la oratoria del político adquiera mayor alcance. En cambio, en pocos años, la radio adquirió especificidades y los políticos construyen espacios para estar en la radio en forma cotidiana. Dicho de otro modo, entre Batlle y Ordóñez y su sobrino Luis Batlle Berres hay un salto cualitativo en el uso político de la radio, algo que ocurría en todo el mundo. En radio *Ariel*, la radio se funda para Batlle Berres en 1936 para darle un uso político ya se la concibe como un instrumento de persuasión, de debate y de circulación de las ideas batllistas<sup>13</sup>.

Si bien se ha tratado aquí el uso de un sector partidario, ello no debería excluir la amplitud y variedad de los usos. Este sector no fue el único, pero sí el que más reflexionó sobre los medios en la conformación de la opinión pública y defendía la necesidad de imponer una verdad excluyente de otras.

Las discusiones sobre la prensa tienen una ventaja y es que existe un lugar donde recorrer, transitar y volver a interpretar la palabra en el papel. El quehacer del historiador y más el del historiador cultural siempre está desafiando por la documentación, por las presencias y las ausencias, por la naturaleza misma de lo que significa un archivo, y sobre todo quién y cómo decide lo que se ha de conservar esa dimensión institucional y las operaciones que supone tiene, como se sabe importantes implicaciones. Pero de la misma forma cada vez más –en especial el campo de los medios de comunicación– se identifican documentos dispersos que obligan a replantear y analizar cuidadosamente qué representan esos hallazgos y cómo restituirlos al lugar del que fueron apartados. Todo empieza por el «gesto de poner aparte», escribió Michel de Certeau.

La radio genera un problema serio de archivo. No existen registros sonoros de los primeros años porque no había posibilidades materiales de registro y cuando ello fue posible tampoco se guardaban. Debemos emplear fuentes generadas por los propios medios que suelen estar dedicadas al entretenimiento y por tanto la política partidaria queda fuera del negocio. Encontramos registros escritos, algunos manuscritos, algunos cilindros con discursos pero son insuficientes. En todo caso nos permiten acercarnos mejor a la primera etapa donde la forma

---

<sup>13</sup> En el Archivo General de la Nación de Uruguay se encuentra la papelería de Luis Batlle Berres. Entre los documentos existentes se encontraron varios discursos para radio escritos a mano con anotaciones al margen. Algunas anotaciones hacían referencia a lo que los otros políticos decían por radio y hasta se anotaba la cantidad de tiempo que empleaban en radio los amigos o los adversarios del batllismo.

de expresión de la palabra estaba atada a la escritura y no a la lógica de la oralidad mediatizada. El análisis histórico necesariamente queda resignado a la pérdida que supone la imposibilidad de restituir el carácter oral para el que fue creado.

### **Referencias bibliográficas empleadas**

BARRÁN, J. P. y NAHUM, B. (1987): La derrota del batllismo. *Batlle los estancieros y el Imperio Británico*, Tomo 8. Ediciones de la Banda Oriental, Montevideo.

CABRERA, M. A. (2010): La investigación histórica y el concepto de cultura política. In: PÉREZ, L. M. y Sierra, M. (eds.) (2010): *Culturas políticas: teoría e historia*, Cometa S.A., Zaragoza. pp 19-86.

CAETANO, G., (2011): *La República batllista*, Ediciones de la Banda Oriental, Montevideo.

CAETANO, G. (2016): Genealogía de la política, *Claves. Revista de Historia*, Nº 2 (Enero-Junio 2016). FHCE, Montevideo. Disponible en <http://revistaclaves.fhuce.edu.uy/index.php/Claves-FHCE>

CAPELLÁN de M., G. (ed.) (2008): *Opinión pública, historia y presente*, Madrid, Editorial Trotta. Sem autor. (2010): *La opinión secuestrada. Prensa y opinión pública en el siglo XIX*, Berceo, núm. 159: 23-62.

FREGA, A. y MARONNA, M. (2016): La opinión pública como espacio de disputa. In: TABANERA, N. y BONAUDO, M. (coords) (2016): *América Latina de la independencia a la crisis del liberalismo (1810-1930)*, volumen V, Marcial Pons ediciones de Historia – Prensas de Universidad de Zaragoza. Madrid y Zaragoza, pp. 185-216.

GAYOL, S. y MADERO, M. (editoras) (2007): *Formas de Historia Cultural*, Universidad Nacional de General Sarmiento, Prometeo Libros, Buenos Aires.

GIUDICI, R. y CONZI, E. (1959): *Batlle y el batllismo*, 2da ed. editorial Medina, Montevideo. Primera edición 1928

GIUDICE, R. (1947): *Fundamentos del batllismo*, s/e. Montevideo.

MARONNA, M. (2016): *La radio en busca de oyentes. Historia social y cultural de la radiotelefonía en Montevideo (1922-1939)*. Inédita. Tesis doctoral en proceso de defensa, Uba. FSOC.

PALTI, E. (2008): Tres etapas de la prensa política mexicana del siglo XIX: el *publicista* y los orígenes del intelectual moderno. In: ALTAMIRANO, C. (dir.), y MYERS, J. (ed. de vol.), *Historia de los intelectuales en América Latina...*, págs. 227-241.

PÉREZ LEDESMA, M. y SIERRA, M. (eds.) (2010): *Culturas políticas: teoría e historia*, Cometa S.A., Zaragoza.

RILLA, J. (2008): *La actualidad del pasado. Usos de la historia en la política de partidos del Uruguay (1942-1872)*, Editorial Sudamericana Uruguaya S.A., Montevideo.

RIOUX, J-P. y SIRINELLI, J-F. (1999): *Para una historia cultural*, Taurus, México.

RIVERA, J. (2004), *El escritor y la industria cultural*, Buenos Aires, Atuel

SARLO, B. (2004): *La imaginación técnica. Sueños modernos de la cultura argentina*, Nueva Visión, Buenos Aires.

TABANERA, N. y BONAUDO, M. (coords) (2016): *América Latina de la independencia a la crisis del liberalismo (1810-1930)*, volumen V, Marcial Pons ediciones de Historia – Prensas de Universidad de Zaragoza. Madrid y Zaragoza.