

## **CAUTIVAR AL OYENTE: TEATRO, MÚSICA Y PUBLICACIONES EN EL DIAL URUGUAYO**

Mónica Maronna

*Universidad de la República, Uruguay*

Fecha de recepción: 21/12/2023

Fecha de aceptación: 30/07/2024

### **Resumen**

Este artículo se ubica dentro de los estudios de historia cultural de los medios de comunicación. Se propone analizar de qué modo la radiodifusión articuló y conectó con los diarios, revistas, folletines, música, fotografía y cine durante las dos primeras décadas de la radiodifusión en Uruguay, es decir, entre 1922 y 1940.

En Montevideo, cuyas principales ondas se expandían por todo el territorio, se configuró un tipo de radio ligada a las experiencias culturales urbanas y tributaria de los fluidos vínculos con Buenos Aires. El espacio cultural común del Río de la Plata, ambientaba un tránsito de músicos, compositores, cantantes, autores, artistas, discos y toda clase de obras de una orilla a otra. Y es que Uruguay formaba parte del amplio mercado de la industria cultural argentina; se beneficiaba de su riqueza, variedad y alto grado de profesionalización. Los músicos uruguayos debían ir a Argentina a grabar sus discos, los libretistas o escritores que aspiraban al éxito comercial de sus obras debían publicar en aquel mercado amplio y poderoso desde el punto de vista económico.

Los usos posibles del nuevo medio se fueron construyendo progresivamente a partir de un paisaje conocido. Pasado el primer tiempo de ensayos e improvisaciones, la radiodifusión fue configurando sus rasgos más perdurables. Una década después de aquellos comienzos, era posible identificar una muy nutrida programación que abarcaba una multiplicidad de expresiones. Su éxito y popularidad residió precisamente en el rasgo de proximidad y cercanía que ofrecía al asociarse a actividades muy populares: la música, el teatro, la ficción, los folletines, el fútbol, el carnaval y la política, entre tantas dimensiones que abarcaba el nutrido dial.

**Palabras clave:** radiodifusión, cultura sonora, historia de los medios, oyentes.

## **CAPTIVATING THE AUDIENCE: THEATRE, MUSIC AND PUBLICATIONS ON THE URUGUAYAN DIAL**

### **Abstract**

This article is part of the cultural history studies of the media. It aims to analyze how radio broadcasting articulated and connected with newspapers, magazines, newsletters, music, photography and cinema during the first two decades of radio broadcasting in Uruguay, that is, between 1922 and 1940.

In Montevideo, whose main airwaves expanded throughout the territory, a type of radio was configured linked to urban cultural experiences and tributary of the fluid links with Buenos Aires. The common cultural space of the Río de la Plata, was a transit of musicians, composers, singers, authors, artists, records, and all kinds of works from one shore to the other. Uruguay was part of the wide market of the Argentine cultural industry; it benefited from its richness, variety and high degree of professionalization. Uruguayan musicians had to go to Argentina to record their albums, and writers who aspired to the commercial success of their works had to publish in that large and economically powerful market.

The possible uses of the new medium were progressively built from a known landscape. After the first period of trials and improvisations, broadcasting began to shape its most enduring features. A decade after those beginnings, it was possible to identify a very rich programming that encompassed a multiplicity of expressions. Its success and popularity resided precisely in the trait of proximity and closeness it offered by associating itself with very popular activities: music, theater, fiction, folletines, soccer, carnival and politics, among so many dimensions covered by the large dial.

**Keywords:** Broadcasting, Sound culture, Media History, Listeners.

### **1. Introducción**

Este trabajo histórico se ubica dentro del campo de estudios culturales de los medios de comunicación. Se propone analizar de qué modo la radiodifusión articuló y conectó con los diarios, revistas, folletines, música, fotografía y cine durante las dos primeras décadas de la radiodifusión en Uruguay, es decir, entre 1922 y 1940. Se basa en el análisis de documentos de ese período consultados en Uruguay y Argentina que abarcan revistas, prensa, catálogos musicales, análisis de fotografías, fuentes oficiales y algunas grabaciones o guiones que se pudieron recuperar al ser publicados en la prensa.

Si bien el trabajo ancla en el caso uruguayo, el estudio de fuentes en Argentina, sobre todo de revistas, permite analizar el espacio mediático del cual Montevideo, la capital de Uruguay, formó parte. La cercanía y fluida relación entre las capitales Montevideo y Buenos Aires ambientó el constante tránsito de productos mediáticos. De este modo, la capital

uruguayo formó parte del mercado de la profusa e innovadora industria cultural argentina. Una cultura y un pasado común ambientaron la facilidad de las conexiones entre ambas orillas del Río de la Plata. En el litoral, donde apenas un río, el río Uruguay, es la frontera entre dos Estados diferentes, las conexiones regionales son también muy profundas y acentuadas por el sistema *broadcasting*, que permite una irradiación regional sin demasiado esfuerzo.

A comienzos de la década del veinte se estaba muy lejos de avizorar la centralidad que la radio habría de adquirir en pocos años. La radiodifusión provocó en un breve período un fuerte impacto en la sociedad y la cultura y alcanzó primacía a lo largo de buena parte del siglo XX. Durante la segunda década de dicha centuria, un dispositivo capaz de transmitir sonido a distancia desde un emisor ubicado en punto remoto a tantos receptores como fueran posible se transformó gradualmente en un eje articulador de la vida cotidiana y, sobre todo, en un espacio de circulación de prácticas, discursos y representaciones. Un siglo después, los dispositivos han cambiado sustancialmente tanto como las prácticas culturales que se desarrollan en torno a ellos. Sin embargo, la fruición por el sonido mantiene su vigencia, aunque bajo formas muy diferentes a las que predominaron durante el siglo pasado.

Raymond Williams —*Televisión. Tecnología y forma cultural* (1974)— desarrollaba un modo de concebir los estudios sobre los medios de comunicación en la larga duración para inscribirlos dentro de los contextos culturales que otorgan significación. De esta forma, la idea de que los dispositivos, las máquinas de comunicar, preceden a su uso, adquiere gran importancia. En este sentido, esta perspectiva restituye el lugar de los sujetos en la construcción de los usos y las significaciones en torno a los medios. Es decir, los medios de comunicación en el siglo XX no nacieron masivos, se *hicieron* masivos a lo largo de un proceso que es posible y necesario analizar y pensar históricamente. La investigadora argentina Mirta Varela subraya que los medios son dispositivos técnicos que posibilitan la comunicación, pero sobre todo presuponen «un conjunto de prácticas sociales y culturales que han crecido alrededor de esa tecnología» (16). El investigador José Luis Fernández analizó los tránsitos de la radio a lo radiofónico y propone una distinción muy importante para el análisis, en tanto «lo radiofónico abarca la producción de textos, cuya materialidad es el sonido», pero «también incluye metadiscursos relativamente estables (revistas especializadas, secciones en publicaciones gráficas en general, programaciones, críticas, anuncios en el medio, etc.)» o «aquellas más difíciles como lo son las conversaciones de la audiencia» (15). La radio entonces no es solo el sonido emitido, sino que incluye esa dimensión metadiscursiva y social. Lo *radiofónico* es precisamente ese proceso de construcción.

El tránsito del dispositivo al medio de comunicación permite comprender algunas claves importantes y distintivas del proceso transcurrido. Las condiciones tecnológicas que favorecieron o enlentecieron el proceso de incorporación de la radiodifusión tienen muchos rasgos comunes entre los primeros países que elevaron sus antenas. En cambio, la organización institucional, la configuración económica del sistema de medios y el papel en la sociedad y la cultura presentan rasgos distintivos. Como ha analizado el influyente libro de Jesús Martín Barbero, *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía* (1987), la radio, sobre todo en América Latina, se apoyó en las tradiciones culturales preexistentes que

dieron nueva significación a prácticas precedentes como la lectura, el circo criollo o el teatro. El oyente de radio se configuró entonces a partir de ese conjunto de prácticas culturales, diversas y a veces hasta contrapuestas.

El amplio desarrollo historiográfico sobre los medios de comunicación ha crecido considerablemente en las últimas décadas. La acumulación y variedad de enfoques permite avanzar sobre nuevas preguntas. Entre ellos, los estudios sobre cultura sonora, que se desarrollaron desde hace alrededor de dos décadas, cuestionaron la primacía de los estudios de lo escriturario y lo visual, marginando los estudios sobre el sonido. El estudio histórico del sonido tiene como uno de los principales exponentes al historiador Alain Corbin en su célebre trabajo *Les cloches de la terre: paysage sonore et culture sensible dans les campagnes du XIX siècle*, cuya primera edición es de 1994.

La historiografía sobre la radio al estudiar este medio también debería integrar el análisis de la música en la radio y la música por radio, dado que, a la vez que transmite grabaciones en su programación, abre sus plantas emisoras a los autores que iban a ejecutar sus obras. Oficia entonces como factor de conexión entre manifestaciones ya existentes al tiempo que las transforma. Como se analizará, radio, revistas, fotografía teatro y cine formaron parte integrada de este circuito mediático.

La voz por radio creaba una nueva realidad que unía a los radioescuchas dispersos en torno a ese carácter único que porta cada persona y que lo hace identificable por los oyentes. La historiadora Christine Ehrick ha estudiado la voz de la mujer como una disonancia dentro del panorama imperante e incluso las reacciones que provocaba un registro sonoro que — producto de la cultura patriarcal— era considerado de segundo orden, una «voz chillona» como se expresaba en forma crítica en la prensa (28 y ss.). Sin embargo, como estudia Ehrick, la mujer se abrió paso en la radio en el Río de la Plata. El paisaje sonoro, concepto acuñado por Murray Schafer, es quizás uno de los nudos problemáticos más difíciles de analizar por el historiador en la medida en que se carece de fuentes sonoras para el período abordado. Es posible identificar lo que los contemporáneos registran en las fuentes como cambios, más que un análisis histórico de las grabaciones sonoras. No obstante, se podría señalar una larga lista de aportes que provienen de estos estudios —aunque se basen en fuentes secundarias— que resultan muy importantes. Emily Thompson, por ejemplo, proponía en 2004 una ampliación de la noción, porque «al igual que un paisaje, un paisaje sonoro es a la vez un entorno físico y una forma de percibir ese entorno; es tanto un mundo como una cultura construida para dar sentido a ese mundo» (118). Estas perspectivas enfatizan los contextos sonoros en los que se inscriben los dispositivos de comunicación que, a la vez, crean, modifican y producen cultura sonora.

## 2. La promesa de la felicidad en el aire

Argentina, México y Brasil lideraron las primeras transmisiones en América del Sur. En 1922, en Montevideo, después de un largo proceso preparatorio, se instaló la primera estación con una potente antena. Con más expectativas que resultados, en noviembre de ese año comenzaron

las transmisiones regulares. De ahí en más, las antenas crecieron ampliamente por todo el territorio de Uruguay, un territorio apenas ondulado que no ofrece impedimentos naturales significativos para el libre fluir de las voces en el dial. De dos estaciones radiales en 1922-1923, Montevideo alcanzó la cifra de 24 en veinte años. En 1940, el total de ondas de un país con un poco más 1.600.000 habitantes alcanzó la cifra de 39 emisoras (Maronna 85). En relación con su población, superaba ampliamente las de Argentina. También es necesario consignar que en Uruguay se captaban las radios argentinas y se anunciaban en la prensa como parte del dial. Las grandes radios argentinas presentaban una variada oferta de contenidos y alto grado de profesionalismo (Matallana 91 y ss.).

Durante esos años iniciales, como expresó la historiadora Michele Hilmes, «pocos en el mundo podían entender exactamente qué se podía hacer con esa máquina de comunicar que la ciencia y la tecnología ponían al alcance de las personas, pero muy pronto lo entenderían» (41). Las revistas y la prensa se ocupaban de estos nuevos desarrollos comunicando a los lectores los prodigios que estaban ocurriendo en el mundo derivados de la telefonía y la telegrafía mientras los entusiastas, los aficionados y los *air fisher* crecían hipnotizados por la capacidad de captar sonido a distancia. Después de la Primera Guerra Mundial, los avances en materia de comunicación sin hilos crecían a la par que las grandes empresas conformaban acuerdos para avanzar en el desarrollo de las instalaciones e insumos necesarios para emitir sonido, instalar antenas y promover el uso de aparatos receptores. Una de ellas, la General Electric, instaló antenas en América Latina y estaciones emisoras como la Radio Sud América de Buenos Aires y la de Montevideo. La temprana relación con el mercado norteamericano ambientó la postura comercial del uso de las ondas, es decir, que ellas, aunque reguladas por el Estado, eran para usos comerciales. En 1928, Uruguay promulgó la ley que estableció que las ondas pertenecían al Estado, pero que podían ser otorgadas en usufructo a quien se postularan para ello. Quedó así consagrado un primer marco regulatorio liberal sobre el uso de las ondas radioeléctricas, reservando al Estado la organización de las mismas a través del servicio de Radio Comunicación del Ministerio de Guerra. Rápidamente, Uruguay se adhirió a todos los acuerdos internacionales sobre el uso de las ondas y del distintivo asignado para identificar las emisiones de cada Estado. Eso no impidió que en muchas ocasiones se desataran conflictos con Argentina, país vecino del que está apenas separado por el río Uruguay, por la interferencia en las ondas, agravada por las injerencias políticas en determinadas coyunturas.

### 2.1. *El espectáculo radial*

Escuchar sin ver constituía la expectativa central del nuevo medio de comunicación. Rudolph Arnheim explica en su clásico estudio *Estética radiofónica* que esa era su esencia: «El artista de radio ha de tener la maestría de limitarse a lo audible. Se distingue su talento si es capaz de llevar a término una buena producción solo con lo audible» (85). Esta visión del estudioso alemán exponía lo que consideraba deberían ser las bases de un modelo altamente profesional y centrado en lo estético. Nociones similares de la época permeaban las percepciones sobre la radiodifusión del contexto europeo. La BBC, una vez constituida, desarrollará modelos de

contenidos radiofónicos estrictamente centralizados con un diseño y un plan muy riguroso a partir de un proyecto como voz del Estado. Sin embargo, la realidad en el Río de la Plata fue muy diferente. Durante la década del treinta convivían escuchas colectivas, redes de sociabilidad en torno a la radio y presencialidad en un doble sentido: la de ir a ver a los artistas radiales y la de participar en las convocatorias en el espacio público convocados por la radio. La activa participación de los oyentes, iniciada de manera espontánea y alentada después por las empresas de comunicación, contrasta con la noción de audiencias pasivas y escucha privada.

En Uruguay, el examen de los programas de radio de un dial muy poblado permite distinguir una variedad muy grande de géneros y formatos. En 1923, la programación publicada en la prensa y la revista indicaba que las dos primeras radios existentes —Radio Paradizabal y Radio General Electric— transmitían en horarios alternados para no superponerse<sup>1</sup>. Las pocas horas diarias de transmisión estaban destinadas al noticioso del Radio Club Uruguay (institución que albergaba a los radioaficionados), conciertos desde teatros o improvisados cantores y recitadores que se acercaban espontáneamente a la radio. Es decir, en sus primeros tiempos las primigenias estaciones se dedicaban a amplificar los usos pensados para otros fines. La música ocupó el lugar central desde sus inicios, sitio que no abandonó nunca. Como se muestra en la figura 1, esta fotografía de archivo expresa la sencillez del escenario radial de aquellos años que, aunque muy austero, incorporaba un piano. Todavía hoy muchos estudios radiales lo mantienen, aunque ya no lo usen. Las condiciones técnicas de esos primeros tiempos condicionaban y limitaban las transmisiones (Fig. 1). Recién cuando se cambiaron los tipos de micrófonos y los estudios se ampliaron, fue posible que los conjuntos musicales accedieran. Para los conciertos y obras teatrales se aprovechaba la cercanía con la sala de espectáculos extendiendo un cable que cubría los metros entre la Radio Paradizabal y el Teatro Urquiza. La mala calidad del sonido terminó desalentando estos primeros intentos que generaban más expectativa que resultados. En cambio, animó la escucha de música a través de discos.

---

<sup>1</sup> *Revista Radiotelefónica*. Semanario de la Estación Paradizabal, 1922 y 1923.



Fig. 1. Los primeros estudios de radio presentaban mucha sencillez, cortinas copiosas, una buena alfombra, un solo micrófono y el piano que no faltaba nunca, h. 1928. Fuente: Archivo Audiovisual Prof. Dina Pintos/UCU/Colección Dina Pintos. Uruguay. Centro de Fotografía Montevideo.

Los usos posibles del nuevo medio se fueron construyendo progresivamente a partir de un paisaje conocido. Pasado el primer tiempo de ensayos e improvisaciones, la radiodifusión fue configurando sus rasgos más perdurables. Una década después de aquellos comienzos, era posible identificar una muy nutrida programación que abarcaba una multiplicidad de expresiones. Su éxito y popularidad residió precisamente en el rasgo de proximidad y cercanía que ofrecía al asociarse a actividades muy populares: la música, el teatro, la ficción, los folletines, el fútbol, el carnaval y la política, entre tantas dimensiones que abarcaba el nutrido dial. La radio toma, adapta y articula las expresiones existentes. Sobre esa premisa de un medio que está construyendo sus géneros y formatos hay que instalar las plantas emisoras, pero también poner a disposición algo para transmitir. La primera generación de trabajadores de la radio lo hizo de manera improvisada, mediante ensayo y error. En realidad, usando la expresión de la época, predominaba el «hombre orquesta», como se referían al que hacía un poco de todo. Las descripciones de las primeras radios pusieron el acento precisamente en la existencia de estas personas provenientes de diferentes campos que se integraron a la radio aun sin saber nada de ella. En la década del treinta las estaciones de radio abrieron sus puertas a intelectuales, escritores y artistas, quienes trasladaron a la radio sus saberes provenientes de otros campos profesionales y se fueron adaptando a nuevos roles. El radioteatro, por ejemplo, supuso que los actores acostumbrados a actuar en teatros, con escenografías, vestuarios y manifestaciones ruidosas de un público que aplaudía, reía o abucheaba, tuvieran que adaptarse a enfrentar un micrófono y, solo con su voz, lograr los mismos efectos en el público:

Es que no era lo mismo hablar desde el escenario contando con los silencios, con las risas o las palmas del auditorio para conocer la medida con que eran recibidos sus parlamentos, que estar

allí, frente a una cajita negra y rectangular, hablando para una legión invisible de radioescuchas.  
(Barbero s/p)

La década del treinta resultó muy fructífera en cuanto a la configuración de los rasgos esenciales que dieron forma al medio de comunicación. Sin embargo, fueron muy pocos quienes lograron vivir exclusivamente de la radio, mayoritariamente predominaron los trabajadores que complementaban sus ingresos con varios trabajos a la vez, a veces sin tener relación entre sí. En la década de los años cuarenta, es posible distinguir una nueva generación de escritores, actores, músicos y publicistas que ya estaban inmersos en la nueva cultura de masas que crecía sin parar. Fueron mucho más profesionales trabajando para empresas con mejores instrumentos para emitir, aunque la dedicación exclusiva siguió siendo un objetivo que muy pocos lograron alcanzar. Los oyentes convirtieron sus escuchas colectivas iniciales en espacios públicos a radioescuchas del espacio doméstico. Sin embargo, la radiodifusión no abandonó nunca su relación directa con los públicos. Lejos de ser un medio unidireccional —emisor/receptor— se caracterizó por la interacción con los oyentes a través de cartas, llamadas telefónicas o la presencia muy visible en la puerta de las estaciones de radio. Estas modalidades con alta presencia de multitudes en las calles precedieron a la práctica de las fonoplateas tan características de las radios desde la década de 1940. Una de las acciones más espectaculares de los primeros tiempos de la radio la constituyó la convocatoria de un artista y cantor de la radio, Eduardo Depauli, quien logró reunir 70.000 personas en el Estadio Centenario de fútbol inaugurado pocos años antes, en 1930, con ocasión del primer campeonato mundial del mencionado deporte. Diversas ritualidades construidas en torno a la radio se jalonaban a lo largo del año. A modo de ejemplo, se señalan los espectáculos durante las fiestas del carnaval en torno a los tablados barriales, los picnics de otoño y primavera, las celebraciones del Día del Niño (6 de enero), la vuelta ciclista que atravesaba todo el país, los bailables de cada fin de semana o las fiestas del largo verano constituyen algunos de los acontecimientos más esperados. Asimismo, en torno a la radio se crearon nuevos espacios de sociabilidad como los clubes de fanáticos, oyentes que se congregaban en una plaza o en las puertas de las radios para expresar su idolatría y la coexistencia de una comunidad que compartía sus gustos.

La radio se había constituido en un eje de prácticas culturales conformando una cultura en común. Se era parte de una experiencia colectiva recreada en las conversaciones y comentarios cotidianos. La nutrida programación diaria sugiere gustos, preferencias y públicos diferentes. Hombres, mujeres, niños, inmigrantes, habitantes de diferentes regiones, migrantes de campo a la ciudad, entre tantos, encontraban en el medio emergente su forma de expresarse, identificarse y sentirse representados. Las revistas, los folletos y la publicidad cumplieron un rol muy importante. Alentaban las preferencias, creaban noticias sobre el sistema de estrellas, dedicaban buena parte de la publicación a hablar y comentar sobre lo que había ocurrido o lo que sucedería en relación con el espectáculo sonoro. Del conjunto amplio de publicaciones de revistas, señalamos *Programación Oficial Estaciones del Uruguay* (POEUR), *Cancionera*<sup>2</sup> y

---

<sup>2</sup> *Cancionera. Radio revista*. Revista semanal. 1931 en adelante.

*Cine Radio Actualidad*<sup>3</sup>, que acompañaron semanalmente a sus lectores durante décadas y gran tiraje. Creada en 1931, POEUR estuvo asociada a los primeros permisarios de la radio y fue el germen de la constitución de la Asociación Nacional de Broadcaster del Uruguay (ANDEBU). Esta publicación se mantuvo hasta 1936 y estuvo dedicada a las noticias de la programación, alentar su consumo y comentar las noticias de las innovaciones en el dial. La publicación *Cancionera* incluía todas las novedades del mundo sonoro, autores, discos y letras de canciones y dedicaba una sección a la radio, pero su propósito era comunicar acerca de las novedades en el campo musical, sobre todo la música popular. Por ejemplo, el tango ocupó un espacio muy importante, a la vez que mostraba los nuevos géneros que progresivamente iban permeando con éxito la cultura como la música brasileña y centroamericana. Durante febrero y marzo dedicaba números especiales concentrados en el carnaval. La revista *Cine Radio Actualidad*, de gran tiraje durante décadas, presentaba otros rasgos. En 1936, se publicaba el primer ejemplar dedicado al cine (su denominación original fue *Cine Actualidad*), pero pocos números más tarde incorporó la radio y cambió su denominación por *Cine Radio Actualidad*. En esta revista participaron destacados escritores y críticos de cine. La publicación guardaba mucha similitud con las que se producían en otros países donde las noticias sobre la radio o el cine estaban fuertemente asociadas a las imágenes. La fotografía ocupó siempre un lugar central en esta publicación. Las representaciones de las estrellas de Hollywood aparecían con la misma prominencia y estilo que las del espectáculo radial. A falta de producción de cine uruguayo, las figuras de la radio se habían convertido en el único *star system* posible.

### 3. Música por radio

En todo el mundo, la música, sobre todo a partir de la profusa difusión de la industria discográfica, ocupó desde sus inicios un espacio importante dentro de la programación de la radiodifusión. Resultaba natural para un medio cuya esencia era transmitir el sonido a distancia. Montevideo cuenta con la ventaja de su condición de puerto marítimo, lo que favorecía el ingreso de discos e impresos relacionados con la música proveniente de Europa. Además, la ciudad gozaba de la cercanía de Buenos Aires, el centro cultural más importante de la región y foco de atracción para artistas que hacían escala en Montevideo. Esta condición de ciudad-puerto favoreció el ingreso y la rápida circulación de producciones culturales recibidas directamente de Europa o a través de Buenos Aires.

Los catálogos de discos que publicaba la RCA permiten conocer la circulación de una variedad de estilos, así como las preferencias del público y de la empresa. La propia categorización empleada en los catálogos indica la coexistencia de manifestaciones culturales muy diversas y públicos amplios. Otro tipo de manifestaciones y cambios pueden advertirse a partir de la industria discográfica y su uso por la radio. Esta favoreció a algunos autores sobre

---

<sup>3</sup> *Cine Radio Actualidad*. Revista semanal. Publicación de la Agencia Londres, 1936 en adelante.

otros, e introdujo y puso de moda nuevas corrientes como la música cubana o brasilera. Pero también transformó otras como el tango. Las letras de tango arrabalero, popular y repletas de expresiones del lunfardo porteño, se ponían en tela de juicio para ser emitidas por radio porque su lenguaje resultaba inconveniente en un medio que llegaba al hogar. El tango original, marginal, conquistó nuevos públicos incluso fuera de sus fronteras y generó nuevas formas de circulación y de recepción de la música. Por radio o a través del fonógrafo, se podía entonces escuchar aquellas canciones a las que antes solo se podía acceder de manera presencial. De esta forma —indicó el especialista Diego Fischerman— «la música popular, al mismo tiempo que comenzaba a tener entidad propia como categoría de mercado dejaba de ser popular en un sentido estricto y de poseer algunas de las condiciones que le habían sido esenciales hasta el momento» (121-122). Aunque ambos dispositivos resultaron decisivos para la expansión y las transformaciones musicales, existe una diferencia sustancial. Mientras el disco había que ir a comprarlo para ser escuchado cuando cada uno decidía, el escucha radiofónico lo recibe en su casa como parte de un repertorio organizado desde los medios y en las versiones que estos deciden emitir. La «canilla abierta» a la que se refiere Raymond Williams puso en circulación versiones, autores y narrativas musicales centralizadas. Las derivaciones de este nuevo contexto cambiaron de manera sustancial las condiciones de producción y circulación. A este proceso hay que sumarle el impacto de las revistas, la prensa, las fotografías, el cine y las conexiones con el campo publicitario que generaban un *star system* y alentaba el consumo de unas obras y autores sobre otros.

Desde la década del veinte, el baile adquirió un lugar protagónico, abandonando el salón o las manifestaciones del *folk* circunscriptas a algunos espacios. En las revistas se promovían los bailables y hasta es posible encontrar imágenes que enseñaban mediante diagramas de pasos cómo moverse, por ejemplo, para el *foxtrot*. Los sábados, la programación de muchas estaciones de radio estaba dedicada a lo que llamaban en forma genérica los «bailables», que sugería desde prácticas domésticas hasta la evidencia, a través de la publicidad, de emisión desde los locales bailables alentados por los empresarios del espectáculo.

### 3.1. Artistas en el dial

La radiodifusión uruguaya, con un dial muy poblado, como se ha indicado más arriba, dio cabida a todas manifestaciones culturales. Es más, tantas estaciones y tantas horas de emisión provocaron algunos problemas, entre ellos, resolver cómo financiar un sistema comercial basado en los ingresos por publicidad y solucionar cómo llenar de contenidos tantas horas. Durante las dos primeras décadas sobresalen dos momentos bien diferentes: uno, los primeros años, caracterizado por la ausencia de un campo profesional, la improvisación, y otro, con la implementación de fórmulas probadamente exitosas en otros medios. En esos primeros veinte años de la radiodifusión, la radio indagaba su audiencia y los oyentes buscaban emisiones de calidad —entre otras cosas— para justificar el gasto que significaba la compra —por lo general a plazos— de los aparatos receptores. Se conocía por la prensa y las revistas lo que el nuevo medio significaba y eso explica por qué el insistente reclamo de mayor profesionalidad fue

permanente. Los comentarios en la prensa y revistas son abundantes, sobre todo durante la década del treinta. A los efectos de este artículo, interesa observar que existe una constante: la radio ofreció la mejor vidriera para expresar todas las manifestaciones de la cultura uruguaya. Los micrófonos de las radios estaban disponibles tanto para dar cabida a las más encumbradas obras musicales interpretadas por grandes orquestas, como al improvisado recitador que quería mostrar su talento. Nada quedó ajeno en esa miscelánea que significaba la programación. Cuando la radio apenas llevaba una década, la popular revista *Cancionera* expresaba en un editorial de 1933:

estamos viviendo el momento crítico en el que el arte radiofónico anda revolcado por los pisos. [...] ¡Hay que ver! Qué [sic] yo conozco, que yo canto, qué [sic] vas a conocer si no sabés siquiera lo que es la clave de Sol [...]. Y de los que recitan, ¡uffa...! Es imperdonable lo que pasa con éstos. Se la pasan destrozando versos y matando autores que da gusto. (*Cancionera*, 13/9/1933, s/p)

Los *speakers*, cantantes, escritores, poetas y compositores que se integraron al multifacético universo radial provenían de los entusiastas e improvisados advenedizos atraídos por el nuevo medio, algunos esperando una oportunidad de triunfo económico y otros por el simple placer de hablar y ser escuchados por radio. En 1924, la revista de la Radio General Electric, publicada para difundir la programación de su estación radial, alentar el consumo y conectar con las experiencias que estaban ocurriendo a nivel internacional, comentaba que en sus comienzos había resistencia para actuar en radio por considerarlo un recurso con escasa calidad y prestigio artístico. Se constata que en poco tiempo se recorrió el camino inverso: quien no era escuchado por la radio, no existía, o por lo menos no tenía *chances* de consagrarse como artista. Señalaba el editorial que, en poco tiempo y con paciencia, participar en la radio dejó de ser algo que devaluaba al creador o al intérprete y logró «que consagrados concertistas, exquisitas cantatrices, celebrados poetas, eminentes conferencistas fuesen oídos a distancias enormes por incontable número de aficionados» (Radio G. E. Revista Semanal 270). Aunque para Uruguay esta afirmación deba ser matizada porque el proceso fue más lento y diferente que en Estados Unidos, ayuda a comprender lo que el público sabía que la radiodifusión podía ofrecer. La revista alentaba un modelo comercial que contrastaba con la realidad del escaso mercado uruguayo, pero generaba altas expectativas. La propia revista no pudo seguir financiándose y dejó de editarse en los años veinte; la estación General Electric en 1931 se retiró y su lugar en el dial fue ocupado por nuevos permisarios.

El análisis de las fuentes de la época expone la presencia de un conjunto amplio de músicos y cantores actuando para la radio, cuya formación derivaba de sus propios recursos. Existía un grupo que aprendía por estar inmerso en la propia cultura sin haber pasado por una formación. Junto a este conjunto amplio que puede observarse en las fuentes, se constata la presencia de muchos pianistas y guitarristas formados en las innumerables academias existentes en Uruguay. Esa cultura auditiva se forjó en el marco de una cultura de mezcla donde perviven prácticas nuevas junto con otras emergentes, como por ejemplo las prácticas urbanas

a partir de ciudades como Montevideo, que había recibido importantes contingentes de inmigrantes, principalmente provenientes de Italia y España. El sonido, la voz hablada en su lenguaje original o el habla mixturada —*cocoliche*, se decía en el Río de la Plata— y la música formaban parte de ese paisaje popular. Escuchar radio permitía participar de un mundo audible y de tradiciones orales reconocibles por las audiencias que lo experimentaban en su mundo más próximo, como el barrio. Esas voces y esa música proveniente de una larga tradición se escuchaban y se expresaban en el dial. El escritor Witold Gombrowicz en *Diario argentino* narra en un pasaje sus experiencias de transitar por la ciudad de Buenos Aires y escuchar los contrastes entre aquella «música mal tarareada en las calles» y las de las salas de conciertos donde asiste gente vestida de frac: «Prefiero el Chopin que me llega en la calle desde lo alto de una ventana al Chopin perfectamente ornamentado de una sala de conciertos» (14). Estos procesos de apropiación popular, esos sonidos provenientes de la calle y no de las salas de conciertos, también encontraban su espacio en los micrófonos.

Una de las fiestas populares más singulares, prolongadas y representativas de Uruguay es el carnaval y todo lo que moviliza anualmente a su alrededor de 300 escenarios barriales en Montevideo (Alfaro 59). Con aproximadamente 650.000 habitantes, la ciudad reunía a cantantes, solistas, conjuntos, payadores, recitadores, entre otros que podían subirse al escenario a mostrar sus habilidades o exponerse al escarnio público que penaba duramente las malas actuaciones. Entre todos los recursos que se mostraban en el carnaval, la murga era el colectivo que requería buenos intérpretes, letristas que tematizaban el año con humor, músicos, puesta en escena, vestuario y maquillaje. En esa variedad, hubo tablados que, al igual que las radios, contaron con piano. Asimismo, en la década del veinte se popularizaron las *troupes*, fundamentalmente integradas por jóvenes de clase media, muchos universitarios que interpretaban divertidas obras especialmente en setiembre. En ellas se destacaron figuras que fueron sumamente importantes en la radiotelefonía como Ramón Collazo, Víctor Soliño o Raúl Fontaina. La Troupe Ateniense tuvo también gran éxito en Buenos Aires y llegó a editar discos simples en aquella ciudad.

La conexión de la radio con todas estas experiencias previas fue inmediata: se anunciaban las fiestas, se transmitía desde los tablados, se patrocinaban escenarios... y la expectativa comenzaba con la escucha de los ensayos de murga. En efecto, se ensayaba todo el verano en lugares abiertos, mayoritariamente clubes barriales, y se hacía con alta participación de vecinos. Esto generaba un espacio de sociabilidad ambientado en la inmediatez barrial y amplificado por la radio. La espera del ritual era una experiencia colectiva y un sello de identidad, alimentado también por la competencia del concurso que promovía el gobierno departamental de Montevideo, el cual premiaba a los mejores conjuntos y escenarios. La narrativa que circulaba en el carnaval expresaba los rasgos de la cultura, la miscelánea como forma y la puesta en circulación de melodías cambiando o inventando letras de obras conocidas. El recurso del *contrafactum* era la práctica más habitual. Esto expone el conocimiento previo de los letristas, pero también del público conocedor que acompañaba y celebraba personajes de la literatura universal, de grandes óperas o del teatro, aunque jamás hubiera tomado contacto con la versión original.

Junto a esta realidad, emergió con fuerza la idealización de un mundo rural, criollo, como exponente de una nación. El criollismo y la gauchesca de los años veinte tuvo cabida en la radio. Música y músicos provenientes del campo con sus tradiciones ocuparon su lugar en el dial en el contexto de una ciudad capital que cada vez recibía más gente expulsada del mundo rural por falta de trabajo y se asentaba definitivamente en Montevideo. La escucha de radio restituía, en parte, esa tradición desconectada por la migración campo-ciudad. En los primeros tiempos, intérpretes como las hermanas Méndez (Carmen y Magdalena) alcanzaron un gran éxito en el género folclórico, mientras otro contingente más amplio apenas alcanzó un pasaje muy efímero por la radiotelefonía. Pero, a medida que el medio de comunicación avanzaba y crecía a lo largo de la década del treinta, las pautas iban cambiando. Los comerciantes y las agencias de publicidad promovían aquellas figuras cuyo éxito ya estaba asegurado de antemano, ya sea porque habían triunfado en Buenos Aires (Fig. 2) o porque eran figuras destacadas del cine. En ese contexto, los aficionados y las nuevas voces apenas lograban sobrevivir vendiendo sus propios avisos barriales, pero quedaban relegados del circuito central que la industria del disco y las grandes radios establecían y promovían.



Fig. 2. Carlos Gardel representó la conexión entre publicaciones, fotografía, radio y revistas.  
POEUR, 30 de junio al 6 de julio, 1935. Foto de tapa<sup>4</sup>.

A finales de la década del treinta, la radio quedó integrada al circuito formado por las revistas, el cine, los discos y la cultura de masas que provenía, sobre todo, de Argentina. Las expresiones

<sup>4</sup> El recuerdo de Carlos Gardel tras su trágica muerte permaneció indeleble. Sus discos, películas fueron evocados de forma permanente, casi tanto como el día que cantó en los micrófonos de una radio montevideana.

musicales fueron transformadas por el impacto de estas industrias. Surgieron nuevos escenarios y nuevos conflictos, especialmente entre autores, orquestas y empresarios del espectáculo. Los autores locales se consideraban perjudicados por la competencia argentina y el éxito de popularidad que el solo anuncio provocaba en públicos que colmaban las salas y agotaban la compra de discos. Una fuerte tensión entre las obras nacionales y extranjeras desató incluso una huelga de músicos en Uruguay. La hipótesis es que estas tensiones entre músicos locales y extranjeros no se refiere a una disputa de cuño nacionalista, como se ha querido presentar en la época, sino que está basado en la enorme diferencia existente en los altos pagos que las figuras destacadas del mundo del espectáculo recibían en contraste con las uruguayas pocos conocidas. Los empresarios se defendían con el argumento de que se trataba de un tema de calidad: «la dedicación concienzuda otorga títulos consagratorios y en este sentido, nuestros músicos no están debidamente capacitados como ciertos colegas extranjeros» (Cine Radio Actualidad, 1937, s/p). Un largo y perdurable debate quedó instalado. Los músicos locales no podían competir con las orquestas y los artistas consagrados provenientes de Argentina y, a la vez, intentaban insertarse en aquel mercado que ofrecía las mejores condiciones económicas posibles. Buenos Aires y Montevideo compartían una historia cultural común que favorecía el tránsito fluido entre ambas orillas, pero con enormes diferencias en relación con la dimensión económica y la producción de bienes culturales. Lo mismo ocurría en la larga frontera oeste, porque el río Uruguay marca un límite geográfico entre dos Estados, pero no separa dos entornos históricos unidos por una cultura común. De hecho, la radio y la televisión argentinas abarcaban la región por encima de las fronteras.

#### 4. El Estado y sus preferencias

El 13 de diciembre de 1929 quedó sancionada la ley de creación del Servicio Oficial de Difusión Radioelétrica (SODRE). La radio pública estatal comenzó a funcionar rápidamente porque ya contaba con una antena instalada y un trayecto previo en materia cultural (De Torres 129). Uno de sus principales impulsores, el senador Francisco Ghigliani, lo concebía como un proyecto más amplio para un futuro cercano. Planeaba el viejo anhelo de contar con un teatro, una orquesta y un cuerpo de *ballet* y tomaba como modelo más cercano el organigrama del Teatro Colón de Buenos Aires. Con ocho funcionarios comenzó sus transmisiones desde la onda asignada y administrada por el Ministerio de Instrucción Pública (hoy Educación y Cultura), marcando una diferencia importante, ya que no dependería como todas las otras radios uruguayas del servicio de Radiocomunicación del Ministerio de Guerra (Maronna 95 y ss.).

El SODRE se distinguió por la concepción del rol del Estado en la cultura a través de la radiodifusión y por el alto grado de profesionalismo que alcanzó desde sus primeros tiempos. La programación puede seguirse a través de las fuentes impresas que la misma institución ofrecía. En ella se observa la selección de acuerdo con un canon musical jerárquicamente diseñado por un experto que organizaba los contenidos de forma centralizada. Esto suponía una homogeneización de los criterios musicales y lo que socialmente se consideraba la mejor

interpretación. El SODRE contrató a un experto musicólogo de origen alemán, Curt Lange, radicado primero en Buenos Aires desde 1923 y luego en Montevideo. La estación estatal comenzó a emitir los discos que ofrecían las empresas discográficas o que prestaban los mismos particulares. Inmediatamente se propuso conformar una discoteca con extrema consideración de la interpretación, que empleaba un criterio estético para seleccionar las obras que consideraba «superiores» y necesarias para la cultura. Por la noche, dedicaba espacio a las óperas, por entonces muy populares en la población uruguaya. Junto a la cuidadosa selección discográfica, Lange vigilaba todos los detalles de la transmisión y aleccionaba a los locutores para que pronunciaran con absoluta corrección los nombres de las obras y sus autores. Publicaba catálogos que el oyente podía adquirir a muy bajo precio para seguir con rigurosa precisión lo que se escuchaba minuto a minuto con todos los detalles de la interpretación. El alto grado de profesionalismo contrastaba con el panorama del conjunto de las demás radios que optaban por los éxitos comerciales y donde la improvisación de horarios, la mezcla de estilos y géneros, eran lo común. Pese a la crisis económica, la institución estatal logró comprar las instalaciones del teatro Urquiza para concretar la instalación de un Sala Auditorio. De ese modo, ya en los primeros años, a la transmisión de discos se sumaba la de los conciertos. Esto permitía integrar a nuevos compositores locales que se iniciaban en el SODRE o a consagrados intérpretes provenientes del extranjero.

La radio del Estado nacía con la idea de configurar los gustos y proyectar lo que consideraba un bien cultural que debía propagarse a toda la ciudadanía. Desató también polémicas. Aunque el SODRE en sus comienzos tenía un alto grado de acuerdo político en cuanto a su lugar en la cultura, la prensa y las revistas solían discutir su real alcance a la población y cuál debía ser el rol del Estado en la conformación de las preferencias musicales. La radiodifusión reavivó el debate en torno a la división entre el arte y la cultura de masas considerada como expresiones de segundo orden. El gusto, como categoría estudiada por Pierre Bourdieu (87 y ss.), expresa las diferencias entre lo que es considerado bueno o malo según las atribuciones sociales asignadas o la identidad con los valores de una clase social con la que aspira a reconocerse. Los bienes culturales adquieren un sello distintivo que separa lo deseable e imitable de aquello de lo que quiere distanciarse como algo externo, ajeno y, a menudo, irremediamente opuesto. En contraste con estas visiones, dirigentes políticos uruguayos defendían el rol social integrador del estado en la cultura y, por tanto, la participación activa en la construcción de políticas relacionadas con el arte. Como recordaba un dirigente en 1929, «a José Batlle y Ordóñez —presidente uruguayo en dos ocasiones caracterizado como reformista— le repugnaba la idea de que se considerase por todo el mundo que los palacios deben ser reservados a los aristócratas. Nadie tenía más derechos que el propio pueblo» (Convención Nacional Partido Colorado 435).

En círculos intelectuales, la discusión acerca del arte, su rol, sus fines y el ideal de belleza portaba su rechazo al consumismo indiscriminado de la época. El advenimiento de una nueva cultura inundada de publicaciones variadas, discos y radio generaba tensiones nuevas: «entre el lunfardo y el bataclán va muriendo un poco todos los días el espíritu ágil y luminoso de la antigua Atenas del Plata», podía leerse en 1930 (Armand Ugon 371-372). En esta disputa

entre intelectuales que confrontaban su visión del mundo con la proveniente de la cultura popular, el SODRE procuraba extender una concepción del arte en todas las clases sociales porque «tenemos un pueblo apto para la más altas y ennoblecedoras manifestaciones de la emoción y el pensamiento» (Armand Ugon 371-372).

En 1930, el SODRE adquirió una gran notoriedad al quedar asociado al relato de fútbol durante el primer campeonato mundial. La radiodifusión oficial incorporó la transmisión de deporte como parte de su cometido, lo que significaba en los hechos aceptar la convivencia de actividades muy diferentes como parte de sus cometidos culturales. El anuncio de esta difusión para una sociedad, donde este deporte tan extendido y popular ocupa un lugar muy destacado, significó un aliciente extraordinario para la venta de aparatos de radio. Una misma institución estatal albergaba en perfecta armonía expresiones tan diversas como las escucha de prestigiosos conciertos junto con el grito de gol que emergía de los primeros e improvisados relatores de fútbol. La realidad superaba las discusiones.

Durante su primera etapa (1929-1936) el SODRE, como institución, alcanzó un importante grado de profesionalismo. Como ha señalado la investigadora Inés de Torres (129 y ss.), fue un punto de llegada de políticas culturales previas que le dieron sustento, es decir, su creación se apoya en los caminos recorridos por el estado y en su concepción. De ahí en adelante, la institución mantuvo su reconocimiento y su lugar, aunque no dejó de convertirse en objeto de crítica y debate en cuanto a sus cometidos y sus fines.

## **5. Consideraciones finales**

Uruguay se ha caracterizado hasta el presente por una alta presencia de estaciones de radio de diversa índole. Al amparo de una política muy amplia en la entrega del usufructo de ondas, el dial se pobló rápidamente de radios de distinta naturaleza. La mayoría de ellas ofrecían una programación muy variada, aunque en sus primeros años carecían de un plan definido. Otras se fundaron ya de manera especializada, por ejemplo, una estación dedicada al deporte (Radio Sport) o la Radio Femenina que tuvo larga vida y fue expresión de las corrientes que luchaba por los derechos políticos y civiles de las mujeres, además de ubicarlas en un lugar destacado como profesionales, intelectuales o artistas (Maronna 192 y ss.). Pocas alcanzaron su primacía o rentabilidad económica, pero persistieron. El medio invisible había logrado conformarse como central durante buena parte del siglo. En poco tiempo, el dispositivo que en 1922 no se sabía a ciencia cierta para qué podría servir, alcanzó su primacía y centralidad en la cultura y la sociedad.

La producción historiográfica de los medios de comunicación ha crecido de manera sostenida y se ha visto muy enriquecida en temas y enfoques. Precisamente, la perspectiva histórica cultural integró y conectó procesos que se estudiaban de forma separada. Radio, cine, teatro, fotografía, discos, espectáculos musicales o impresos formaron parte de un mismo circuito y se alimentaron mutuamente. La intermedialidad fue un rasgo permanente en los

medios de comunicación, sobre todo en los sistemas que se basaron en el modelo comercial de funcionamiento, como ocurrió en América Latina.

La radiodifusión activó desarrollos artísticos presentes y en su transcurso los modificó. Quizás el ejemplo más claro resida en el teatro: hay un pasaje del teatro por radio a la creación de guiones episódicos, construyendo el radioteatro. Pero, mayoritariamente, el oyente fue un activo participante del medio emergente. Las plantas emisoras se convirtieron también en escenarios de presencialidad, siendo las fonoplateas la institucionalización del espacio para que los públicos pudieran ver a sus artistas radiales en las plantas emisoras. De la misma manera, la radiodifusión creó espacios para el encuentro como salidas por todos los barrios de la ciudad o excursiones a parques junto a cantores y artistas de radio. En el Río de la Plata se observan prácticas de participación por diversos medios que indicaban la conexión con los artistas de manera directa. Brian subraya ese rasgo de la cultura sonora, en tanto que permite generar redes y prácticas del universo audible (16), aspecto este que en la modernidad periférica —como señala Beatriz Sarlo— adquirió mayor impacto por asociarse con expresiones previas y prácticas de consumo cultural diversas (27-29).

Desde sus tímidos inicios en 1922 hasta su enorme despliegue a lo largo de una década, se observa la construcción de públicos de radio que se identificaban como parte de una comunidad de oyentes y una cultura en común generada desde la radiodifusión. La cantidad de estaciones de radio existentes en Uruguay —a las que hay que sumar la onda corta y los que escuchaban radio argentina— posibilitó visibilizar y dar cabida a todas las manifestaciones culturales existentes en la época. El uso del plural aspira a poner énfasis en la diversidad capaz de cautivar oyentes e incluir públicos según su identidad, género, religión, origen étnico o edad, entre otras, y no solo por pertenencia a las clases sociales.

El papel de la radio pública estatal, SODRE, fue muy importante, especialmente por la calidad musical que seleccionaba y difundía para radioescuchas que disfrutaban de las mejores interpretaciones posibles. La popularidad de la industria discográfica había aumentado el gusto por obras ya conocidas. La ópera, en concreto la de origen italiano, formaba parte del repertorio inicial de las estaciones de radio. Las revistas dedicadas a la radio destacaban particularmente las óperas que se transmitían durante la semana. La existencia de cartas de oyentes quejándose de la mala calidad de sonido o de que no se respetaba el orden correcto de colocación de los discos sugiere públicos amplios, informados y habituados a obras que ya eran conocidas. Por contraste, la radio del Estado ofrecía un alto grado de profesionalismo para poner sobre la mesa lo que se consideraba el canon musical para la sociedad uruguaya. Junto a la extensa y dedicada discografía, el SODRE amplió sus cometidos al integrar casi inmediatamente un Estudio Auditorio, conformar una orquesta, cuerpo de baile y, más adelante, cine y televisión. Para las décadas del cuarenta, podría decirse que el SODRE expresaba las preferencias de buena parte de las clases medias urbanas en expansión (Maronna 123 y ss.).

La radio, en su enorme diversidad, cantidad de horas de emisiones y el rápido crecimiento de plantas emisoras, había logrado cautivar a los oyentes por su capacidad de activar todas las expresiones culturales, conectar con otros medios y desplegar nuevos discursos, prácticas y representaciones en el marco de un nuevo escenario sonoro.

## Referencias

- Alfaro, Milita. *Memorias de la bacanal. Vida y milagros del Carnaval montevideano 1850-1950*. Montevideo: Ediciones de la Banda Oriental, 2008.
- Armand Ugon, Enrique, et al. *Compilación de leyes y decretos de la República Oriental del Uruguay, 1825-1930*. Montevideo: Imprenta Nacional Colorada, 1930.
- Arnheim, Rudolf. *Estética radiofónica*. Barcelona: Gustavo Gili, 1980. [1936].
- Barbero, Raúl. *Por siempre Carve*. Montevideo: Carve, 1999.
- Bourdieu, Pierre. *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*. Madrid: Siglo XXI Editores, 2010.
- Convención Nacional del Partido Colorado. *Actas*, Tomo VII, Palacio Legislativo, 1991.
- Corbin, Alain. *Les cloches de la terre: paysage sonore et culture sensible dans les campagnes du XIX siècle*. París: Flammarion. 2013. [1994].
- De Torres, María Inés. «El surgimiento de la Radiodifusión pública en Hispanoamérica. Contexto, modelos y el estudio de un caso singular: el Sodre, la Radio pública estatal de Uruguay (1929)». *RIHC. Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, n.º 5, 2015. <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2015.i05.08>.
- Ehrick, Christine. *Radio Femenina. Mujer, radiodifusión y paisaje sonoro en Buenos Aires y en Montevideo (1930-1950)*. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2021.
- Fernández, José Luis, dir. *La construcción de los radiofónico*. Buenos Aires: La Crujía, 2008.
- Fischerman, Diego. *Después de la música. El siglo XXI y más allá*. Buenos Aires: Eterna Cadencia Editora, 2011.
- Gombrowicz, Witold. *Diario argentino*. Buenos Aires: Cuenco de Plata, 1968.
- Hilmes, Michele. *Only Connect: A cultural History of Broadcasting in United States*. 3.ª ed. Belmont: Wadsworth Publishing, 2011.
- Kane, Brian. *Sound Unseen. Acousmatic Sound in Theory and Practice*. Oxford: Oxford University Press, 2016.
- Maronna, Mónica. *Prendidos al dial. La radio en Uruguay, de la periferia al centro de la cultura (1922-1940)*. Barcelona: Editorial Planeta, 2022.
- Martín-Barbero, Jesús. *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. 5ª ed., Barcelona: Gustavo Gili, 1998. [1987].
- Matallana, Andrea. «Locos por la radio». *Una historia social de la radiofonía en la Argentina, 1923-1947*. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2016.
- Murray Schafer, Raymond. *The Soundscape: Our Sonic Environment and the Tuning of the World*. Vermont: Destiny Books. 1994. [1977].
- Programación Oficial de Estaciones de Radio del Uruguay (POEUR), Primer semanario de radiotelefonía*, Revista de la Asociación Nacional de Broadcaster del Uruguay (ANDEBU) 1931-1939.
- Radio G. E. Publicación de la General Electric S. A.* 1923.
- Sarlo, Beatriz. *Una modernidad periférica: Buenos Aires 1920 y 1930*. Buenos Aires: Nueva Visión, 2007.

Thompson, Emily. «Sound, Modernity and History». *The Sound Studies Reader*, editado por Jonathan Sterne, Oxford: Routledge, 2012, pp. 117-129. [Introducción del libro de la autora publicado en 2004]

Varela, Mirta. *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la luna 1951-1969*. Buenos Aires: EDHASA, 2005.

Williams, Raymond. *Televisión. Tecnología y forma cultural*. Barcelona: Paidós, 2011. [1974]

