

Eje 18. Comunicación, historia, memoria y derechos humanos
Coordina Mariana Perticará y Enrique Raffin

La conformación de la comunidad de lectores de un periódico entrerriano entre 1927 y 1928

Alicia Jorgelina Torres | Universidad Nacional de Entre Ríos, Argentina
ideasculturales@gmail.com

Resumen

El objetivo de nuestra ponencia es dar cuenta de los procesos que tuvieron lugar en la conformación de la comunidad de lectores del periódico *Libre Verbo*, que se gestó y desarrolló, entre el 5 de septiembre de 1927 y el 25 de octubre de 1928, en la localidad entrerriana de Villa Crespo.

Libre Verbo fue un medio gráfico muy significativo, entre otras razones, por su calidad periodística, su alcance y las repercusiones que causó en sus lectores. A su vez, también es muy particular por su valor histórico, por lo que podríamos considerarlo "La joya de la historia del periodismo crespense".¹

En este trabajo proponemos compartir algunos hallazgos referentes a cómo *Libre Verbo* propiciaba que sus receptores se conviertan también en emisores, de contenidos y como promotores del medio; alentaba a que formen alianzas entre suscriptores y anunciantes; y se ocupaba de alimentar, de distintas formas, su relación con sus lectores, construyendo en esas interacciones, un sentido de comunidad entre ellos.

Además, quisiéramos exponer los desafíos que se presentaron en torno a esta investigación. Cabe destacar que concretamos este estudio como parte del proceso de Tesis de Grado de la Licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Ciencias de la Educación de la UNER, la cual fue aprobada el 23 de junio del año en curso.

Se trata de una investigación documental, donde trabajamos con archivos históricos, en formato de papel y tuvimos acceso directo a las veinticuatro ediciones que fueron publicadas durante la existencia del medio. Las estrategias teórico-metodológicas empleadas se inscriben en el Análisis de Contenido de Bernard Berelson y la microhistoria de Giovanni Levi y Carlo Ginzburg.

¹ Torres, A. (2021). *Libre Verbo: La joya de la historia del periodismo crespense*. Tesis de Grado de la Licenciatura en Comunicación Social, Facultad de Ciencias de la Educación, UNER.



Palabras claves: prensa entrerriana, comunidad de lectores, Crespo, Entre Ríos

El encuentro del tesoro

Cuando tuvimos en nuestras manos los archivos de *Libre Verbo*, y comenzamos el análisis, rápidamente tomamos conciencia que estábamos frente a un tesoro por su valor dentro de la historia de los medios, local y regional.

Cuando se fundó *Libre Verbo*, hacía sólo cinco años que Crespo había recibido la categoría de Villa y que se había formado la primer Junta de Fomento. Pero a pesar de ser una comunidad muy joven, ya contaba con 5000 habitantes, probablemente debido a su crecimiento en todos los aspectos: social, económico, político y también en su oferta educativa, convirtiéndose en un centro para todas las poblaciones aledañas y para tantos viajeros que llegaban gracias a la Estación de Ferrocarriles de Primera Categoría que funcionaba en Crespo.

A la vez, recordemos que incluso a nivel nacional

Una cierta holgura económica, y la progresiva reducción de la jornada de trabajo –que junto al domingo empezó a incluir el sábado inglés– aumentó el tiempo libre disponible. Ello explica el éxito de bibliotecas, conferencias y lecturas, pero también el desarrollo de una gama muy variada de ofertas para llenarlo¹.

Probablemente, la conjunción de todos esos factores, más la consolidación de los sectores medios y especialmente el hecho de que la población alfabetizada iba incrementándose notablemente; colaboró en la aparición de un nuevo público lector.

Estos nuevos lectores tenían distintos objetivos. Algunos buscaban entretenerse, otros capacitarse y muchos pretendían incorporar conocimientos a su acervo cultural, como parte del proceso de movilidad social, ya que hasta ese entonces había sido disfrutado solo por la clase alta.

Respondiendo a esta demanda, fueron apareciendo grandes publicaciones periódicas, diarios, magazines y revistas especializadas que, asombrosamente, en esta época ya llegaban a la Villa a través de dos agencias de publicaciones.

Por un lado, Humberto Alfredo Seri –director de *Libre Verbo*–, tenía la Agencia de Publicaciones “La Cultura”, mientras que el vecino Mateo Pratti era agente de *La Nación* y realizaban las suscripciones a diversas revistas, tales como *Atlántida*, *Billiken*, *Gráfico*, *Para Ti*, *El Hogar*, *Mundo Argentino*, *Novela Semanal*, *El Suplemento*, *Caras y Caretas*, más el material de las editoriales *Prensa Moderna* y de *Claridad*.

Es decir, probablemente ya existía un público habituado, o que estaba acostumbrándose, a la lectura de publicaciones periódicas. Pero *Libre Verbo* además, le dio la oportunidad de no ser sólo receptores de contenidos de publicaciones lejanas, elaboradas en grandes ciudades, sino también la posibilidad de ser protagonistas, e interactuar de distintas formas con el medio y a través suyo, con los demás lectores.

¹ Romero, 1997, p.64

Las estrategias

Uno de los descubrimientos más extraordinarios, fue que los hacedores de *Libre Verbo* se dedicaron a alimentar su relación con la comunidad de lectores. Pero ¿Cómo lo hicieron? ¿Qué estrategias pusieron en práctica? ¿Qué logros obtuvieron?

Lectores escritores



Esta nota apareció en la Ed. Núm. 24, publicada el 25 de octubre, en su página núm. 8.

Durante las primeras tres ediciones *Libre Verbo* invitaba a sus lectores para que sean colaboradores de la publicación, motivándolos para que envíen sus producciones literarias y periodísticas:

"...a todas las personas que tengan una idea de aprovechamiento individual o colectivo; a todos los que sean inteligentes y que por indecisión o modestia, ambulen en la sombra del anónimo. / ...sin distinción de clases... todos los que hayan escrito un cuento, una poesía o un artículo interesante, que no ataque a las religiones ni a la moral..."

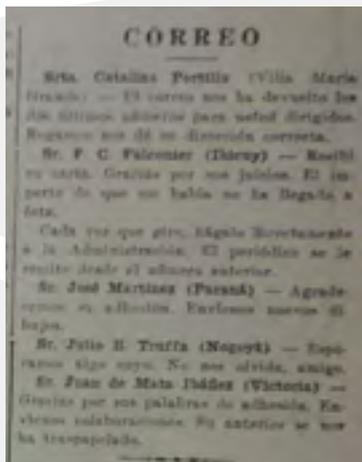
A su vez, aclaraban hasta donde llegaría su tarea de admisión y edición:

"...no nos erigiremos en críticos ni en jueces de nadie. Trataremos sí de corregir las prosas imperfectas... pero respetando debidamente, el pensamiento fundamental del escrito./ ...venimos a recoger el tributo intelectual, de los que llevan una estrella en la frente y un zorzal en el corazón..."

Esta invitación no se mantuvo en el tiempo, quizás porque la respuesta obtenida fue sufi-

ciente, dado que rápidamente comenzaron a recibir numerosas colaboraciones. Entre estas colaboraciones, muchas eran piezas literarias que llegaban desde la misma localidad, como también desde distintos puntos de la provincia de Entre Ríos, algunos de sus autores llegaron a ser reconocidos poetas, pero muchos otros no. Asimismo, también aparecen producciones periodísticas, entre otras, cuatro columnas de opinión referidas a la educación y la cultura, una firmada por Roberto Escobar y las otras tres por Emilia M. Reynoso (la imagen de arriba es una de esas piezas). De él sólo sabemos que era profesor y de ella, que era vecina de Villa Crespo. Es decir, muchos de ellos, eran simplemente lectores de *Libre Verbo*, con algunas habilidades para la escritura.

Editores receptores, lectores emisores



Esta publicación apareció en la ed. Núm. 16, página 7, del 10 de mayo de 1928.

Otro espacio de interacción con los lectores, era presentado bajo el título *Correo*. Allí contestaban y publicaban cada uno de las epístolas que recibían. De esta manera, retroalimentaban el circuito de la comunicación entre editores y lectores y a su vez hacían partícipes al resto de la comunidad lectora.

En esta sección, respondían si publicarían los trabajos recibidos, aclarando en algunas ocasiones "su verso espera turno". Mientras que en algunos casos los incentivaban a mejorar la redacción y volver a enviarlos y en otros directamente eran rechazados, aclarando siempre el motivo.

También contestaban a sus lectores cuestiones administrativas, relacionadas a las suscripciones, pedían correcciones en las direcciones para los envíos, recordaban pago de ejemplares, entre otros.

Cabe destacar que, entre esta correspondencia recibida, también aparecían numerosas demostraciones de apoyo a la publicación crespense, que publicaban bajo los títulos *Frases de Aliento*, *Voces de Aliento* o *Voces Amigas*.

El protagonismo de la imagen



Esta imagen fue publicada en la ed. Núm. 19, página 5, del 25 de junio de 1928.

Otra forma de participación que instrumentaron y que alentaban con un espacio destacado y guardas llamativas, eran las *Sociales*. Los avances tecnológicos ya permitían la incorporación de material fotográfico. Estrategia que *Libre Verbo* puso en práctica desde la primera edición, publicando fotografías de sus lectoras y en algunos casos ellas anunciaban sus casamientos. De esta misma forma, luego también dieron lugar a la "*Galería Infantil*" donde publicaban los retratos recibidos de sus "lectorcitos".

En esta misma sección, también introdujeron otro de los mecanismos de interacción: los concursos. Los hubo de "*Belleza Femenina*" y otro de "*Composiciones para Niños*", este último parece no haber tenido tanta respuesta.

A su vez, a través de las *Sociales* y los diferentes concursos, propiciaban la inclusión de las mujeres y las infancias en sus agendas, como también lo hacían grandes publicaciones periódicas de nivel nacional. Esta característica, además de presentarse como sumamente moderna para la época, es doblemente llamativa, puesto que no se trató de una incorporación sólo como público lector (para lo que además usaban otras piezas), sino también como emisores de contenidos.

En este punto podríamos reflexionar sobre ¿Qué habrá significado para esos lectores, poder leer sus nombres impresos en las páginas impresas del periódico? ¿Cómo les habrá impactado que en esa publicación aparezca un texto que ellos elaboraron, al lado de los firmados por periodistas o poetas? ¿O que puedan presumir su propio retrato, como si se tratara de artistas o personalidades destacadas?

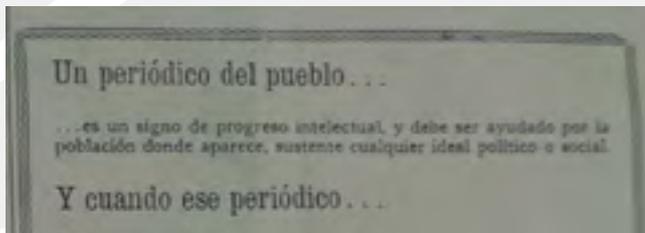
De esta forma, los editores de *Libre Verbo*, en ese ida y vuelta con sus lectores, se dedicaron a forjar un vínculo dinámico.

Tres líneas de participación, como sostenedor

Los editores de *Libre Verbo* insistían en que el lector debía ocupar un rol activo, no sólo

como emisores de contenidos, sino también en el mantenimiento de la empresa periodística. Para esto, proponían diversas líneas de participación: como “suscriptores” –quienes compraban el ejemplar–, como “anunciantes” –quienes publicitaban sus productos y servicios– y hasta como replicadores de su actividad.

Contribuir, como suscriptor o anunciante



Apareció en la ed. núm. 10, el 25 de enero de 1928, en la página núm. 5.

En cuanto a la primer y segunda línea –como “suscriptores” o “anunciantes”– puede leerse un texto argumentativo donde reclaman a toda la comunidad:

Un periódico del pueblo...

...es un signo de progreso intelectual, y debe ser ayudado por la población donde aparece, sustente cualquier ideal político o social.

Y cuando ese periódico...

...es culto, impersonal e independiente en toda la acepción de la palabra, no debe haber un solo vecino, amigo del progreso, que se niegue a contribuir con la pequeña ayuda que requiere para poder desenvolverse y bregar por el bien común.

La cultura de los pueblos...

...exige portavoces de todas las clases y de todas las aspiraciones, para perfeccionarse y ampliarse...

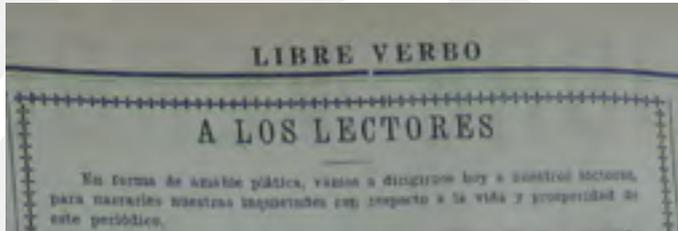
Si usted niega su apoyo...

...a todas las publicaciones que no reflejen exactamente su pensamiento o su ideal, es usted simplemente

Un enemigo de la civilización y el progreso elemental de los pueblos.

Esta publicación la tomaron de su colega *Reflejos de Adrogué* y la repitieron en cuatro ediciones, la núm. 10, 18, 20 y 23. En la imagen puede observarse parte de su diseño gráfico: El texto aparecía en un recuadro con guardas dibujadas y frases destacadas y en negrita, lo que remarca la importancia que quisieron darle.

El lector sostenedor

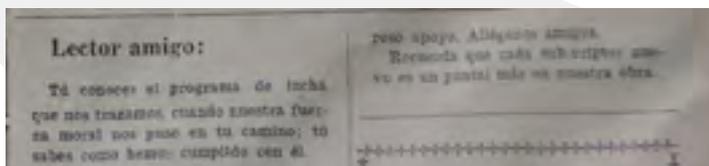


Esta pieza apareció en la ed. núm. 23, del 30 de agosto de 1928, en la página núm. 2.

Con este mismo objetivo, de sumar suscriptores y o anunciantes, publicaron además otros textos, donde apelan al lector como sostenedor del medio, como en el titulado *A los lectores*. Arriba puede verse la imagen y aquí transcribimos un fragmento:

...Es preciso que nadie se niegue a contribuir con la pequeña ayuda que necesitamos. La civilización, la cultura y el progreso de nuestro pueblo, reclaman nuestra vida. Nuestros lectores son los que deben sostenerla. Por eso, rogamos a todos los que aún no sean suscriptores se inscriban cuanto antes, y a aquellos, sean un poco más condescendientes y benévolos y abonen con puntualidad los recibos que les pasa la Administración.// De lo contrario, amigos, este periódico que tantos prestigios goza en la provincia y fuera de ellas, por su carácter especialmente único, por su prédica esencialmente pura y por su alma substancialmente lírica, no podrá subsistir. ...caeremos con dignidad y valentía...

Lector amigo, alléganos amigos



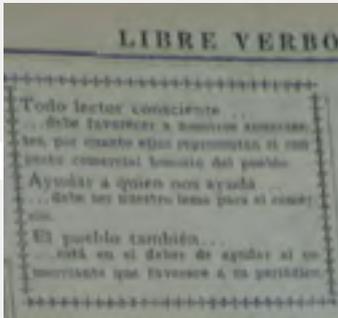
Esta publicación, de la que pueden verse sus primeras líneas en esta imagen, se publicó seis veces –en las ediciones número 15, 16, 17, 18, 20 y 23.

Fue muy llamativo descubrir la tercer línea de participación que proponían los editores de *Libre Verbo*. Ellos entendían que, de una u otra forma, el lector debía colaborar en el sostenimiento del medio y encontraron otra forma para que lo hagan.

Se trató de una invitación a sus seguidores, para que, a su vez, sean promotores del periódico. Aquí se dirigen a quienes ya eran suscriptores, pero lo que les piden ahora es que recomienden el periódico a sus amistades, para que ellos también se sumen a esta comunidad. Con este propósito, comenzó a aparecer una pieza titulada: *Lector Amigo*, donde de una manera más directa se dirige a su receptor/ suscriptor solicitándoles este encargo concreto:

...Tú sabes que LIBRE VERBO aspira a ser el primer periódico literario de Entre Ríos; pero no sabes lo que cuesta sostenerlo./ Ayúdanos lector./ ... Contribuyendo al sostén de nuestra hoja, contribuirás al sostén del bienestar del pueblo, de su cultura y de su progreso intelectual./ Amigo lector: necesitamos tu generoso apoyo. Allérganos amigos./ Recuerda que cada suscriptor nuevo es un puntal más en nuestra obra.

Ayudar a quien nos ayuda



Publicación aparecida en las ediciones núm. 18, del 10 de junio de 1928 y en la núm. 20 del 10 de julio de 1928.

Otro descubrimiento muy peculiar fue encontrar un llamado a realizar una alianza entre suscriptores y anunciantes. De esta forma intentaban cerrar el círculo publicitario – comercial. Pero, ¿Cómo lo hacían?

A través de un mensaje claro, concreto, directo y persuasivo, se dirigían a los lectores para que se conviertan en clientes de sus auspiciantes: “Ayudar a quien nos ayuda”. Tal como puede verse en la imagen, este pedido aparece sin título, recuadrado y en ambas ediciones lo ubican en la parte superior de la hoja; y dice así:

Todo lector consciente... debe favorecer a nuestros anunciantes, por cuanto ellos representan el conjunto comercial honesto del pueblo. Ayudar a quién nos ayuda... debe ser nuestro lema para el comercio.

El pueblo también... está en el deber de ayudar al comerciante que favorece a su periódico.

Servicio al lector

Otro aspecto a destacar, fue que los hacedores de este periódico demostraban interés por brindar un servicio de calidad en el envío de los ejemplares, lo que quedó plasmado cuando en un par de oportunidades publicaron:

“A los suscriptores de la Villa, interior y exterior que no reciban el periódico con la

regularidad debida, se les ruega hagan su reclamo por carta o personalmente a fin de normalizar los envíos".

Por último, agregaremos, que manifestaban una clara preocupación por mantener una comunicación fluida con "...los señores avisadores, suscriptores y público en general", en lo que respecta a las distintas decisiones y novedades de la vida del periódico.

En este sentido, el 20 de noviembre de 1927 en su ed. núm. 6 y en la núm. 7, del 10 de diciembre de 1927, en ambas publicaciones con recuadro y tipografía destacada, les dicen:

"Desde el 1° del corriente mes, el señor P. Jacinto Zaragoza ha dejado de pertenecer, en absoluto a la administración de este periódico, haciéndose cargo de ella, nuestro compañero Raúl P. González, a quien deben dirigirse en lo sucesivo..."

De la misma forma, en la ed. núm. 15, del 25 de abril de 1928, bajo el título de *Nuestras mejoras* anuncian:

"Este número es el primero que confeccionamos en los importantes talleres gráficos de nuestro colega máximo de la provincia: "El Diario" de Paraná. El cambio de la casa editora nos beneficia grandemente..." dicen, para luego enumerar y describir las ventajas que les traía este cambio de imprenta.

Este tipo de trato, tan cercano y sostenido, entre los editores y lectores de *Libre Verbo*, fue un hallazgo fascinante.

Para finalizar

En líneas generales, podríamos sostener que los lectores de *Libre Verbo* eran personas activas y comprometidas con su causa, que además de leer, escribían al periódico y solicitaban publicar. A su vez, es probable que estos lectores se hayan convertido en compradores de los anunciantes del periódico. Del mismo modo, es posible que algunos hayan respondido a la invitación de recomendar a sus amigos que se suscriban a esta publicación. En síntesis, consideramos que ese conjunto de estrategias y procesos expuestos en esta ponencia, probablemente colaboraron para que los receptores se hayan convertido también en emisores, de contenidos y como promotores del medio; como así también, que se hayan propiciado algunas alianzas entre suscriptores y anunciantes.

Todo esto, a su vez, seguramente fortaleció su relación con sus lectores y entre ellos, construyendo en esas interacciones, un sentido de comunidad entre todos los implicados. Por otro lado, cabe mencionar que no contamos con datos fehacientes sobre la tirada, ni los ejemplares efectivamente vendidos. Tampoco pudimos contar con testimonios de lectores de la época, dado que esta publicación tiene casi cien años desde su desaparición. Por último, agregamos que es posible retomar y ampliar este estudio, o tomar otras líneas investigativas, tales como un análisis comparativo con respecto a lectores de otras

publicaciones periódicas de la región, de aquellos años.

Referencias bibliográficas

BERELSON, Bernard (1952). *Análisis de contenido en la investigación en comunicación*. New York: The Free Press.

BOSCH, Beatriz (1978). *Historia de Entre Ríos. 1520-1969*. Tomo 2. Bs.As: Ed. Plus Ultra.

BRITOS, Orlando (1993). *Primer libro de la Historia de la ciudad de Crespo*. Crespo, Entre Ríos: Edición Propia.

———(2005). *Historia e Historias de Crespo Entre Ríos*. Crespo, Entre Ríos: Municipalidad de Crespo.

COMISIÓN DE HOMENAJE AL CENTENARIO (1988). *Centenario de Crespo 1888- 1988*. Crespo, Entre Ríos: Fundación Banco Bica.

DORSCH, Víctor (1988). *Crónica de Crespo 1888 1988*. Crespo, Entre Ríos: Editora Buenafe.

FORD, Aníbal; Rivera, Jorge y Romano, Eduardo (1987). *Los Medios masivos de comunicación en la Argentina en Medios de comunicación y cultura popular*. Bs.As., Legasa.

LEVI, Giovanni (jueves 18 de noviembre de 2010). Conferencia sobre Microhistoria en el Instituto de Investigaciones Histórico-Sociales de la Universidad Veracruzana, Xalapa, México. Recuperado en <https://www.youtube.com/watch?v=nGc8gU6wplw>

LEYES, Rodolfo (2016). *Caravanas de hombres marchaban: el éxodo obrero en Entre Ríos. 1925-1945*. Folia Histórica del Nordeste. Recuperado de: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0325-82382016000300002

LÓPEZ NOGUERO, Fernando (2002). *El Análisis de contenido como método de investigación*. XXI Revista de educación N°4.

OSSANA, Edgardo y otros (2011). *Quiénes leen, qué leen y cómo leen los entrerrianos en las últimas décadas del siglo XIX y primeras décadas del Siglo*. Paraná: Ed. Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de Entre Ríos.

QUIÑONEZ, María Mercedes. *La Microhistoria Italiana: Propuestas y Desafíos*. Recuperado de: <http://www.unsa.edu.ar/histocat/historiahoy/cart-quinonez.htm>

REULA, Filiberto (1971). *Historia de Entre Ríos*. Santa Fe: Editorial Castellvi.

RIVERA, Jorge (2004). *El escritor y la industria cultural*. Bs.As.: Ed. Atuel.

ROMERO, José Luis (1997). *Breve Historia Contemporánea de la Argentina*. Bs.As.: Fondo de Cultura Económica.

RUSSOVICH, Rosa María y Lacroix, María Luisa. *Los Grandes Diarios en Crónicas del Perio-*



dismo. Cuadernos de historia popular argentina. Centro Editor de América Latina.

TORRES, Alicia Jorgelina (2016). *Libre Verbo: La joya de la historia del periodismo crespense*. Tesis de grado de la Licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de Entre Ríos, 2016.