

LOS GRANDES DIARIOS DE BUENOS AIRES EN LAS PRIMERAS DÉCADAS DEL SIGLO XX: MODERNIZACIÓN EDILICIA, FUNCIÓN SOCIAL Y CULTURA DEL OCIO

MARTÍN SERVELLI¹
servelli@gmail.com

Resumen:

Este trabajo indaga los vínculos que se establecieron entre las empresas periodísticas y sus lectores al margen de las páginas impresas. Se propone reconstruir un entramado material de relaciones que abarca desde propuestas de asistencialismo público hasta espectáculos masivos destinados a establecer lazos concretos con los lectores, en un campo periodístico que se diversifica con el surgimiento, a comienzos del siglo veinte, de nuevas publicaciones orientadas a los sectores medios y populares. Los diarios de mayor circulación del período diseñaron diferentes estrategias de interpelación para captar a un público masivo; asumieron nuevas funciones que excedían el oficio periodístico y fundaron novedosos espacios de sociabilidad que transformaron los roles tradicionales de la prensa.

Palabras clave: diarios – edificios – función social – cultura del ocio

Abstract:

This paper focuses on the links between newspapers companies and their readers, beyond the pages of newspapers. It is proposed to rebuild a material network of relationships that encompass from public assistance to massive shows, intended to establish concrete ties with readers, in a diversified and growing journalistic field oriented to the middle and popular sectors, at the beginning of the twentieth century. The newspapers with the highest circulation of the period devised different strategies to attract a mass audience; they assumed new functions that exceeded the journalistic profession and founded new spaces of sociability that transformed the traditional roles of the press.

Key words: newspapers – buildings – social function – leisure culture

¹ Universidad de Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, Departamento de Letras, JTP de Literatura Argentina II.

Desde fines del siglo XIX y, con mayor intensidad, durante las primeras tres décadas del siglo XX, numerosas empresas periodísticas emprendieron transformaciones materiales significativas que implicaron, en muchos casos, la modernización de sus infraestructuras y la concepción de nuevos usos sociales para sus edificios. La concentración de importantes órganos de prensa en la moderna Avenida de Mayo (inaugurada el 9 de julio 1894) fue un índice de este proceso. La avenida inventó una ciudad nueva, como los bulevares de Haussman en París y el Strand en Londres²; y los diarios de Buenos Aires que elegían instalarse en esta arteria emblemática anunciaban, con el ampuloso gesto edilicio, no solo su grandeza y porvenir, sino también la centralidad que se arrogaban como protagonistas de la vida pública de la ciudad. Además de distinguirse por sus cafés, hoteles, teatros y comercios, y convertirse en epicentro de las manifestaciones políticas, la Avenida de Mayo ostentaba una identidad particular como “la calle de los diarios”, tal como la recuerda Arturo Jauretche en una evocación retrospectiva:

la Avenida de Mayo fue en primer término la calle de la política popular; por ella las multitudes habían arrastrado el coche de Yrigoyen en el trayecto del Congreso a la Casa de Gobierno en 1916 y en ella se celebraban los grandes mitines partidarios. Era además la calle de los diarios: *La Prensa*, *El Diario*, *La Razón*, *La Época* y más tarde *Crítica*, con sus pizarras y los tumultos ocasionados por sus noticias de la guerra y los escrutinios. La calle donde la gente se aglomeraba ante las noticias sensacionales.³

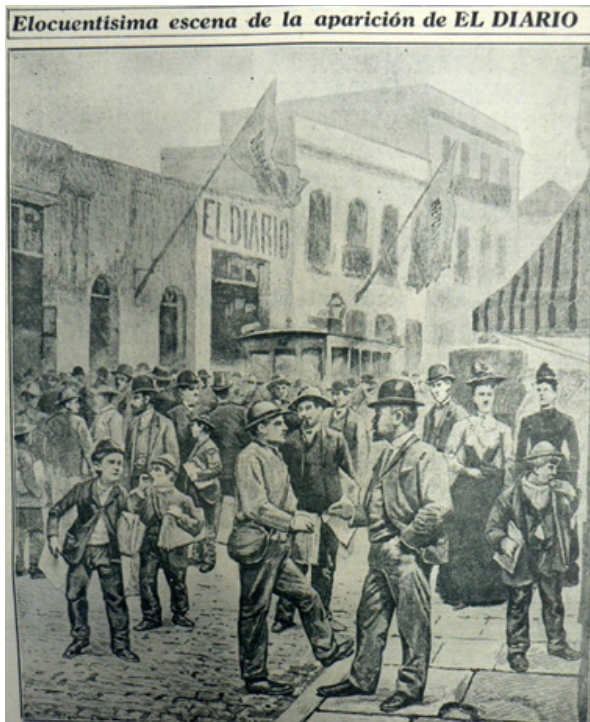
Pero este contacto directo de los diarios con su público lector no era novedoso. Hacia 1880 las imprentas de los principales diarios de Buenos Aires se habían constituido en puntos de reunión donde los ávidos lectores aguardaban expectantes la salida de las ediciones vespertinas entremezclados con los jóvenes vendedores. Así lo señalaba Ernesto Quesada en un artículo que reseña la extraordinaria evolución que experimentó la prensa periódica entre 1877 y 1882:

² FRANCIS KORN, *Buenos Aires 1895. Una ciudad moderna*, Buenos Aires, Editorial del Instituto, 1991, p. 14

³ ARTURO JAURETCHÉ, “La Avenida de Mayo”, en: *Crisis* 26, 1975, pp. 32-33.

Por la tarde, el espectáculo es característico: a las 2 p.m. principia *la hora del diario*: los muchachos agolpados tumultuosamente a la puerta de las imprentas del *Nacional*, *Diario* y *Libertad* apenas reciben los paquetes, húmedos todavía, corren en todas direcciones, atropellando a los caminantes, aturdiéndolos con sus gritos, deteniéndose un instante para vender los números que llevan, –todos los paran, todos quieren devorar ávidamente esas hojas impresas⁴

El ilustrador Francisco Fortuny representó una escena similar a la descripta por Quesada, en un dibujo que recrea la aparición de *El Diario* hacia 1881 (Figura 1):



Fuente: Reproducido en *La prensa argentina. Contribución de El Diario a su historia, 1801-1933* (1933)

⁴ ERNESTO QUESADA, “El periodismo argentino (1877-1883)”, *Nueva Revista de Buenos Aires*, año III, tomo IX, Buenos Aires, Imprenta y Librería de Mayo, p. 75.

Los tumultos descriptos por Quesada iban definiendo una geografía periodística en torno a unas cuantas manzanas del centro de la ciudad de Buenos Aires, en cuyas calles se concentraban los principales talleres, redacciones y oficinas administrativas de los diarios: San Martín, Piedad (Bartolomé Mitre), Bolívar, Moreno, Alsina, entre otras. Hacia allí se dirigían los lectores ansiosos por empaparse de las primicias y los habituales solicitantes de las redacciones.⁵

Partiendo de estos contactos directos de los diarios con un público que se amplía a un ritmo acelerado⁶, este trabajo indaga los vínculos que se establecieron entre las empresas periodísticas y sus lectores al margen de las páginas impresas. Los apartados que siguen se proponen reconstruir un entramado material de relaciones que abarcan desde propuestas de asistencialismo público hasta espectáculos masivos destinados a establecer lazos concretos con los lectores, en un campo periodístico que se diversifica con el surgimiento, a comienzos del siglo veinte, de nuevas publicaciones orientadas a los sectores medios y populares.⁷ Los diarios de mayor circulación del período diseñaron diferentes estrategias de interpelación para captar a un público masivo tironeado por nuevos competidores; asumieron nuevas funciones que excedían el oficio

⁵ El escritor y periodista Alberto Pineta describe en sus memorias la conformación del “damero periodístico”, hacia 1925: “La avenida de Mayo centraba en esos años el Fleet Street del periodismo de Buenos Aires. En un par de cuadras se escalonaban *La Prensa*, de los Paz; *La Razón*, de los Cortejarena; *El Diario*, de Láinez, y también *Diario del Plata* (...). A trescientos metros, por San Martín, *La Nación*, de los Mitre, elevaba su tradicional y vetusto edificio, hoy modernizado y ampliado, con nuevas oficinas sobre Florida. *La Fronda*, de Francisco Uriburu, abría sus puertas sobre la misma calle. [...] Sobre Esmeralda al 200, ocupaban edificios vecinos *La República* y *Última Hora*, de Villagra, y en la proximidad estaba *La Acción*, de Calcagno. Todavía dentro de ese radio de influencia, *El Telégrafo*, de mister Selby, en Reconquista y Lavalle; *La Argentina*, en Leandro Alem. [...] Separada del centro del damero periodístico, el diario *Crítica* desarrollaba sus actividades en Sarmiento, entre Paraná y Montevideo”. ALBERTO PINETA, *Verde memoria. Tres décadas de literatura y periodismo en una autobiografía*, Buenos Aires, Ediciones Antonio Zamora., 1962, pp. 31-32.

⁶ Adolfo Prieto conjetura que para 1890, el diario *La Prensa* y el semanario *Don Quijote* alcanzaban un techo de 120.000 lectores por ejemplar, cuando Buenos Aires contaba con una población estimada de 500.000 habitantes. ADOLFO PRIETO, *El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna*, Buenos Aires, Sudamericana, 1988, p. 39.

⁷ Véase SYLVIA SAÍTTA, “El periodismo popular en los años veinte”, en Ricardo Falcón (dir.), *Democracia, conflicto social y renovación de ideas (1916-1930)*, Nueva historia argentina, vol. 6, Buenos Aires, Sudamericana, pp. 435-471.

periodístico y fundaron novedosos espacios de sociabilidad que transformaron los roles tradicionales de la prensa, al medirse, cuerpo a cuerpo, con lectores de carne y hueso.

POR LAS REDACCIONES

El incesante desfile de los personajes más variopintos por las salas de redacción constituyó tempranamente un aspecto central del contacto directo de los diarios de gran circulación con sus lectores. Numerosos periodistas han dejado testimonio de estas visitas, que se multiplicaban en épocas de acontecimientos extraordinarios como guerras o revoluciones, pero que constituían el día a día de las redacciones. El periodista de *La Nación* Aníbal Latino (pseudónimo de José Ceppi), describió muchas de estas escenas con los tintes costumbristas característicos de su prosa, y resumió de esta manera los diversos motivos que alentaban tan heterogénea concurrencia:

Detrás del que comunica detalles sobre las evoluciones políticas del momento, el que anticipa datos sobre futuros proyectos financieros, el que denuncia abusos de cualquiera repartición, el que quiere que se tapen charcos en su calle, el que pide empedramiento de la suya, el que se queja de la imposición abusiva de algunas multas, el que comunica prisiones arbitrarias y desmanes policiales, el que revela ilegalidades o abusos de las oficinas públicas, el que reclama contra los escándalos de ciertas casas, el que se incomoda porque en un suelto se ha dicho que ha pegado a otro en la cabeza, mientras ha sido en los hombros, el que se queja de alguien o de algo, el que quiere atacar o defenderse, *et sic de ceteris*⁸

De la cita pude inferirse el poder que los lectores le asignaban a la prensa como mediadora en diversas situaciones conflictivas y como destinataria de los correspondientes reclamos, incluyendo aquellos de índole municipal o judicial. El mismo Ceppi, en un artículo de 1899 que retoma los “tipos y escenas” que se sucedían diariamente en la redacción de *La Nación*, compara los requerimientos

⁸ ANÍBAL LATINO (pseudónimo José Ceppi), *Cuadros Sudamericanos*, Buenos Aires, Librería Universal de Alejandro Miroli – Librero editor, 1888, p. 376.

personales que formulaban los lectores a la dirección del diario con las demandas que los ciudadanos realizaban en las oficinas públicas, con clara ventaja de los primeros sobre los segundos:

Ni la presidencia de la república, siempre solicitada por los postulantes, ni los ministerios, siempre llenos de recomendados, ni las antesalas del Congreso en vísperas de la discusión del presupuesto de gastos, presentan mayor variedad de tipos, permiten escudriñar mejor que desde la dirección de un periódico las debilidades sociales, las necesidades que afligen a una gran población, los vicios, méritos y defectos de las muchedumbres, diluidos en partículas que se encargan de representar los innumerables individuos que vienen a formular quejas, reclamaciones, denuncias, observaciones de toda clase.⁹

La analogía con los poderes del Estado no es arbitraria, ya que señala un aspecto destacado del rol que asume la prensa masiva del período como articuladora de una serie de demandas sociales, en representación de un arco social amplio (“desde los más ricos a los más pobres, desde los más plebeyos a los más aristocráticos” –añade Ceppi–), cuyos reclamos no alcanzaban la consideración de los funcionarios públicos. Las demandas dirigidas a los diarios podían ser tan triviales como aquella que narra Fray Mocho en clave humorística, en uno de sus célebres diálogos publicados en *Caras y Caretas*: la de una aspirante a la clase alta porteña, que se quejaba porque su apellido no figuraba en la sección “Vida social”, y quedaba relegado únicamente a los “ecéteras”.¹⁰ En el extremo opuesto podría citarse el ejemplo del diario *La Argentina* (dirigido por Eduardo Mulhall, hijo del fundador del periódico *The Standard*, de Buenos Aires), cuya redacción fue invadida, el 1° de mayo de 1909, por un espontáneo contingente de obreros urgidos por suministrar su versión de la violenta represión policial, que provocó decenas de muertos y heridos, durante la celebración del día del trabajador.

⁹ ANÍBAL LATINO, “Vida periodística. Tipos y escenas”, en: *La Nación*, Buenos Aires, 7 de marzo de 1899.

¹⁰ “No he de dejar que a la Chicha me la pongan entre las ecéteras ni a mí tampoco... Conforme salga de una fiesta la mando a la Chicha con Federico y yo enderezo pa las imprentas a ver a los directores...”. FRAY MOCHO, “Sinfonía”, en: *Caras y Caretas*, Buenos Aires, 30 de agosto de 1902.

Ayer, minutos después de ocurrido el luctuoso suceso, la redacción de LA ARGENTINA fue invadida por los obreros que formaban, unos en la manifestación disuelta de tan extraña manera, y otros espectadores, para expresar todos su airada protesta por el atropello de que se hiciera víctima a un pueblo indefenso en que alternaban y se confundían los ancianos, las mujeres y los niños.

Muchos fueron los obreros que nos visitaron, siendo la opinión uniforme que había habido exceso en el correctivo de la falta, si la hubo, y que la policía reveló un ensañamiento que no tuvo su razón de ser. Unánime fue la condena y unánime el pedido para que LA ARGENTINA fuese un eco fiel de sus sentimientos.¹¹

La sede de *El Diario*, una de las primeras en instalarse en la Avenida de Mayo, en 1901,¹² era otra de las paradas donde recalaban habitualmente las populosas manifestaciones que recorrían la avenida, como la de los cirujas, que en 1930, cuando fueron expulsados de la quema, viajaron hasta el centro en una caravana de diez camiones “repletos de muchachones bullangueros y hombre de edad, no menos exaltados que los otros” a sentar sus demandas en el vespertino: “Los vivos a EL DIARIO eran estentóreos y entusiastas. Los «cirujas» se empinaban, apiñados sobre los camiones, y pedían a gritos un cronista y un fotógrafo. Un fotógrafo para que quedara constancia innegable de su excursión en auto por el asfalto, y un repórter para explicarle las causas de su aventura” (Figura 2).

¹¹“El día de la fiesta de los trabajadores convertido en una tragedia”, en: *La Argentina*, Buenos Aires, 2 de mayo de 1909.

¹²Se instaló en su edificio propio de Avenida de Mayo 662 el 30 de setiembre de 1901.

Figura 2:



Fuente: Fotografía extraída de *El Diario*, 10 de julio de 1930

En la misma década, Raúl González Tuñón dedicó una serie de textos a registrar los casos de marginales y desheredados que se acercaban a la redacción de *Crítica* “en busca de amparo”¹³. Toxicómanos, vagabundos y suicidas enseñan otra veta (en clave bohemia) de la asistencia informal que podían llegar a brindar los periódicos a estos “personajes de novela”. Cuenta Helvio Botana, el hijo del mítico director de *Crítica*, que en el diario existía una sección estable, que en la jerga interna la llamaban “Miseria”, la cual estaba dedicada a atender casos de extrema necesidad, que en buena medida no llegaban a publicitarse en las páginas

¹³ RAÚL GONZÁLEZ TUÑÓN, “El otro lado de la estrella”, en: *Crítica. Revista multicolor de los sábados*, Buenos Aires, 26 de agosto de 1933.

del vespertino. Quien estaba a cargo de esta sección disponía del equivalente a un sueldo mensual para repartir por día, sin necesidad de rendir cuentas, ya que “había que resolver sobre el pucho pequeños y angustiosos problemas, desde un viaje a una provincia, comer, internación en hospitales, rescatar del empeño a último momento herramientas de trabajo”¹⁴. Sylvia Saítta rescata de las extensas y detalladas memorias de Roberto Tálice, el dato de la existencia, en este mismo diario, de una sección interna de “Atención al público” que recibía a “la caravana de solicitantes” que concurrían diariamente a exponer conflictos y penurias, a interponer reclamos o a solicitar protección.¹⁵ Esta sección disponía de un fondo de ayuda cuyo uso estaba reglamentado, según los casos, por la administración del diario.

Este tipo de asistencialismo personalizado dio lugar a un anecdotario profuso y pintoresco, del que se destacan los intentos de los periodistas de *Crítica* por salvar a los potenciales suicidas que llamaban al diario para anunciar su decisión irrevocable. Cuando los datos de las cartas o llamados anónimos eran insuficientes para acudir en respuesta, *Crítica* intentaba disuadir a su autor interpeándolo desde las páginas del diario, con calculado sensacionalismo: “Mañana se suicidará un lector de ‘Crítica’”: “¡No se mate amigo! Venga a visitarnos que todo se va a arreglar perfectamente. Salga de su cuarto, salga de sus preocupaciones y mire las cosas como si hubiese nacido de nuevo, como si las viera por primera vez”.¹⁶ Cuando la intervención era exitosa, se publicaba una crónica ilustrada con la reconstrucción fotográfica del hecho, como ocurrió con un caso resonante que lo tuvo por protagonista al cronista de policiales Roberto Arlt, luchando a brazo partido para desarmar a una “pre-suicida”.¹⁷

En este conjunto de relaciones entabladas al margen de la tarea periodística, los diarios se asumían como actores sociales capaces de atender un cúmulo de demandas puntuales de los lectores; y estos, por su parte, les otorgaban una

¹⁴ HELVIO BOTANA, *Memorias tras los dientes del perro*, Buenos Aires, A. Peña Lillo editor, 1977, p. 103.

¹⁵ SYLVIA SAIITTA, *Regueros de tinta. El diario Crítica en la década de 1920*, Buenos Aires, Sudamericana, 1998, p. 131.

¹⁶ “Mañana se suicidará un lector de ‘Crítica’”, en: *Crítica*, Buenos Aires, 2 de enero de 1928.

¹⁷ SAIITTA, *Regueros...*, cit., p. 207

función social distintiva, que invita a repensar el lugar que ocupó la prensa masiva en las primeras décadas del siglo XX, como una institución civil tensionada a su vez por requerimientos de índole pública.

PRENSA ÉTNICA Y PERIÓDICOS MILITANTES

Esta faceta asistencialista de la prensa periódica tiene un antecedente directo que remite a la trama común que aunaba a los diarios con el movimiento asociativo. Con la explosión de la vida asociativa que experimentó Buenos Aires después de Caseros, surgieron decenas de entidades de muy diverso tipo, entre las que se destacaron, por su perdurabilidad y presencia pública, las sociedades de ayuda mutua. Su objetivo central era el de reunir fondos entre sus miembros para crear mecanismos de asistencia en materia de salud, empleo y hasta ahorro y apoyo educativo.¹⁸ Tanto las colectividades de inmigrantes como las del movimiento obrero en gestación fueron las más activas en este tipo de actividad mutualista.

La prensa étnica desempeñó un papel destacado en la difusión de las actividades de las instituciones mutuales, sociales, recreativas y conmemorativas. Las incipientes dirigencias de los grupos inmigrantes percibieron rápidamente la importancia de tener una prensa propia y esta se desarrolló vigorosamente, sobre todo en el caso italiano y el español. Señala Hilda Sábato que estos diarios y las asociaciones de inmigrantes estaban lideradas por las mismas personas y constituían redes institucionales estrechamente interconectadas.¹⁹ Diarios como *El correo español* y *La Patria degli Italiani*, oficiaban como nexos articuladores entre los diversos sectores que conformaban las colonias de origen y, a través de sus páginas, se proponían proyectos para la constitución de sociedades e instituciones diversas. A lo largo de las décadas del 70 y 80 del siglo XIX se fue desarrollando un espacio de acción compartido por periódicos y asociaciones de distinto tipo: “diarios y asociaciones no solamente actuaron en el campo limitado de la representación, defensa o protección de los intereses y opiniones de sus bases, sino que constituyeron una trama de vínculos e intercambios cruzados”.²⁰

¹⁸ HILDA SÁBATO, “La vida pública en Buenos Aires”, en: María Bonaudo (dir.), *Liberalismo, Estado y orden burgués (1852-1880), Nueva historia argentina*, vol. 4, Buenos Aires, Sudamericana, p. 171.

¹⁹ SÁBATO, *ob. cit.*, p. 196

²⁰ SÁBATO, *ob. cit.*, p. 69.

La labor asistencial que desempeñaron estas instituciones era fomentada por la prédica de los diarios. *El correo español*, por ejemplo, fue el órgano desde donde se conciliaban intereses y se proponían esfuerzos conjuntos y fue el propulsor de muchas medidas que se materializaron en instituciones y que completaron la trama del asociacionismo español.²¹

Un diario de tirada masiva como *La Patria degli Italiani*, no sólo sirvió, en tanto medio de comunicación, para unir y defender a la comunidad que representaba, salvaguardar la lengua y la cultura vernáculas, transmitir información sobre la sociedad argentina e interpretarla y desarrollar un nuevo sentido identitario (más allá de los provincialismos de origen). Cumplió, además, funciones inusuales que incrementaron su influencia, al asumir algunos de los servicios que brindaban las sociedades de ayuda mutua. En el año 1900 *La Patria degli Italiani* estableció un consultorio médico y servicios de asistencia legal gratuita, y en 1905 inauguró un consultorio de agronomía, veterinaria y zootecnia.²² Mientras que el servicio médico estaba limitado a los suscriptores del periódico, el asesoramiento legal y agrícola se ofrecía a todos los italianos. El diario también oficiaba como árbitro y vocero de muchas disputas dentro de la comunidad italiana. A él acudían grupos de trabajadores a difundir sus reclamos y a solicitar su intercesión, o estudiantes a protestar ante determinadas situaciones conflictivas, como ser la crisis financiera que afectó a las escuelas italianas en Argentina entre 1906 y 1907 y que provocó el cierre de muchas de ellas.²³

El caso del semanario militante *La Vanguardia*, enseña otra faceta de la trama que vinculaba a los periódicos con sus lectores por medio de un contacto institucional directo. Como señala Buonuome, este periódico participó de un doble proceso de organización política y concientización de los trabajadores en

²¹ MARCELO GARABEDIAN, “España. Los españoles y la Argentina a través de la mirada de El Correo Español (1872-1905)”, en: MARCELO GARABEDIAN, SANDRA SZIR, MIRANDA LIDA, *Prensa argentina siglo XIX. Imágenes, textos y contextos*, Buenos Aires, Biblioteca Nacional/Editorial Teseo, 2009, p. 23.

²² El consultorio médico, a cargo del Doctor Pasquale Gentili, no funcionaba en la sede del diario sino en su residencia particular (“Il consultorio medico gratuito della «Patria degli Italiani»”, en: *La Patria degli Italiani*, Buenos Aires, 17 de octubre de 1900). El consultorio legal gratuito atendía también en la sucursal del diario en la ciudad de Rosario (“Sucursale della «Patria degli Italiani» in Rosario di Santa Fe”, *La Patria degli italiani*, Buenos Aires, 28 de enero de 1907).

²³ SAMUEL BAILY, “The Role of Two Newspapers in the Assimilation of Italians in Buenos Aires and São Paulo, 1893-1913”, en: *The International Migration Review*, v. 12, 3, p. 329.

Argentina y actuó como un factor de primer orden en la institucionalización del socialismo argentino a fines del siglo XIX.²⁴ No se trataba meramente del órgano oficial del partido, sino, a la inversa, del punto de inicio para la organización partidaria del movimiento socialista. *La Vanguardia* puso en marcha el proceso de centralización y fusión de los clubes y asociaciones socialistas de Buenos Aires.²⁵ En tanto puntal de esta organización, el semanario se constituyó asimismo en ámbito de sociabilidad donde canalizar los esfuerzos dispersos en pos de consolidar una estructura partidaria. Una recorrida por los primeros locales en donde funcionaron los talleres de *La Vanguardia* revela el objetivo omnipresente de constituir un espacio de sociabilidad para el intercambio de ideas entre grupos socialistas y sociedades gremiales en general. El primer local estable de que dispuso el periódico, en la calle Chile 959 (inaugurado el 14 de julio de 1894), se componía de “una espaciosa sala con dos grandes ventanas a la calle, para conferencias y reuniones obreras, y un par de habitaciones regulares, en una de las cuales se instalaron los elementos tipográficos para componer las páginas de *La Vanguardia*”.²⁶ En este local se realizaron importantes reuniones obreras y se organizaron algunos gremios con el apoyo socialista. Las sucesivas mudanzas tenían por objeto ampliar la sala de conferencias para albergar reuniones obreras de carácter político o gremial, como fue el traslado al local de la calle Entre Ríos 478 en mayo de 1895:

Teniendo en cuenta que nuestro antiguo local, en la calle Europa 1971, era reducido para celebrar reuniones los diferentes grupos socialistas y varias sociedades obreras de esta capital, nos hemos trasladado al espacioso local de la calle Entre Ríos 478, entre Belgrano y Venezuela, donde quedaran instaladas la redacción y administración de *La Vanguardia*, Comité Central del Partido Socialista, Fascio dei Lavoratori, Centro Socialista Universitario, Les Egaux y las sociedades obreras de resistencia de Carpinteros y anexos, Toneleros, Hojalateros y Gasistas²⁷

²⁴ JUAN BUONUOME, *La Vanguardia, 1894-1905: Cultura impresa, periodismo y cultura socialista en la Argentina*, Tesis de Maestría en Investigación Histórica, Universidad de San Andrés, 1978, mimeo, p. 3.

²⁵ BUONUOME, *ob. cit.*, p. 14.

²⁶ ESTEBAN JIMÉNEZ, “Las viejas casas”, *La Vanguardia*, Buenos Aires, 1 de enero de 1927 (reproducido en *La Vanguardia 50° Aniversario*, Buenos Aires, La Vanguardia, 1944).

²⁷ *Ibidem*.

Lugo de una nueva mudanza seguida de un intempestivo desalojo, el periódico recaló en la calle Chile 1159, en enero de 1896. Allí se celebró el primer congreso del partido y se creó la escuela para trabajadores, que impartía clase de idiomas, química, música, historia, etc. Recién con la instalación al año siguiente en la casa de la calle Méjico 2070, construida expresamente por un antiguo socialista alemán para asiento del partido y de las organizaciones gremiales, con un amplio salón y numerosas dependencias, el local pudo ser considerado como una “pequeña casa del pueblo”:

Al calor de una actividad desbordante, se creó un consultorio médico, constituyéndose la primera cooperativa de consumo, de vida precaria, y se echaron las bases de “El Hogar Obrero” con el propósito de dar vivienda higiénica y barata a los trabajadores, y pensando en la posibilidad de que se levantara algún día la Casa del Pueblo²⁸

Pero la endeblez material del periódico, su dependencia de contribuciones extraordinarias para subsistir y su precaria situación financiera (que se traducen en nueve mudanzas a lo largo de tres décadas) atentaban contra estos intentos esporádicos de instrumentar diversos mecanismos de acción social directa.²⁹ Mientras el periódico alternaba una tirada de entre 1500 y 5000 ejemplares en el período del cambio de siglo, los principales matutinos de Buenos Aires, como *La Prensa*, superaban regularmente los 100.000 ejemplares diarios.³⁰ Es justamente el diario fundado por José C. Paz el que va a liderar las diversas acciones de asistencia pública encaradas por la prensa periódica de Buenos Aires en el nuevo siglo.

²⁸ *Ibidem*.

²⁹ La inauguración, en 1927, de la Casa del Pueblo, que ofició como centro de sociabilidad política y cultural del socialismo argentino, además de sede del periódico partidario, revierte la situación descripta. Por tratarse de una sede partidaria, cuyas instalaciones no eran de uso público, su estudio no se ha incorporado al presente trabajo. Sobre sus usos y funciones véase: JUAN BUONUOME, “Sociabilidad cultural, periodismo y movilización en el socialismo argentino: La casa del Pueblo de Buenos Aires”, en *Estudios Sociales*, N°55, 2018, pp. 199- 224.

³⁰ En 1896 el tiraje diario de *La Prensa* ascendía a 58.000 ejemplares según JORGE NAVARRO VIOLA, *Anuario de la prensa argentina. 1896*, Buenos Aires, Imprenta de Pablo E. Coni e hijos, p. 186; en 1913 la cifra prácticamente se triplica, elevándose a 160.000 ejemplares diarios según *Guía periodística argentina 1913*, Buenos Aires, Lerosse & Montamsson propietarios, 1913, p. 70.

EL PALACIO DE LA PRENSA

El diario *La Prensa* dio un salto cualitativo en lo que respecta al desarrollo de actividades sociales de orientación pública con la inauguración oficial de su monumental edificio en la Avenida de Mayo, en el año 1899. A principios del siglo XX, *La Prensa* era la institución periodística más poderosa de Sudamérica y una de las primeras del mundo. Según Alberto Martínez, editor de la guía *Baedeker de la República Argentina*, su soberbio y magnífico palacio competía con los mejores de Norteamérica y no tenía equivalentes en Europa.³¹ Si bien la figura del *palacio*, con sus atributos de solidez, grandeza y aspecto exterior digno, correspondía originalmente a los edificios públicos de alta representatividad, fundamentalmente aquellos donde se asentarían los tres poderes republicanos – la Casa de gobierno, el Parlamento Nacional y el Palacio de justicia–, su uso extendido a construcciones de carácter privado reclamaba idénticos atributos, y en el caso de la sede de *La Prensa*, también un estatuto parcial de sede pública.³²

Desde la colocación de la estatua de bronce dorado que corona su fachada, que convocó a más de treinta mil curiosos porteños, el edificio de *La Prensa* se constituyó en un centro aglutinante de la vida social de Buenos Aires.³³ Su poderosa sirena emitía un sonido estridente que llegaba hasta los barrios más apartados de la ciudad para anunciar los acontecimientos noticiosos relevantes. Recuerda Jauretche que cuando ella sonaba, la ciudad se conmovía, porque acababa de ocurrir algún acontecimiento dramático: “Aún de noche la ciudad se echaba a la calle. Imposible no oírla en el silencio de entonces”.³⁴ Las noticias sensacionales se informaban de inmediato en los pizarrones del hall central del edificio. Hacia 1914 el público podía leerlas también por la noche, en proyecciones luminosas sobre transparentes instalados en los balcones que dan a

³¹ ALBERTO MARTÍNEZ, *Baedeker of the Argentine Republic*, Barcelona, R. Sopena, 1914.

³² “En la definición de los diccionarios de época [...] el palacio era la vivienda de un rey, príncipe o personaje de un nivel social destacado por sus riquezas y también, el lugar donde la civilidad iba a pedirle audiencias públicas. Con el advenimiento de la Revolución Francesa y la formación de los nuevos estados y repúblicas, la ausencia de reyes haría eliminar del palacio la parte privada –la vivienda–, quedando sólo su condición de sede pública.” CLAUDIA SCHMIDT, *Palacios sin reyes: arquitectura pública para la capital permanente: Buenos Aires, 1880-1890*, Rosario, Protohistoria, 2012, p. 147.

³³ “La estatua de ‘La Prensa’”, en: *Caras y Caretas*, Buenos Aires, 12 de noviembre de 1898.

³⁴ JAURETCHE, *ob. cit.*, p. 32.

la avenida. Para comunicar las noticias referidas a la Primera Guerra Mundial, se había establecido un sistema de señales por medio de banderas izadas en lo alto del edificio: la amarilla indicaba que había noticias de importancia, la roja que las noticias favorecían a la triple alianza, la verde para la triple entente. Por la noche, un sistema lumínico reemplazaba a las banderas³⁵. De este modo, el edificio congregaba la atención de la ciudad al ritmo de las noticias internacionales y ofrecía a sus habitantes un símbolo palpable de la magnificencia alcanzada por el *coloso* de la prensa sudamericana³⁶.

En el libro promocional que preparó *La Prensa* en ocasión de su 45° aniversario se describen los servicios anexos gratuitos que se brindaban en su edificio en los siguientes términos:

Desde que el propietario de LA PRENSA, doctor José C. Paz, concibió el plan del edificio, tuvo el pensamiento de integrar la organización del diario con el establecimiento de un cierto número de instituciones complementarias de humanidad y de cultura, que además de coadyuvar eficazmente al progreso nacional y a la satisfacción de necesidades públicas a que no alcanzan por completo la acción oficial ni el concurso laudable de las corporaciones privadas, representasen la devolución al pueblo, en forma de servicios gratuitos, de una gran parte de su espontánea aportación a la prosperidad creciente de su empresa³⁷.

Se trataba de consultorios médico-quirúrgicos provistos de especialistas en clínica médica (Figura 3), enfermedades de señoras, mujeres grávidas, enfermedades del estómago y operaciones quirúrgicas menores, que llegaban a atender a más de tres mil pacientes por mes; de laboratorios de investigación en bacteriología y química aplicada; de servicios especiales de vacunación y biblioteca médica, todo de carácter gratuito. El edificio disponía también de

³⁵ “*La Prensa*” de Buenos Aires. 1869-1914, Buenos Aires, Compañía Sud-Americana de Billetes de Banco, 1914, pp. 65-66.

³⁶ Véase un documentado análisis de las multitudinarias concentraciones en torno a las pizarras de los medios periodísticos de Buenos Aires, generadas por el estallido de la Gran Guerra, en Emiliano G. Sánchez, “Pasión de multitudes: la prensa y la opinión pública de Buenos Aires frente al estallido de la gran guerra” en *Anuario IEHS* 33, 2018, pp. 177-204.

³⁷ “*La prensa*” de Buenos Aires. 1869-1914, Buenos Aires, Compañía Sud-Americana de Billetes de Banco, 1914, p. 81

un consultorio químico, industrial y agrícola para consulta de agricultores y comerciantes; consultorio jurídico; escuela popular de música; biblioteca pública; salones de actos públicos; observatorio meteorológico, departamentos para huéspedes distinguidos (artistas célebres del exterior, sabios y exploradores); un servicio de correo conocido como “posta restante” y otro de informaciones al público sobre cualquier asunto relacionado con el diario.

Los roles de la prensa y del estado se confundían en los concurridos servicios anexos del diario. Los abogados acompañaban a sus clientes a los tribunales, comparecían en las audiencias y revisaban los expedientes; los médicos ponían a disposición de sus colegas modernos aparatos de rayos y de reeducación auditiva; los meteorólogos instruían a los interesados en observaciones climatológicas; las profesoras de música en solfeo, canto, piano, violín y viola; los departamentos para huéspedes agasajaban a los naturalistas belgas de la expedición al polo sur, a los expedicionarios del *Antartic* rescatados por los marinos de la nave argentina *Uruguay*, al insigne compositor italiano Giacomo Puccini, entre otros. El mismo programa de *La Prensa* explicitado en el libro aniversario atribuía a la empresa periodística un cúmulo de intereses propios de la función pública:

Este programa tiene en vista el bienestar del país por todos los medios que puedan conducir a esta finalidad: el respeto de las instituciones fundamentales, la libre intervención del pueblo en los negocios públicos, por la elección de los que han de manejarlos directamente, el desarrollo de la instrucción general en todos los grados y en todas las especialidades, el fomento de las actividades económicas, la organización de la defensa nacional, y el mantenimiento de las relaciones exteriores sobre la base de una sincera amistad y del respeto leal de los recíprocos derechos, asegurando a la República un sitio digno en la comunión de naciones.

Todo lo que legítimamente contribuye a este programa es aplaudido, alentado y protegido por *La Prensa*.³⁸

³⁸ *Ibidem*, p. 5

Figura 3:



CONSULTORIO MÉDICO GRATUITO

Fuente: Fotografía extraída del folleto “*La Prensa*” de Buenos Aires. 1869-1914 (1914)

No solo las conferencias y asambleas gremiales que se llevaban a cabo en sus suntuosos salones atraían a un público masivo y variado; durante los tradicionales festejos de carnaval en la Avenida Mayo, el amplio hall del palacio de *La Prensa* era visitado, año tras año, por las comparsas de mayor relevancia que, tras desfilarse por la avenida, ingresaban ordenadamente en el recinto, ofrecían sus interpretaciones y eran agasajadas por la plana mayor del diario.³⁹ Para estas

³⁹ ENRIQUE H. PUCCIA, “La celebración del Carnaval en la Avenida de Mayo”, en: AA. VV., *Avenida de Mayo: su historia*, Buenos Aires, Fundación Banco de Boston, p. 104.

ocasiones, *La Prensa* organizaba concursos infantiles de disfraz, en los que recibía a centenares de niños que desfilaban por el hall y eran premiados con juguetes.⁴⁰ Las visitas de los estudiantes pertenecientes a escuelas de todo el país eran habitualmente reseñadas en las páginas del diario.⁴¹ La consagración de los espacios del diario como espacios públicos señala otra faceta del rol del diarismo en la vida social de Buenos Aires. En una ciudad que se transformaba a un ritmo vertiginoso, multiplicaba sus espacios sociales y ampliaba sus esferas públicas, importantes segmentos estudiantiles, profesionales, gremiales e intelectuales se nuclearon en torno de los espacios del diario.⁴²

LA REPRESENTACIÓN POPULAR COMO FACTOR DE COMPETENCIA

Los servicios gratuitos que brindaba *La Prensa* en su soberbio edificio de la Avenida de Mayo constituyeron un punto de referencia frente al cual debieron posicionarse otros proyectos periodísticos que también se arrogaban la representación de lo popular. Juan Buonuome señala la incomodidad que produjo en los redactores de *La Vanguardia* el carácter que asumía el palacio como “casa del pueblo” (tal el rótulo –propio de las sedes socialistas– que muchos comenzaron a asignarle), y el recelo que les producía esta analogía: “Las fustigaciones de *La Vanguardia* se volvían entonces más exaltadas, puesto que aquello que el diario de Paz brindaba, no distaba demasiado de lo que sus redactores imaginaban para sí en un futuro cercano”.⁴³

El diario *La Argentina*, que a comienzos del siglo XX había alcanzado un éxito notable mediante un compromiso explícito con las causas populares, también ofrecía, hacia 1909, consultorios gratuitos en diversas especialidades: medicina

⁴⁰ “Nuestro concurso infantil. En el hall de «La Prensa». Una fiesta bellísima. Color y alegría. Los premios acordados. Distribución de juguetes”, en: *La Prensa*, Buenos Aires, 23 de febrero de 1909.

⁴¹ “Escuela Nicolás Rodríguez Peña. Su gran coro de alumnos. Visita a «La Prensa»”, en: *La Prensa*, Buenos Aires, 24 de noviembre de 1917.

⁴² HERNÁN E. GÓMEZ, “Los diarios como espacios públicos. La Prensa en la vida social de Buenos Aires a comienzos del siglo XX”, en: *Intersecciones en Antropología*, 9, 2008, p. 269.

⁴³ JUAN BUONUOME, “Los socialistas argentinos ante la «prensa burguesa». El semanario *La Vanguardia* y la modernización periodística en la Buenos Aires de entresiglos”, en: *Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana “Dr. Emilio Ravignani”*, Tercera serie, 46, primer semestre, 2017, p. 161.

general, odontología, masajes, pedicura, tratamientos contra el alcoholismo, vacunación, análisis químicos y medicamentos gratuitos. Asimismo brindaba a sus lectores asesoramiento jurídico (redacción de escritos para tribunales y administración), servicios de mensuras y copias de planos por parte de un agrimensor, consultas sobre arquitectura y construcción, asesoramiento contable (teneduría de libros), tasaciones de propiedades, todo de carácter gratuito.⁴⁴ Ofrecía, además, un curso de contabilidad en quince lecciones (“Escuela gratuita de tenedores de libros «LA ARGENTINA»”); y disponía de servicios similares a los enumerados en Rosario y Bahía Blanca. El escritor español Blasco Ibáñez, que en el mismo año de 1909 dictó una serie de conferencias en Buenos Aires de gran repercusión, dedicó páginas elogiosas para con este diario en su libro dedicado a la Argentina; lo consideraba “el más moderno de los diarios de Buenos Aires”, encomiaba su gran popularidad y creciente circulación, y anticipaba el proyecto de construcción de “un palacio de catorce pisos” para su redacción y talleres.⁴⁵ La cita permite leer entre líneas el horizonte de expectativas con el que aspiraba a medirse el diario de Eduardo Mulhall: un palacio que triplicaba en pisos al de *La Prensa*.

Si un diario pretendía competir con los grandes matutinos y convertirse en un verdadero periódico popular, como anhelaba el diario católico *El Pueblo* en la década del veinte, no podía eludir el parangón con el diario de José C. Paz. Señala Miranda Lida, que mientras *El Pueblo* se jactaba de poseer un formato similar al de *La Prensa* y *La Nación*, y servicios informativos equivalentes, sus lectores le reclamaban “un gran local propio en la Avenida de Mayo”, cuando el diario no tenía más que un modesto local en Bolívar al 500.⁴⁶

Un diario como *Crítica*, que en los años veinte se presentaba como “la voz del pueblo” y configuró su perfil como un diario centrado en la defensa de los intereses populares, no podía permanecer ajeno a este rol del diarismo que tenía a *La Prensa* como punta de lanza. Recién con la adquisición de la casa propia de tres pisos en la calle Sarmiento 1546, en el año 1920, el diario de Botana estuvo en condiciones de ofrecer consultorios gratuitos a sus lectores. Raúl González Tuñón describió la sede como una vieja y enorme casona de varias habitaciones,

⁴⁴ *La Argentina*, Buenos Aires, 29 de mayo de 1909.

⁴⁵ VICENTE BLASCO IBÁÑEZ, *Argentina y sus grandezas*, Valencia, Prometeo, 1910, p. 420-421.

⁴⁶ MIRANDA LIDA, *La rotativa de Dios. Prensa católica y sociedad en Buenos Aires: El Pueblo 1900-1960*, Buenos Aires, Biblos, 2012, p. 67.

donde los redactores, los cronistas y los dibujantes trabajaban amontonados en escritorios de madera, con escasas máquinas de escribir.⁴⁷ Y Rodolfo Tállice abundó en detalles sobre las habitaciones destinadas a los redactores, que la ubicaban en las antípodas de los palacios de la prensa: “Una larga mesa de madera carcomida, completamente deslustrada, ajada y maltratada por el desconsiderado uso [...] Unas pocas sillas derrengadas, una de sólo tres patas. En las paredes cochambrosas, descascaradas, sucias, despintadas, desperdigadamente pegados, recorte de notas gráficas [...]”.⁴⁸ Las paredes y el piso trepidaban “como sacudidos por un movimiento sísmico” cuando se ponía en funcionamiento la rotativa de la planta baja. Pero estas condiciones adversas no amilanaron al diario, que, en 1923, anunció la creación de un Consultorio Médico Gratuito, instalado en el tercer piso de la casona, que tenía como finalidad colaborar con la obra que realizaban los hospitales en favor de la salud pública de las clases populares.⁴⁹

LOS EDIFICIOS DE LA AVENIDA DE MAYO

En la década del veinte, varios diarios de gran circulación inauguraron sendos edificios, acordes al crecimiento comercial de sus respectivas empresas, que posibilitaron, a su vez, nuevos usos sociales para sus sedes. A la vanguardia de este proceso se ubicaba el vespertino *La Razón*, que había sido creado en 1905, y tan solo ocho años después se había posicionado, en cuanto a tiraje, en el tercer puesto de los diarios porteños, detrás de los dos grandes e históricos matutinos, *La Prensa* y *La Nación*.⁵⁰

Desde su primera locación en Florida 69, en una “modesta vivienda en que sala de redacción, secretaría y dirección se confundían en estrecho recinto para poder ceder un poco de terreno a la administración”,⁵¹ *La Razón* había atravesado

⁴⁷ HORACIO SALAS, *Conversaciones con Raúl González Tuñón*, Buenos Aires, Ediciones La Bastilla, 1975, p. 53.

⁴⁸ ROBERTO A. TÁLICE, *100.000 ejemplares por hora: Memorias de un redactor de Crítica el diario de Botana*, Buenos Aires, Corregidor, 1989, p. 25.

⁴⁹ SAITTA, *Regueros...*, cit., p. 129.

⁵⁰ Con un tiraje de 80.000 ejemplares diarios, *La Razón* “es el diario de la tarde más importante, de mayor circulación y mejor confeccionado”, *Guía periodística argentina 1913*, Buenos Aires, Lerose & Montamsson propietarios, 1913, p. 75.

⁵¹ “‘La Razón’ en Florida”, en: *La Razón*, Buenos Aires, 21 de julio de 1925.

cinco mudanzas hasta instalarse finalmente en su casa propia, en Avenida de Mayo 729 al 741. La llegada a la Avenida representaba simbólicamente la “madurez periodística” alcanzada por el diario: “Decir que LA RAZON no ha vivido sino en Florida, al nacer y al crecer, y en Avenida de Mayo, desde que el diario inició su madurez, es señalar una predestinación: Florida y la Avenida son, como quien dice, Buenos Aires”⁵². La inauguración oficial de su sede definitiva, el 12 de julio de 1925, contó con la presencia del presidente de la República, ministros y altos funcionarios de la administración pública, y con una concurrencia aproximada de 15.000 personas que recorrieron las instalaciones. Fue precedida por un banquete ofrecido para el gremio de los periodistas, y por otro, posterior a la inauguración, para el “personal obrero” de la casa. El acontecimiento dio lugar a una edición especial, lanzada el 13 de julio de 1925, que incluye abundante información histórica sobre el diario: listados de corresponsales en el interior del país con sus correspondientes fotografías, detalladas descripciones del funcionamiento de los servicios telegráficos y de las secciones internas del diario, reseñas históricas de los anuarios y suplementos extraordinarios, notas biográficas de sus directores desde la fundación del diario, sinopsis biográficas de los colaboradores en el extranjero, redactores, cronistas y reporters, entre otras. Tanto en los días previos como en los subsiguientes, *La Razón* reprodujo las abundantes notas referidas a la inauguración que publicaron los diarios colegas, comenzando por *La Prensa*, que desde su sitio de privilegio saludaba al competidor con una elogiosa crónica de la fiesta ofrecida al periodismo metropolitano, en la que otorgaba a la nueva sede el ansiado rótulo de “palacio”:

Proyectado y construido por el ingeniero Eduardo L. Edo, el palacio de LA RAZÓN es del más puro estilo francés clásico, época de Luis XVI. [...] Desde el sótano hasta la azotea se desdobra siete veces, de manera que LA RAZÓN ocupa 4.200 metros cuadrados. La altura por la Avenida de Mayo es, desde el nivel de la acera hasta el final del templete, sin contar la aguja, de 38 metros con 85 centímetros. Por la calle Rivadavia la altura desde el

⁵² “He aquí la historia domiciliaria de LA RAZÓN: Florida 69, desde 1905 hasta 1907. Florida 555, desde 1907 hasta 1909. Florida 319 (salida por Sarmiento), desde 1909 hasta 1911. Avenida de Mayo 760, desde 1911 hasta 1925. Y hoy...”. “Casas de LA RAZÓN. Dos calles ilustres. De Florida a la Avenida”, en: *La Razón*, Buenos Aires, 13 de julio de 1925.

nivel de la acera hasta la coronación es de 25 metros. El palacio se compone de un sótano, la plata baja, cuarto pisos y la azotea. Cada una de estas grandes divisiones responde a un objeto preciso e invariable⁵³

La altura no era un dato menor de los palacios de la tradicional avenida, que alcanzaron niveles inéditos para la ciudad, lo cual dio lugar a que allí se instalase, en 1898, el primer ascensor de Buenos Aires.⁵⁴ Era un componente central del alarde arquitectónico, que expresaba la magnificencia alcanzada por las empresas periodísticas: la torre que coronaba el edificio de *La Prensa* ascendía a 54 metros, a los que se sumaban los seis metros de la estatua de bronce apoyada sobre su pedestal, para alcanzar la impactante cifra de 60 metros de altitud.

Pero a diferencia de este último, *La Razón* no ofrecía en sus modernas instalaciones los servicios gratuitos para el público general que *La Prensa* venía brindando desde comienzos del siglo. De las instalaciones reseñadas en los artículos relativos a su inauguración, se destacaban la biblioteca de 30.000 volúmenes, que sin ser precisamente pública estaba abierta a todo el que deseara consultarla; y el salón destinado al archivo del diario, promocionado como uno de los más completos y variados de la República, integrado por una impresionante colección de revistas nacionales y del exterior, fotografías, cartas y periódicos, distribuidos en modernas estanterías metálicas, cuyo fichero constaba de más de un millón de referencias (Figura 4).⁵⁵

⁵³“LA RAZÓN ofreció ayer en su nueva casa una agradable fiesta de cordialidad periodística”, en: *La Razón*, Buenos Aires, 11 de julio de 1925.

⁵⁴ LEÓN TENENBAUM, “La Avenida de Mayo”, AA.VV., en: *Avenida de Mayo: su historia*, Buenos Aires, Fundación Banco de Boston, p. 12.

⁵⁵El edificio de cuatro pisos integraba las siguientes dependencias: en el sótano funcionaban las rotativas, la fundición y la estereotipia, más el depósito de bobinas; la planta baja estaba dividida en tres partes, la que daba sobre la Avenida de Mayo estaba ocupada por las oficinas de administración, al centro las oficinas de intendencia, y sobre la calle Rivadavia el departamento de expedición y ventas; al primer piso del palacio se llegaba por la escalera de honor, en él se habían instalado la dirección, la sala de directorio, la secretaría y la gran sala de redacción; en el segundo piso se hallaba las oficinas del administrador, y hacia la calle Rivadavia la gran sala de la biblioteca; en el tercer piso, hacia la Avenida de Mayo y el centro de la planta trabajaban las secciones de teatros, carreras, deportes, telegramas y crónica social, y frente a la calle Rivadavia se ubicaba el amplísimo salón destinado al archivo; la sala de linotipos ocupaba casi totalmente el cuarto piso del edificio, donde también se ubicaba el taller de grabados. *Anuario de La Razón*, Buenos Aires, 1926.

Figura 4:



Fuente: Fotografía del Archivo del diario *La Razón* reproducida en el *Anuario* de 1926

Una faceta importante de este diario, en lo que hace al contacto directo con el público, se desplegaba en relación a las diversas acciones solidarias y de interés general que promovía activamente. En el *Anuario* de 1929 se reseñan un conjunto de propuestas que se llevaron adelante en este sentido durante 1928. Una de ellas fue la adquisición de un terreno y la construcción de una casa, mediante una suscripción pública, para la familia del conscripto Belardi, que había fallecido de modo heroico en el naufragio del transatlántico italiano “Principessa Mafalda”. *La Razón* también promovía encuestas entre la población infantil como la del “Árbol patrio” o la del “Ave de la patria” que contaban con la participación de más de cuarenta mil niños de todos los confines de la República. Para los juegos olímpicos celebrados en Ámsterdam, en 1928, el diario había realizado una colecta en favor de los atletas argentinos, para hacer frente a los gastos que exigían el viaje y la permanencia de las delegaciones nacionales. También ese mismo año celebraba la inauguración del Parque Rivadavia, en el barrio porteño de Caballito, que representaba la culminación de una campaña sostenida desde el año 1920 en favor de la creación de un parque en

la vieja quinta de Lezica, lo cual evitó que se interpusieran intereses comerciales y privados. Antes de que comience el invierno de 1928, el diario distribuyó 3.500 tricotas de abrigo entre los canillitas, para “aliviar las penurias de sus duras tareas” (Figura 5). Entre las acciones reseñadas en el *Anuario* de 1929 figuran también la ayuda a escolares de las localidades de Yerbal Viejo (Misiones) y Cípolletti (Río Negro), gestionada con comerciantes que anunciaban en el diario, como Gath y Chaves, Bágley, Noel y Tienda La Piedad; o los socorros a las víctimas del ciclón de Villa María.

Figura 5:



Reportaje de ropas a los canillitas bajo el
cuidado del intendente de LA RAZÓN, don
José Arizala.

Fuente: Fotografía extraída del *Anuario* de *La Razón*, 1929

Apenas tres años después de su inauguración, *La Razón* anunciaba la adquisición de un terreno contiguo a su edificio, en el que proyectaba construir la necesaria ampliación de sus instalaciones, que ya eran insuficientes de cara al constante adelanto del diario.⁵⁶ La inauguración del “ensanche”, tal como lo denominó el mismo diario, coincidió con la celebración de sus bodas de plata, el 1° de marzo de 1930 (Figura 6). En el suplemento especial dedicado a conmemorar el aniversario

⁵⁶ *Anuario de La Razón*, Buenos Aires, 1929.

del diario, se destinaron numerosas páginas a describir las nuevas dependencias. Allí se asumía explícitamente que un diario moderno tiene una función social fuera de sus páginas: “LA RAZÓN comprendió que fuera de sus hojas, debe cumplir una función social y cultural de cuyas exigencias no escape la materialidad de su edificio”. Las nuevas instalaciones habían sido concebidas, en parte, para llenar esta misión:

¿Y sus salones? ¿Y su biblioteca? ¿Y su sala de armas?... Es evidente que cuando se dispone de dependencias ricas de amplitud, de confort, y de buen gusto en un hogar periodístico como LA RAZÓN, su destino exclusivo a los de la casa importa el abandono, acaso culpable, de un deber social.⁵⁷

Figura 6:



Fuente: Portada del suplemento especial “*La Razón en sus bodas de plata*”

⁵⁷ “Con el ensanche que inauguramos hoy, nuestra casa festeja sus bodas de plata”, en: *La Razón*, Buenos Aires, 1 de marzo de 1930.

La propuesta del diario apuntaba a promover el acercamiento del público alrededor de motivos culturales, ceder la sala de actos para conferencias o exposiciones de arte, en las que serían admitidos preferentemente los artistas nóveles más dignos de estímulo.

Por los mismos años, el diario *Crítica* alcanzaba también su “adulthood periodística” con la inauguración de sus talleres en Avenida de Mayo 1333, el 1° de setiembre de 1927. Con una superficie cubierta de 4.500 metros cuadrados, el edificio de siete pisos incluía un salón de actos públicos de doscientas butacas y un consultorio médico gratuito ampliado, conformado por cuatro especialistas, que atendían para esa época más de ocho mil pacientes anuales, en distintas especialidades, tales como afecciones pulmonares, enfermedades venéreas, enfermedades de la piel, ginecología, oído, nariz y garganta, entre otras.⁵⁸ Pero el establecimiento de vínculos sociales de *Crítica* con sus lectores no se limitaba a esta faceta asistencialista. Tal como ha estudiado Saítta en su pormenorizada investigación, el diario generaba espacios de contacto directo mediante colectas y donaciones, y especialmente a partir de la organización de festivales, concursos y eventos de interés general, en donde sus lectores compartían ámbitos de sociabilidad y esparcimiento, como funciones de circo para los chicos, festivales de cine, bailes, concursos de tango, todos de carácter gratuito:

En estos mecanismos informales de incorporación, en los que se desarrollan las mismas prácticas tradicionalmente asumidas por otras instituciones que se hacen cargo del tiempo de ocio, *Crítica* interpela a nuevos sectores de la sociedad en una constante ampliación de su público. Asimismo, recrea relaciones extraperiodísticas con sus lectores al satisfacer todas sus demandas: desde la obtención de un trabajo hasta modos alternativos de ocupar el tiempo libre⁵⁹

Esta oferta de entretenimientos populares enseña otra faceta de las empresas periodísticas, vinculada a la cultura de masas, que se remonta a comienzos del siglo XX. Un ejemplo tomado del diario de orientación popular *Última hora* (fundado en 1908) resulta ilustrativo a este respecto. Para el Carnaval de 1909, publicaba a página completa una serie de bailes de disfraces para niños organizados por

⁵⁸ SAITTA, *Regueros...*, cit., pp. 129-130.

⁵⁹ SAITTA, *Regueros...*, cit., p. 151.

el diario en el recientemente inaugurado teatro de la Avenida (Avenida de Mayo 1222), arrendado a tal efecto (Figura 7). Dos semanas antes del inicio del evento, comenzaron a aparecer en las páginas del diario los cupones que podían ser canjeados por entradas en su administración de Rivadavia 717. El programa anunciaba seis bailes en horario vespertino, distribución gratuita de juguetes y bombones para los niños, e importantes y valiosos premios –collares, relojes, cadenas y brazaletes de oro y piedras preciosas, destinados a las madres– para las máscaras más originales, los bailes, los números extraordinarios de declamación y canto y los mejores disfraces. Durante la semana del evento, los asistentes podían reconocerse en las abundantes fotografías que ilustraban la sección “Teatros y artistas”, y encontrar sus nombres entre las listas publicadas con centenares de concurrentes. De este modo, los bailes retroalimentaban la venta de ejemplares, ya sea para conseguir los cupones previos o por la satisfacción de descubrir el nombre propio grabado en tipos de imprenta, y el diario adquiría relieve publicitario con su nombre estampado en las marquesinas del teatro de la Avenida de Mayo.

Figura 7:



Fuente: Fotografía extraída de *Última Hora*, 20 de febrero de 1909

Como observa Graciela Montaldo, en el cambio del siglo XIX al XX el espectáculo se vuelve eje de la vida de las masas, en una trama que vincula la cultura con lo público a través de la mediación del mercado, dando lugar a diversas formas de la diversión pública que modelan la vida del ocio en la sociedad de consumo.⁶⁰ Los diarios, en tanto empresas comerciales, no fueron ajenos a esta dinamización del campo cultural y en muchos casos diseñaron propuestas de espectáculos multitudinarios que convocaban a las masas al espacio público.

MULTITUDES

Peter Fritzsche, en su estudio de la prensa berlinesa, señala que los diarios de circulación masiva, a comienzos del siglo XX, no solo informaban sobre las aglomeraciones en las calles, sino que además contribuían a su formación:

Al promover los grandes espectáculos –carreras automovilísticas, exhibiciones aéreas–, acrecentaban la cantidad de lectores y la prosperidad del negocio. Al reunir a cientos de miles de espectadores, la prensa también redefinía a su público y transformaba a los lectores pasivos en miembros activos de una cultura metropolitana⁶¹

Un fenómeno similar puede observarse en el caso de los grandes diarios de Buenos Aires. Los balcones del palacio de *La Prensa* sobre Avenida de Mayo congregaban multitudes para saludar a las figuras que se alojaban en los magníficos aposentos para huéspedes del diario. Frente al edificio de *La Prensa* se reunió, en 1903, una muchedumbre deseosa de rendir homenaje al explorador sueco Otto Nordenskjöld y al alférez de la armada argentina José María Sobral, ambos rescatados junto a la tripulación completa del *Antartic*, cuando se hallaban perdidos en misión exploratoria en el Polo Sur, por los

⁶⁰ GRACIELA MONTALDO, *Museo del consumo: archivos de la cultura de masas en Argentina*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2016, p. 78.

⁶¹ PETER FRITZSCHE, *Berlín 1900. Prensa, lectores y vida moderna*, Buenos Aires, Siglo XXI Editores Argentina, 2008, p.222.

héroes de la corbeta *Uruguay* al mando del comandante Julián Irizar.⁶² El periodista Manuel Bernárdez, que cubrió para *Tribuna* y *El Diario* los festejos populares de la recepción de la *Uruguay*, relata que los edificios de la avenida se habían colmado de adornos y banderas, ostentaban leyendas conmemorativas e iluminación nocturna, y frente al palacio de *La Prensa* “estaba apiñado numeroso pueblo, contemplando los adornos e iluminación del mismo, ansioso de ver entrar y salir al valiente grupo de expedicionarios escandinavos”.⁶³

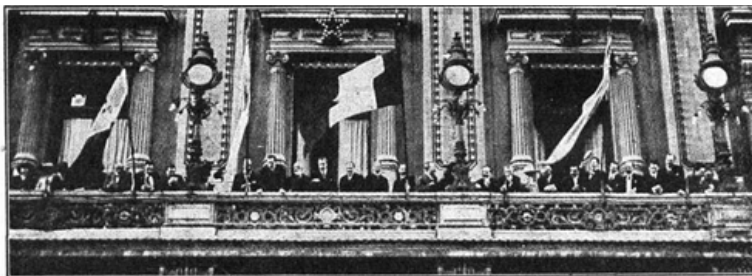
En ocasión de la guerra sostenida por Italia contra los Imperios Centrales, en 1917, se realizó en Buenos Aires una manifestación popular en honor de Italia, que tuvo su acto central frente al palacio de *La Prensa* (Figura 8). Desde sus balcones, los ministros de Italia, Perú y Uruguay, el secretario de la legación francesa y el director del diario, Ezequiel P. Paz, saludaron a los entusiastas manifestantes. Al pasar las diversas agrupaciones, las bandas de música ejecutaban los himnos de los países aliados y el de la Argentina, la muchedumbre aplaudía a los diplomáticos y acompañaba los saludos con vítores a las diversas naciones de la “Entente” y a *La Prensa*. Con este tipo de actos *La Prensa* adquiría un papel protagónico en las movilizaciones populares, en donde sus directivos se confundían con los funcionarios públicos y se investían de atribuciones equiparables.⁶⁴

⁶² RICARDO M. LLANES, *La Avenida de Mayo (media centuria entre recuerdos y evocaciones)*, Buenos Aires, Editorial Guillermo Kraft, 1955, p. 146.

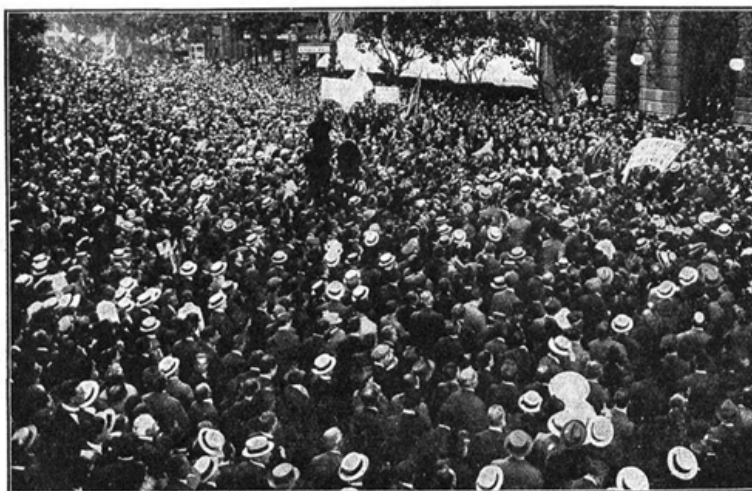
⁶³ MANUEL BERNÁRDEZ, *La Argentina en los mares antárticos*, Buenos Aires, Talleres Heliográficos de Ortega y Radaelli, 1903, p. 102.

⁶⁴ “En honor de Italia. La manifestación popular de ayer. Un desfile numeroso y entusiasta. Elocuente demostración de confraternidad”, en: *La Prensa*, Buenos Aires, 19 de noviembre de 1917.

Figura 8:



Los ministros de Italia, Perú y Uruguay, representantes del Círculo Italiano, Comité Italiano de Guerra y otras personalidades, en los balcones de «La Prensa», desde donde presenciaron el destile de la grandiosa manifestación.



El inmenso gentío que se agolpaba en la Avenida de Mayo, ante el palacio de «La Prensa», aplaude entusiastamente a la representación de Italia, demostrando la honda y arraigada simpatía con que cuenta en el espíritu de nuestro pueblo.

Fuente: “El homenaje a Italia”, *Caras y Caretas*, 24 de noviembre de 1917

La creación, en 1915, del Instituto Popular de Conferencias, que funcionaba en uno de los elegantes salones del palacio de *La Prensa*, constituyó otro de los exitosos espacios generados por el diario para un público que semanalmente desbordaba las instalaciones, atraído por la variada oferta de conferencistas que se presentaban en vivo con entrada libre y gratuita. Las presentaciones del gran “causeur” español Federico García Sanchiz, hacia 1926, atiborraban la sala al extremo de que cientos de personas colmaban los pasillos laterales y

Investigaciones y Ensayos N° 68, 2° semestre 2019, pp. 149-184

otras tantas quedaban afuera del recinto imposibilitadas de acceder a la amena charla.⁶⁵ Ezequiel P. Paz ambicionaba, para el futuro, transformar al Instituto en “un verdadero centro de extensión universitaria, en una universidad libre” tal como quedó asentado en su discurso transcrito en el Acta de Fundación.⁶⁶

La trama que unía a las empresas periodísticas con la cultura de masas generó novedosas prácticas de difusión en torno a los acontecimientos deportivos que congregaban verdaderas multitudes. El primer hito masivo en este sentido se produjo en relación al combate de boxeo entre Luis Ángel Firpo y Jack Dempsey que reunió a un cuantioso público frente a la sede del diario *Crítica*: “*Crítica* anunciará esta noche, round por round, las menores incidencias del sensacional match entre Firpo y Dempsey. El público que logre situarse frente a nuestro edificio podrá estar al tanto, pues, de las alternativas de la gran pelea”.⁶⁷ El proceso implementado para esta transmisión de noticias incorporaba las nuevas tecnologías de la radio: un radioaficionado llamado Horacio Martínez Seeber había trasladado sus equipos a las dependencias del diario y de ese modo recibió radiotelegráficamente la información de lo que ocurría en el Polo Grounds (el estadio donde se desarrolló el combate, en la ciudad de Nueva York); las noticias así obtenidas se dieron a conocer mediante megáfonos al público reunido en las inmediaciones del diario.⁶⁸

La Nación había sido otro de los diarios pioneros en acercarlos a los aficionados al fútbol y el boxeo los pormenores y resultados de las contiendas deportivas, aunque en principio sin apelar a la tecnología de la radio. La ingeniería dispuesta consistía en encomendarle a la Compañía Telegráfica Telefónica la instalación de líneas directas desde la cancha o el ring side, hasta la sala de redacción del matutino. Un cronista ubicado en el escenario del

⁶⁵ CARLOS CAMINOS, “El triunfo de Federico García Sanchiz: un trovador en el siglo XX”, en: *Caras y Caretas*, Buenos Aires, 25 de setiembre de 1926.

⁶⁶ LLANES, *ob. cit.*, p. 281.

⁶⁷ Citado en SYLVIA SAÍTTA, *Regueros de tinta. El diario Crítica en la década de 1920*, Buenos Aires, Sudamericana, 1998, p. 95-96.

⁶⁸ RICARDO GALLO, *La radio. Ese mundo tan sonoro. V.1. Los años olvidados*, Buenos Aires, Corregidor, 1991, p. 40.

evento enviaba los detalles que eran recogidos por un redactor y este, provisto de un megáfono, los retransmitía asomado a un balcón de la sede del diario en la calle Florida, donde se congregaban numerosos aficionados.⁶⁹

Los diarios de gran circulación, como *La Nación*, *Crítica* y *La Razón* no solo instalaron sus propias emisoras radiales en la segunda mitad de la década del veinte, sino que utilizaron el moderno sistema de transmisión de noticias para congregarse al público frente a sus edificios, generando lazos de fidelidad que repercutían en las ventas de las ediciones, las cuales crecían sustancialmente en los días posteriores al acontecimiento noticioso. El mundial de fútbol de 1930 fue otro de los grandes eventos deportivos que movilizaron a decenas de miles de adeptos atraídos por las propuestas informativas generadas por los grandes diarios. *El Diario* asumió un papel destacado en esta ocasión, y desde los días previos al inicio del certamen anunciaba: “Frente a los altoparlantes de EL DIARIO Ud. Podrá hacer de cuenta que está presenciado los partidos del campeonato”; “Directamente desde el estadio de Montevideo, nuestros enviados describirán al público los próximos partidos”.⁷⁰ Las transmisiones radiotelefónicas realizadas desde el campo de juego, por intermedio de los enviados especiales, eran difundidas por medio de potentes megáfonos, los “super-amplificadores y alto parlantes electrodinámicos Philips” que el mismo diario se encargaba de publicitar. Los partidos convocaban a más de diez mil personas frente al edificio de Avenida de Mayo y el éxito de la propuesta fue rutilante. Para alimentar la sinergia entre las convocatorias masivas y las ventas de ejemplares, *El Diario* había ideado una curiosa estrategia publicitaria, que consistía en publicar, al día siguiente de los partidos, fotos de la muchedumbre apiñada frente a su sede, que incluían algunos rostros encerrados en un círculo blanco; los espectadores de las transmisiones radiotelefónicas que se reconocieran dentro del círculo eran premiados en un concurso que se repetía partido tras partido (Figura 9)

⁶⁹ GALLO, *ob. cit.*, p. 115.

⁷⁰ *El Diario*, Buenos Aires, 11 de julio de 1930.

Figura 9:



Fuente: Fotografía extraída de *El Diario*, 29 de julio de 1930

ARQUITECTURA SIMBÓLICA

Los nuevos edificios de los diarios de circulación masiva no fueron concebidos con el único fin utilitario de ser funcionales a la empresa periodística. Como se ha visto, cumplieron también diversas funciones, orientadas a establecer vínculos directos con los lectores, creando lazos de solidaridad, lealtad y gratitud entre ambos, de los que no quedaban exentos los propósitos comerciales. En algunos casos, como el del nuevo edificio de *La Nación* inaugurado en 12 de octubre

de 1929, la estrategia apuntaba al carácter simbólico de esta relación pública. El edificio se construyó como una ampliación de la sede de la calle San Martín 344, con frente sobre la calle Florida, y presentaba un marcado contraste con el ineludible referente del palacio de *La Prensa*, ostentando una nota distintiva de sencillez y sobriedad ornamental, asociada a la figura de su fundador, Bartolomé Mitre. En la descripción realizada por el mismo diario se acentuaban estos rasgos, al establecer una continuidad con el viejo hogar familiar de la calle San Martín, en donde había nacido *La Nación*, mediante la denominación que se le daba a la nueva construcción: “la casa de Mitre”. La fecha del 12 de octubre, elegida para la inauguración, completaba el carácter simbólico con su “significación moral de americanismo”, realizada a su vez por la expresión estética de su arquitectura. En efecto, la fachada combinaba la decoración plateresca del período renacentista español con elementos de ornamentación incásica para adoptar un “estilo americano”. Esta elección constituía a su vez una estratégica diferenciación respecto de su histórico competidor:

Hemos preferido asimismo conservar a la casa de LA NACIÓN lo que podríamos llamar su patriciado solariego. Casa argentina y hogar americano a la vez, según la más noble tradición de nuestro pueblo. El palacio habría sido más fácil y llamativo, por supuesto. Hemos preferido a su orgullo, por legítimo que fuese manifestar en él una pujanza de empresa, la reposada satisfacción de alzar en el solar de Mitre una bella mansión de la ciudad.⁷¹

El canon estético representaba tanto el carácter intelectual de la empresa periodística como la austeridad virtuosa de su fundador.⁷² La descripción de las instalaciones que realizó el diario era escueta y no incluía servicios adicionales para el público. Lo que sí se destacaba, en esta presentación de la nueva sede, era su carácter abierto y “al servicio del pueblo” al que llamaban el “dueño de casa”. La ilustración de tapa del *Magazine* dominical del diario desarrollaba todas estas referencias simbólicas (Figura 10).

⁷¹ “La casa de ‘La Nación’”, en: *La Nación*, Buenos Aires, 12 de octubre de 1929.

⁷² La historia de la creación del diario *La Nación* está íntimamente ligada a la pobreza virtuosa de su fundador, Bartolomé Mitre. CLAUDIA ROMAN Y MARTÍN SERVELLI, “Autofiguraciones de la prensa: construcción autobiográfica y representación material de los diarios de entresiglos”, mimeo, 2014.

Figura 10:



Fuente: Reproducido en la tapa de *La Nación magazine*, 13 de octubre de 1929

La representación de la muchedumbre ingresando a las nuevas instalaciones reforzaba el imaginario popular que el diario pretendía encarnar, y que proyectaba a su entera trayectoria:

“El pueblo ha visto el desenvolvimiento de este diario desde que comenzó a servir a los intereses colectivos, a trabajar por la cultura y el progreso del país [...]. Y ahora lo expresa al pasar por Florida [...] al entrar, llanamente, simplemente a sus salones, movido por un sentimiento de solidaridad.”⁷³

⁷³ “Hoy se habilitará la parte nueva de la casa de ‘La Nación’”, en: *La Nación*, Buenos Aires, *Investigaciones y Ensayos* N° 68, 2° semestre 2019, pp. 149-184

La nota de color de la jornada inaugural estuvo a cargo del suscriptor más antiguo del diario, Francisco Cárrega, vecino del barrio de la Boca, de 76 años, que llevaba 56 años como abonado. Había pasado la semana entera deseando asistir a la inauguración del edificio -refería la nota-, había sido reconocido entre la multitud e invitado a la ceremonia inaugural, con la misma simpleza con que en 1905, el portero de la casa de la calle San Martín lo había invitado a entrar, junto con su hijo, para recibir el saludo del general Mitre.⁷⁴

El relato condensa una serie de atributos y valores que manifiestan la voluntad de los grandes medios de prensa de recrear los vínculos con sus lectores más allá de la página impresa. La masificación del público lector sumada a la creciente competencia que se diversificó en las primeras décadas del siglo XX, con la aparición de los nuevos vespertinos populares, produjo reacomodamientos y novedosas estrategias de fidelización. En este contexto, los diarios de mayor circulación de Buenos Aires salieron a la arena pública con propuestas variadas que abarcaban un amplio abanico de opciones en materia de salud, educación, asistencia social, diversión y entretenimiento. Sus instalaciones incorporaron dependencias destinadas a estas nuevas funciones y sus modernos edificios se concibieron no sólo como oficinas administrativas y talleres productivos, sino también como espacios de interacción social. El conjunto aquí relevado compone una perspectiva material de los diarios de Buenos Aires escasamente transitada, que en su visión panorámica revela un fenómeno compartido por numerosas empresas periodísticas. Estas, al mismo tiempo que captaban nuevos lectores, transformaron el carácter y la misión de los diarios al enfrentarse cara a cara con un público masivo, generando novedosos vínculos sociales.

Fecha de recepción: 03-09-2019

Fecha de aprobación: 11-10-2019

17 de octubre de 1929.

⁷⁴ “Uno de nuestros más antiguos suscriptores nos visitó ayer”, en: *La Nación*, Buenos Aires, 13 de octubre de 1929.