

Ángel Miquel

---

## Algunos poemas y estaciones en los inicios de la radio en México

### *Cuatro poemas*

A principios de abril de 1923 el periódico *El Universal* cambió de dueño. Fundado en 1916 por Félix F. Palavicini, quien pretendió hacer de él un diario moderno e independiente de los fuertes intereses políticos de la época, creció poco a poco hasta alcanzar a principios de los años veinte un tiraje promedio de sesenta mil ejemplares. El periódico tenía para esas fechas dos secciones y una extra dominical y contaba con dos publicaciones asociadas, el semanario *El Universal Ilustrado*, que aparecía desde 1917, y el vespertino *El Universal Gráfico*, recién fundado en 1922. La empresa de Palavicini era próspera y estaba en crecimiento, pero por razones poco claras, en 1923 se vendieron las acciones de éste a un grupo de hombres de negocios que designó como nuevo director-gerente a Miguel Lanz Duret.<sup>1</sup>

El cambio de propietario no afectó al equipo que hacía *El Universal Ilustrado*. Esta revista que aparecía los jueves era dirigida desde 1920 por Carlos Noriega Hope, un activo periodista que tenía entre sus propósitos convertirla en un escaparate de los desarrollos contemporáneos de la cultura mundial. Así, *el Ilustrado* mostraba interés por el cine, reproducía partituras de música popular nueva como el *shimmie* y el *fox*, e

incluía constantemente colaboraciones de escritores mexicanos jóvenes. Un episodio más de este gusto por ofrecer muestras de la nueva cultura a sus lectores se dio el 5 de abril de 1923, en un número que incluía varios textos dedicados a comentar la radiodifusión.

El poeta José Juan Tablada, quien desde unos años antes vivía en Nueva York, había sido uno de los primeros en dar noticia del invento que empezaba a popularizarse. En abril de 1922 informó que la navidad anterior Santa Claus había llevado radios a los niños en su alforja, “en vez de las Arcas de Noé y las linternas mágicas de nuestra infancia”. Claro, esto había sido en Manhattan, donde sorprendía ver sobre las azoteas innumerables antenas y donde había diarios que dedicaban una plana entera a dar información práctica y a ofrecer programas de transmisiones de conciertos y conferencias.<sup>2</sup> La tecnología tardó un tiempo en llegar a México, por lo que en el país se sabía poco de la radio además de estas noticias ultramontanas y de algunos artículos técnicos acerca de su funcionamiento cuando *el Ilustrado* dedicó el número a la “nueva maravilla”.

Lo primero que aparecía en ese número era un poema de Manuel Maples Arce titulado “T.S.H.,” la abreviatura con que era conocida la telegrafía sin hilos. Inflamado por la fiebre de los vanguardismos extranjeros, a fines de diciembre de 1921 Maples Arce había lanzado un manifiesto llamando a subvertir la cultura esta-

<sup>1</sup> Palavicini alegó una campaña política y económica en su contra, que lo obligó a vender “por un precio irrisorio”. (Véase *Mi vida revolucionaria*, Botas, México, 1937, p. 375.)

<sup>2</sup> José Juan Tablada, “Nueva York múltiple”, *Excelsior*, 12 de abril de 1922, p. 3.

blecida y a constituir un movimiento que reflejara en el terreno del arte la revolución social que acababa de ocurrir en el país. Este movimiento, integrado durante un breve periodo por escritores, pintores, escultores, músicos y fotógrafos, fue el estridentismo. A sus 24 años, Maples Arce publicó el primer libro del movimiento, *Andamios interiores* (1922), cuyo subtítulo *Poemas radiográficos* no aludía a la radiofonía, que aún no se popularizaba, sino a la radiografía, y en el que materializaba su propuesta para revolucionar la poesía mexicana. Esta revolución significaba en primer término transformar los modos de versificación, que aún derivaban en buena medida de los del modernismo fundado en Hispanoamérica a fines del siglo XIX por Rubén Darío.<sup>3</sup> El cambio formal tenía que acompañarse sin embargo de nuevos contenidos, y Maples Arce, siguiendo a aquel Filippo Tommaso Marinetti que unos diez años antes había declarado en Italia que un automóvil a toda velocidad era más bello que la Victoria de Samotracia, convocaba en sus poemas a elementos urbanos modernos como los anuncios luminosos, los postes y cables de telégrafo, las locomotoras, los aeroplanos y los ascensores. Por eso no era sorprendente que Maples Arce bautizara con versos la naciente radio. Una nota de Noriega Hope justificaba este gesto diciendo que “el estridentismo es hermano de leche de la radiofonía. ¡Son cosas de vanguardia!”<sup>4</sup>

Lo que tematizaba Maples Arce en “T.S.H.” era la profusión de ondas invisibles. De hecho, éstas existían en la naturaleza y en un primer momento el poema asociaba la telegrafía sin hilos al cosmos: “Sobre el despeñadero nocturno del silencio / las estrellas arrojan sus programas”. Pero la atención se trasladaba luego a las ondas producidas por la civilización al mencionarse bandas de jazz neoyorkinas, ruidosos motores y a “mujeres naufragadas / que equivocaron las direcciones / trasatlánticas”, lo que aludía a tres de los primeros usos de la telegrafía inalámbrica: la transmisión de música, la de señales que permitían manejar a distancia motores de coches y otros vehículos, y la de mensa-

jes de auxilio (el SOS de los barcos). Por todas partes parecía haber, pues, ondas invisibles, desconcertantes mensajes entremezclados, y por eso Maples Arce exclamaba: “¡Manicomio de Hertz, de Marconi, de Edison!”<sup>5</sup> Esta exclamación no era, sin embargo, un grito desesperado, sino de reconocimiento y admiración. En efecto, buena parte de la poesía estridentista asimiló con evidente placer la estructuración auditiva de las ciudades modernas, integrada por “el ruido de los motores, el silbato de las sirenas, la trepidación de las máquinas y todas las manifestaciones fonéticas Brrs ttrns!! trff tRRReSSNNNbbbRRRr Ruuuuu!! de los automóviles, trasatlánticos, aeroplanos, etc.”<sup>6</sup> Acompañaba al poema un dibujo de Fernando Bolaños Cacho, frecuente colaborador del *Ilustrado*, en el que tres grandes cabezas lanzaban desde el espacio voces como rayos hacia un mundo que giraba sobre encrespadas olas. El dibujo transmitía la impresión de movimiento y agobiante ubicuidad de las ondas de radio, y su expresividad rimaba bien con el canon estético de los estridentistas.

Otro miembro del movimiento fue Luis Quintanilla, quien de manera exótica japonizó su nombre para firmar como Kin-Taniya. Su segundo libro, publicado en 1924, ya mostraba gran familiaridad con el invento: se titulaba nada menos que *Radio. Poema inalámbrico en trece mensajes*, y en uno de esos mensajes aparecían los siguientes versos:

Silencio  
Escuchad la conversación de las palabras  
en la atmósfera  
Hay una insoportable confusión de voces terrestres  
y de voces extrañas  
lejanas  
Se erizan los pelos al roce de las ondas hertzianas<sup>7</sup>

Kin-Taniya de nuevo tematizaba la existencia, la “insoportable confusión”, de voces invisibles. Pero jugaba

<sup>3</sup> Rubén Bonifaz Nuño escribe que Maples Arce se alejó en *Andamios interiores* de la polimetría modernista al adoptar “el ritmo arcaico y monótono del alejandrino del mester de clerecía”. (“Estudio preliminar” a Manuel Maples Arce, *Las semillas del tiempo. Obra poética, 1919-1980*, SEP, México, 1990, p. 20.)

<sup>4</sup> “Notas del director”, *El Universal Ilustrado*, 5 de abril de 1923, p. 11.

<sup>5</sup> Manuel Maples Arce, “T.S.H.”, *El Universal Ilustrado*, 5 de abril de 1923, p. 11. Más adelante el poema fue recogido en el libro *Poemas interdictos* (1927).

<sup>6</sup> Manuel Maples Arce, “Jazz = XY”, *El Universal Ilustrado*, 3 de julio de 1924, p. 15.

<sup>7</sup> Kin-Taniya, “Midnight Frolic”, en *Radio. Poema inalámbrico en trece mensajes* (1924), recogido en Luis Mario Schneider, *El estridentismo. Antología*, UNAM, México, 1983.

después con la idea de que a pesar de esto, la luna y otros astros podrían bailar esa noche “al ritmo negro de los *jazz bands* de Nueva York” gracias a las ondas de radio esparcidas por el cosmos. En un poema de 1905 del libro *Cantos de vida y esperanza*, Rubén Darío había llamado a los poetas “pararrayos celestes”, queriendo decir que mediante sus versos transmitía la armonía de las estrellas; Kin-Taniya hacía gala de su distanciamiento del modernismo con la idea opuesta de que, por medio de sus antenas transmisoras, la civilización podía imponer el ritmo universal.

Francisco Monterde García Icazbalceta, un joven escritor que no pertenecía al grupo estridentista, lanzó en julio de 1924 la revista mensual *Antena*. De ella aparecieron cinco números en los que se publicaron, entre textos de escritores veteranos, algunos de los primeros escritos de Xavier Villaurrutia, Salvador Novo, Jorge Cuesta, Jaime Torres Bodet, José Gorostiza y Gilberto Owen, que ya para entonces formaban el “grupo sin grupo” que después sería conocido como de contemporáneos por el título de la revista que publicaron entre 1928 y 1931. Pero aparte del hecho fortuito de servir por un tiempo como medio expresivo de esta nueva generación de escritores (rival, por cierto, de la de los estridentistas), *Antena* pretendió, según escribió luego Monterde, orientar a las nacientes radiodifusoras de México, que transmitían “programas de música selecta, con algo de literatura, antes de que las invadieran los mensajes mercantiles”.<sup>8</sup> La revista proporcionaba así poemas, breves prosas y anécdotas literarias que podían transmitirse al aire, y además apareció en sus tres primeros números una columna de crítica radiofónica a cargo de José Manuel Ramos en la que se describían las actividades de ciertas emisoras, se hacían sugerencias para mejorar la calidad artística de los programas y se daban consejos prácticos para el funcionamiento de los receptores. Monterde mismo sancionó el matrimonio de la literatura con la radio en un poema sobre el instrumento que daba nombre a la publicación y que apareció en la portada de su primer número. La antena era para él en principio un signo de la ciudad moderna, un “anhelo ascensional / que prolonga la arquitectura / por encima de la vulgaridad”. Pero la importancia de este “árbol de acero” no radica-

ba fundamentalmente en su estética sino en su función: constituía la “columna vertebral del momento” porque “sensible a lo invisible / vibra con la trepidación mundial”. Y por si fuera poco prestaba el oportuno servicio de difundir las obras de los escritores, ya que “en su pauta de alambres tensos / cantan —golondrinas— las vocales del poema”. Es posible que éste y otros textos de *Antena* fueran transmitidos por radio;<sup>9</sup> sin embargo, la publicación duró poco y el interés de una revista literaria por la radiodifusión fue, para seguir con las metáforas aladas, una golondrina que no hizo verano.

Dos años después de informar acerca de la popularización de la radio en Nueva York, José Juan Tablada volvió a escribir sobre el invento en una crónica que imitaba una parábola religiosa. Tablada tenía ya más de cincuenta años, pero al igual que los jóvenes que rondaban los veinticinco fue impresionado por las ondas de radio, al grado de preguntarse si no terminarían por revelar definitivamente las “zonas de misterio en el inmenso mundo de lo desconocido”. En particular, gracias a sus propiedades de penetración de diversos estados de la materia (las ondas se transmitían por el aire, pero parecían traspasar también el agua y objetos sólidos), así como de su persistencia indefinida (una vez emitido un mensaje no desaparecía, sino que seguía vibrando en alguna región del espacio), la radio sugería que era posible penetrar todos los cuerpos, “como los penetra la consciencia astral en el hombre altamente evolucionado”, y hacía pensar que la materia podía ser susceptible de inmortalidad, como afirmaban tradicionalmente las religiones y el ocultismo. Así que la ciencia y la técnica modernas no hacían sino “comprobar y ratificar, por la vía experimental, cuanto dijo hace millares de años la sabiduría antigua”.<sup>10</sup>

Menos optimista parecía ser Enrique González Martínez, otro poeta de la generación madura (había nacido en 1871, igual que Tablada), quien en 1924 publicó cuatro versos melancólicos referente a la radio. Con un grupo de poemarios sobrios e inteligentes

<sup>8</sup> Francisco Monterde, “Presentación” a la edición facsimilar de *Antena*, FCE, México, 1980, p. 24.

<sup>9</sup> Recordaba Monterde: “En una de las primeras estaciones de radiotelefonía, la que entonces llevaba las iniciales CYB, coincidimos Xavier Villaurrutia y yo, al leer poesías y comentarios que no teníamos la certeza de que alguien escuchara, a través de los audífonos, en aparatos de galena.” (*Idem.*)

<sup>10</sup> José Juan Tablada, “La parábola del radio”, *El Universal*, 17 de agosto de 1924, pp. 3 y 12.

aparecidos desde los primeros años del siglo, González Martínez se había convertido hacia 1918, según recordaba Xavier Villaurrutia, en “el dios mayor y casi único de nuestra poesía”, un dios al que no sólo veneraban los jóvenes, sino también uno cuyos poemas les servían como ejemplo.<sup>11</sup> El libro que había convocado las simpatías de éstos era *La muerte del cisne* (1915), que fue tomado como una declaración de principios de la poesía posmodernista; en él González Martínez se distanciaba de la brillante pero superficial imaginería de los imitadores de Rubén Darío buscando una poesía más sincera, ya no emblemática por la frivolidad y la elegancia del cisne (“tuércele el cuello al cisne de engañoso plumaje”), sino por la sabiduría del búho. Ese distanciamiento, sin embargo, no involucraba para González Martínez el abandono de las formas de versificación tradicionales, lo que sí ocurrió en libros posteriores de otros poetas que abandonaron en definitiva el modelo modernista: *La sangre devota* (1916) y *Zozobra* (1919), de Ramón López Velarde; *Li-Po y otros poemas* (1920), de José Juan Tablada, y los poemarios de los estridentistas y los contemporáneos que aparecieron en la década de los veinte.

González Martínez, que había sido el precursor de la ruptura, no se interesó en estos nuevos caminos. En 1924 se anotaba que aunque en sus poemas recientes alentaban “pulsaciones de actualidad” y había en ellos “simpatías tolerantes para las fórmulas recién llegadas”, no podían ser asimilados a ninguna de las modalidades vanguardistas, pues el poeta “no cede francamente a los nuevos elementos de composición y es frecuente notarle reminiscencias espirituales”.<sup>12</sup> Uno de esos poemas recientes era esta cuarteta, titulada “T.S.H.”:

Telegrafía  
sin hilos...  
¿Qué va a ser de los pájaros  
que anotan la música de los caminos?<sup>13</sup>

Este breve poema, que expresaba tristeza por las posibles consecuencias del avance tecnológico sobre las

estructuras establecidas del mundo, tenía el mismo título que el publicado unos meses antes por Maples Arce. Su contenido, sin embargo, no podía ser más distinto. Uno insinuaba la queja contra el progreso inaugurada hacía casi un siglo por la generación romántica, mientras que el otro celebraba el advenimiento de un juguete más de la estruendosa civilización moderna. Esta diferencia revelaba una ruptura generacional. Si en 1918 González Martínez había sido “el dios” inspirador de los jóvenes, ahora era un poeta tradicionalista más. Por eso Maples Arce había escrito en su virulento manifiesto de 1921: “no hay más remedio que echarse a la calle y torcerle el cuello al doctor González Martínez”.

Ahora bien, los dos poemas titulados “T.S.H.” aparecieron en *El Universal Ilustrado* que, como expresaba Carlos Noriega Hope, era una publicación ecléctica, en la que no existían prejuicios “ni para el académico ni para el estridentista, ni para el viejo escritor laureado ni para el joven escritor desconocido”.<sup>14</sup>

### *Dos estaciones*

Otros artículos que aparecieron en el número del *Ilustrado* dedicado a la radio fueron una encuesta acerca de la importancia social del invento; una entrevista con Raúl Azcárraga, propietario de la tienda La Casa del Radio en el centro de la capital, y un reportaje que trataba de un radioaficionado que no solamente escuchaba “la novedad de los cables y el hatchís de las cosas lejanas”, sino también “el ritmo, la voz, la armonía del mundo...”<sup>15</sup> En realidad este número preparaba el terreno para dar realce a la iniciativa de Noriega Hope de crear una estación ligada al semanario que dirigía. Para esto se había asociado con Raúl Azcárraga, y la estación llevó el nombre de las dos casas patrocinadoras, El Universal Ilustrado-La Casa del Radio.

Si bien hacía algún tiempo que se experimentaba con la radiofonía en México, se trataba de una diversión de un pequeño número de aficionados. Aunque los primeros pasos se habían dado en los años precedentes, los programas de radio surgieron en dos esta-

<sup>11</sup> Xavier Villaurrutia, “La poesía de los jóvenes de México”, separata de *Antena*, septiembre de 1924; recogida en *Obras*, FCE, México, 1974, pp. 819 y ss.

<sup>12</sup> Francisco Borja Bolado, nota a “Nuevos poemas de González Martínez”, *El Universal Ilustrado*, 2 de octubre de 1924, p. 25.

<sup>13</sup> *Idem*.

<sup>14</sup> “Notas del director”, *El Universal Ilustrado*, 5 de abril de 1923, p. 11.

<sup>15</sup> Arqueles Vela, “El hombre antena”, *El Universal Ilustrado*, 5 de abril de 1923, p. 22.

ciones (una estatal y otra privada) que funcionaron eventualmente en la capital del 27 de septiembre de 1921 a los primeros días de 1922.<sup>16</sup> Puesto que hasta entonces no había estaciones locales, los pocos receptores existentes eran aparatos caros capaces de captar las transmisiones de Estados Unidos y Europa. Pero en 1923 se inauguraron varias emisoras en la capital y otras ciudades de la república, entre las que estaban las estatales JH, de la Secretaría de Guerra y Marina, y BTP, de los Establecimientos Fabriles y Aprovechamientos Militares, así como las privadas 1-J de Francisco Steffens, la del *Ilustrado* y la del diario *El Mundo*. La existencia de un pequeño grupo de radiodifusoras, que transmitía en conjunto varias horas casi todos los días de la semana, abrió la posibilidad de que los receptores se abarataran y popularizaran. A mediados de año, Azcárraga anunciaba radios que costaban desde doce pesos, otros ofrecían aparatos que podían ser instalados en casas, haciendas o fábricas, y unos meses después casas extranjeras como Telefunken y Acme promovían directamente sus productos argumentando que “toda persona civilizada y progresista debe tener un aparato de radio”.<sup>17</sup> Estos primeros radios eran de audífonos. Todavía a mediados de 1924 se burlaba Salvador Novo de esos aparatos que ceñían y conformaban el vuelo de las orejas, y que daban a quien los usaba “un aspecto quirúrgico y policíaco”.<sup>18</sup>

La emisora El Universal Ilustrado-La Casa del Radio inició sus transmisiones a las ocho de la noche del martes 8 de mayo de 1923 con lo que fue anunciado como el primer “concierto” radiofónico en el país. Fueron testigos de honor el director de *El Universal*, Miguel Lanz Duret y el general Amado Aguirre, secretario de Comunicaciones del gobierno obregonista. Lo primero que se lanzó al aire fueron los versos de Manuel Maples Arce publicados en el *Ilustrado* un mes antes, recitados por su autor. Después Noriega Hope y Azcárraga dijeron unas palabras en las que destacaron

<sup>16</sup> Véase Felipe Gálvez, “Los albores de la radio. El centenario de la Independencia”, *Información Científica y Tecnológica*, núm. 89, febrero de 1984, pp. 6-8.

<sup>17</sup> Véanse los anuncios de *El Universal*, 3 de junio de 1923, p. 11, y *El Universal Ilustrado*, 10 de enero de 1924, p. 48 y 3 de julio de 1924, p. 47.

<sup>18</sup> Salvador Novo, “Radio-conferencia sobre el radio”, *Antena*, agosto de 1924, pp. 11-12. Fue leída en la estación CYX el 16 de junio de 1924.

Anuncio *El Universal Ilustrado*, 10 de enero de 1924.

la trascendencia que tenía la inauguración de esta estación privada. Cedieron luego el micrófono (o “cicrófono”) al guitarrista español Andrés Segovia, de visita en México, quien tocó obras de Chopin, Mozart y Albéniz. En seguida la actriz de género chico Celia Montalván cantó “Mi querido capitán”, “La borrachita” y otras piezas mexicanas. Tocó el turno después al famoso músico Manuel M. Ponce, quien interpretó al piano “Estrellita” y otras obras suyas, y al que siguieron el pianista Manuel Barajas, la cantante Julia Wilsor de Chávez y la Orquesta Típica Torreblanca, que interpretó “Aires nacionales” y cerró el programa con el himno nacional. La transmisión duró poco más de dos horas y puesto que no se registraron interrupciones de gravedad se dio por sentado que “los aficionados se dieron cuenta cabal de todos los números”. Se anunció

que en adelante habría emisiones los martes y los viernes por la noche.<sup>19</sup>

El segundo concierto radiofónico —que, como vemos, no tenía un formato estrictamente musical—, se realizó, como estaba previsto, el viernes 11 de mayo. Además de interpretaciones de canciones y de piezas cortas instrumentales, en los intermedios se leyeron resúmenes de noticias frescas llegadas a la redacción de *El Universal* y enviadas por teléfono a la estación.<sup>20</sup> No por nada se había revelado tiempo antes, a propósito de lo que ya ocurría en Estados Unidos, que la radio era el más formidable competidor del periodismo y que pronto las ediciones “extras” se harían innecesarias al adquirir los más importantes diarios emisoras con las que darían a conocer de inmediato y a millones de gentes “la noticia del minuto, lo sensacional”.<sup>21</sup> En los días siguientes hubo otras novedades como transmisiones sólo de música mexicana, y una en la que el humorista *Júbilo* impartió una conferencia escuchada, se dijo, por “no menos de cincuenta mil personas”.<sup>22</sup> Pero pronto el formato de los conciertos radiofónicos de la estación se enfocó casi exclusivamente en las piezas de música clásica y popular mexicana, ambas en sus vertientes instrumental y cantada. Con esto seguramente se buscaba contrarrestar la poderosa corriente de músicaailable estadounidense, que según algunos había derrotado ya en el gusto del público mexicano a los sones y jarabes tradicionales.<sup>23</sup> Por otra parte, que se dejaran de lado las noticias revela, tal vez, una incipiente regulación estatal, pues a principios de junio de 1923 se informó que el gobierno había aprobado diversos asuntos concernientes a la radiofonía privada.<sup>24</sup> En tanto que los poemas y las

conferencias literarias quizá fueron suprimidos de la programación porque había otras estaciones que se identificaban más con esa línea. Por ejemplo, en la de *El Mundo*, periódico dirigido por Martín Luis Guzmán, se aprovechaban las relaciones personales de éste para ofrecer radioconferencias de destacados intelectuales. Se decía que también la 1-J, fundada en marzo de 1923, gozaba de las simpatías de los artistas y los escritores, “por lo selecto de sus programas dominicales y por su desinterés, ajeno a toda propaganda comercial”; transmitía los domingos “las mejores poesías inéditas de los poetas jóvenes de México, a veces recitadas por sus mismos autores, y traducciones de poetas extranjeros”.<sup>25</sup>

La estación El Universal Ilustrado-La Casa del Radio contaba con un aparato emisor de 50 watts traído de Estados Unidos. Instalada en el centro de la capital, su cobertura llegaba por lo menos hasta el pueblo de Xochimilco, donde Azcárraga se trasladaba para escucharla con muchos trabajos con un receptor de galena. Durante poco más de tres meses la emisora transmitió números en vivo martes y viernes de nueve a once de la noche. Al margen de sus fines culturales, tenía el claro propósito de ayudar a vender ejemplares de *El Universal* y del *Ilustrado*, donde aparecían los programas y las noticias concernientes a la estación, así como receptores de la tienda de Azcárraga.

Una vez pasado el primer momento que había permitido llevar a la estación a figuras célebres del espectáculo, los programas se integraron mayoritariamente por estudiantes, aficionados y jóvenes promesas. En otras palabras, la calidad de las transmisiones disminuyó y esto, sumado a la competencia de otras estaciones locales, hizo aconsejable transformar la emisora. Lo primero que se hizo fue aumentar su alcance. El 18 de septiembre de 1923 se anunció que a las nueve de la noche se inauguraría una nueva estación, cuya sigla sería CYL y que tendría una potencia de 500 watts, diez veces mayor que la primera, por lo que “sus radiaciones no sólo alcanzarán al más remoto punto de la república, sino que los conciertos que transmita podrán ser escuchados en el sur de los Estados Unidos, en Centroamérica y en Cuba”.<sup>26</sup> También se estableció una

<sup>19</sup> “Ayer, a las veinte horas, se inauguró la primera gran estación transmisora de radiofonía...”, *El Universal*, 9 de mayo de 1923, 2a. sección, p. 1, y “Un gran triunfo de *El Universal Ilustrado* y de la Casa del Radio”, *El Universal Ilustrado*, 10 de mayo de 1923, p. 18.

<sup>20</sup> “En el tercer concierto radio-telefónico...”, *El Universal*, 12 de mayo de 1923, 2a., p. 1. (En realidad era apenas el segundo concierto.)

<sup>21</sup> “Las últimas maravillas del radio”, *El Universal Ilustrado*, 5 de abril de 1923, p. 35.

<sup>22</sup> “La primera noche de conferencias...”, *El Universal*, 19 de mayo de 1923, 2a., p.1.

<sup>23</sup> Véase Jerónimo Coignard, “La música vernácula”, *El Universal Ilustrado*, 18 de octubre de 1923, p. 15.

<sup>24</sup> “Las estaciones radiofónicas particulares”, *El Universal*, 9 de junio de 1923, p. 1. Por otro lado, Raúl Azcárraga afirmó que su primera estación fue clausurada varias veces. (Véase Felipe Gálvez, “Balbuceos de la radiodifusión. Entrevista inédita a Raúl Azcárraga”,

*Información Científica y Tecnológica*, núm. 89, febrero de 1984, pp. 8 y 15. La entrevista es de 1971.)

<sup>25</sup> “Al pie de la antena”, *Antena*, septiembre de 1924, p. 14.

<sup>26</sup> “*El Universal* y La Casa del Radio inauguran hoy su potente estación radio-telefónica”, *El Universal*, 18 de septiembre de 1923, 2a., p. 1.

programación que incluía indistintamente música clásica, y música popular mexicana, española y norteamericana.<sup>27</sup> Otro cambio era que la estación dejaba de estar a cargo del *Ilustrado* para pasar a manos de quienes hacían el diario *El Universal* y el vespertino *El Universal Gráfico*. Esto sencillamente quería decir que Noriega Hope quedaba fuera de la emisora. Es posible que, como había sucedido otras veces (había incursionado sin mayor suerte en la etnología y en la dirección de películas), su curiosidad lo hubiera involucrado en un asunto que acabó por no interesarle. Sea como fuera, a partir de este momento dejó la estación en otras manos y se concentró en lo que más le gustaba, que era dirigir la revista.

Uno de sus intereses más arraigados era de hecho hacer del *Ilustrado* un magazín estilo norteamericano, con muchas imágenes y que basara su vida económica en la publicidad. Desde los primeros números bajo su dirección fue claro que el semanario iba a publicar más anuncios que los que tradicionalmente conseguían las revistas culturales, y una de las estrategias para lograr esto fue diversificar sus secciones, ofreciendo materiales para diferentes tipos de lectores. Esta estrategia llevó al *Ilustrado* anuncios de empresas de artículos de belleza, de alimentos, de cerveza, de automóviles, de ropa, farmacéuticas, funerarias, hoteleras y de juegos de azar. Algunos de ellos, por cierto, eran de productos que llegan hasta nuestros días, como la avena Quaker, las navajas Gillette, el aceite Tres-en-uno, las linternas Eveready, el talco Mennen, el refresco Sidral Mundet, el digestivo Picot, la leche Nestlé y la pasta dental Colgate.

A mediados de 1923 comenzó a anunciarse en el *Ilustrado* la empresa cigarrera El Buen Tono. Esta había sido fundada en 1894 por el francés Ernesto Pugibet y poco a poco creció hasta convertirse en una industria grande, que ya a principios del siglo veinte tenía más de seiscientos empleados. El Buen Tono contaba con un taller de imprenta y litografía donde no sólo se estampaban sus cajetillas, sino también publicidad bajo la forma de carteles y de anuncios en papel. Otras for-

<sup>27</sup> No a todos gustaba este formato. Por ejemplo, Manuel Barajas opinaba: "¿Cómo puede ser artístico, ni menos aún cultural, poner después de un número de violín (...) el de una tiple de zarzuela, cantando el couplet de moda; (...) o que después de una sonata de Beethoven para piano, oigamos a la marimba del cine Z tocando el 'Yes, we have no bananas'?" ("Los filarmónicos y el radio", *Antena*, agosto de 1924, p. 12.)

**EL UNIVERSAL**  
**CYL**

NOV. MARTES 26 A LAS 9 P. M.  
EN PUNTO

I.—a) Lejos de ti, Ponce; b) Eres (de che moorari), (Ballo in Macchera) Verdi, señor H. Z. Legorreta, baritone;  
II.—a) Estrellita, Ponce; b) Gavota Tapeta, Manuel Cárdenas, Jr. Piano solo, señor Salvador Nolas Lozano;  
III.—a) Cavatina-Ruffi; b) Swing Song-Barra, Violín solo, señor Alfredo Nolas;  
IV.—a) Mis Tristezas, Ponce; b) Rancura, (Cavalleria Rusticana), Leoncavallo, Soprano, señorita María Elías Delgado;  
V.—a) Serenata-Schubert; b) Serenata-Brahms; Saxofón solo, señor Adolfo Sánchez;  
VI.—a) Serenata Coqueria, Bartolomé; b) Es imposible que tú me quieras, del Casillo, Piano solo, señor Salvador Nolas Lozano;  
VII.—a) Serenada, G. Pizarro; b) Sinfonía futurista en Sol menor, Alfredo Nolas, Violín solo, señor Alfredo Nolas.

La ejecución de este programa dará principio exactamente a la hora anunciada.

Aperturas de radiotelefonía de todos los tipos para todos los hogares, sólo en La Casa del Radio, Av. Juárez número 62.

**La Casa del Radio**  
Mexicana 55 Meri **Radio** ENC/007. 13-36  
R y L Azcarraga Av Juárez 62  
MEXICO, D F

Anuncio, *El Universal Ilustrado*, 10 de enero de 1924.

mas de propaganda incluyeron, con el correr de los años, cromos coleccionables de reyes, toreros, artistas y otras celebridades; cómics; anuncios filmados; proyecciones de cine gratuitas al aire libre, hombres que circulaban con carteles por la calle e incluso un pequeño dirigible que surcaba el cielo de la Ciudad de México promoviendo productos de la fábrica. Ninguna otra empresa mexicana de la época invertía tanto en publicidad ni tenía tal versatilidad de anuncios.<sup>28</sup>

<sup>28</sup> Sobre los cómics para El Buen Tono de Juan Bautista Urrutia, el primer historietista profesional mexicano, véase Juan Manuel Aurrecoechea y Armando Bartra, *Puros cuentos. La historia de la historieta en México, 1874-1934*, Conaculta / Museo Nacional de Culturas Populares / Grijalbo, 1988, pp. 123-133.



Carro alegórico usado como publicidad callejera de El Buen Tono, 1924. (Foto: Fototeca del INAH en Pachuca.)

Pugibet murió en 1915. Once años después se le rindió un homenaje en el que el ingeniero José Reynoso, su sucesor en la dirección de El Buen Tono, leyó una breve semblanza del francés. Entre otras cosas, Reynoso dijo que Pugibet había hecho una verdadera revolución en los sistemas de publicidad. Él mismo había intentado seguir su ejemplo con propaganda impresa, callejera e incluso radiofónica, pues en 1923 se había aventurado a fundar una estación de radio que había logrado que el nombre de la cigarrera fuera escuchado constantemente “no sólo en la República Mexicana, sino en casi todo el continente americano”.<sup>29</sup> La estación era la CYB, instalada en el edificio de la fábrica con el patente interés de aprovecharla para promover la venta de cigarrros.

<sup>29</sup> “Conmovedor homenaje a la memoria del gran hombre de negocios D. Ernesto Pugibet”, *El Demócrata*, 12 de marzo de 1926, p. 5.

Esto último no se aceptaba de manera abierta. Se decía, al contrario, que la empresa había invertido una gran cantidad de dinero para montar una radiodifusora con fines estrictamente culturales.<sup>30</sup> Y sin embargo a cada momento se revelaba la cola de la publicidad. Ya el primer anuncio de la cigarrera en el *Ilustrado*, luego de informar que instalaría próximamente una estación transmisora de la misma potencia que las de Estados Unidos, recomendaba a los lectores que empezaran a guardar cajetillas vacías de las marcas de la empresa, pues se había encargado un gran número de receptores que pronto podrían canjearse por ellas. El Buen Tono, decía poco después otro anuncio, “hará un radiotelefonista de cada fumador”.<sup>31</sup> Aun en el remoto caso de

<sup>30</sup> Véase “Ecos de las fiestas de primavera”, *El Universal Ilustrado*, 15 de mayo de 1924.

<sup>31</sup> Véanse los anuncios en *El Universal Ilustrado*, 24 de mayo de 1923, p. 44 y 28 de junio de 1923, p. 46. Por estas fechas el estridentista

que no se tuviera previsto difundirla al aire, era claro que la estación nacía ligada a la publicidad.

La campaña de canje duró hasta fines de 1924 y curiosamente parece haber sido idea del mismo Raúl Azcárraga que había copatrocinado la radiodifusora del *Ilustrado*. Años después éste recordaba que le había propuesto a Reynoso instalar una emisora para promover sus productos y ofrecer al público radios de los que él vendía a cambio de un determinado número de cajetillas. Prometía ser un negocio redondo, pues “Él vendería más cigarrillos. Yo más receptores.”<sup>32</sup> Fuera de quien fuera la iniciativa, la campaña se orientó hacia los consumidores de mayor poder adquisitivo, ya que las cajetillas que podían cambiarse por radios eran sólo las de las marcas finas de El Buen Tono, es decir, las de los cigarrillos El Número 12, Elegantes, Primores y Gardenias.<sup>33</sup> Sin embargo, pronto fue claro que la propaganda iba a centrarse casi exclusivamente en la primera.

Los cigarrillos El Número 12 habían sido lanzados a mediados de 1922. Eran ovalados, de tabaco entrefuerte (¿Contracción, quizá, de “entre fuerte y suave?”) liado en papel de arroz. Un año después de su aparición se decía que habían tenido un éxito “clamoroso, aplastante, único”, que eran la novedad del día, que se hablaba de ellos por todas partes y que era frecuente encontrar sus cajetillas vacías “en la calle, en los zaguanes, en las oficinas”.<sup>34</sup> Esto, aunque no fuera cierto, evidenciaba una intensa campaña publicitaria. Sus primeros anuncios se ilustraron con motivos orientales: los reyes magos y el genio de la lámpara de Aladino simbolizaban que el nuevo producto era un don inapreciable o la materialización del más grande deseo.<sup>35</sup> Pero

Germán List Arzubide se burlaba en un poema: “GRAN CONCURSO / Junte los trozos de humo de su cigarro / y le daremos un premio.” (“Silabario”, en *Esquina*, 1923.)

<sup>32</sup> Felipe Gálvez, “Baluceos de la radiodifusión...”, *op. cit.*, p. 15. En realidad lo que se canjeaba no eran las cajetillas, sino los registros, es decir, la parte de la cajetilla que mostraba la marca.

<sup>33</sup> Véase anuncio en *El Universal Ilustrado*, 6 de diciembre de 1923, p. 10.

<sup>34</sup> “La Cia. de El Buen Tono impulsa la vulgarización cultural...”, *El Universal*, 17 de junio de 1923, p. 9.

<sup>35</sup> Véanse los anuncios en *Revista de Revistas*, 13 y 20 de agosto de 1922. Agradezco a Julieta Ortiz Gaitán que me facilitara copias de éstos y otros anuncios de la colección que recopiló para escribir su tesis doctoral “La imagen publicitaria en la prensa ilustrada mexicana (1894-1939)”, UNAM, 2000. También más adelante se hicieron anuncios “orientalistas” de El Número 12, como el publicado en *El Univer-*

**EL BUEN TONO S.A.**

NUESTRA ESTACION DE RADIOTELEFONIA  
TRANSMITIRA LOS CONCIERTOS  
Y A CAMBIO DE PLANILLAS DE NUESTROS REGISTROS  
NUMERO 12  
Proporcionaremos los Aparatos para Escucharlos

GUARDE USTED SUS REGISTROS  
12 PARA GOZAR DE LA ULTIMA  
CONQUISTA DE LA CIENCIA.

FUME LOS AFAMADOS CIGARROS

|                               |                    |
|-------------------------------|--------------------|
| PRIMORES con y sin besapilla  | COSTEROS           |
| ELEGANTES                     | FLORES DE ARROZ    |
| NUMERO 12 con y sin besapilla | FRANCESES          |
| GARDENIAS                     | HABANEROS          |
| CAPRICHOS                     | MASCOTA            |
| CHORRITOS                     | SABROSOS           |
| CONGRESISTAS                  | SUBLIMES           |
| MARGARITAS                    | SUPERIORES         |
| REINA VICTORIA                | PARISIENSE         |
| ALFONSO XIII                  | RUSOS              |
| COVADONGA                     | SOBERBIOS          |
| MEJORES                       | CAMELIAS           |
| CANELA PURA                   | EXCELENTES HABANOS |
|                               | TURCOS             |

**EL BUEN TONO HARA  
UN RADIOTELEFONISTA  
DE CADA FUMADOR**

LOS REGISTROS 12 NUMERO DE REGISTRO  
SON ORO

Anuncio, *El Universal Ilustrado*, 28 de junio de 1923.

en 1923 se añadió a esta línea otra en la que representaciones dibujadas de hombres y mujeres fumaban placenteramente los cigarrillos al tiempo que escuchaban programas de radio; lo que se enfatizaba aquí era que los cigarrillos finos se avenían bien con el tipo de confort doméstico suscitado por el nuevo invento, definido con exactitud, si bien irónicamente, por Salvador Novo: “¡Da tanto carácter de prosperidad a una casa un aparato de radio en la sala!”<sup>36</sup>

*sal Ilustrado* el 26 de junio de 1924. La foto de un elefante con propaganda frente al edificio de El Buen Tono sobre la que Hugo Hiriart escribió el imaginativo ensayo “El día del elefante” (*Letras Libres*, núm. 16, abril del 2000, p. 78) obviamente formaba parte de esta campaña. A propósito, ¿sería muy descabellado pretender que en esa foto aparecía *Junno* o *Mimme* que, como se lee en *El Universal* (14 de mayo de 1923, p. 6), eran los nombres de los elefantes del Gran Circo Modelo que se presentaba en la capital?

<sup>36</sup> Salvador Novo, “Radio-conferencia sobre el radio”, *op. cit.*



Fragmento de grabado de José Clemente Orozco.

Algo interesante en esta segunda línea de propaganda es que incluyera imágenes de mujeres fumando. Desde los tiempos de Ernesto Pugibet, El Buen Tono había hecho anuncios en los que se veía a mujeres con cigarrillos, lo que les daba cierta atmósfera de exotismo y sofisticación, como las señoritas elegantes que aparecieron a la vuelta del siglo en anuncios de cigarrillos La Mascota y Canela Pura.<sup>37</sup> Ahora bien, este tipo de publicidad no sólo estaba destinada a suscitar el deseo femenino de fumar, sino también a atrapar las miradas masculinas que, al deleitarse en la belleza de las mujeres representadas, se “comían” con ella la marca



## FUMEN ELEGANTES

Han sido siempre los cigarrillos preferidos por las personas de GUSTO DELICADO  
 Son de finísimo papel arroz, de tabaco suave, de aroma exquisito  
 LOS HAY Redondos, sin Boquilla; Ovalados, sin  
 Boquilla; Ovalados, con Boquilla de Corcho.

# 'EL BUEN TONO,' S. A.

Anuncio, *El Universal Ilustrado*, 3 de julio de 1924.

de cigarrillos; en cualquier caso, no fue muy frecuente, quizá porque arraigadas costumbres obraban en un sentido opuesto. En las primeras dos décadas del siglo XX había, claro, mexicanas aficionadas al tabaco, como las que retrató críticamente José Clemente Orozco en tiempos de la revolución; pero este grupo parece haber sido reducido, como se deduce de un reportaje de fines de 1922 en el que varias actrices de teatro frívolo capitalino respondieron a la pregunta de si creían que las mujeres debían fumar o no. El reportero que las entrevistó iba provisto de unas “admirables fotografías” llegadas de Londres y de París, en las que se mostraba a mujeres fumando cigarrillos con elegantes boquillas. A pesar de tan contundente muestra de progreso, las triples entrevistadas afirmaron que las mujeres no debían fumar. Una dijo que “el cigarro se ha inventado para el hombre, no para nosotras”; otra, que “parecen hombres estas mujeres que fuman”, y una más, que “las mujeres sólo debemos oler a mujer y a perfume... El

<sup>37</sup> Véanse los anuncios en *Almanaque Bouret para el año 1897*, entre las p. 58 y 59, y *El Mundo Ilustrado*, 1 de enero de 1906 y 1 de enero de 1907. También algunas cajetillas de El Buen Tono tenían dibujos de mujeres fumando, como las de los cigarrillos Rusos, Covadonga y Reina Victoria.

FUME  
**El Número 12**

Y guarde sus registros  
para obtener un aparato  
de Radio y escuchar  
los conciertos de  
la estación

NUMERO DE REGISTRO

C. Y. B.  
Y LOS DEMAS  
EL BUENTONO, S.A.

Anuncio, *El Universal Ilustrado*, 12 de junio de 1924.

cigarro es cosa exclusiva de los hombres”.<sup>38</sup> La existencia de una encuesta semejante indicaba, sin embargo, que la discusión estaba sobre la mesa. El contexto cultural de ruptura con las tradiciones del que era una muestra entre otras la lucha contra el modernismo en la poesía, jugaba a favor de que más mujeres adquirieran el hábito de fumar; en particular, tanto las “admirables fotografías” extranjeras que empezaban a reproducirse en el *Ilustrado* y otras revistas, como las películas norteamericanas recientes, incluían la representación de mujeres “masculinizadas” que tenían el pelo corto y disfrutaban cigarrillos. Éstas no eran fuerzas persuasivas despreciables, y en poco tiempo se hicieron sentir en la sociedad. Sensibles al cambio de los tiempos, los publicistas de El Buen Tono hicieron resurgir los anuncios dirigidos a mujeres, aunque ahora ya no sólo se mostraban en ellos a exóticas fumadoras, sino también a muchachas del común como rancheritas y *flappers*, casi siempre representadas en un contexto familiar. Esta inmersión en el ámbito tradicional de las actividades femeninas contrasta con la imagen exótica de los anuncios de principios de siglo, lo que sugiere que la nueva publicidad iba más dirigida a promover el hábito de fumar entre las mujeres que a vender a los hombres una marca ligada con imágenes a la belleza femenina. Como quiera que sea, la familia estaba atada en los nuevos anuncios con los estorbosos cables del más reciente representante del confort doméstico, el radio.<sup>39</sup>

Con una potencia de diez mil watts —la mayor en México en la época—, la CYB comenzó a funcionar en septiembre de 1923. La noche del 14 se hizo el primer ensayo dándose el resultado de la pelea de box entre el argentino Luis Ángel Firpo y el norteamericano Jack Dempsey, celebrada ese mismo día en Nueva York; al

día siguiente se transmitió un concierto para festejar el aniversario de la independencia, en el que tomó parte “un buen grupo de artistas”.<sup>40</sup> Poco a poco las actividades fueron aumentando, y ya a principios de diciembre se emitían conciertos todos los martes, jueves y sábados.

Excepto por la transmisión de noticias, que como vimos no fue exitosa, el perfil de la CYB fue en sus primeros meses muy parecido al que había tenido originalmente la estación El Universal Ilustrado-La Casa del Radio: se decía que por medio de ella todas las semanas llegaban hasta los más apartados rincones de la república “las voces admirables de nuestros mejores artistas, las canciones que guardan en sus melodías el alma nacional y la palabra de nuestros hombres de ciencia y de letras”.<sup>41</sup> Su director era el propio José Reynoso; fungía como locutor y jefe técnico Fernando J. Ramírez, quien tiempo antes había establecido la radiodifusora JH; Guillermo Garza Ramos se encargaba de la maquinaria eléctrica; Mariano Ramírez llamaba a escena a los invitados; Ofelia Euroza de Yáñez interpretaba al piano motivos musicales y Juan de Beraza sabía “en qué momento conviene sacar a escena a la que trina como el loco ruseñor del poeta, o a la que narra las tragedias de amor y de celos, o a la que tañe el arpa con cadencioso ritmo”.<sup>42</sup> Era una difusora, pues, bien organizada, que sorteó con éxito la declinación de la moda por la radiofonía que avasalló a los capitalinos durante 1923 y 1924. La CYB siguió transmitiendo conciertos, anunciándolos todavía unos años junto a los cigarrillos El Número 12, hasta que a principios de los años treinta cambió su sigla por XEB, “la B grande de México”, y se transformó en una de las estaciones importantes de la época de oro de la radio nacional.

<sup>38</sup> Ortega, “¿Cree usted que las mujeres deben fumar?”, *El Universal Ilustrado*, 2 de noviembre de 1922, p. 31.

<sup>39</sup> Véanse los anuncios en *El Universal Ilustrado*, 21 de agosto de 1924, p. 14, y 11 de noviembre de 1924, p. 15.

<sup>40</sup> Véase el anuncio en *El Universal*, 16 de septiembre de 1923, p. 8. No es claro si se transmitió la pelea de box desde el *ring-side* en Nueva York o, lo que parece más probable, si sencillamente se comunicó el resultado, es decir, la victoria de Dempsey.

<sup>41</sup> “Ecos de las fiestas de primavera”, *op. cit.*

<sup>42</sup> José Manuel Ramos, “Al pie de la antena”, *Antena*, agosto de 1924, pp. 18-19.